

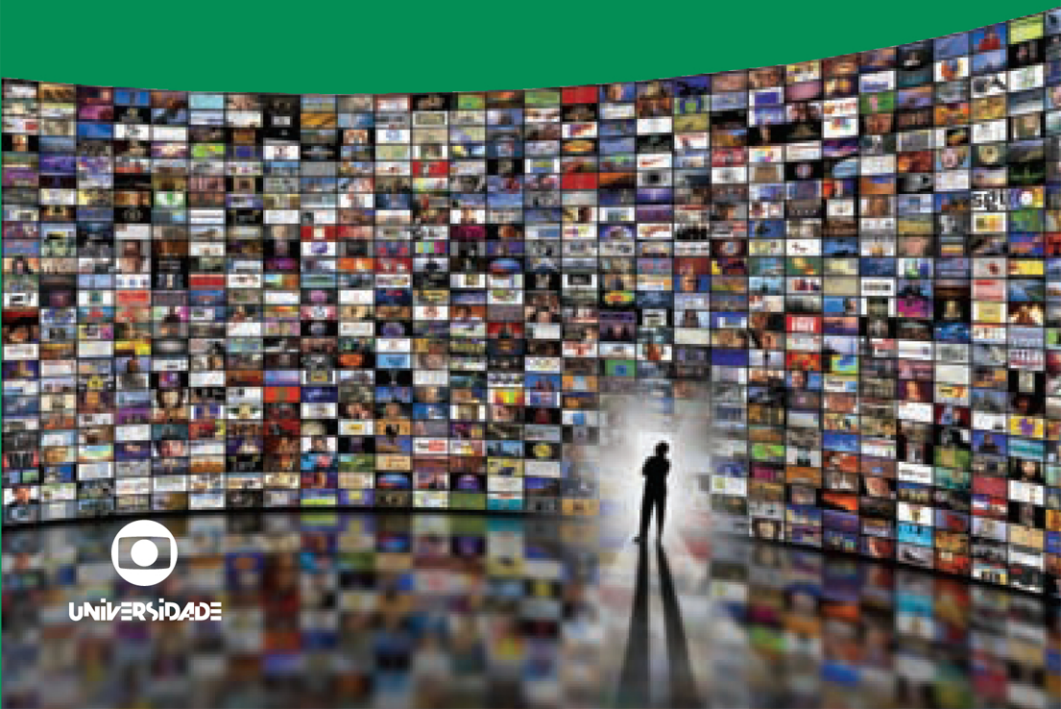
OBSERVATÓRIO IBERO-AMERICANO DA FICÇÃO TELEVISIVA

OBITEL 2013

Memória Social e Ficção Televisiva em Países Ibero-Americanos

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

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



UNIVERSIDADE

OBSERVATÓRIO IBERO-AMERICANO
DA FICÇÃO TELEVISIVA

OBITEL 2013

MEMÓRIA SOCIAL E FICÇÃO TELEVISIVA
EM PAÍSES IBERO-AMERICANOS

OBSERVATÓRIO IBERO-AMERICANO
DA FICÇÃO TELEVISIVA

OBITEL 2013

MEMÓRIA SOCIAL E FICÇÃO TELEVISIVA
EM PAÍSES IBERO-AMERICANOS

Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Guillermo Orozco Gómez

Coordenadores-Gerais

Morella Alvarado, Gustavo Aprea, Fernando Aranguren, Alexandra Ayala, Borys Bustamante, Giuliana Cassano, James A. Dettleff, Catarina Duff Burnay, Isabel Ferin Cunha, Valerio Fuenzalida, Francisco Hernández, César Herrera, Pablo Julio Pohlhammer, Mónica Kirchheimer, Charo Lacalle, Juan Piñón, Guillermo Orozco Gómez, Rosario

Sánchez Vilela e Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Coordenadores Nacionais



UNIVERSIDADE



Editora Sulina

© Globo Comunicação e Participações S.A., 2013

Capa:

Letícia Lampert

Projeto gráfico e editoração:

Niura Fernanda Souza

Produção, assessoria editorial e jurídica:

Bettina Maciel e Niura Fernanda Souza

Tradutores:

Naila Freitas, Felícia Xavier Volkweis

Revisão, leitura de originais:

Matheus Gazzola Tussi

Revisão gráfica:

Miriam Gress

Editor: *Luis Gomes*

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bibliotecária Responsável: Denise Mari de Andrade Souza – CRB 10/960

M533

Memória social e ficção televisiva em países ibero-americanos: anuário Obitel
2013 / Coordenado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Guillermo
Orozco Gómez. — Porto Alegre: Sulina, 2013.
536 p.; il.

ISBN: 978-85-205-0686-8

1. Televisão – Programas. 2. Ficção – Televisão. 3. Programas de Televisão–
Ibero-Americano. 4. Comunicação Social. 5. Ibero-América – Televisão. I.
Lopes, Maria Immacolata Vassallo de. II. Gómez, Guillermo Orozco.

CDU: 654.19

659.3

CDD: 301.161

791.445

Direitos desta edição adquiridos por Globo Comunicação e Participações S.A.

Editora Meridional Ltda.

Av. Osvaldo Aranha, 440 cj. 101 – Bom Fim Cep:

90035-190 – Porto Alegre/RS

Fone: (0xx51) 3311.4082

Fax: (0xx51) 2364.4194

www.editorasulina.com.br

e-mail: sulina@editorasulina.com.br

Agosto/2013

Esta publicação é resultado da parceria entre o Globo Universidade e o Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (Obitel). Iniciada em 2008, tem como objetivo apresentar e discutir as análises sobre produção, audiência e repercussão sociocultural da ficção televisiva na América Latina e na Península Ibérica, por meio de publicações e seminários.

Publicações produzidas:

- *Anuário Obitel 2008: Mercados Globais, Histórias Nacionais*
- *Anuário Obitel 2009: A Ficção Televisiva em Países Ibero-Americanos: narrativas, formatos e publicidade*
- *Anuário Obitel 2010: Convergências e Transmídiação da Ficção Televisiva*
- *Anuário Obitel 2011: Qualidade na Ficção Televisiva e Participação Transmidiática das Audiências*
- *Anuário Obitel 2012: Transnacionalização da Ficção Televisiva nos Países Ibero-Americanos*
- *Anuário Obitel 2013: Memória Social e Ficção Televisiva em Países Ibero-Americanos*

Sobre o Globo Universidade:

Criado em 1999, o Globo Universidade tem como missão compartilhar experiências para somar conhecimento. Para que isso aconteça, estabelece uma relação de parceria permanente com o meio acadêmico. Por meio da realização de debates, seminários, publicações e apoio a pesquisas, o Globo Universidade contribui para a produção e divulgação científica, além da formação de futuros profissionais. Desde 2008, o Globo Universidade também está presente na grade de programação da Rede Globo: todos os sábados, às 7h, o programa exibe reportagens sobre as principais universidades do Brasil e do mundo. Em 2011, a atração passou a integrar a grade Globo Cidadania, que conta também com os programas Globo Ciência, Globo Educação, Globo Ecologia e Ação.

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 Instituto Universitario Nacional del Arte*)

e Mónica Kirchheimer (*Universidad de Buenos Aires e Instituto Universitario Nacional del Arte*), coordenadores nacionais;

María Victoria Bourdieu (*Universidad Nacional de General Sarmiento*);

María Belzunces, Victoria De Michele, Noelia Morales, Laura Oszust, Ezequiel Rivero (*Universidad de Buenos Aires*), colaboradores.

BRASIL

Maria Immacolata Vassallo de Lopes (*Universidade de São Paulo*), coordenadora nacional;

Maria Cristina Palma Mungoli (*Universidade de São Paulo*), pesquisadora adjunta;

Cláudia Freire, Clarice Greco Alves, Helen Emy Nochi Suzuki, Issaaf Santos Karhawi, Ligia Maria Prezias Lemos, Patricia Bieging, Rafaela Bernardazzi Torrens Leite (*Universidade de São Paulo*), pesquisadoras associadas;

Miguel Luiz de Souza, Pedro Zanotto Bazi, Tomaz Affonso Penner (*Centro de Estudos de Telenovela – CETVN da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo*), assistentes de pesquisa.

CHILE

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

Constanza Mujica, Luis
Breull, Alejandro Bruna
(*Pontificia Universidad
Católica de Chile*),
pesquisadores asistentes;
Verónica Silva, pesquisadora
independente.

COLÔMBIA

Borys Bustamante Bohórquez
e Fernando Aranguren
Díaz (*Universidad Distrital
Francisco José de Caldas*),
coordenadores nacionais;
Hernan Riveros, Alejandra
Rusique, Diana Mendoza
(*Universidad Distrital
Francisco José de Caldas*),
pesquisadores associados.

EQUADOR

Alexandra Ayala-Marín e
César Herrera Rivadeneira
(*Centro Internacional
de Estudios Superiores
de Comunicación para
América Latina – Ciespal*),
coordenadores nacionais;
Pamela Cruz Paéz, José Luis
Bedón, Adriana Garrido,
José Rivera (*Centro
Internacional de Estudios
Superiores de Comunicación
para América Latina –
Ciespal*), pesquisadores
associados.

ESPANHA

Charo Lacalle (*Universitat
Autònoma de Barcelona*),
coordenadora nacional;
Mariluz Sánchez, Lucía
Trabajo, Deborah Castro
(*Universitat Autònoma de
Barcelona*), pesquisadoras
associadas;
Anna Alonso, Paola Cabrera,
Belén Granda, Francisca
Nicolau, Germán Muñoz,
Karina Tiznado, Berta
Trullàs (*Universitat
Autònoma de Barcelona*),
colaboradores.

ESTADOS UNIDOS

Juan Pinon (*New York
University*), coordenador
nacional;
Linnete Manrique, Tanya
Cornejo (*New York
University*), pesquisadoras
associadas;
Diana Kamin (*New York
University*), colaboradora.

MÉXICO

Guillermo Orozco Gómez e
Francisco Hernández Lomelí
(*Universidad de
Guadalajara*), coordenadores
nacionais;
Darwin Franco Miguez,

Gabriela Gómez,
Adrien Charlois Allende
(*Universidad de
Guadalajara*), pesquisadores
associados.

PERU

James A. Dettleff e Giuliana
Cassano (*Pontificia
Universidad Católica
del Perú*), coordenadores
nacionais;

Guillermo Vásquez F.
(*Pontificia Universidad
Católica del Perú*),
pesquisador associado;

Rogger Vergara, Tatiana
Labarthe, Thalia Dancuart,
Nataly Vergara (*Pontificia
Universidad Católica del
Perú*), assistentes de
pesquisa.

PORTUGAL

Isabel Ferin Cunha
(*Universidade de Coimbra e
Centro de Investigação
Media e Jornalismo*) e Cata-
rina Duff Burnay
(*Universidade Católica
Portuguesa*), coordenadoras
nacionais;

Fernanda Castilho Santana,
Bianca Faciola (*Universi*

dade de Coimbra), pesquisa-
doras associadas.

URUGUAI

Rosario Sánchez Vilela
(*Universidad Católica del
Uruguay*), coordenadora
nacional;

Paula Santos Vizcaíno, Lucía
Allegro, Eugenia Armúa,
Isabel Dighiero (*Universidad
Católica del Uruguay*),
assistentes de pesquisa.

VENEZUELA

Morella Alvarado Miquilena
(*Universidad Central de
Venezuela*), coordenadora
nacional;

Luisa Torrealba (*Universidad
Central de Venezuela*),
pesquisadora;

Mabel Calderín (*Universidad
Católica Andrés Bello*) e

Carlos Arcila (*Universidad
del Norte*), pesquisadores
associados;

Nazareth Sojo (*Universidad
Central de Venezuela*), Pedro
de Mendonca (*Universidad
Central de Venezuela*),
Andrea Abreu (*Universidad
Católica Andrés Bello*),
assistentes de pesquisa.

SUMÁRIO

NOTA EDITORIAL	15
-----------------------------	-----------

NOTA METODOLÓGICA.....	17
-------------------------------	-----------

PRIMEIRA PARTE

A FICÇÃO NO ESPAÇO IBERO-AMERICANO EM 2012

Síntese comparativa dos países Obitel em 2012	23
<i>Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Guillermo Orozco Gómez</i>	
1. O contexto audiovisual nos países Obitel	24
2. Comparação da ficção televisiva nos países ibero-americanos em 2012	33
3. As dez ficções mais vistas do ano	43
4. O mais destacado do ano nos países Obitel	54
5. Ficção televisiva e recepção transmidiática: interação através das redes.....	60
6. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	76

SEGUNDA PARTE

A FICÇÃO NOS PAÍSES OBITEL EM 2012

1. ARGENTINA: crescimento da produção nacional e seus estilos.....	95
<i>Autores: Gustavo Aprea, Mónica Kirchheimer</i>	
<i>Equipe: María Belzunces, María Victoria Bourdieu,</i>	
<i>Victoria De Michele, Noelia Morales, Laura Oszust,</i>	
<i>Ezequiel Rivero</i>	
1. Contexto audiovisual da Argentina. Panorama do contexto audiovisual em relação à ficção da televisão	95
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana.....	103
3. A recepção transmidiática.....	112
4. O mais destacado do ano	116
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	119

2. BRASIL: a telenovela como fenômeno midiático	129
Autoras: <i>Maria Immacolata Vassallo de Lopes,</i> <i>Maria Cristina Palma Mungioli</i>	
Equipe: <i>Claudia Freire, Clarice Greco, Ligia Maria</i> <i>Prezia Lemos, Issaaf Karhawi, Helen N. Suzuki</i>	
1. O contexto audiovisual do Brasil.....	129
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	138
3. A recepção transmidiática.....	151
4. O mais destacado do ano	154
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	158
3. CHILE: mudanças na indústria	169
Autores: <i>Valerio Fuenzalida, Pablo Julio Pohlhammer</i>	
Equipe: <i>Verónica Silva, Constanza Mujica, Luis Breull,</i> <i>Alejandro Bruna</i>	
1. O contexto audiovisual do Chile.....	169
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	173
3. A recepção transmidiática.....	184
4. O mais destacado do ano	186
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	190
4. COLÔMBIA: violência, entretenimento e espetáculo audiovisual	197
Autores: <i>Boris Bustamante, Fernando Aranguren</i>	
Equipe: <i>Hernán Javier Riveros, Alejandra Rusinque, Diana Mendoza</i>	
1. O contexto audiovisual da Colômbia.....	197
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	207
3. A recepção transmidiática.....	216
4. O mais destacado do ano	219
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	223
5. EQUADOR: a ficção e o humor vão para a internet	233
Autores: <i>Alexandra Ayala Marín, César Herrera</i>	
Equipe: <i>Pamela Cruz Páez, José Luis Bedón,</i> <i>Adriana Garrido, José Rivera</i>	
1. O contexto audiovisual do Equador.....	233
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	242
3. A recepção transmidiática.....	254
4. O mais destacado do ano	258
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	261

6. ESPANHA: a ficção resiste à crise	271
Autora: <i>Charo Lacalle</i>	
Equipe: <i>Mariluz Sánchez, Lucía Trabajo, Deborah Castro, Anna Alonso, Paola Cabrera, Belén Granda, Francisca Nicolau, Germán Muñoz, Karina Tiznado, Berta Trullàs</i>	
1. O contexto audiovisual da Espanha	271
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	279
3. A recepção transmidiática	293
4. O mais destacado do ano	297
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	301
 7. ESTADOS UNIDOS: em busca de um público jovem – o “rebranding” da televisão hispânica	 311
Autor: <i>Juan Piñón</i>	
Equipe: <i>Linnete Manrique, Tanya Cornejo</i>	
1. O contexto audiovisual nos Estados Unidos	311
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	321
3. A recepção transmidiática	333
4. O mais destacado do ano	335
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	338
 8. MÉXICO: o poder da TV na mira. A ficção televisiva entre eleições presidenciais e a ativação das audiências	 347
Autores: <i>Guillermo Orozco, Francisco Hernández, Darwin Franco, Gabriela Gómez, Adrien Charlois</i>	
1. O contexto audiovisual do México	347
2. A análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	359
3. A recepção transmidiática	367
4. O mais destacado do ano	371
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	374
 9. PERU: uma ficção de empreendedores	 379
Autores: <i>James A. Dettleff, Giuliana Cassano, Guillermo Vásquez F.</i>	
Equipe: <i>Rogger Vergara, Tatiana Labarthe, Thalia Dancuart, Nataly Vergara</i>	
1. O contexto audiovisual do Peru	379
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	388

3. A recepção transmidiática.....	401
4. O mais destacado do ano	405
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	407
10. PORTUGAL: ficção e audiências em transição	415
Autoras: <i>Catarina Duff Burnay, Isabel Ferin Cunha</i>	
Equipe: <i>Fernanda Castilho, Bianca Faciola</i>	
1. O contexto audiovisual de Portugal	415
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana.....	424
3. A recepção transmidiática.....	437
4. O mais destacado do ano	441
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	443
11. URUGUAI: procurando um modelo sustentável.....	449
Autora: <i>Rosario Sánchez Vilela</i>	
Equipe: <i>Paula Santos, Lucía Allegro, Eugenia Armúa, Isabel Dighiero</i>	
1. O contexto audiovisual no Uruguai	449
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana.....	458
3. A recepção transmidiática.....	470
4. O mais destacado do ano	473
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	476
12. VENEZUELA: da ficção em suspenso à ficção estatizada	485
Autoras: <i>Morella Alvarado, Luisa Torrealba</i>	
Equipe: <i>Mabel Calderín, Carlos Arcila</i>	
1. O contexto audiovisual da Venezuela.....	486
2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana	498
3. A recepção transmidiática.....	511
4. O mais destacado do ano	514
5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social	517
APÊNDICE: FICHAS TÉCNICAS DOS TOP TEN DOS PAÍSES OBITEL	521

NOTA EDITORIAL

ESTE ANUÁRIO OBITEL 2013 é publicado pela Editora Sulina simultaneamente em três idiomas: em formato impresso em português e espanhol, e em formato digital em inglês. Seus predecessores são: *Anuário Obitel 2007*, publicado em espanhol pela Editorial Gedisa, Espanha; *Anuário Obitel 2008*, publicado em português e inglês por Globo Universidade, sob o selo da Editora Globo, Brasil; *Anuário Obitel 2009*, publicado em espanhol pelo Observatório Europeu de Televisão Infantil (Oeti), Espanha, e em português e inglês pela Editora Globo, Brasil; *Anuário Obitel 2010*, publicado em português e espanhol pelo mesmo grupo editorial; *Anuário Obitel 2011*, publicado por Globo Universidade/Editora Globo em português e espanhol, em formato impresso, e em inglês, em formato de e-book; e *Anuário Obitel 2012*, publicado por Editora Sulina/Globo Universidade em português e espanhol, e em inglês em formato de e-book.

Em julho de 2008, o Uruguai somou-se como novo membro do Obitel. Com a posterior incorporação do Equador a partir de 2010 e do Peru em 2012, o Obitel renovou-se e fortaleceu-se como uma rede internacional focada na pesquisa comparativa da ficção televisiva em 12 países ibero-americanos, os mesmos que agora integram os capítulos nacionais deste anuário. O aumento dos integrantes do Obitel e sua consolidação como projeto intercontinental demonstra sua crescente liderança na análise da ficção televisiva na região.

Os coordenadores-gerais e nacionais deste anuário, desejamos, mais uma vez, tornar explícito nosso agradecimento à Globo Universidade por seu contínuo apoio e decidida participação nesta publicação. Da mesma maneira, reiteramos nosso reconhecimento à colaboração recebida dos institutos: Ibope (Brasil); Time-Ibope (Chile); Ibope (Argentina, Colômbia, Uruguai); Ibope-Time (Equa-

dor); Nielsen-Ibope-AGB (México); Ibope Media Peru (Peru); Media Monitor-Marktest Audimetria (Portugal); Kantar Media and Barlovento Comunicaciones (Espanha); Nielsen Media Research (Estados Unidos); AGB Nielsen Media Research (Venezuela); e de todas as universidades e centros de pesquisa dos países participantes deste *Anuário Obitel 2013*.

NOTA METODOLÓGICA

O OBSERVATÓRIO IBERO-AMERICANO DA FICÇÃO TELEVISIVA, constituído como Obitel desde seu surgimento em 2005, tem se desenvolvido como um projeto intercontinental da região ibero-americana, incluindo países latino-americanos, ibéricos e os Estados Unidos de população hispânica. À época, considerou-se importante falar de um âmbito ibero-americano devido ao crescente interesse de diferentes Estados nacionais de fazerem aí confluir uma série de políticas de produção, troca e criação midiática, cultural, artística e comercial diferenciada, que poderia chegar a se constituir em uma zona de referência geopolítica e cultural importante.

A observação que tem sido realizada pelo Obitel tenta dar conta de pelo menos cinco dimensões desse vasto objeto de análise: produção, exibição, consumo, comercialização e propostas temáticas. A essas dimensões foi acrescentado, a partir do Anuário 2010, o fenômeno da “transmídiação”, que, embora emergente, traz consigo um alto potencial de entendimento da própria produção e das expectativas com a ficção, sua distribuição e consumo pelas empresas e canais televisivos. A transmídiação foi incluída nesse anuário como “tema do ano” e, desde então, está incorporada definitivamente como uma seção permanente do anuário. Com esta análise pretendemos dar conta das novas formas em que as audiências se relacionam e se vinculam com a ficção televisiva que agora assistem e consomem através da internet ou por meio de dispositivos móveis, como celulares, tablets etc.

No presente Anuário 2013, que é o sétimo consecutivo, continuamos com a mesma linha do anterior, focando agora como tema do ano a análise da memória social nos modos como permeia as narrativas de ficção nos países Obitel.

As atividades metodológicas realizadas para este Anuário 2013 foram fundamentalmente as seguintes:

1) Seguimento sistemático dos programas de ficção que são transmitidos pelos canais abertos dos 12 países que participam da rede; para este Anuário 2013, como dissemos na Nota Editorial, o Peru incorporou-se como novo país Obitel.

2) Geração de dados quantitativos comparáveis entre esses países: horários, programas de estreia, número de capítulos, índices, perfil de audiência, temas centrais da ficção.

3) Identificação de fluxos plurais e bilaterais de gêneros e formatos de ficção, o que se traduz nos dez títulos de ficção mais vistos no ano, seus temas centrais, índice de audiência e *share*.

4) Análise das tendências nas narrativas e nos conteúdos temáticos de cada país (dados de consumo de outras mídias e de outros gêneros de programa, investimentos em publicidade, acontecimentos políticos e de políticas do ano), assim como tudo aquilo que cada equipe de pesquisa nacional considerar como “o mais destacado do ano”, especialmente no que se refere às mudanças havidas na produção, nas narrativas e nos conteúdos temáticos preferenciais.

5) Análise da recepção transmidiática e das interações das audiências com a ficção em cada país; na seleção do caso a analisar, se ela foi feita tomando como referência algum dos dez títulos mais assistidos ou outro, que por sua particularidade, apresentou um comportamento peculiar na internet ou em qualquer rede social.

6) Publicação dos resultados do monitoramento sistemático na forma de anuário, com atenção especial a um tema particular. O tema do ano para este Anuário 2013 é **Memória Social e Ficção Televisiva**.

A observação foi desenvolvida por uma rede de equipes de pesquisa de diferentes universidades em 12 países e da região ibero-americana: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Espanha, Estados Unidos, México, Peru, Portugal, Venezuela e Uruguai.

As principais fontes de dados da audiência foram fornecidas pelos institutos que fazem sua medição nesses países: Ibope (Brasil), Time- Ibope (Chile), Ibope (Argentina, Colômbia, Uruguai), Ibope-Time (Equador), Nielsen-Ibope-México (México), Ibope

Media Peru (Peru), Media Monitor-Marktest Audimetria (Portugal), Kantar Media and Barlovento Comunicaciones (Espanha), Nielsen Media Research (Estados Unidos), AGB Nielsen Media Research (Venezuela).

Além disso, trabalhamos, também, com os dados gerados no interior das equipes de pesquisa a partir de outras fontes, como notas de imprensa, informação da internet, material de áudio e vídeo, assim como aquelas derivadas de contatos diretos com agências e profissionais do meio audiovisual de cada país.

O tratamento estatístico dos dados foi efetuado em função de *tipologias produtivas* (grades de programação, faixas horárias, tempo de duração de cada ficção, capítulos ou episódios) e *tipologias de medição* (índices de audiência, *ratings*, *share*), o que permite o desenvolvimento de quadros comparativos sobre as condições de oferta e os perfis de produção de ficção televisiva em cada país, os quais incluem categorias tais como: volume de programação, formatos, produtores, roteiristas, criadores e estratégias de exibição, entre outras.

A análise geral deste anuário é dividida em três partes.

A primeira parte, “A Ficção no Espaço Ibero-Americano no Ano”, apresenta uma **síntese comparativa da ficção dos países Obitel**. Essa comparação é feita a partir de uma perspectiva quantitativa e qualitativa que permite observar o desenvolvimento da ficção em cada país, destacando suas principais produções, assim como o tema do ano, aqui, “Memória Social e Ficção Televisiva”.

A segunda parte, “A Ficção nos Países Obitel”, é formada por **12 capítulos** (um por cada país), com uma estrutura interna composta por seções fixas, embora algumas sejam mais específicas que outras. As seções que integram cada um dos capítulos são as seguintes:

1) O contexto audiovisual do país, que apresenta informação geral do setor audiovisual em relação com a produção de ficção televisiva: história, tendências e fatos mais relevantes.

2) Análise da ficção de estreia do ano: é feita por meio de diversas tabelas que apresentam dados específicos dos programas

nacionais e ibero-americanos que estrearam em cada país. Nessa seção uma ênfase singular é colocada sobre **os dez títulos mais vistos** do ano.

3) Recepção transmidiática: é apresentada e exemplificada a oferta que as redes de televisão propiciam às suas audiências para que possam consumir suas produções na internet, bem como a descrição do tipo de comportamento que as audiências realizam por si mesmas para ver, consumir e participar de suas ficções nas páginas e sites da internet.

4) Produções mais destacadas do ano: as mais importantes, não apenas quanto à média de audiência (*rating*), mas também em termos de impacto sociocultural ou de inovação que tenham gerado na indústria da televisão e no mercado.

5) Finalmente, o Tema do ano, que nesta publicação é: “Memória Social e Ficção Televisiva”. Aqui, oferece-se uma análise das maneiras em que as ficções trabalham relatos que ocorrem total ou parcialmente em um passado (remoto ou próximo) e como fazem alusão a este nas histórias ambientadas na atualidade. Neste anuário buscou-se fazer uma análise das representações, que combina não apenas o seguimento das produções nos canais abertos dos diferentes países, mas também a análise do espaço imaginado, recordado, do qual emerge uma memória particular, uma *memória midiática* construída pela ficção televisiva durante décadas de contato diário com o povo de uma nação.

A terceira parte é um “Apêndice” onde se reúnem as **fichas técnicas dos dez títulos de ficção mais vistos** de cada país, com a informação básica e necessária dessas produções.

PRIMEIRA PARTE

A FICÇÃO NO ESPAÇO IBERO-AMERICANO EM 2012

SÍNTESE COMPARATIVA DOS PAÍSES OBITEL EM 2012

Maria Immacolata Vassallo de Lopes,
Guillermo Orozco Gómez

Esta primeira parte do Anuário Obitel apresenta um panorama comparativo e sintético dos principais dados do monitoramento realizado no ano de 2012 da produção, circulação e recepção de programas de ficção televisiva inéditos em países ibero-americanos nesse ano.

Foram registrados programas ficcionais de 75 canais de televisão aberta, privados e públicos, de alcance nacional, nos 12 países que constituem o âmbito geocultural do Obitel¹.

Tabela 1. Países membros do Obitel e canais analisados – 2012

Países Obitel	Canais privados	Canais públicos	Total de televisões
Argentina	América 2, Canal 9, Telefé, El Trece	Televisión Pública	5
Brasil	Globo, Record, SBT, Band, Rede TV!	TV Brasil	6
Chile	UCV TV, Canal 13, Telecanal, Red, Chilevisión, Mega	TVN	7
Colômbia	RCN, Caracol, Canal Uno	Señal Colombia, Canal institucional	5
Equador	Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno	ECTV, Gama TV, TC Televisión	7
Espanha	Antena3, Tele5, Cuatro, LaSexta	La1, La2	6 ²

¹ Em 2012, o Peru passou a integrar o Obitel.

² A Espanha possui 30 canais de televisão autônoma, não analisados neste capítulo comparativo, que reúne somente as emissoras de cobertura nacional em cada país. Os dados mais significativos desses canais regionais ou locais podem ser encontrados no capítulo da Espanha neste anuário.

Estados Unidos	Azteca America, Estrella TV, MundoFox, Telemundo, UniMás, Univisión, V-me		7
México	Televisa, TV Azteca, Cadena Tres	Once TV, Conaculta	5
Peru	Frecuencia Latina, América Televisión, Panamericana Televisión, ATV, Global TV	TV Perú	6
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2	4
Uruguai	Montecarlo TV, Saeta, Teledoce / La Tele	Televisión Nacional (TNU)	4
Venezuela	Canal I, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevisión	ANTV, Tves, C.A. Tele Sur, VTV, Vive TV	13
Total	54	21	75

No universo de 75 canais abertos de alcance nacional dos 12 países Obitel, as emissoras de capital privado totalizam 54 (72%), ou seja, mais que o dobro das públicas, que são 21 (28%). O único país que possui a mesma quantidade de emissoras privadas e públicas é **Portugal**. Na **Colômbia**, **Equador** e **México**, o número de emissoras públicas fica muito próximo ao de emissoras privadas. Nos outros países, predominam largamente as emissoras privadas. Os **Estados Unidos** são o único país em que não existe canal público, no nosso caso, dirigido à população hispânica.

1. O contexto audiovisual nos países Obitel

Alguns fatos chamaram a atenção no **panorama das comunicações** nos países do âmbito Obitel. O primeiro deles refere-se ao cenário de transformações que temos observado em relação às novas formas de consumir conteúdo televisivo. O assunto, que foi registrado como tema do ano no Anuário Obitel 2010, vem se destacando nas análises efetuadas pelo Observatório desde então, e continua apresentando-se como um dos grandes desafios para as empresas especializadas em medições da audiência, conforme discutem alguns países. Buscam-se novas metodologias de aferição de audiência em

um contexto de ampla e complexa transformação das tecnologias de produção, circulação e recepção dos meios, dando origem ao assim chamado ecossistema comunicativo ou midiático.

Essas transformações impactam de maneira flagrante os “modos de fazer” e os “modos de dizer” (De Certeau, 2007) dos meios tradicionais baseados na verticalidade dos processos de comunicação. Nesse contexto, verificou-se nos países Obitel, em 2012, o aumento expressivo no uso da internet, da telefonia móvel e a consolidação dos meios digitais como plataforma de informação e comunicação. A dinâmica desse movimento tem por base o crescimento do número de usuários de redes sociais e a ampliação da oferta de conteúdos televisivos para tecnologias móveis.

O desafio que então se coloca, tanto para os pesquisadores acadêmicos como para os pesquisadores das empresas de monitoramento da audiência, reside principalmente na busca de mecanismos para a compreensão dos novos modos de fazer e de dizer que encontram seu *locus* por excelência nas redes sociais e nos dispositivos móveis de recepção e distribuição de conteúdo televisivo, caracterizando a *mass self communication* (Castells, 2009). A preocupação com essa busca está subjacente nos capítulos dos países que compõem o presente anuário e no resumo que apresentamos nesta síntese comparativa.

Outro aspecto a ser destacado no cenário ibero-americano de televisão em 2012 refere-se às políticas de comunicação voltadas para ampliar a oferta de conteúdos nacionais na televisão, como é o caso da **Argentina**, **Equador** e, principalmente, **Brasil**.

Panorama da audiência

No cenário das **audiências** em 2012, observa-se o destaque que **México**, **Brasil** e **Portugal** dão à utilização de novas técnicas de medição para mapear o movimento das audiências que não mais se circunscrevem ao conteúdo veiculado exclusivamente pela plataforma televisiva. Esse movimento, acompanhado pelo Obitel desde 2010, é marcado por possibilidades múltiplas de recepção exigindo metodo-

logias diferenciadas para acompanhar, por exemplo, o consumo de ficção por meio de dispositivos móveis e *video on demand* (VoD).

No **México**, destaca-se acordo para veiculação de conteúdo ficcional da Televisa na plataforma de VoD Netflix. Na **Argentina**, houve a manutenção da média geral de *rating* da TV aberta com a America2 liderando em *rating* e a Telefé em *share*. No **Brasil**, a Globo continuou a liderar com grande vantagem os índices de audiência e *share* da programação de ficção. Já a **Colômbia** observou a ascensão, devido ao sucesso de sua programação de ficção, do canal Caracol, que superou, pela primeira vez em muito tempo, em *rating* e *share* a RCN. No **Ecuador**, a emissora líder de audiência e *share* foi a Ecuavisa, enquanto a TV Televisión comandou a audiência dos programas de ficção. Na **Espanha**, a Tele5 liderou em termos de *share*. Nesse país, o tempo de consumo televisivo diário bateu recorde, atingindo 46 minutos por telespectador. Além disso, a ficção foi o gênero com maior espaço na grade televisiva espanhola. A Televisa manteve a liderança no **México** e, em **Portugal**, a TVI comandou os índices de audiência e *share*, com a SIC ganhando peso no *prime time* através da exibição de telenovelas brasileiras. No **Uruguai**, a emissora com maior audiência e *share* foi Teledoce/La tele, e na **Venezuela**, a Venevisión manteve a liderança, com expressivos 80% da audiência. Já nos **Estados Unidos** a Univision Communications **liderou com folga o *rating*, principalmente quando se somam as audiências das duas irmãs da rede (Univisión e UniMás), chegando a atingir 70%.**

Investimento publicitário

Mesmo em um cenário cada vez mais fortemente marcado pela concorrência com as mídias digitais, houve crescimento do **investimento publicitário** em TV aberta na **Argentina, Brasil, Colômbia, México e Peru.**

Já a crise econômica observada na **Espanha** e em **Portugal** foi apontada como a principal responsável pela diminuição de investimento publicitário nos dois países ibéricos. Na **Argentina**, apesar

do aumento no investimento publicitário, o tempo destinado às propagandas na TV aberta diminuiu. Mesmo em um cenário de queda de investimento publicitário, em **Portugal** a televisão recebeu 75% do investimento publicitário. No **Peru** alcançou a marca de 72%, enquanto no **Brasil, Equador e México**, a TV recebeu mais da metade do total de investimento publicitário.

No **Brasil**, os principais anunciantes foram os setores de varejo, beleza, mercado financeiro e bebidas. Na **Venezuela**, foram alimentação, saúde e vestuário, e motivo de destaque são os anúncios de serviços de segurança e seguradoras. Na **Espanha, Equador e Venezuela**, entre os anunciantes, destacam-se as instituições públicas. Em relação aos investimentos publicitários em internet e redes sociais, observa-se um crescimento significativo no **Brasil, Espanha, Portugal e Uruguai**.

Quanto aos gêneros televisivos, observa-se que na **Colômbia** as faixas horárias que exibem ficção receberam o maior investimento em publicidade, e, no **Equador**, verificou-se que entre 2007 e 2011 as telenovelas captaram um terço dos investimentos publicitários. No **México**, ganham destaque as chamadas “telenovelas de marca”, produções que utilizam um modelo conhecido como “publicidade narrativa”, formato que apresenta determinada marca como elemento narrativo.

Merchandising e merchandising social

Os países do âmbito Obitel continuam a exibir o **merchandising** comercial, também chamado de *product placement*, inserido nas tramas de suas ficções. A prática é mais comum em países como **Argentina, Brasil, Colômbia, México e Peru**, e concentra-se no horário nobre. Os produtos mais comumente anunciados são eletrodomésticos, alimentos e cosméticos. Ressalte-se que o *product placement* é proibido na **Venezuela**.

Em muitos países, as narrativas ficcionais apresentam temas sociais abordados de maneira educativa, o chamado **merchandising social**. Em 2012, um dos temas mais presentes foi a discriminação,

abordada em ficções na **Argentina**, nas minisséries *El paraíso*, *Los pibes del puente* e *La viuda de Rafael*; no **Brasil**, nas telenovelas *Avenida Brasil* e *Aquele beijo*; no **México**, na série *Kipatla: para tratarnos igual*, e no **Peru**, na série *Solamente milagros* (temporadas 1 e 2) e na minissérie *Conversando con la luna*. Também o *bullying* foi tratado na série *Graduados*, da **Argentina**, e na *soap opera* *Malhação* e na telenovela *Rebelde*, no **Brasil**. Os dois países também apresentaram em comum o tema da violência contra mulheres, na telenovela *Maltratadas*, da **Argentina**, e nas telenovelas *Vidas em jogo* e *Corações feridos*, do **Brasil**. O alcoolismo foi tema nas telenovelas *Rebelde* e *Corações feridos*, do **Brasil**, e em episódios da série *Tu decides*, na **Venezuela**.

As ficções do **Brasil** também inseriram em suas tramas assuntos como adoção de crianças, nas telenovelas *Salve Jorge* e *Vidas em jogo*; tráfico de pessoas, na telenovela *Salve Jorge*; e direitos das trabalhadoras domésticas, na telenovela *Cheias de charme*. O **México** apresentou, ainda, a discussão sobre o combate ao narcotráfico na série *La teniente* e as condições de trabalho da Cruz Vermelha na série *Paramédicos*.

Um aspecto importante do *merchandising* social refere-se a ações socioeducativas que incidem fortemente em campanhas sociais para além das telas. Foi o que ocorreu no **Brasil** com a participação de atrizes da telenovela *Cheias de charme* em campanha sobre os direitos dos trabalhadores domésticos promovida pelas Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres (ONU Mulheres) e pela Organização Internacional do Trabalho (OIT); e dos atores de telenovela na **Colômbia** que participaram da “Caminata Solidaridad por Colombia” e do “Carnaval de Barranquilla”, campanhas de causas humanitárias e sociais.

Políticas de comunicação

Dois fatos de **políticas de comunicação** ganharam relevância no cenário dos países *Obitel*: a implantação da Televisão Digital

Terrestre (TDT) e a adoção de medidas específicas em relação à produção e à transmissão de conteúdo audiovisual.

Observam-se estágios bastante diferentes entre os países analisados em relação à implantação da TDT. **Portugal** celebrou o fim da transmissão analógica em abril de 2012, enquanto o **Uruguai** aprovou, em maio do mesmo ano, o regulamento para a instalação da TV digital no país, o mesmo acontecendo no **Equador**, que teve aprovado, em outubro de 2012, o plano de transição para a Televisão Digital Terrestre. Já na **Colômbia** a implantação da TDT está em andamento, com cobertura abrangendo apenas as maiores cidades, como Bogotá e Medellín. Tal como no **Peru**, cuja televisão digital iniciou transmissões em 2010 e encontra-se em implementação, no **Chile**, a TDT também está em fase de implementação, sem uma legislação para subsidiá-la. Nesse país, há debate sobre a capacidade do mercado publicitário de suportar as demandas de segmentação dos canais digitais, que abrem competição direta com a TV por assinatura.

No que tange à produção de conteúdos para televisão, houve de comum em diversos países do âmbito Obitel a adoção de medidas e de legislação que buscam não apenas salvaguardar a exibição de produtos nacionais, mas também promover o desenvolvimento ou fortalecimento da indústria nacional. No **Brasil**, as principais mudanças decorrentes da Lei 12.485/2012, chamada de “lei do cabo”, devem-se à obrigatoriedade de exibição de cotas de ficção nacional nos canais de TV paga. Essa política vem provocando mudanças de grande importância no cenário audiovisual brasileiro, sendo responsável pela formação de tendências como: aumento no número de produtoras independentes; migração de profissionais da publicidade e cinema para a TV; proporcionalidade de canais nacionais e independentes nos pacotes oferecidos pelas operadoras; e aumento dos recursos disponíveis para a produção televisiva. Essa nova frente de produção tem ainda propiciado o surgimento de algumas produções marcadas por experimentações em temas e formatos ficcionais. Na **Argentina**, está em trâmite desde 2009 a Lei de Serviços de Comunicação Au-

diovisual. Além disso, o Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales prossegue com o desenvolvimento do Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino, que vem impulsionando a produção audiovisual nacional a partir de empresas independentes. Algo parecido acontece no **Ecuador**, que pretende dinamizar a produção nacional de audiovisual para se adaptar ao modelo digital (por meio do *Plan Maestro de Transición a la Televisión Digital Terrestre en el Ecuador*, aprovado em 2012), visto que a programação no país é fortemente marcada por conteúdos estrangeiros.

No **Uruguai**, a constituição do Comitê Consultivo pelo direito das crianças e dos adolescentes, liberdade de expressão e meios de comunicação impulsionou debates sobre a regulamentação da comunicação. Também no **Peru**, o Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) realizou audiências públicas pelo país que colocaram em pauta assuntos como infância, gênero e igualdade.

Por outro lado, a **Venezuela** destaca que as políticas de intervenção do Estado preocupam jornalistas, acadêmicos e defensores dos direitos humanos, devido ao controle da informação e à censura, que ocultam a violência no país. No **México**, o movimento de base popular #YoSoy132 cresceu nas redes sociais e denunciou o favoritismo que os meios garantiam ao então candidato, hoje presidente, Peña Nieto. O movimento, composto principalmente por estudantes universitários, também reivindica direitos relacionados à democratização da comunicação. Em **Portugal**, o governo apresentou projetos para concessão de canais públicos da RTP a setores privados com o objetivo de diminuir os gastos públicos. Na **Colômbia**, foi estabelecida uma política de redução de custos objetivando atrair a gravação de filmes estrangeiros no país.

No que diz respeito ao sistema *broadcasting*, notam-se mudanças especialmente no **Chile**, **Espanha** e **Estados Unidos**. O mercado televisivo no **Chile** continua apresentando mudanças relativas à privatização de emissoras, digitalização da TV e aquisição ou fusão entre emissoras. O canal CHV (antigo canal da Universidade do Chile), adquirido em 2010 pela Turner Broadcasting System, da

Time Warner, lançou um projeto ambicioso que inclui a criação de novos estúdios com a intenção de produzir conteúdos para a TV nacional e internacional. A **Espanha** sofre mudanças principalmente relacionadas à fragmentação do sistema televisivo e à crise econômica. Em 2012, houve a fusão dos canais Tele5 e Cuatro, enquanto a Antena3 absorveu a LaSexta. No cenário de crise, também as emissoras autônomas estão em risco de privatização. Os **Estados Unidos** passam por um momento de reposicionamento das emissoras, que buscam a audiência entre públicos mais jovens. A Telefutura passou a se chamar UniMás, e foi criado o canal MundoFox, com programação da RCN colombiana.

TV pública

De maneira geral, os canais de **TV pública** dos países Obitel enfrentam dificuldades para alcançar ou impactar um público maior. No **Brasil**, o único canal público, a TV Brasil, apresenta problemas de sintonização do sinal analógico no país, mas possui um canal internacional, o TV Brasil-Canal Integración, que transmite via satélite para países da América Latina, Estados Unidos, Portugal e África. As TVs públicas de **Portugal** e **Espanha** sofrem com a crise econômica e, como foi dito, há perspectivas de passarem para a iniciativa privada. Na **Colômbia**, apesar do valor educativo e cultural da programação, os canais públicos apresentaram pouca audiência. Já a **Argentina** continua investindo na rede nacional pública, que também distribui canais abertos de TV digital.

Em relação ao conteúdo das ficções, no **México** os canais públicos procuraram modificar os estereótipos do indígena apresentado geralmente como submisso e ignorante, ao mesmo tempo em que ficcionalizaram ações governamentais de combate ao crime organizado. No **Equador**, o canal público ECTV foi o que apresentou maior produção nacional, com programas ficcionais em diferentes formatos, mas também exibiu séries dos Estados Unidos e telenovelas japonesas e coreanas. A **Venezuela** apresentou conteúdos importados do Japão, Coreia do Sul, China, França, Itália e Reino Unido.

A abrangência nacional dos canais públicos foi amplamente utilizada no **Peru** e na **Venezuela** para a veiculação de propagandas do governo e de atos oficiais. No **Peru**, observou-se que o último capítulo da única ficção produzida no ano pela TV Perú foi interrompido para a transmissão do discurso do presidente da República, sendo que os dez minutos finais desse capítulo acabaram não sendo transmitidos.

TV paga

Também em relação à **TV paga** observam-se entre os países do âmbito Obitel situações diversas, que vão do crescimento e expansão do setor, como ocorreu no **Brasil**, **Colômbia**, **México** e **Uruguai**, até a suspensão de alguns serviços e o forte aumento de impostos, como registrados na **Espanha**.

Colômbia, **Uruguai** e **Brasil** apresentaram crescimento no número de assinantes. No **Brasil** enfatiza-se o importante aumento na base de assinantes de TV paga relacionado diretamente à ascensão da chamada “nova classe C”, fato que vem sendo destacado nos dois últimos anuários Obitel. Além disso, há um forte estímulo à produção nacional devido à “nova lei do cabo”, regulamentada em 2012.

Na **Argentina**, a TV paga possui grande penetração, atingindo 76% das residências. O **Chile** e a **Venezuela** demonstraram a intenção de futuramente reformular e/ou regulamentar o setor. Nos **Estados Unidos**, o setor apresentou pouca movimentação, destacando-se a expansão da Univisión. Já em **Portugal** foram realizadas alterações nas metodologias de aferição das audiências, fato que ressaltou o papel da televisão a cabo. É interessante notar que o **Peru** registra a presença de empresas informais de TV paga operando em seu território.

Tecnologias da informação e da comunicação

Observou-se nos países Obitel, em 2012, a tendência ao aumento no uso da internet e da telefonia móvel e a consolidação dos

meios digitais como plataforma de informação e comunicação. As emissoras de televisão procuraram ampliar a oferta de conteúdos para **tecnologias móveis**. Além disso, os usuários das redes sociais continuaram crescendo. O Facebook atingiu a liderança entre as redes sociais no **Brasil** e na **Colômbia**. Em **Portugal**, a utilização da internet ocorreu mais intensamente entre estudantes e nas classes sociais mais elevadas, enquanto no **Brasil** o aumento do uso da internet deveu-se ao aumento da classe C, responsável por metade dos acessos ao Facebook e ao Twitter.

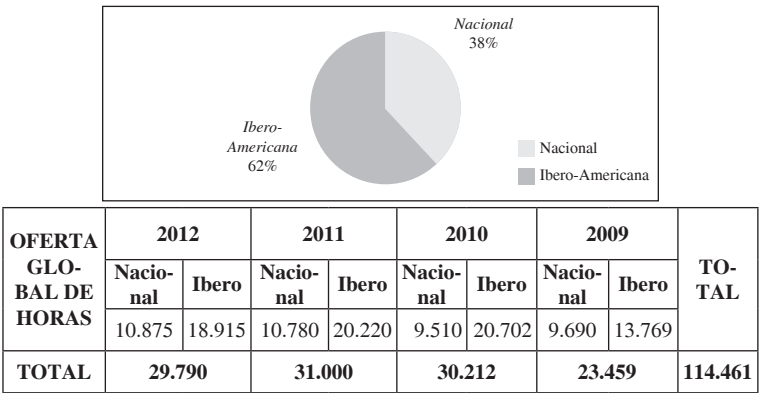
Em relação à **tecnologia digital**, observa-se que no **México**, apesar da transição digital já iniciada, grande parte da população não possui equipamento para receber o conteúdo digital. O **Peru**, através da América Televisión, produziu conteúdo digital via tecnologia sem fio para celulares com sintonizador digital, e o **Brasil** ofereceu sua programação de televisão em diversas telas móveis. Na **Argentina** destaca-se a produção de webséries para celulares, enquanto na **Espanha** chamam a atenção os conteúdos produzidos para iPhone e Android. No **Chile** e **Venezuela**, na área da telefonia, o número de celulares superou o de habitantes.

No âmbito Obitel, constatou-se no ano de 2012 que a relação entre televisão e internet se estreita e se combina, confirmada por processos de convergência e de transmidiação.

2. Comparação da ficção televisiva nos países ibero-americanos em 2012

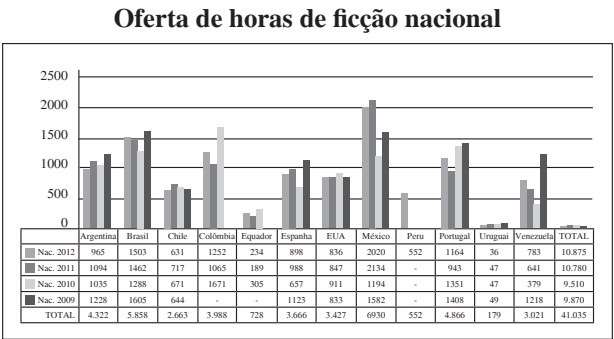
Nesta seção do Obitel oferecemos um panorama comparativo, sincronicamente e diacronicamente, dos últimos quatro anos de observação nos países membros da rede. Recebem destaque, por razões óbvias, os resultados da análise do ano em questão, mas foi feito um esforço especial para dimensioná-lo historicamente, visando ter uma perspectiva de tendência no desenvolvimento e na troca da produção, transmissão e recepção de ficção televisiva na região.

Tabela 2. Oferta de horas de ficção nacional e ibero-americana – 2009 a 2012



A oferta nacional e ibero-americana global diminuiu, em 2012, com respeito ao ano anterior, embora a oferta total de ficção nacional tenha aumentado em pouco mais de cem horas, em parte devido à incorporação do **Peru**, mas também porque países como **Brasil, Equador, Colômbia e Portugal** aumentaram consideravelmente o número de horas de ficção nacional.

Tabela 3. Oferta de horas de ficção nacional e ibero-americana por país – 2009 a 2012³

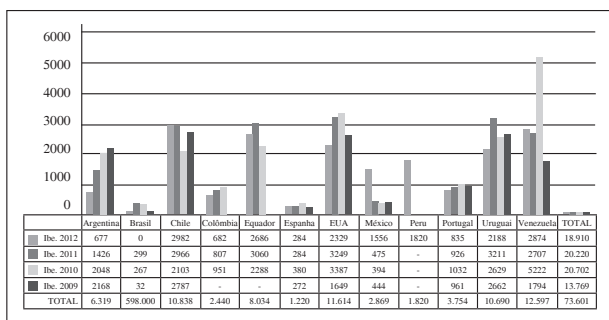


³ Em todas as tabelas, um espaço vazio representa a ausência desse país no ano de referência. Quando aparece o número “0”, significa que esse país não apresentou o dado de referência.

As horas de ficção nacional ofertadas são a prova mais confiável do tamanho das indústrias em cada um dos países, isto é, de sua capacidade produtiva. Como é possível ver na tabela acima, o grupo de países com maior produção de ficção nacional nos últimos quatro anos está constituído pelo **México, Brasil e Portugal**. A seguir está o grupo formado por **Argentina, Colômbia e Espanha**. O terceiro grupo é integrado pelos **Estados Unidos, Venezuela e Chile**; e o quarto por **Equador, Peru e Uruguai**.

No ano de 2012, a oferta anual de horas de ficção nacional aumentou na metade dos países, o que é indicador de mais tempo de ficção nacional na tela. São eles **Brasil, Colômbia, Equador, Portugal e Venezuela**. Os outros países, **Argentina, Chile, Espanha, Estados Unidos, México e Uruguai**, caíram em comparação com o ano anterior.

Oferta de horas de ficção ibero-americana

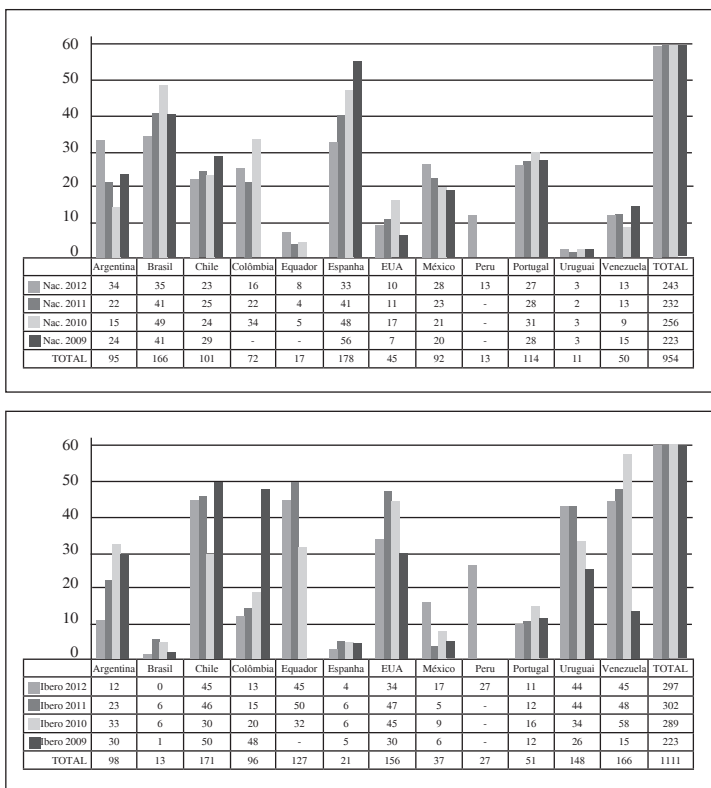


Os países Obitel que mais transmitem ficção ibero-americana são **Chile, Equador, Estados Unidos, Peru, Uruguai e Venezuela**. Contudo, a tendência não é a mesma em todos, uma vez que enquanto **Equador, Estados Unidos e Uruguai** diminuíram o número de horas de ficção ibero-americana, o **Chile** e a **Venezuela** aumentaram em 2012, levemente, a transmissão dessa ficção.

O **Peru** passa a fazer parte dessa lista de países que importam ficção ibero-americana, uma vez que o número de horas de ficção

nacional é três vezes menor que a quantidade de horas de ficção ibero-americana. Destaca-se o caso do **Brasil**, porque em 2012 não apresentou nenhuma hora de ficção ibero-americana.

Tabela 4. Oferta de títulos de ficção nacional e ibero-americana 2009-2012



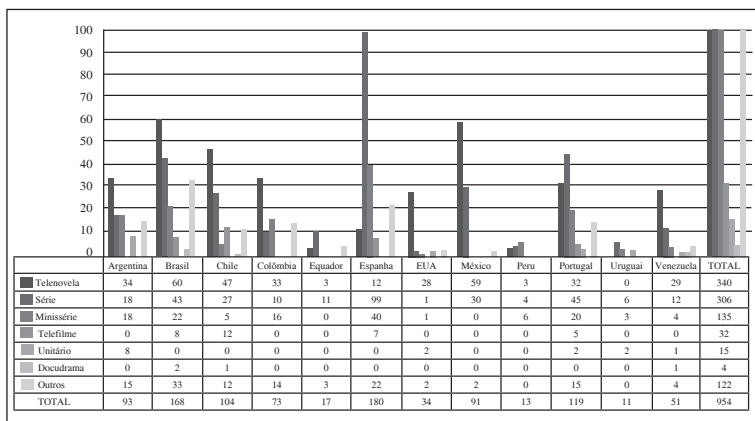
Com exceção da **Argentina**, **Ecuador** e **México**, que aumentaram a produção de títulos de ficção nacional, e da **Venezuela**, que manteve a mesma quantidade que no ano passado, no resto dos países do Obitel a produção de títulos de ficção nacional diminuiu. Cabe destacar o caso do **Ecuador**, em que o aumento do ano de 2011 para o de 2012 foi de quatro para oito títulos de ficção. A redu-

ção de títulos de ficção nacional em **Portugal** e nos **Estados Unidos** foi mínima, enquanto no resto dos países chegou a 25%.

Quais seriam as razões dessa redução? De acordo com o que foi reportado em cada um dos capítulos deste anuário, alguns países, como **Portugal** e **Espanha**, diminuíram sua produção devido aos problemas econômicos que frearam a produção de ficção nos canais públicos. No caso de **Brasil**, **Colômbia** e **Chile**, a redução de títulos responde a fatores empresariais, pois algumas das emissoras que produziam ficção não estrearam títulos em 2012. Isso, como no caso do **Brasil**, não significou uma diminuição nas horas de transmissão de ficção.

Em relação aos títulos de ficção ibero-americana, com exceção do **Uruguai**, que manteve em suas telas o mesmo número de ficções que no ano anterior, e do **México**, que aumentou significativamente os seus títulos, os outros países do Obitel diminuíram a oferta de títulos de ficção ibero-americanos, o que quer dizer que importaram menos. Ao mesmo tempo, **Chile**, **Equador**, **Uruguai** e **Venezuela** estrearam mais de 40 títulos de ficção ibero-americana em suas programações.

**Tabela 5. Formatos de ficção nacional
e número de títulos – 2009 a 2012**



* O tempo contado exclui os cortes comerciais.

A Tabela 5 mostra o número de títulos e formatos da ficção no âmbito do Obitel de 2009 a 2012. **Espanha** e **Brasil** são líderes no quesito produção de títulos, seguidos por **Portugal**, **Chile**, **Argentina**, **México** e **Colômbia**.

Em relação aos formatos, em 2012 a telenovela continua reinando na ficção, apesar do crescimento constante do formato Série, que ameaça acabar com essa hegemonia, pois faltam apenas 40 para que atinja o mesmo número de títulos. Contudo, é preciso dar o desconto de que 1/3 do total das séries está concentrado em um único país, a Espanha. A telenovela continua sendo o produto líder em países como o **Brasil** e o **México**, que se destacam na quantidade de sua produção de ficção, com 60 e 59 títulos nacionais. O **Chile** tem 47 títulos de telenovela, enquanto **Argentina**, **Colômbia**, **Portugal**, **Estados Unidos** e **Venezuela** estão na faixa dos 30 títulos. O **Equador** e o **Peru** produziram apenas três títulos desse formato de ficção.

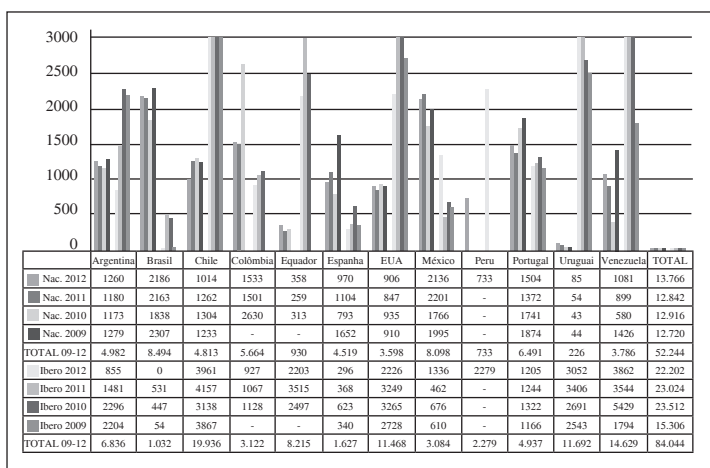
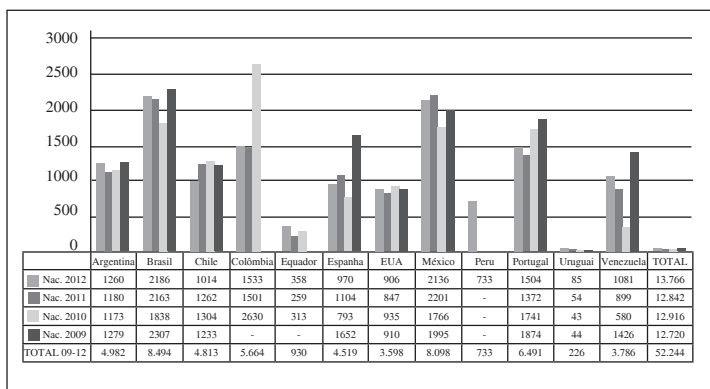
O formato Série continua sendo o que tem mais títulos na **Espanha**, com quase cem. **Brasil** e **Portugal** vêm a seguir, com 43 e 42 títulos, respectivamente, enquanto o **México** está em quarto lugar, com 30. Esses dados indicam, em geral, uma crescente produção do formato Série na ficção ibero-americana, apesar de haver países do Obitel, como o **Peru** e os **Estados Unidos**, que produziram menos de cinco, e o **Uruguai**, que tem seis títulos.

No formato Minissérie também se observa uma situação desigual entre os países. Enquanto a **Espanha** é o país que produziu mais títulos, com 40, **Brasil**, **Portugal**, **Argentina** e **Colômbia** estão na faixa dos 20 títulos em 2012. Os outros países tiveram em torno de cinco títulos, e o **México** e o **Equador** não apresentaram nenhum.

No formato Telefilme, o **Chile** e o **Brasil**, com 12 e oito títulos, respectivamente, seguidos pela **Espanha**, com sete títulos, são praticamente os únicos que produzem esse tipo de formato. No Dramatizado Unitário, destaca-se a **Argentina**, com oito títulos, seguida pelos **Estados Unidos** e pelo **Uruguai**, com dois cada um, e pela **Venezuela**, com um título. Os outros países do Obitel não

produziram esse tipo de formato em 2012. Quanto ao Docudrama, somente registraram produção o **Brasil**, com dois títulos, e o **Chile** e a **Venezuela**, com um título cada país.

Tabela 6. Oferta de capítulos/episódios de ficção nacional 2009-2012



Destacam-se aqui o **Brasil** e o **México**, com mais de 2 mil capítulos ou episódios de ficção nacional, seguidos pela **Colômbia** e **Portugal**, com mais de 1.500, tudo isso em 2012. O país que me-

na produção registrou nessa rubrica foi o **Uruguai**, com apenas 85, seguido por **Equador**, **Peru**, e **Espanha**, que não ultrapassam os mil. Contudo, é preciso assinalar que tanto o **Uruguai** quanto o **Equador** tiveram um aumento muito significativo em sua produção de ficção nacional em comparação com o ano anterior, uma vez que o incremento desses países ficou na casa dos 30%.

Em relação ao histórico 2009 a 2012, o **Brasil** e o **México** mantêm uma grande distância com respeito ao resto dos países do Obitel, uma vez que estão acima dos 8 mil capítulos. Seus competidores mais próximos estão na faixa dos 4 e 3 mil episódios.

Este ano de 2012 foi significativo no que se refere ao aumento de títulos no âmbito Obitel, já que em 2011 foram cerca de mil capítulos ou episódios.

Resulta muito significativo pensar na tradução da quantidade de capítulos ou episódios em produção de ficção de longa ou curta serialidade e na valorização cultural e capacidade produtiva demonstrada por um país.

Quanto a capítulos e episódios de ficção ibero-americana, a maioria dos países do Obitel diminuiu seu registro. O **Brasil** deixou de transmitir ficção ibero-americana completamente neste ano, e o **México** e a **Venezuela** foram os únicos países que aumentaram consideravelmente sua transmissão ibero-americana, com mais de 1.300. Apesar do caso desses dois últimos países, o conjunto tem como resultado a redução de mil capítulos em comparação com 2011.

Da mesma maneira, o gráfico mostra os países que dependem da importação de ficção, por exemplo, **Chile**, **Equador**, **Estados Unidos**, **Uruguai** e **Venezuela**. Por sua vez, o **Peru**, em 2012, mostra a mesma tendência, dado que foi um dos países que transmitiu mais episódios ibero-americanos.

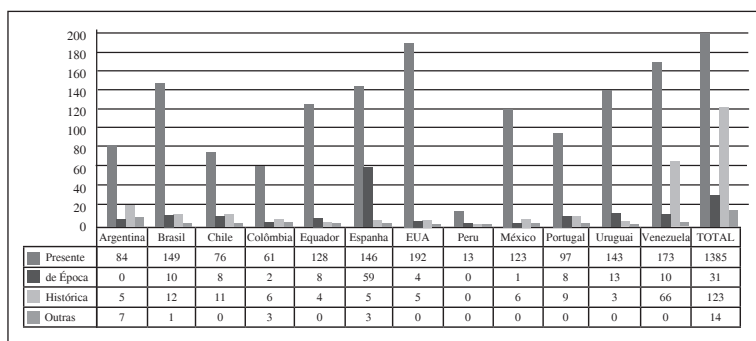
Tabela 7. Coproduções 2009- 2012

CO-PRO- DUÇÕES	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	Equador	Espanha	Estados Unidos	México	Peru	Portugal	Uruguai	Venezuela	TOTAL
2012	0	1	0	0	0	2	3	1	7	2	9	0	25
2011	1	0	0	3	6	0	3	0	-	0	1	2	16
2010	1	3	0	0	0	2	1	1	-	1	3	0	12
2009	3	0	2	-	-	6	0	1	-	0	4	2	18
TOTAL 2009-12	5	4	2	3	6	10	7	3	7	3	17	4	71

No que se refere a coproduções, o **Uruguai** e o **Peru** são os que tiveram o maior número neste ano. O primeiro país se destaca com nove, e o segundo, com sete. Os **Estados Unidos** estão a seguir, com três, a **Espanha** e **Portugal** com dois e o **Brasil** com uma. O **México**, que não costuma fazer coproduções ultimamente, teve uma em 2012. Apesar dos poucos casos de coprodução em 2012, há um aumento em relação a 2009, o que pode guardar relação com o caso peruano, uma vez que em 2009 foram registrados 18 casos, e em 2012 foram 25 casos.

Em relação ao histórico 2009-2012, o **Uruguai** e a **Espanha** são os países que mais usam o modelo de coprodução. Destaca-se o caso dos **Estados Unidos**, país que cresceu na indústria da ficção com base nesse tipo de processo. Caso contrário ao da **Argentina**, que, apesar de ter realizado cinco coproduções, vem diminuindo esse número desde 2009, e em 2012 não apresentou nenhuma. Os outros países tiveram um desempenho irregular no que se refere a coproduções.

Tabela 8. Época da ficção por título 2009-2012



A Tabela 8 mostra um histórico da época da ficção a partir de 2009, e os números que são apresentados são os totais dessa soma. Aqui se destaca que a grande maioria da ficção ibero-americana está ambientada no presente. Isso não significa necessariamente que não haja reminiscências do passado, exatamente o tema do ano desta análise 2012, uma vez que a reconstituição da memória

acontece pela maneira com que se olha para o passado a partir do presente.

A ficção histórica é a segunda em importância, embora o número de títulos represente menos de 10% dos títulos ambientados no presente, no âmbito do Obitel, a partir de 2009. A ficção de época tem apenas 31 títulos, o que pode ocorrer devido aos altos custos de produção envolvidos na realização dessas ficções.

Quanto aos países, a **Espanha** é o que mais exhibe ficção de época, seguida por **Uruguai, Brasil, Equador e Chile**. Em compensação, em ficção histórica a **Venezuela** é o país que se destaca, com um alto número de títulos: 66; o **Brasil** tem 12, e o **Chile**, 11 títulos desse tipo de ficção. Países como **México, Equador, Peru e Uruguai** apresentam-se como indústrias nas quais o presente é a principal referência temporal em suas ficções, embora isso não signifique que a partir daí se gere consciência sobre as problemáticas atuais, como ocorre de modo permanente com o **Brasil** ou, recentemente, com a **Argentina** e a **Colômbia**.

3. As dez ficções mais vistas do ano

Como é possível ver no histórico comparativo de todos os *top ten* de cada país, continua sendo o **Brasil** o que mais títulos de ficção coloca nesse *ranking* a nível ibero-americano, ocupando oito dos dez primeiros lugares, todos produzidos pela Globo. Os outros dois títulos correspondem a dois países: o **Chile**, em oitavo lugar, com uma telenovela do canal público 13, e o **México**, em décimo, com uma telenovela da Televisa.

Se esse parâmetro for estendido para os 20 primeiros títulos, a supremacia no *rating* que **Brasil** e **México** atingem se combina com os níveis de audiência que alcançam países como o **Chile**, que tem quatro títulos, a **Argentina**, com um título, e, surpreendentemente, o **Uruguai**, que emplacou uma telenovela de origem brasileira no posto 19. No total, o **Brasil** tem 11 títulos entre os primeiros 20 lugares, levando-se em consideração que *Insensato corazón*, trans-

mitida no **Uruguai**, é uma telenovela brasileira também transmitida naquele país.

Tabela 9. Os dez títulos mais vistos: origem, formato, audiência e *share*

	Título	Aud. %	Share %	Formato	Canal	Casa produtora	TV privada ou pública	País de origem roteiro	País de exibição
1	<i>Fina estampa</i>	42,12	67,30	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
2	<i>Avenida Brasil</i>	41,51	66,50	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
3	<i>Cheias de charme</i>	33,92	58,30	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
4	<i>Salve Jorge</i>	32,80	56,40	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
5	<i>Tapas & beijos</i>	27,83	48,00	Série	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
6	<i>Aquele beijo</i>	27,49	50,30	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
7	<i>A grande família</i>	27,48	48,40	Série	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
8	<i>Soltera otra vez</i>	26,80	37,00	Tele-novela	Canal 13	Canal 13	Pública	Argentina	Chile
9	<i>Amor eterno amor</i>	26,16	49,60	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
10	<i>Abismo de pasión</i>	25,83	37,25	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	México	México
11	<i>Los 80, más que una moda</i>	25,80	37,50	Série	Canal 13	Canal 13 A.Wood	Pública	Espanha/Chile	Chile
12	<i>Amores verdaderos</i>	25,64	38,96	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	Argentina	México
13	<i>Doce de mãe</i>	25,60	47,40	Telefilme	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
14	<i>Guerra dos sexos</i>	24,92	48,20	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
15	<i>Porque el amor manda</i>	24,15	37,02	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	Colômbia	México
16	<i>Graduados</i>	23,60	33,43	Série	Telefé	Underground Contendidos; Endemol Argentina e Telefé	Privada	Argentina	Argentina
17	<i>Por ella soy Eva</i>	23,60	35,46	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	Colômbia	México

18	<i>Pobre rico</i>	20,70	33,70	Tele-novela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile
19	<i>Insensato corazón</i>	20,70	32,00	Tele-novela	Teledoce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguai
20	<i>Separados</i>	19,50	27,50	Tele-novela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile
21	<i>Dulce Amor</i>	19,27	29,78	Tele-novela	Telefé	LC Acción Producciones / Telefé	Privada	Argentina	Argentina
22	<i>Herederos de una venganza</i>	19,07	30,17	Tele-novela	El Trece	Pol-ka	Privada	Argentina	Argentina
23	<i>La que no podía amar</i>	18,73	29,59	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	México	EUA
24	<i>Abismo de pasión</i>	18,24	28,3	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	México	EUA
25	<i>Qué bonito amor</i>	18,24	30,19	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	Colômbia	México
26	<i>El hombre de tu vida</i>	18,16	24,46	Minis-série	Telefé	100 bares	Privada	Argentina	Argentina
27	<i>Amores verdaderos</i>	18,16	28,27	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	México	EUA
28	<i>La dueña</i>	18,12	25,83	Tele-novela	Telefé	Telefé	Privada	Argentina	Argentina
29	<i>Amor bravío</i>	17,91	29,56	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	México	México
30	<i>Peleles</i>	17,30	25,80	Tele-novela	Canal 13	TVN	Pública	Chile	Chile
31	<i>Sos mi hombre</i>	17,20	29,00	Tele-novela	Teledoce	Pol-ka	Privada	Argentina	Uruguay
32	<i>Un refugio para el amor</i>	16,94	32,21	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	Venezuela	México
33	<i>La familia peluche</i>	16,87	27,65	Série	Canal 2	Televisa	Privada	México	México
34	<i>Al fondo hay sitio (4ª temporada)</i>	16,56	53,82	Tele-novela	América Televisión	América Televisión	Privada	Peru	Peru
35	<i>Reserva de Família</i>	16,30	22,40	Tele-novela	TVN	TVN	Pública	Espanha	Chile
36	<i>Aquí mando yo</i>	16,30	30,90	Tele-novela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile
37	<i>Por ella soy Eva</i>	15,82	25,46	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	México	EUA
38	<i>La mujer del vendaval</i>	15,76	28,99	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	Venezuela	México
39	<i>Amor bravío</i>	15,56	25,56	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	México	EUA
40	<i>Dama y obrero</i>	15,50	33,00	Tele-novela	TVN	TVN e Alce	Pública	Chile	Chile

41	<i>Mi amor el wachimán</i>	15,42	46,11	Minis- série	Améri- ca Tele- visión	Del Barrio Produc- ciones	Privada	Peru	Peru
42	<i>El rempla- zante</i>	15,40	22,50	Série	TVN	Parox	Pública	Chile	Chile
43	<i>Sos mi hombre</i>	15,27	21,86	Tele- novela	El Trece	Pol-ka	Privada	Argen- tina	Argen- tina
44	<i>Dancin' days</i>	15,10	30,90	Tele- novela	SIC	SIC/SP Televisão/ TV Globo	Privada	Brasil/ Portu- gal	Portugal
45	<i>Cachito de cielo</i>	15,05	27,56	Tele- novela	Canal 2	Televisa	Privada	México	México
46	<i>Mi proble- ma con las mujeres</i>	15, 98	26,64	Minis- série	Telefé	13 Mares Produc- ciones & Vincent Entertain- ment Telefé	Privada	Peru	Peru
47	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	14,95	38,15	Série	Caracol Televisión	Caracol Televisión	Privada	Colôm- bia	Colôm- bia
48	<i>Passione</i>	14,80	29,00	Tele- novela	Tele- doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay
49	<i>El Astro</i>	14,80	25,00	Tele- novela	Tele- doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay
50	<i>Una familia con suerte 1</i>	14,78	24,49	Tele- novela	Univision	Televisa	Privada	México	EUA
51	<i>Mi amor, mi amor</i>	14,59	22,44	Tele- novela	Telefé	El árbol Endemol Argentina Telefé	Privada	Argen- tina	Argen- tina
52	<i>Escrito en las estrellas</i>	14,50	28,00	Tele- novela	Tele- doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay
53	<i>Cuchicheos</i>	14,20	27,50	Tele- novela	Tele- doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay
54	<i>Herede- ros de una venganza</i>	14,20	24,00	Tele- novela	Tele- doce	Pol-ka	Privada	Argen- tina	Uruguay
55	<i>La reina de las carretillas</i>	14,11	43,37	Minis- série	Améri- ca Tele- visión	Del Barrio Produc- ciones	Privada	Peru	Peru
56	<i>Violeta se fue a los cielos</i>	14,10	19,20	Tele- filme	CHV	A.Wood	Privada	Peru	Chile
57	<i>Fina estampa</i>	14,10	28,00	Tele- novela	Tele- doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay

58	<i>Águila roja</i>	13,80	29,80	Série	TVE1	Globome- dia	Pública	Es- panha	Espanha
59	<i>El capo 2</i>	13,70	21,50	Tele- novela	TC	RCN	Privada	Colôm- bia	Equador
60	<i>Los únicos</i>	13,21	19,55	Comé- dia	El Trece	Pol-ka	Privada	Argen- tina	Argen- tina
61	<i>Un refugio para el amor</i>	13,07	22,73	Tele- novela	Univi- sion	Televisa	Privada	México	EUA
62	<i>Lobo</i>	13,00	22,32	Tele- novela	El Trece	Pol-ka	Privada	Argen- tina	Argen- tina
63	<i>El combo amarillo 3D (3ª tem- porada)</i>	13,00	22,20	Série	Ecu- avisa	Ecuavisa	Privada	Equa- dor	Equador
64	<i>Louco amor</i>	13,00	29,20	Tele- novela	TVI	TVI / Plural Entertain- ment	Privada	Portu- gal	Portugal
65	<i>El combo amarillo (2ª tempo- rada)</i>	12,90	21,30	Série	Ecu- avisa	Ecuavisa	Privada	Equa- dor	Equador
66	<i>La mari- posa</i>	12,49	34,78	Série	RCN	Fox Tele- colombia	Privada	Colôm- bia	Colôm- bia
67	<i>Dulce amor</i>	12,30	20,00	Tele- novela	Mon- tecarlo	L.C. Acción Produc- ciones y Telefé	Privada	Argen- tina	Uruguai
68	<i>El Joe</i>	12,20	17,40	Tele- novela	TC	RCN	Pública	Colôm- bia	Equador
69	<i>Corazón apasio- nado</i>	11,90	17,30	Tele- novela	TC	Ve- nevisión Internac- ional	Pública	Vene- zuela – EUA	Equador
70	<i>La faraona</i>	11,88	35,13	Minis- série	Améri- ca Tele- visión	América Televisión	Privada	Peru	Peru
71	<i>Tres mila- gros</i>	11,70	16,20	Tele- novela	TC	Teleset / RCN	Pública	Colôm- bia	Equador
72	<i>La que no podía amar</i>	11,64	35,10	Tele- novela	Améri- ca Tele- visión	Televisa	Privada	México	Peru
73	<i>El capo II</i>	11,63	35,06	Série	RCN	Fox Tele- colombia	Privada	Colôm- bia	Colôm- bia
74	<i>Cuéntame cómo pasó</i>	11,40	24,80	Série	TVE1	Grupo Ganga Produc- ciones	Pública	Es- panha	Espanha
75	<i>Maltrata- das</i>	11,40	25,00	Uní- tário	Tele- doce	Flor Latina	Privada	Argen- tina	Uruguai

76	<i>Fina estampa</i>	11,30	16,90	Tele-novela	Ecua-visa	O Globo	Privada	Brasil	Equador
77	<i>Doce tentação</i>	11,10	28,30	Tele-novela	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal
78	<i>Casa de reinas</i>	11,01	32,36	Minis-série	RCN	RCN Televisión	Privada	Colômbia	Colômbia
79	<i>La mariposa</i>	10,90	15,80	Tele-novela	TC	Fox Telecolombia / RCN	Pública	Colômbia	Equador
80	<i>El man es Germán</i>	10,90	15,50	Tele-novela	TC	RCN	Pública	Colômbia	Equador
81	<i>Corona de lágrimas</i>	10,90	18,53	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	Mexico	EUA
82	<i>Corazones blindados</i>	10,87	32,80	Série	RCN	Teleset	Privada	Colômbia	Colômbia
83	<i>Rafael Orozco. El ídolo</i>	10,76	32,55	Tele-novela	Caracol TV	Caracol TV	Privada	Colômbia	Colômbia
84	<i>Mi recinto (13ª temporada)</i>	10,60	16,90	Série	TC	TC	Pública	Equador	Equador
85	<i>Dónde carajos está Umaña</i>	10,35	30,42	Tele-novela	Caracol TV	Caracol TV	Privada	Colômbia	Colômbia
86	<i>Solamente milagros (2ª temporada)</i>	9,96	35,64	Série	América Televisión	América Televisión	Privada	Peru	Peru
87	<i>La que se avecina</i>	9,60	22,70	Série	Tele5	Alba Adriática	Privada	Espanha	Espanha
88	<i>Rosa fogo</i>	9,60	26,60	Tele-novela	SIC	SIC/SP Televisão	Privada	Portugal	Portugal
89	<i>Dónde está Elisa</i>	9,55	32,36	Tele-novela	RCN Televisión	RCN Televisión	Privada	Chile	Colômbia
90	<i>A mano limpia</i>	9,54	30,95	Série	RCN Televisión	RCN Televisión	Privada	Colômbia	Colômbia
91	<i>Gamarra</i>	9,47	31,38	Minis-série	América Televisión	Del Barrio Producciones	Privada	Peru	Peru
92	<i>Remédio santo</i>	9,40	28,60	Tele-novela	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal
93	<i>Isabel</i>	9,30	19,70	Série	TVE1	DiagonalTV	Pública	Espanha	Espanha
94	<i>La reina del sur</i>	8,90	29,28	Tele-novela	ATV	Telemundo/RTI	Privada	EUA	Peru

95	<i>El talismán</i>	8,62	19,79	Tele-novela	Univision	Univisión/Venevisión	Privada	EUA	EUA
96	<i>Pablo Escobar: el patrón del mal</i>	8,54	8,54	Tele-novela	Tele-mundo	Caracol Tv	Privada	Colômbia	EUA
97	<i>El laberinto</i>	8,40	24,93	Série	Caracol TV	Coproducción Caracol TV y Sony Picture Televisión	Privada	Colômbia	Colômbia
98	<i>Doida por ti</i>	8,40	22,00	Tele-novela	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal
99	<i>Mi gitana</i>	8,20	19,40	Minis-série	Tele5	Producciones Mandarina	Privada	Espanha	Espanha
100	<i>Yo no me llamo Natacha 2</i>	7,99	30,92	Minis-série	América Televisión	Del Barrio Producciones	Privada	Peru	Peru
101	<i>Aída</i>	7,60	16,50	Série	Tele5	Globome-dia	Privada	Espanha	Espanha
102	<i>Morango com açúcar IX: segue o teu sonho</i>	7,60	21,90	Série	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal
103	<i>Con el culo al aire</i>	7,30	17,20	Série	A3	Notro TV	Privada	Espanha	Espanha
104	<i>Fenómenos</i>	7,20	16,60	Série	A3	Aparte Producciones	Privada	Espanha	Espanha
105	<i>Anjo meu</i>	6,90	28,30	Tele-novela	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal
106	<i>Gran Hotel</i>	6,40	14,70	Série	A3	Bambú producciones	Privada	Espanha	Espanha
107	<i>Os Compadres</i>	6,40	19,80	Série	RTP1	RTP1/ Cinecool	Pública	Portugal	Portugal
108	<i>Luna, el misterio de Calenda</i>	6,30	15,30	Série	A3	Globome-dia	Privada	Espanha	Espanha
109	<i>A família Mata</i>	6,30	19,10	Série	SIC	SIC/SP Televisão	Privada	Espanha	Portugal

110	<i>Corazón de fuego</i>	6,23	22,52	Tele-novela	ATV	Grupo ATV	Privada	Peru	Peru
111	<i>Mi ex me tiene ganas</i>	5,38	40,17	Tele-novela	Venevisión	Venevisión	Privada	Venezuela	Venezuela
112	<i>Flor salvaje</i>	5,12	38,16	Tele-novela	Televen	Radio Televisión Interamericana	Privada	EUA	Venezuela
113	<i>¡Válgame dios!</i>	4,64	32,38	Tele-novela	Venevisión	Venevisión	Privada	Venezuela	Venezuela
114	<i>La casa de al lado</i>	4,64	39,34	Tele-novela	Televen	Telemundo	Privada	Chile	Venezuela
115	<i>La traicionera</i>	4,57	40,32	Tele-novela	Venevisión	FOX Telecolombia	Privada	Argentina	Venezuela
116	<i>Natalia del mar</i>	4,44	30,71	Tele-novela	Venevisión	Venevisión	Privada	Venezuela	Venezuela
117	<i>Abismo de pasión</i>	4,06	32,49	Tele-novela	Venevisión	Televisa	Privada	México	Venezuela
118	<i>La que no podía amar</i>	3,99	29,54	Tele-novela	Venevisión	Televisa	Privada	EUA	Venezuela
119	<i>Emperatriz</i>	3,81	34,52	Tele-novela	Venevisión	TV Azteca	Privada	Venezuela	Venezuela
120	<i>Retrato de una mujer</i>	3,74	32,94	Tele-novela	Venevisión	FOX Telecolombia	Privada	Colômbia	Venezuela

Se uma coisa se destaca nos 120 títulos que fazem parte da tabela anterior, é que entre os países do Obitel ocorre uma troca de produções e/ou roteiros para a criação de séries e telenovelas, principalmente. O que não significa que a transmissão de uma telenovela tenha, em um país, o mesmo sucesso que em outro. Por exemplo, *Amores verdaderos*, do canal 2 da Televisa, México, que esteve nos *top ten* gerais em seu país de origem, conquistou apenas o lugar 27 quando foi transmitido pela Univisión nos Estados Unidos.

Conforme o que já vinha sendo assinalando no Anuário 2012, a transnacionalização dos produtos de ficção é o que, em certo sentido, dá dinamismo à indústria de ficção ibero-americana, mas também é o que vai situando cada país em um determinado lugar, seja porque é produtor e exportador nato, como ocorre com o **Brasil** e o **México** (embora os resultados da tabela confirmem que a presença deste último país está se tornando cada vez mais fraca); ou porque são eficientes na criação e exportação de roteiros, como ocorre com a **Argentina**, **Colômbia** e **Espanha**, que, em coprodução com o

Chile, conseguiram colocar *Los 80, más que una moda* no 11º lugar entre as ficções mais vistas nos países do Obitel; ou também porque são países que, apesar do crescimento de suas indústrias, ainda dependem da importação de títulos, como ocorre com **Peru**, **Uruguai**, **Venezuela** e **Estados Unidos**. Desse setor de países afastou-se um pouco o **Equador**, que, baseado no gênero da comédia, teve uma retomada importante na produção de ficção nacional.

A mesma tabela comprova a relação comercial e quase unilateral entre **Brasil** e **Portugal**, na qual, ao que parece, o idioma e os vínculos históricos condicionam muito da troca, sendo o país sul-americano o que fornece mais títulos para o europeu. Nos casos do **México** e dos **Estados Unidos**, também domina essa espécie de simbiose, embora a produção latina feita neste país tenha começado a estender mais nexos comerciais com outros países do sul, como **Colômbia**, **Venezuela** e **Peru**. Isso, contudo, não conseguiu a emancipação norte-americana da hegemonia que a empresa Televisa tem em sua indústria televisiva.

Outra coisa digna de destaque é o fluxo comercial que tem acontecido entre os países considerados pequenos, uma vez que **Estados Unidos**, **Chile**, **Venezuela**, **Uruguai**, **Peru** e **Equador** começaram a importar e exportar títulos entre si, o que abre um espaço de reflexão a mais, porque isso poderia levar a um novo panorama, no qual o **Brasil** e o **México** (com produções) ou a **Argentina** e a **Colômbia** (roteiros) não sejam mais os únicos países com que aquele grupo busca fazer convênios para a importação de ficção.

Tabela 10. Formatos e faixa horária dos dez títulos mais vistos

País	Formatos							Faixa horária			
	Tele-novela	Série	Minis-série	Tele-filme	Unitário	Docu-drama	Ou-tros	Manhã	Tarde	Horário nobre	Noite
Argentina	5	0	2	0	0	0	3	0	0	10	0
Brasil	7	2	0	1	0	0	0	0	1	6	3
Chile	7	2	1	0	0	0	0	0	1	9	0
Colômbia	3	6	1	0	0	0	0	0	0	10	0
Equador	7	3	0	0	0	0	0	0	0	10	0
Espanha	0	9	1	0	0	0	0	0	0	10	0

Estados Unidos	10	0	0	0	0	0	0	0	0	9	1
México	9	1	0	0	0	0	0	0	3	7	0
Peru	4	1	5	0	0	0	0	0	0	10	0
Portugal	7	3	0	0	0	0	0	0	1	9	0
Uruguai	9	0	0	0	1	0	0	0	2	6	2
Venezuela	10	0	0	0	0	0	0	0	4	3	3
Total	78	27	10	1	1	0	3	0	12	99	9

Em relação ao relatório geral dos *top ten* 2012 de todos os países do Obitel e em correlação com o formato e a faixa horária de transmissão, os títulos mais vistos correspondem ao formato Telenovela (78 títulos), sendo transmitidos no horário nobre. A seguir, posiciona-se o formato Série, com 27 títulos, dos quais 21 foram transmitidos também no horário nobre. Isso enfatiza a importância que vem adquirindo a série não apenas em termos de produção, mas também em termos da aceitação desse formato pela audiência, principalmente em países como a **Espanha**, onde é incontestável essa preferência cultural. Além disso, países voltados para o formato de telenovela, como o **México** e o **Brasil**, passaram a incorporar, a partir de 2009, a série em seus *top ten*. Por outro lado, destacam-se países como **Estados Unidos**, **Uruguai** e **Venezuela**, nos quais a telenovela tem uma forte presença.

Outros formatos, como a Minissérie e o Telefilme, tiveram aumento no número de títulos e, inclusive, entraram no *top ten* de países como **Argentina**, **Brasil**, **Chile** e **Espanha**; o **Peru** destaca-se porque a metade de seus títulos mais vistos são minisséries.

Em relação à faixa horária, confirma-se que a ficção, independentemente do formato, é o gênero que concentra a maior audiência e, em consequência, é a que fica com o melhor horário televisivo, o horário nobre. Nesse horário foram transmitidos 99 dos 120 títulos nacionais que foram ao ar em 2012. Os outros títulos foram transmitidos durante a manhã (12) e no horário noturno (9). Esses dados confirmam uma importante descoberta feita pelo Obitel já em seu início, a de que, definitivamente, *nos países ibero-americanos o horário nobre é nacional*.

**Tabela 11. Perfil de audiência dos dez títulos mais vistos:
gênero, idade, nível socioeconômico⁴**

País	Gênero %		Faixas de idade %						Nível socio-econômico %		
	Mulheres	Homens	4 a 12	13 a 18	19 a 24	25 a 34	35 a 44	45+	AB	C	D
Argentina	56,1	43,9	18,3	22,1	21,3	–	22,3	16,0	21,5	49,7	28,8
Brasil	63,7	36,3	8,8	8,7	9,1	33,7	21,3	18,4	33,1	52,0	14,4
Chile	64,0	36,0	8,0	7,0	10,0	15,0	24,0	36,0	36,1	7,2	50,7
Colômbia	61,5	38,5	12,7	21,1	17,7	–	22,5	26,2	47,5	32,5	20,0
Estados Unidos	61,3	38,7	13,5	5,4	8,8	17,7	25,2	29,4	–	–	–
Peru	60,7	39,3	15,8	15,7	14,3	18,5	14,7	21,0	20,9	35,1	44,0
Portugal	61,8	38,2	7,8	7,8	11,3	11,3	12,3	49,5	11,5	57,8	30,7
Uruguai	68,5	31,5	5,4	5,8	7,3	11,2	20,7	40,6	23,1	41,2	35,7
Venezuela	63,1	36,9	–	–	–	–	–	–	23,1	32,5	44,4

De acordo com a Tabela 11, é possível estabelecer que o perfil médio da audiência da ficção ibero-americana corresponde ao de uma mulher maior de 45 anos, pertencente à classe média (estrato C), embora essa medida possa variar em países como **Chile**, **Peru** e **Venezuela**, onde aqueles que mais assistem ficção pertencem à classe baixa (estrato D). Por outro lado, é interessante notar que a **Colômbia**, o **Chile** e o **Brasil** são os países nos quais há mais audiência de ficção pertencente à classe alta (estratos A e B).

Em relação às idades, em países como a **Argentina** e o **Brasil** a idade média da audiência situa-se entre 34 e 44 anos. A **Argentina**, a **Colômbia** e o **Peru** também se destacam por apresentar um equilíbrio similar nas idades de suas audiências. A **Argentina**, inclusive, é o país que tem o maior número de audiências infantis e juvenis, o que se explica pelo sucesso de suas ficções dirigidas a essas faixas etárias. No resto dos países, essas audiências não superaram a barreira dos 10%. Destaca-se que **Portugal** é o país com maior audiência de

⁴ Na elaboração dessa tabela, alguns países não puderam ser comparados devido a não ter sido facilitada essa informação, ou porque a que foi facilitada não corresponde aos indicadores desejados. Os países que ficaram de fora são Equador, Espanha e México. Os espaços com hífen correspondem a dados que não foram informados pelas equipes do Obitel.

idade mais elevada, tendo quase 50% dos telespectadores com mais de 45 anos.

4. O mais destacado do ano nos países Obitel

Ao longo do ano de 2012, as produções ficcionais dos países Obitel abriram espaço para discussões de problemas da sociedade que inquietam a população, como veremos a seguir no detalhamento por país. A aproximação entre ficção e realidade ganha repercussão e chama atenção para diversas questões sociais.

Nesse sentido, o debate que a televisão fomenta na sociedade traz à tona assuntos importantes que nem sempre são tratados em outros programas de televisão ou mesmo em outras mídias. Esse cenário destaca o papel social da ficção como instância de debate público e de representações da identidade nacional. Ao mesmo tempo, houve preferência pela forma leve e pelo tom humorístico de temas do cotidiano. No que se refere ao funcionamento da indústria televisiva, o destaque foi para as políticas de incentivo à produção nacional de conteúdos.

Demandas sociais e ficção “à la carte”

Países como **Chile**, **Colômbia**, **Equador** e **México** apresentaram em sua programação uma forte influência de temas ligados ao narcotráfico, como a dependência de substâncias ilegais, o combate ao tráfico ou os jovens no mundo das drogas, abordando, por meio da ficção, a problemática realidade cotidiana.

A ficção “à la carte”, patrocinada e desenvolvida com intenções políticas, voltou a marcar o ano no **México**, assim como havia ocorrido em 2011. Articulado ao marketing político, o narcotráfico foi tema de *La teniente*, que abordou o combate do exército ao tráfico, fazendo dos militares os heróis nessa luta. Outro caso de marketing político explícito foi o *reality show* *Lo que mis ojos ven y mi corazón siente*, protagonizado pela futura primeira-dama, uma atriz de televisão muito famosa no país. Disponibilizado durante a campanha eleitoral no YouTube, os 23 episódios do programa tive-

ram mais de um milhão de visualizações e funcionaram como importante trampolim para a campanha política do atual presidente da República. O programa apresentou, em forma de narrativa ficcional, os bastidores da campanha política e a vida privada do candidato à presidência, misturando realidade e ficção. No **México**, ainda houve o fechamento da empresa de pesquisa de audiência Ibope AGB e a abertura da Nielsen-Ibope.

Em 2012 a televisão aberta do **Chile** continuou apresentando queda de audiência, fato que vem ocorrendo desde 2003. Houve preferência por temas ligados à realidade, entre os quais ganharam destaque: pedofilia, narcotráfico, crise no sistema de educação, *bullying*, precariedade das relações familiares, exclusão social, reabilitação de alcoólatras e dependentes químicos. O melhor exemplo foi a série *Solita camino*, sobre abuso sexual de menores, produzida com financiamento público, e que, mesmo sem alcançar altos índices de audiência, foi um dos destaques do país. Em termos de linguagem, as séries do ano trouxeram narrativa mais lenta e introspectiva, além de redução do número de personagens.

No **Ecuador**, a ficção transmidiática tem ganhado espaço no país. Como prova, o principal destaque não esteve nos formatos convencionais, mas na primeira webnovela, *Resaka*, financiada pela TC Televisión, que alcançou altos índices de audiência. Destinada aos jovens, cada vez mais presentes no ambiente virtual, a webnovela aborda temas relacionados ao tráfico de drogas. Mereceram menção também os esquetes criados pelo coletivo equatoriano *Enchufe.tv* em seu canal no YouTube, que lidaram com o cotidiano de maneira sarcástica e se converteram nos programas mais vistos do país.

Na **Colômbia**, em 2012, foram destaque quatro produções que retrataram problemas sociais. As séries *Escobar, el patrón del mal*, com a melhor audiência do ano, *La mariposa* e *El capo II*. O narcotráfico, a ilegalidade e a corrupção foram assuntos que causaram impacto e geraram debate entre a população. A quarta produção foi a série policial *Corazones blindados*, que mostrou policiais e agentes combatendo o crime organizado e a violência.

Temas polêmicos que buscaram retratar a sociedade também foram objeto das produções da **Argentina**: pornografia, problemas psicológicos, doação de esperma, mundo do boxe, romance entre pessoas de classes sociais distintas, comédia familiar que foge dos moldes tradicionais e comédia policial. Através do melodrama, questionaram os moldes clássicos da sociedade e da família. Os exemplos foram: *Graduados*, *La Pelu* e *El donante*, esta última sobre um doador de esperma que descobre, anos depois, ter 144 filhos.

A exclusão, o racismo, a violência e as questões socioeconômicas foram alguns dos temas presentes na ficção *Conversaciones con la luna*, do **Peru**. Houve a produção da telenovela *La Tyson*, um remake do sucesso *Muñeca brava*. As minisséries, em grande número (6), tiveram duração curta, poucos episódios e carga melodramática. Entre os temas, destacaram-se: biografias, conflitos, medos, sonhos alcançados, histórias de imigrantes.

O destaque do ano do **Brasil** também envolveu temas cotidianos, especialmente referentes à classe média, em grande crescimento no país. A telenovela *Avenida Brasil* polarizou as atenções não apenas dos habituais telespectadores ou comentaristas de telenovelas, mas também de veículos de comunicação internacionais que buscavam entender o “fenômeno” *Avenida Brasil*. O enorme sucesso da telenovela levou a fatos inusitados, como o Operador Nacional do Sistema Elétrico ter que redimensionar o sistema de transmissão de energia para atender a um aumento estimado de mais de 5% no consumo de energia durante a exibição do último capítulo da trama. Houve mudanças e até mesmo adiamento de eventos públicos planejados para o mesmo horário de exibição da telenovela. Tamanho sucesso foi creditado, principalmente, à trama centrada nos hábitos e práticas de vida da chamada “nova classe C”, à hibridização com o formato série realizada pelo autor e à caracterização de um afortunado elenco de atores. A audiência do último capítulo da telenovela alcançou 81% de *share*. Todo o cenário midiático que foi sendo construído ao longo de sua exibição levou a considerar *Avenida Brasil* como um *popular media event*, ou seja, como um

“evento midiático popular” que, entre outras coisas, altera a rotina estabelecida e imprime características de ritual que favorecem a integração das sociedades (Couldry; Hepp, 2010).

As questões mais descontraídas do cotidiano da população

Outro eixo temático das ficções ibero-americanas refere-se ao tratamento de assuntos mais leves e descontraídos, por vezes voltados para a comédia, característicos das *sitcoms*. Diferentemente das temáticas anteriores, outras produções exibidas em 2012 possuem foco em fantasia, relações amorosas e biografias idealizadas.

A busca da **Argentina** para atrair o público é demonstrada pelas estreias de *Supertorpe* e *Violetta*, dedicadas à infância e adolescência, exibidas no horário matutino. Também no **Chile** as produções mais assistidas trouxeram temáticas leves e descontraídas, como nas telenovelas *Dama y obrero*, *Pobre rico* e *Soltera otra vez*. Esta última misturou os formatos telenovela, *sitcom* e unitários, e inspirou a telenovela argentina *Ciega a citas*. A comédia romântica *Soltera otra vez* fala dos desafios da vida moderna de uma profissional que, ao lado de três amigas, enfrenta problemas de relacionamento amoroso e infidelidade. A trama foi um dos produtos audiovisuais mais assistidos do ano na televisão chilena, chegando a obter 90% de *share*.

A **Colômbia** reuniu entre as maiores audiências de 2012 produções leves ligadas à cultura caribenha, como a minissérie *Casa de reinas* e as telenovelas *Rafael Orozco, el ídolo* e *Dónde carajos está Umaña?*. A telenovela *Dónde está Elisa?* e o seriado *El laberinto* também retratam situações adversas de forma descontraída, nas quais os valores morais se sobrepõem ao final. O seriado *A mano limpia* foge aos estereótipos socioculturais, mostrando a união de classes sociais, que superam as diferenças econômicas e profissionais.

A comédia é o ponto forte do **Equador**, onde, pelo segundo ano consecutivo, as telenovelas não apareceram nos *top ten*. O humor tem sido a forma mais utilizada nas ficções para alcançar a

audiência, com sarcasmo e irreverência nas narrativas, sejam elas na televisão ou na internet.

Na **Espanha** e na **Venezuela** estiveram presentes temas fantasiosos nas ficções de 2012. Na **Venezuela**, algumas ficções mostraram forte ligação com temas míticos e religiosos, como *Traición y perdón*. Na **Espanha**, a emissora com maior número de títulos próprios em 2012, a Antena3, apresentou ficções que abordam fenômenos paranormais, lobisomens e aventuras. Outra emissora que se destaca é a Tele5, com oito produções em 2012. Suas ficções com maior audiência foram *La que se avecina* e *Aída*, que tratam de temas como amor, família e amizade.

O cenário da produção audiovisual e a audiência

Em alguns países, os destaques do ano não se referem somente ao conteúdo das ficções, mas também às mudanças no mercado audiovisual, à transnacionalização e ao comportamento da audiência. Foi o caso da **Espanha**, onde o mercado de produção de ficção encontra-se em um processo de transnacionalização, com vendas de programas e formatos para diversos países. Destaque para *Águila roja*, que obteve mais de 6 milhões de espectadores no país e foi comercializada para mais de 20 países, seguida de *Cuéntame como pasó*, outra série de sucesso longo, com mais de 5 milhões de assistentes.

Nos **Estados Unidos**, o foco em 2012 não foram as produções, mas sim o reordenamento da indústria televisiva hispânica no país, com novas alianças entre emissoras. A produção hispânica frustrou as previsões para 2012. A telenovela do *prime time* *El talismán*, uma coprodução da Univisión e da venezuelana Venevisión, não obteve o sucesso esperado. Os mais de 5 milhões de espectadores na estreia não foram suficientes para evitar a redução no número de capítulos e a mudança para o horário da tarde. De resto, os assuntos mais tratados pela mídia hispânica foram as Olimpíadas e a eleição presidencial.

No **Peru**, recebeu destaque internacional a ficção *Al fondo hay sitio*, telenovela que em sua quarta temporada alcançou 800 capítulos

e obteve o maior índice de audiência, chegando a 50 pontos, o que é incomum no país. A ficção já foi comercializada para cinco países.

Um dos destaques de audiência em **Portugal** foi o *remake* da telenovela brasileira *Dancin'n days*, coproduzida com a Globo. Chamaram atenção as ações de *merchandising* (*product placement*) que ocorreram dentro da ficção. As telenovelas brasileiras também obtiveram bons índices de audiência com a reprise de *Páginas da vida* e a estreia de *Avenida Brasil*. Vale ressaltar ainda que o canal líder de ficção, a TVI, teve como destaque no ano a exibição de 26 telefilmes do projeto *Filmes TVI*.

No **Uruguai**, a produção da primeira *sitcom* nacional e as adaptações literárias foram os destaques de 2012, com o unitário *Somos* e a série *Bienes gananciales*, que misturou ficção e realidade. As produções com financiamento internacional ou coproduções foram estratégias utilizadas no país. Na **Venezuela**, houve financiamento público para programas de ficção, cuja produção vem diminuindo desde 2010.

Incentivos públicos e fomento à produção independente

Os programas de incentivo governamental nos países ibero-americanos têm aumentado o número de produções nacionais e oferecido segurança aos realizadores para trabalharem novos formatos, estilos narrativos e estéticos, além de incentivar a produção independente ou de pequenas produtoras. As principais formas de incentivo são assistência à captação de investimento, patrocínio ou financiamento das ficções.

Em **Portugal**, a produção de 2012 passou por mudanças, como a diminuição de títulos por canais, as características das ficções e a oferta e consumo, abrindo espaço para novos modos de produzir conteúdo ficcional no país. A produção do canal público RTP se manteve a mesma do ano anterior, apesar da crise econômica. A abordagem de temas diversificados ocorreu como estratégia para alcançar públicos diferentes. Unindo informação e ficção, a RTP produziu a série de 12 telefilmes *Grandes histórias: toda gente conta*.

Outro fato destacado na televisão pública portuguesa foi a parceria com universidades para a produção da série *Contos de Natal*, ligando mercado e academia. Inovações de formato também ocorreram na **Argentina**, em ficções com financiamento do governo, que apresentaram novos formatos, estilos e gêneros, ampliando o espaço para novas produtoras e aumentando a concorrência por audiência. Já com o **Uruguai**, a inovação estética ocorreu por falta de recursos. O TNU, canal público do país, exibiu *REC: una serie casera*, marcando seu retorno às produções em televisão aberta. Na série, um jovem produz seu próprio vídeo com estética e estilo que, refletindo o título da ficção, remete à falta de condições para uma produção mais elaborada.

Na **Venezuela**, os destaques podem ser agrupados em quatro tipos: 1) a estatização da ficção; 2) a produção ficcional a partir de espaços comunitários; 3) a ficção seriada vinculada a aspectos míticos e religiosos; e 4) o financiamento público para a produção audiovisual. Fundos públicos financiaram a telenovela *Teresa em tres estaciones*, que retrata a vida de mulheres venezuelanas. Também séries contaram com esse financiamento, entre as quais: *Barrio sur*; *Hotel de locura*; *Nos vemos en el espejo*; *La residencia*; *El diario de Bucaramanga*.

Já no **Chile** o destaque foi a série *Solita camino*, também produzida com investimento público. Mesmo não tendo alcançado uma boa posição em questões de audiência por disputar o mesmo horário com um dos *top ten*, *El reemplazante*, a ficção foi referência no país por abordar temas como pedofilia, *bullying*, medo e poder com base em uma trama sobre o mundo dos adolescentes e com alta carga emotiva.

5. Ficção televisiva e recepção transmidiática: interação através das redes⁵

Desde que em 2009 o Obitel decidiu incorporar em sua análise a recepção transmidiática, observa-se como o que começou como

⁵ Agradecemos a colaboração especial de Darwin Franco, do Obitel México, na análise desta seção.

uma prática marginal, promovida pelo uso da internet, mas pouco valorizada por seu potencial justamente transmidiático, transformou-se em um elemento-chave para as interligações que, a partir da ficção, se estabelecem tanto com outras telas quanto com os novos hábitos que suas audiências estão gerando. Hábitos que vão do reconhecimento de seu consumo amplificado (Orozco-Gomez, 2011), até suas cada vez mais constantes ações de interatividade (Lopes, 2009).

Isso reflete uma forte e profunda mudança sociocultural que, contudo, ainda não se generalizou no tipo de interação mídia-audiências, mas já permite observar um movimento de trânsito de audiências de mídias para usuários/produtores de conteúdos.

Ano a ano, os fãs de ficção televisiva – nos 12 países que agora fazem parte do Obitel – deram sinais que indicam que, pouco a pouco, a emotividade que os mobiliza nas redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube etc.) para falar de sua ficção favorita os está levando a gerar outros tipos de conteúdo, que começam a superar as práticas recopilatórias (editar vídeos dos momentos cruciais de sua telenovela, por exemplo, o romance dos protagonistas) para se situarem na criação de outro tipo de narrativa. Embora ainda estejam longe das narrativas transmidiáticas (*transmedia storytelling*), que atualmente são desenvolvidas com filmes e séries, principalmente norte-americanas, já é um primeiro passo para que as audiências, a partir da produção, terminem apropriando-se das telenovelas e séries ibero-americanas.

Da mesma maneira, percebe-se que as indústrias televisivas dos 12 países do Obitel estão fazendo múltiplos esforços para mudar para o que Scolari (2008) chama “hipertelevisão”, que envolve a simulação ou emulação das interfaces interativas que atualmente oferece a internet. Em uma espécie de “Tvmorfose” (Orozco-Gomez, 2012), a televisão tem estado a procurar maneiras de interagir mais com as suas audiências e de gerar, a partir dessa relação, recepções múltiplas que a tenham como referência principal das novas práticas midiáticas. Por isso, como pontuávamos no início desta seção, a

recepção transmidiática transformou-se em um nexos importante da ficção com suas audiências.

A recepção transmidiática nos países do Obitel

Para o Anuário 2013, a análise da recepção transmidiática sofreu algumas mudanças em sua metodologia, pois, diferentemente dos anos anteriores, neste ano a análise não foi centrada em dar conta de toda a oferta transmidiática dos *top ten* de cada um dos países do Obitel, mas naquela ficção selecionada entre as ficções preferidas, seja pela importância do próprio título de ficção ou porque um título constituiu um caso interessante especificamente pela sua proposta transmidiática.

Em qualquer um desses casos, a análise foi centrada na maneira em que interagiram as audiências com sua ficção, seja por meio das redes sociais ou dos sites oficiais das séries ou telenovelas selecionadas. O centro do olhar foi focalizado na análise dos comentários, opiniões e práticas que ali deixaram as audiências, mas também nos modos de apropriação e nas produções que puderam ser geradas.

Figura 1. Os 12 títulos selecionados e sua oferta transmidiática

País	Título	Formato	Top Ten	Oferta transmidiática
Argentina	<i>Graduados</i>	Série	1º Lugar	Site oficial Facebook Twitter
Brasil	<i>Avenida Brasil</i>	Telenovela	2º Lugar	Site oficial Página de Facebook BrasilNovela Twitter oficial Blog Oioioi Tienda Media Out of Home
Chile	<i>Soltera otra vez</i>	Telenovela	1º Lugar	Site oficial Página de Facebook Twitter Canal no YouTube
Colômbia	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	Telenovela	1º Lugar	Página de Facebook Página oficial Página de Twitter Página de YouTube

Equador	<i>Enchufe.tv</i>	Webcomédia	Não	Página oficial Conta no Facebook Conta no Twitter Canal no YouTube
Espanha	<i>El barco</i>	Série	Não	Site oficial Facebook oficial Twitter oficial
Estados Unidos	<i>El talismán</i>	Telenovela	9º Lugar	Página oficial Página de Facebook Página de Twitter Página de YouTube
México	<i>Te presento a Valentín</i>	Webnovela	Não	Página oficial Página de Facebook Página de Twitter
Peru	<i>Al fondo hay sitio</i>	Telenovela	1º Lugar	Página oficial Página de Facebook Página de Twitter Página de YouTube
Portugal	<i>Dancin' days</i>	Telenovela	1º Lugar	Página oficial Página de Facebook
Uruguai	<i>REC. Una serie casera</i>	Série	Não	Site oficial Página de Facebook Grupo de Facebook
Venezuela	<i>Flor salvaje</i>	Telenovela	2º Lugar	Site oficial Página de Facebook

Fonte: Obitel

Um dos primeiros elementos que devem ser destacados na oferta transmidiática dos 12 títulos selecionados pelos países do Obitel é a força que tomaram as redes sociais como plataformas de base para os processos de transmediação da ficção ibero-americana. Em 2011, o site oficial constituía o nó central desse processo; contudo, passado um ano, essa importância agora é compartilhada com sites como Facebook, Twitter e, em menor grau, YouTube, que agora são lugares a partir dos quais as ficções ibero-americanas buscam estender redes para interagir com suas audiências para além da televisão. Muitos dos títulos da Figura 1 estabeleceram estratégias (baseadas em promoções e em *videochats* com os protagonistas) que consistiam em concursos que obrigavam as audiências a transitarem por suas diversas ofertas transmidiáticas para resolver as perguntas ou atividades que os levariam a participar no bate-papo com seus personagens/atores favoritos.

A esse respeito, *Avenida Brasil* é um dos melhores exemplos do que foi colocado, uma vez que esse título da Globo conseguiu uma inusitada conexão com suas audiências por meio do Twitter, ao ponto que, em suas últimas transmissões, o *hashtag* #AvenidaBrasil posicionou-se como um dos mais replicados a nível mundial, o que significa que a interação no momento da transmissão da telenovela ocorria também, de forma paralela, através das redes sociais.

Esse fenômeno, ainda que em menor escala, é algo que começa a ocorrer em todos os países do *Obitel*; contudo, o caso do **Brasil** foi significativo, porque evidencia a aposta da Globo em gerar não apenas uma estratégia multiplataforma, mas uma interatividade em tempo real com os fãs de suas telenovelas por meio de plataformas como YouTube.

Um elemento a se destacar é que três dos 12 países analisaram produtos criados na ou exclusivamente para a internet, o que já é um segundo passo para a ficção ibero-americana, que até 2011 tinha levado suas produções para a rede, mas havia feito poucos esforços para produzir ficção pensada para ser transmitida apenas *on-line*.

O **Ecuador**, em um formato similar aos *videoblogs*, selecionou a webcomédia *Enchufe.tv*. Essa proposta produz microficcões, de dois a cinco minutos, que carrega no canal do YouTube da produtora Touché Films. Seu site tem mais de 2 milhões de assinantes e seus vídeos já foram reproduzidos mais de 250 milhões de vezes. Essa quantidade de seguidores vai daí para os seus perfis em redes sociais e constitui uma verdadeira aposta de interatividade, mas ainda não de transmidiação.

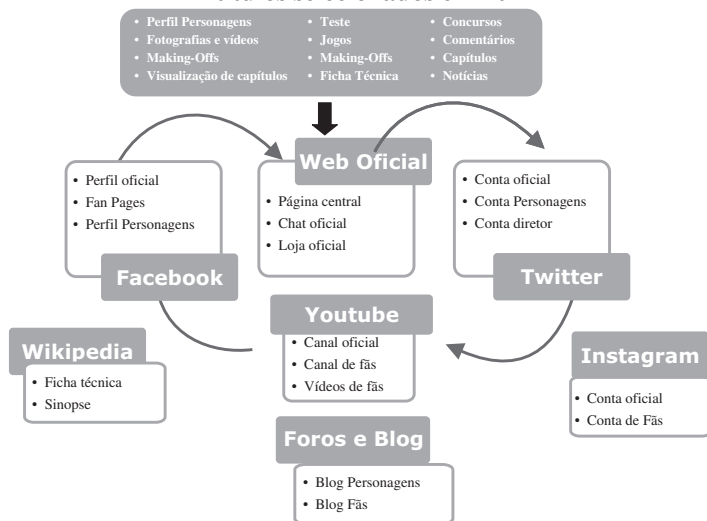
Outro elemento inovador em 2012 foi o surgimento das primeiras webnovelas em países como o **México** e o já citado **Ecuador**, que lançaram duas telenovelas para transmissão exclusiva na internet. *Te presento a Valentín* foi a primeira aposta da Televisa para explorar a expansão de suas telenovelas na internet; em compensação, *Resaka*, auspiciada e financiada pela TC Televisão, foi uma proposta experimental do Instituto Superior de Estudos de Televisão, ITV, com sede em Guayaquil, que posteriormente foi adotada pelo canal equatoriano.

Te presento a Valentín, produção criada para ser transmitida apenas na internet e para ser distribuída por meio de dispositivos móveis em todo o **México** e em regiões dos **Estados Unidos**, tentou estabelecer uma interatividade nova com as audiências mexicanas; contudo, sua penetração foi fraca, porque, além dos conselhos de amor que deu no Twitter, jamais promoveu uma verdadeira participação das audiências. O efeito ficou apenas na visualização. O mesmo ocorreu com *Resaka*, que não conseguiu ter uma penetração forte, como ocorreu com *Enchufe.tv* no próprio **Ecuador**.

A **Espanha**, com *El barco*, explorou a transmissão de “twitter-sódios”, que complementavam os enredos da ficção televisiva por meio dos *tweets* que os personagens (não os atores) postavam em tempo real no Twitter, sem dúvida um modelo inovador no âmbito do Obitel, em que essas conexões são realizadas pela produção, mas não diretamente a partir do que possa opinar ou sentir algum personagem de ficção.

A **Argentina**, por exemplo, realmente teve uma interação direta com seus fãs no Twitter ou no Facebook, mas fez isso não através de seus personagens, mas por meio de perguntas que os fãs podiam responder sobre o que aconteceria ou não com algum dos personagens de *Graduados*, ficção selecionada. Contudo, pouco se sabe do que era feito com essa informação que a série gerou com os mais de 250 mil *tweets* postados pelos seus seguidores. Talvez nesse exemplo, e com o que foi relatado pela Espanha, seria necessário perguntar-se qual é a utilidade desses comentários para a produção. Poderiam se transformar em matéria-prima para mudar os enredos, ou as características dos personagens, ou a própria narrativa?

**Figura 2. Resumo da oferta transmidiática dos
12 títulos selecionados em 2012**



Fonte: Obitel

Como já foi dito, nos 12 títulos selecionados, o uso do Facebook, Twitter ou YouTube ajuda a potencializar as interações com as audiências, uma vez que inicialmente lhes são oferecidos mais canais para ver e ter notícias sobre sua ficção, mas também mostra o maior interesse dos produtores ou das emissoras pelas estratégias multiplataforma, como já vinha se manifestando em 2011.

Contudo, foram as próprias audiências e os fãs que geraram a expansão das narrativas, criando perfis, contas ou *hashtags* em que ampliam seus gostos e interações, mas também foram capazes de criar – fora desses espaços – foros e blogs onde não apenas falam do que gostariam ou não de ver, mas também procuram um modo de desviar os controles que os sites oficiais ou o próprio YouTube, a pedido das emissoras, foram gerando para proteger os direitos de propriedade intelectual. Os fãs, em resposta, criaram esses outros sites nos quais eles mesmos gravam as telenovelas com seus celulares e fazem *upload* para que outros possam desfrutá-las sem restrições.

Em termos gerais, ainda são poucos os casos que convidam as audiências para criar ou ser parte ativa das produções. O **Uruguai**, com a série *REC*, é um caso peculiar, uma vez que no seu perfil no Facebook a produção convidou qualquer interessado a participar como extra, publicando o dia, hora e os locais onde a série seria gravada.

O ceticismo e a indecisão das emissoras, como expõe a **Venezuela**, são dois dos principais problemas em torno das ofertas de transmediação que podemos ver no âmbito do Obitel. O título selecionado desse país, *Flor salvaje*, mostra esse impasse, pois naquilo que foi oferecido em seu site oficial e em seus perfis de redes sociais ainda se oscilava entre a ideia de ser verdadeiramente interativos (a produção usou um jogo para medir quanto a audiência sabia sobre a telenovela), ou usar esses sites na internet para facilitar a visualização e o acesso a materiais exclusivos, como “por trás das câmeras”.

Também é oferecido, como ocorre em **Portugal**, a “Hora Facebook”, espaço onde os atores/personagens de *Dancin’ days* conversavam com os usuários sobre sua vida e sobre o que aconteceria ou não com o personagem que interpretavam. Nesses casos, e como também aconteceu na **Colômbia** com *Escobar, patrón del mal*, o que está sendo privilegiado é a visualização acompanhada de algumas ações de interatividade, como o já citado *videochat*. Em relação à ficção colombiana que representou a vida do narcotraficante Pablo Escobar, não foi aproveitada a oportunidade de conseguir uma interação maior, dado que ao se tratar de um “fato histórico de alto impacto”, a produção não valorizou os sentimentos que isso provocou nos fãs, que nos comentários deixados em redes sociais ficaram divididos entre “as atividades realizadas pelo *capo* da droga e o personagem retratado na série”. Talvez aí poderia ter sido feita uma aposta transmidiática, convidando a audiência a gerar finais alternativos ao estilo *fan fiction*.

No **Peru**, com a telenovela *Al fondo hay sitio*, a oferta transmidiática padece do mesmo mal, dado que o envolvimento das audiências não é completamente aproveitado, seja porque os próprios

sites dificultam a interação ou porque a página oficial não facilita a interação da ficção com as suas redes sociais.

Esse passo, como já anunciávamos, ainda não se completou porque, conforme é exposto no capítulo dos **Estados Unidos**, as emissoras veem os fãs com um interesse exclusivamente mercantil. Isso evita ou dificulta reconhecer que através de suas práticas midiáticas e recepções múltiplas os fãs são “os melhores embaixadores de seus conteúdos”, uma vez que eles compartilham ou fazem *retweet* dos seus conteúdos de maneira gratuita. Ou seja, os fãs aumentam a promoção, e isso é saudável, como ocorreu com *El talismán*, telenovela que conseguiu um bom tráfego na internet devido à promoção que os fãs (não a produção) fizeram nas redes sociais, gerando um impacto constante, porque o tempo todo mantiveram o fenômeno de *talking about this*.

Essa capacidade de levar e trazer os conteúdos midiáticos por meio das redes sociais fez, inclusive, com que as ficções ou alguns personagens transcendessem os limites do ficcional e se assumissem como líderes de opinião na realidade. No **Chile**, a telenovela argentina *Soltera otra vez*, protagonizada pela personagem de Cristina Moreno, transformou-se em uma referência midiática e do coração, pois no seu perfil no Facebook e nas colunas que escreveu, como personagem, em algumas mídias chilenas, ofereceu à população conselhos para conseguir “o homem ideal”.

Sem dúvida, o ceticismo e a indecisão das emissoras foi o que impediu que, de modo geral, a recepção transmidiática ao longo de 2012 tomasse novos caminhos, embora em casos particulares existam esforços de grandes e pequenas emissoras para fazer que suas ficções não apenas sejam exibidas na internet, mas que a partir delas seja gerada uma transmediação verdadeira, sustentada na interação e na interatividade com suas audiências.

Interação, a abertura da indústria

Já em 2011 o Obitel relatava como, paulatinamente, as audiências ibero-americanas começavam a ter um compromisso maior

com suas ficções, o que se materializava em processos de interatividade. Contudo, esse emergente fenômeno tem encontrando alguns limites nas ofertas e possibilidades reais de interação que são oferecidas pelas emissoras, para além dos limites derivados das próprias competências que as audiências estão desenvolvendo a partir de suas interações com as chamadas novas tecnologias.

O passo que antecipávamos, que ia da oferta transmidiática sustentada em estratégias de marketing e divulgação de conteúdos para a incorporação verdadeira das práticas dos fãs na internet, é algo que em 2012 ainda não parece ter sido dado. A interatividade e a interação são duas fases em construção nos países do âmbito do Obitel.

Na metodologia que utiliza o Obitel para medir justamente essa **interação**, foram propostos critérios comuns para realizar uma classificação mais homogênea entre os 12 países que agora compõem este anuário. A classificação foi orientada pelo protocolo metodológico do Obitel, e está constituída pelas seguintes categorias:

Interativa: é possível interagir com outros sobre os conteúdos da ficção, mas não é possível assistir aos capítulos.

Interativa em tempo real: interpela as audiências durante a transmissão da ficção.

Visualização: é possível assistir aos capítulos, mas não é possível deixar comentários.

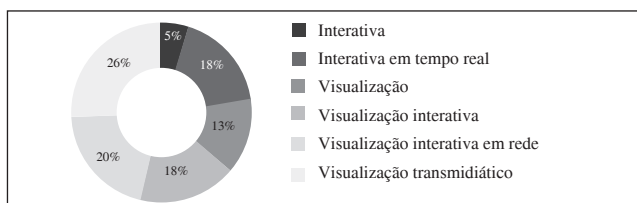
Visualização interativa: é possível deixar comentários e interagir com outras pessoas que visitem o site.

Visualização interativa em rede: é possível ver a ficção, deixar comentários e veicular todos os conteúdos do site nas redes sociais dos usuários.

Visualização transmidiática: no site são oferecidos produtos exclusivos para a visualização na rede e dinâmicas de interação com a ficção.

Entre os 12 títulos selecionados pelos países do Obitel, obtiveram-se 39 itens em relação aos tipos de interação midiática que foram oferecidos pelos produtores nos títulos selecionados.

Gráfico 1. Tipos de interação proposta pelos produtores nos títulos selecionados



Fonte: Obitel

Diferentemente de 2011, destacam-se aqui os níveis de interação propostos pela indústria, os quais estão mais próximos de processos de maior dinamismo entre as ficções e suas audiências. Neste ano, 26% ficaram concentrados na **Visualização transmidiática**, o que supõe que na maioria dos sites dos títulos são oferecidos produtos exclusivos para a visualização na web e dinâmicas de interação com a ficção, coisa que em países como o **México** e o **Equador** foi ainda mais longe, com o estabelecimento das webnovelas, ou na Espanha, com a criação de “twittersódios”.

A Visualização Interativa em Rede (20%), a Visualização Interativa em Tempo Real (18%) e a Visualização Interativa (18%) continuam com essa mudança de visão da produção de ficção. O aumento em relação ao ano passado responde à aposta de usar as redes sociais como meio para interpelar – em tempo real – as audiências sobre aquilo que elas olham nas telas, e também porque elas (segundo os dados observados em todos os países do Obitel) aumentaram o tempo que dedicam às redes sociais. Nesse ponto, destaca-se que essa interatividade seja mais incisiva em países como **Espanha, Brasil, Argentina, Estados Unidos e México**, onde os níveis de conectividade são maiores.

Atrás ficaram as propostas interativas e de visualização que há alguns anos dominaram as estratégias de transmediação oferecidas pela produção e pelas emissoras, o que supõe que o processo de transmediação e transmedialidade entre a televisão e a internet na Ibero-América é um fenômeno lento, mas que tem avançado ano após ano.

A interatividade, o que conseguiram as audiências e o que permitem os produtores

Os resultados em relação à interação pressupõem uma abertura dos produtores de ficção quanto à maneira como podem se vincular com suas audiências, mas também dos modos que elas (fora das propostas oficiais) estão buscando para vincular-se e apropriar-se de seus produtos culturais.

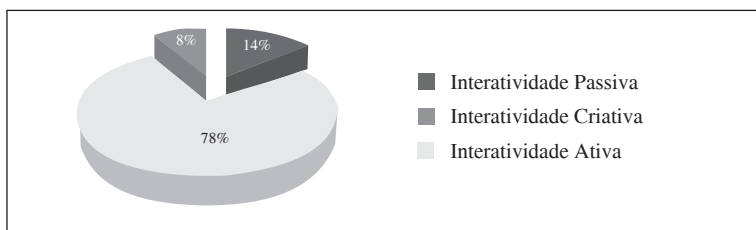
Esse passo ou migração, contudo, é um processo cultural que não se desenvolve da mesma maneira em todos os países do Obitel. Para fazer uma aproximação de como ocorre o processo de interatividade no protocolo metodológico, foram estabelecidas as seguintes categorias para analisar a interatividade:

Interatividade passiva: quando o usuário consome os conteúdos sem dar *feedback*. A interação é apenas reativa quanto ao conteúdo.

Interatividade ativa: o usuário responde a um estímulo dado apenas dentro das próprias condições oferecidas pelo emissor, por exemplo, a participação em alguma pesquisa. A interação é propositiva ou crítica quanto ao conteúdo.

Interatividade criativa: o usuário transforma-se em produtor de conteúdos, criando algo novo a partir daquilo que lhe foi dado. Estimulado pelo produtor original dos conteúdos a emitir alguma resposta, o usuário produz, transpondo sua condição de receptor e atingindo o nível de produtor (Lopes et al., 2009).

Gráfico 2. Níveis de interatividade proposta pelos produtores nos títulos selecionados



Fonte: Obitel

Aqui se destaca o aumento que teve, este ano, a **Interatividade Ativa**. Considerando que agora a análise foi feita apenas com 12 títulos e não com todos os listados nos *top ten*, 78% da interatividade entre ficções e fãs em 2012 foi ativa, o que implicou a resposta das audiências aos múltiplos estímulos que este ano ofereceram os produtores. Por exemplo, sondagens, pesquisas, jogos, dinâmicas para obter prêmios, *chats* e *videochats*, além de participar comentando ou “curtindo” os capítulos.

Contudo, esse é um nível ainda emergente de interatividade a nível geral, que talvez seja mais intenso ou generalizado em alguns países. Dado que a passagem para a “criatividade” (8%), instância em que as audiências se transformam em produtoras de conteúdo, criando algo novo a partir daquilo que lhes foi dado, é algo praticamente inexistente nos países do Obitel, onde – inclusive – a Interatividade Passiva (14%), de mera reação àquilo que se vê, ainda é superior. Isso nos permite ver que embora os produtores ofereçam novos caminhos, a participação e criação de conteúdo (em geral) não é uma prática midiática desenvolvida entre as audiências/usuários nos 12 países participantes.

Embora seja necessário mencionar a Interatividade Ativa, dominante nas ficções selecionadas, é preciso especificar do que cada ficção em particular, nos seus sites oficiais ou perfis em redes sociais, permite que suas audiências participem, uma vez que nem todas as produções estiveram plenamente abertas a participarem diretamente com as audiências. Em cada país do Obitel esses matizes são percebidos vendo, por um lado, a oferta dos produtores e, por outro, analisando as práticas dominantes das audiências, que, por sinal, são ativas, comentando e realizando trocas sobre aquilo que veem, mas produzindo muito pouco conteúdo próprio e inédito. A figura a seguir detalha os níveis de interação e interatividade, assim como as práticas que dominaram entre as audiências em relação a cada título.

Figura 3. Os 12 títulos selecionados, oferta transmidiática, tipos de interação, níveis de interatividade e práticas dominantes dos usuários

País	Título	Oferta trans-midiática	Tipos de interação transmidiática	Níveis de interatividade	Práticas dominantes dos usuários
Argentina	<i>Graduados</i>	Site oficial	Visualização transmidiática	Ativa	Comentário
		Facebook	Interativa em tempo real		Interpretação
		Twitter	Interativa em tempo real		Remix Paródia Recomendação Imitação Celebração Crítica Coleção Armazenamento Compartilhar Discussão
Brasil	<i>Avenida Brasil</i>	Site oficial	Visualização interativa em rede	Ativa	Interpretação Compartilhar Ludicidade Recomendação
		Página de Facebook	Visualização transmidiática	Criativa	Interpretação Comentário Compartilhar Recomendação Discussão Celebração Ludicidade Coleção Crítica Paródia Remix
		Brasil-Novela	Visualização transmidiática	Criativa	Interpretação Comentário Compartilhar Recomendação Discussão Celebração Ludicidade Coleção Crítica Paródia Remix
		Twitter oficial	Visualização interativa em tempo real	Ativa	Interpretação Comentário Compartilhar Discussão
		Blog Oioioi	Visualização interativa	Ativa	Consumo Recomendação

Chile	<i>Soltera otra vez</i>	Loja Mídia Out of Home	Visualização	Passiva	Interpretação
		Site oficial	Visualização transmidiática	Criativa	Comentário
		Página de Facebook	Visualização interativa em rede	Ativa	Recomendação
		Twitter	Interativa em tempo real	Ativa	Crítica
		Canal de YouTube	Visualização interativa	Ativa	Armazenamento Compartilhar Discussão
Colômbia	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	Página de Facebook	Visualização interativa	Ativa	Comentário
		Página oficial	Visualização interativa em rede	Ativa	Interpretação
		Página de Twitter	Visualização interativa	Ativa	Recomendação
		Página de YouTube	Interativa em tempo real	Ativa	Celebração Crítica Coleção Compartilhar Ampliação Debate Interpelação
Equador	<i>Enchufe.tv</i>	Página oficial	Visualização	Passiva	Comentário
		Conta no Facebook	Visualização transmidiática	Ativa	Interpretação
		Cuenta en Twitter	Interativa em tempo real	Criativa	Remix
		Canal en YouTube	Visualização interativa em rede		Paródia Recomendação Imitação Celebração Crítica Coleção Armazenamento Compartilhar Discussão
Espanha	<i>El barco</i>	Web oficial	Visualização transmidiática	Ativa	História
		Facebook oficial	Interativa	Activa	Intérpretes
		Twitter oficial	Interativa em tempo real	Ativa	Críticas Humor Atualidade Audiências
Estados Unidos	<i>El talismán</i>	Página oficial	Visualização	Passiva	Comentário
		Página de Facebook	Visualização transmidiática	Ativa	Interpretação
		Página de Twitter	Interativa em tempo real	Ativa	Remix
		Página de YouTube	Visualização transmidiática	Ativa	Paródia Recomendação Imitação Celebração Crítica Coleção Compartilhar Discussão

México	<i>Te presento a Valentín</i>	Página oficial	Visualização	Passiva	Comentário Discussão Recomendação Imitação
		Página de Facebook	Visualização interativa em rede Visualização transmidiática	Ativa Ativa	
		Página de Twitter	Visualização interativa em rede	Passiva/ Ativa	
Peru	<i>Al fondo hay sitio</i>	Página Oficial	Visualização transmidiática	Ativa	Comentário Interpretação Recomendação Paródia Crítica Discussão
		Página de Facebook	Visualização interativa em rede	Ativa	
		Página de Twitter	Interativa	Ativa	
		Página de YouTube	Visualização interativa em rede	Ativa	
Portugal	<i>Dancin' days</i>	Página oficial	Visualização transmidiática	Ativa	Comentário Celebração Recomendação Compartilhar Interpretação Crítica Coleção Armazenamento Discussão
		Página de Facebook			
Uruguai	<i>REC. Una serie casera</i>	Site oficial			Comentário Celebração
		Página de Facebook	Visualização em tempo real	Passiva	
		Grupo de Facebook	Interativa	Ativa	
Venezuela	<i>Flor salvaje</i>	Site oficial	Visualização transmidiática	Ativa	Comentários Notícias Anúncios especiais sobre a telenovela Críticas Pesquisas Recomendação
		Página de Facebook	Visualização interativa	Ativa	

Fonte: Obitel

Em relação às práticas dominantes dos usuários, a atividade que mais se destacou nas 12 ficções selecionadas foi a de **Comentários** seguida de **Compartilhar** e **Discussão**. Essas três atividades, facilitadas pela interface dos sites em que foram colocados esses títulos, expressa que os usuários de fato estão dispostos a interagir com suas séries e telenovelas, mas a pouca oferta dos produtores ou a falta

de capacidades impedem que realizem outras atividades, como o Remix, a Paródia ou a Imitação. Embora esse tipo de atividade seja desenvolvido em países como **Argentina, Brasil, Equador, Estados Unidos** ou **México**, incluem atividades reativas, mais do que proativas, uma vez que a maioria dos fãs de ficção que entram nos sites que as séries ou telenovelas oferecem fazem isso quase que exclusivamente para assistir a seus capítulos e para, de vez em quando, comentar algo sobre eles, como ocorre, por exemplo, no **Chile, Colômbia, Espanha, Portugal, Peru, Uruguai e Venezuela**.

Observando em conjunto o que é oferecido e o que fazem as audiências nos 12 títulos selecionados, fica claro que a recepção transmidiática será uma realidade mais do que emergente, pelo menos no âmbito do *Obitel*, não apenas quando os produtores de ficção atribuíam um peso específico aos comentários que recebem diariamente de suas audiências, mas também quando reconheçam sua capacidade de agência e comecem a explorar novas maneiras de interagir com suas ficções e, por que não, quando tomem consciência de sua capacidade como criadores de conteúdos e possam, como ocorreu no **Equador**, gerar seus próprios canais para produzir ficção.

6. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

A escolha da inter-relação ficção televisiva e memória social como tema do Anuário *Obitel* 2013 teve como objetivos buscar revelar novos aspectos da importância da ficção televisiva para os países do Observatório, bem como lançar luz em como as ficções televisivas participam na construção de memórias sociais e de identidades culturais dessas nações.

A trajetória dessa inter-relação em cada um dos países revela em grande medida as práticas sociais, os discursos e os usos que se produzem em torno da ficção televisiva. Essa tarefa se mostrou complexa não apenas pela importância social da ficção televisiva nos países ibero-americanos, mas também pelas diferentes perspectivas abertas pelos estudos sobre a memória social relacionada aos meios de comunicação.

O ponto de partida foi tomar a ficção televisiva como lugar de memória (*lieu de mémoire*, Nora, 1989) e documento de época e compreendê-la como narrativa de construção, manutenção e discussão de memória social, ou seja, como *recurso comunicativo* (Lopes, 2009) de construção de identidade.

A inter-relação memória social e ficção televisiva foi observada nos países Obitel de diversos modos: (1) pelo gênero da ficção histórica que busca retratar o passado de forma ficcionalizada; (2) como arquivo histórico em que as ficções se transformam; (3) pelo interior das tramas onde, por meio do discurso autorreferencial, re-memoram a si mesmas; (4) seja ainda por meio de recursos como *remakes* e *reprises*. Essas modalidades de (re)construção de um discurso sobre o passado serviram para revelar aspectos e usos relacionados ao gênero ficcional e, em especial, ao melodrama como *matriz cultural* (Martín-Barbero, 2001)

A *memória televisiva* foi também tomada como parte da *memória midiática* (*media memory*) (Neiger et al., 2011). No uso permanente da memória coletiva em formas públicas de rituais e cerimônias, a televisão opera como agente dessa memória ao recuperar, por meio de narrativas, a lembrança dos acontecimentos. Isso leva a buscar compreender como a ficção televisiva e, em especial, a telenovela, considerada como uma *narrativa da nação* (Lopes, 2004), produzem sentidos e sentimentos de pertencimento e identidade que ancoram a memória social.

É nesse diálogo entre passado e presente que o gênero ficcional atua como mediação cultural que permite à memória atuar seletivamente trazendo o passado para o presente, ressignificando-o, mostrando novas facetas e esquecendo outras. Esse movimento de atualização do passado é destacado por Ricoeur (2004). Para ele, enquanto a memória trabalha trazendo o passado ao presente, a história faz o movimento inverso. Mesmo que a história seja uma instância crítica frente ao passado, e a memória apresente a tendência a interpretá-lo a partir de categorias e pontos de vista do presente, há uma interdependência entre ambas. A memória é, pois, além de

fonte fundamental, a própria matriz da história, fazendo circular suas interpretações. Nesse sentido, trata-se de uma relação complexa e conflitiva entre duas formas de representação e interpretação do passado.

A reconstrução do passado, segundo Meyers (2007), apresenta três aspectos principais: (1) o processo de selecionar alguns eventos e não outros, que são omitidos, (2) a questão da autoridade de quem apresenta a narrativa e (3) a consideração do julgamento moral implícito para a recuperação da memória a institucionalização do processo do que vai entrar ou não para a memória social. Referindo-se mais diretamente à televisão, Edgerton (2001) argumenta que é um meio pelo qual as pessoas podem aprender história. Dessa forma, podemos considerar a “televisão como historiador”.

A televisão é um poderoso instrumento de narrar o passado e influenciar o modo de pensar do público, principalmente por meio da telenovela, que é considerada um fenômeno cultural na América Latina. A telenovela, como gênero popular, cria um espaço público para compartilhar experiências e discussões da nação (Lopes, 2009). Segundo Porto (2011), as representações nas telenovelas tendem a traçar um paralelo entre as realidades políticas e sociais. Dessa forma, os temas adquirem importância e passam a influenciar os telespectadores, pois, como observa Lopez (1995), viver a nação através da novela é uma possibilidade concreta.

As análises das ficções televisivas feitas pelos países neste anuário mostram as narrativas das telenovelas como agentes da reconstituição do passado que constrói memórias coletivas. Segundo Jelin (2002, p. 22), “o coletivo de memórias é o entrelaçamento de tradições e memórias individuais, em diálogo com os outros, em um estado de fluxo constante”. Sturken (1997) aponta que, diferentemente das imagens fotográficas ou cinematográficas, as memórias não permanecem estáticas com o tempo – elas são reformuladas e reconfiguradas, desaparecem ou são reescritas.

Falamos, então, de memória televisiva como parte da memória midiática (*media memory*) e da televisão como historiador. Segundo

Edgerton (2001), a televisão atua como historiador e deve ser vista como meio pelo qual grandes audiências podem conhecer histórias e figuras do passado e por elas ser cativadas. As lembranças fazem parte de um arquivo ao mesmo tempo pessoal e coletivo, e, como tal, são retratadas e reproduzidas pela mídia a fim de eternizá-las. Assim, os meios geram novos modos de modelagem da memória e formam parte inevitável da vida cotidiana. Mesclam-se, aqui, os “lugares da memória” (Nora, 1989), a “memória coletiva” (Halbwachs, 2006) trabalhada pelas instituições, e a memória individual do recordador/narrador (Benjamin, 1986).

A seguir, procuramos mostrar, com base no princípio da interculturalidade, que rege o Obitel, alguns caminhos trilhados pelos países do Observatório, e cabe ressaltar que o detalhamento de cada uma das análises aqui resumidas encontra-se no capítulo de cada um dos países.

Ficções televisivas e temas da memória

O grande destaque do tema do ano do Anuário Obitel 2012 esteve na própria ficção televisiva histórica como forma de arquivo da nacionalidade e/ou questionamento da história oficial, como fizeram **Chile, Colômbia, Equador, Portugal, México e Uruguai**. No entanto, em muitos países, a construção da memória social e do conhecimento compartilhado do passado permanece através da visão hegemônica da história. As ficções que seguem essa tendência foram destacadas por **Espanha, Peru e Portugal**. A construção de uma memória histórica, que exalta acontecimentos, reconstrói personagens e localiza referências para explicar fenômenos atuais é a forma com que as ficções de **Chile, Peru, México e Venezuela** buscam para alcançar um verdadeiro retrato da memória social recente. Trata-se de formas de narrar, compreender, construir e reconstruir a identidade nacional, seja pela evocação de fatos históricos circunsritos a um determinado período histórico, seja pela evocação e contraposição de fatos de um passado longínquo com os de um passado mais recente. Essas formas estão relacionadas diretamente

à produção de sentidos de nostalgia de uma época considerada, muitas vezes, mais organizada e feliz.

A **Argentina** aborda a construção da memória social por meio da televisão, destacando a capacidade da ficção de elucidar eventos do passado, discutindo as memórias produzidas pelas ficções televisivas e sua participação na construção desse passado. Entra ainda no debate a distinção entre a memória gerada pelos meios de comunicação e aquelas memórias que dependem de um discurso estético, político ou histórico e que vão além da mídia propriamente dita. Nas memórias geradas pelas televisões argentinas são apresentadas três vertentes. A primeira delas refere-se à reiteração dos moldes genéricos de cultura popular em que se recuperam personagens e situações de esquetes teatrais com atmosfera mítica, sem preocupação com a temporalidade, caso da série *Yosoyportenõ* (1962 a 1966 e 1976 a 1982). A segunda é composta pelos casos memoráveis da mídia em que os noticiários policiais ou de suspense oferecem o pano de fundo para o enredo das ficções. É o caso da telenovela *Vidas robadas* (Telefé, 2008), que trata do tráfico e desaparecimento de pessoas. E a terceira vertente são os casos da mídia lembrando-se dela mesma, com a utilização de dados biográficos de pessoas conhecidas que ganham centralidade no tema da ficção. É o caso da telenovela *La dueña* (Telefé, 2012), em que a vida privada da atriz Mirtha Legrand apresenta alguns pontos em comum com a vida da personagem que representa; assim, a realidade e a ficção se imbricam.

Já a reconstrução do período político mais recente da **Argentina** está ligada, em geral, às iniciativas governamentais. A maneira como os eventos históricos são demonstrados nas ficções permite explicitar diferentes formas pelas quais Estado e sociedade constroem a identidade coletiva. As reconstruções históricas ligadas ao período traumático da ditadura mostram o desaparecimento forçado de pessoas comuns, como em *Televisión por la identidad* (Telefé, 2007). Nessa reconstrução, surgem dois pontos de vista: o dos defensores da ditadura e o de suas vítimas, caso da minissérie *Volver a nacer* (Televisión Pública, 2012). Essa questão adquire importân-

cia não somente pelo impacto do ponto de vista social, mas também porque está diretamente relacionada à perda e à recuperação da identidade nacional. Dessa forma, o passado não mais pode ser pensado como um mundo fechado.

O **Brasil** tomou como data inicial para o recorte temporal de sua análise as ficções exibidas de 2006, início das atividades do Obitel, a 2012. Em termos metodológicos, ao analisar a relação entre ficção televisiva e memória, esse país destaca a capacidade e autoridade da televisão de operar como agente da memória coletiva considerando três aspectos. Dois deles são relacionados ao próprio meio como sistema de produção: a TV relembra a ficção em reprises e *remakes*; a TV relembra o passado em narrativas históricas e de época; e o terceiro relacionado à produção de sentidos de memória que se ancora na reapropriação de telenovelas por uma escola de samba no desfile de carnaval no Rio de Janeiro.

As reprises, *remakes*, minisséries e telenovelas funcionam como dispositivos de memória da ficção televisiva. Desde 1980, a Globo exibe o programa *Vale a pena ver de novo*, que reprisa as telenovelas da emissora. Em 2010, a Globo lançou, na TV paga, o Canal Viva, cuja programação é constituída por reprises de ficções e de shows antigos, considerados clássicos da TV e que vem alcançando sucesso, figurando entre os canais mais vistos. Essa audiência traduz muito dos processos de lembrança, memória e história na vida dos telespectadores. Outros canais, como SBT e Record, também reprisam telenovelas e minisséries em sua programação. Os *remakes* possibilitam aos telespectadores a produção de novos sentidos para as histórias já vistas e que estão sendo recontadas. Também funcionam como resgate da “memória midiática” constituída de sensações já vivenciadas por pessoas que conhecem a história original e a comparam com o *remake*, que debatem nas redes sociais com pessoas que não viram o original e veem o remake como se o fosse. Trata-se não apenas da recuperação de emoções, sensações da primeira exibição, mas também da construção de novos significados que se processa pela constante inter-relação presente e passado.

Em 2012, a Globo produziu *remakes* de duas telenovelas: *Gabriela*, grande sucesso de 1975, e *Guerra dos Sexos*, de 1984.

Também ganham destaque as narrativas que rememoram aspectos históricos da sociedade brasileira, mostrando que a relação da mídia com a história é construída a partir do papel central que a televisão desempenha nos dias atuais. Percebemos a memória dos fatos da história em minisséries que abordaram temas históricos, sociais e políticos do país. Por exemplo, o regime militar, com *JK* (Globo, 2006) e *Amor e revolução* (SBT, 2011), a época histórica bíblica, com *A história de Ester*, *Rei Davi* e *Sansão e Dalila* (Record, 2011), e as biografias de época, com *Maysa – Quando fala o coração* (Globo, 2009) e *Dalva e Herivelto* (Globo 2010). As telenovelas também oferecem temáticas históricas, sejam elas fictícias ou reais, como, por exemplo, *Cordel encantado* (Globo, 2011), ambientada no início do século XX numa cidade fictícia, e *Lado a lado* (Globo 2012), com uma reconstituição detalhada da cidade do Rio de Janeiro do início do século XX. Dessa forma, a memória do passado é trazida para a percepção do presente por meio do registro da ficção televisiva.

O **Brasil** notou ainda que a recuperação do passado da telenovela ultrapassou as mídias convencionais (outras telas, revistas, livros etc.) e foi tema do carnaval de 2013, no Rio de Janeiro. O Grêmio Recreativo Escola de Samba São Clemente desfilou no Sambódromo a sua versão da história da telenovela no Brasil. Em termos simbólicos, houve a conjunção de duas das principais matrizes da cultura brasileira, o carnaval e a telenovela. Desfilaram temas, cenas, personagens e histórias que marcaram a memória dos telespectadores em 54 telenovelas, todas da Globo, escolhidas por meio de enquetes realizadas na internet pela própria escola. Foram recontadas, a partir da estética do carnaval, histórias de cinco décadas (1960-2012), com ênfase nos anos 1970 e 1980, através de samba-enredo, música, dança, coreografia e alegorias. Pode-se dizer que dois *media events* – a telenovela e o carnaval – juntos narraram uma “história popular da televisão”, ativando mecanismos de

lembrança e de reconhecimento em milhões de telespectadores que assistiram ao desfile.

O **Chile** destacou as produções de ficção históricas do país especialmente através de telefilmes e documentários. Os temas explorados foram: a biografia de personalidades chilenas dos primeiros cem anos da nação; o cotidiano e a vida militar e política desses sujeitos; a Guerra do Pacífico; e a história do Chile desde o descobrimento. O país classifica em três tipos sua produção ficcional relacionada à memória nos últimos cinco anos: (1) as ficções históricas que relatam os fatos do passado distante do país; (2) as ficções de época que narram o passado ditatorial; e (3) as ficções que retratam a memória social mais recente.

O passado mais distante do **Chile** é retratado por meio dos acontecimentos marcantes para a nação, do ponto de vista da história monumental (representação de fatos históricos fundadores da nação), recuperando episódios de crises e conflitos. Entram nessa categoria as ficções *Heroes*, *Epopeya*, *Paz* e *Algo habrán hecho*. A memória recente do período ditatorial é apresentada por ficções de época, sem a existência de personagens ou fatos reais, como em *Los 80* e *Los archivos del cardenal*. Ambas as séries abordam a violação dos direitos humanos, defendendo a importância do testemunho como denúncia dessa época. Por fim, a memória contemporânea é representada pela ficção *El reemplazante*, exibida em 2012. Ambientada em uma escola de bairro popular, a série sugere novos modos de se relacionar com o passado a partir de uma memória, que ainda não é história, envolvendo o movimento estudantil. Todas as ficções citadas foram financiadas pelo Consejo Nacional de Televisión.

Também a **Colômbia** enfatiza o fato de que a televisão, ao longo dos anos, retratou períodos de descobrimento, conquista e independência, com realismo estético e mescla de ficção e realidade. Essas ficções convidavam os telespectadores a questionar suas crenças sobre a história do país. O país ressalta ainda a relação entre memória social e história a partir de um breve histórico de como o

passado foi recriado pela televisão e quais foram suas razões ideológicas e políticas.

Na **Colômbia**, as ficções históricas mostravam a história a partir de processos e confrontos sociais, da igreja, do governo ou do povo. No entanto, algumas retratavam os fatos históricos de forma diversa daquela contada nos livros de história, como *La independencia*; *La vida y obra de Bolívar*; *Los pecados de Inés de Hinojosa* e *La Pola*. Ressalta, ainda, uma controvérsia referente à maneira com que o realizador dos programas interpreta os fatos históricos, uma vez que este pode privilegiar visões sobre os acontecimentos de acordo com o ponto de vista dos patrocinadores. Debate-se, então, o compromisso social e político que a televisão deve ter por meio do debate sobre a democracia, a inclusão social e a diversidade cultural. São citados exemplos como as ficções *La saga*, *Negocio de familia*, *La historia de Tita*, *Amar y temer*.

Na década de 1990 a telenovela na **Colômbia** adquire notável relevância pela representação regional e nacional, ampliando sua influência a nível mundial e promovendo a imagem do país. Com isso, a telenovela intensificou o debate sobre o significado do *nacional* e o papel da cultura conforme o passado e o presente históricos. Um grande desafio para a produção de ficção televisiva está no tratamento do conflito político e social, que marca e determina o desenvolvimento histórico e atual de cada país. A ficção torna-se símbolo de construção da realidade, de representações compartilhadas e de desenvolvimento da memória social.

Os **Estados Unidos** destacam a realidade do México, transformada pelo narcotráfico em desesperança e ansiedade para os cidadãos mexicanos. Enfatiza como o desânimo social se instaurou pela situação de violência e brutalidade que a presença do tráfico de drogas trouxe ao país, influenciando a cultura e modificando valores e tradições dos velhos tempos por um novo tipo de crime organizado, em que o dinheiro substituiu os valores antigos. Esse ponto de vista é utilizado para discutir as temáticas das telenovelas que mostram a vida dos traficantes num subgênero denominado “narconovelas”, que vem

obtendo grande sucesso na televisão hispânica, como foi o caso da ficção *La reina del sur*, exibida durante o ano anterior pela Telemundo.

Os **Estados Unidos** também lembram a relação intrínseca entre telenovela e realidade social, uma vez que a ficção se torna reflexo dramatizado da realidade social e esta última influencia as temáticas das tramas que são veiculadas na televisão hispânica. Nesse contexto, discute-se como a reconstrução do passado da cultura popular é influenciada pelos valores apresentados nas ficções, e a televisão como o mais popular e poderoso instrumento de narrar o passado cria um espaço público em que a experiência de uma nação é tomada pela temática do narcotráfico, impondo um novo sistema que descaracteriza o melodrama tradicional e abre caminho para a representação da realidade crua da América Latina e dos Estados Unidos. É feita a crítica às temáticas apresentadas pela Telemundo, principalmente considerando o grande sucesso de *La reina del sur* e o contínuo emprego da temática em produções futuras, que, por considerar somente o imenso sucesso do tema do narcotráfico, recobre de *glamour* a vida dos traficantes de drogas e, de certa maneira, inocenta essas atividades ilegais. Em sua defesa, a emissora afirma que apenas oferece aos telespectadores o que eles querem.

A **Espanha** assistiu nos últimos anos a um aumento de produções de época, numa clara recuperação da memória histórica. Em 2012, a crise econômica afetou o ritmo de produção, especialmente nas emissoras públicas. Porém, a própria crise introduziu inovações importantes no sentido de construir e reconstruir imagens da *historia cultural* e seus períodos emblemáticos, tais como a Alta Idade Média e o reinado dos reis católicos. Suas quatro ficções classificadas como históricas (*Toledo*, *Isabel*, *Concepción Arenal* e *La conspiración*) mesclam “passado” e “passatempo” (Silverstone, 1999, p. 132), ou seja, levantam a questão de Buonanno (2012, p. 200), que, seguindo Ricoeur, afirma ser preciso pensar na própria distinção entre o passado e a história.

Em termos de produção de ficção de época, a **Espanha** inaugurou com *Cuéntame cómo pasó* (2001) o “grau zero” de uma reflexão

que divide as obras ambientadas no passado a um ‘antes’ e um ‘depois’ da transição democrática. A ficção do país transita por períodos e fases históricas que, retratadas, transformam-se em ferramentas de compreensão, construção e reconstrução de sua identidade. Assim, vê-se a conquista romana em *Hispania, la leyenda* (2010) e em *Imperium* (2012), enquanto *Toledo* (2012) e *Isabel* (2012) abordam a construção do Reino de Espanha misturando realidade e ficção. A Espanha barroca é retratada em *Águila roja*, série em exibição há quatro anos, ambientada no século XVII. Os anos 1920 são retratados em *La memoria del agua* e, principalmente, em *Gran hotel*, uma recriação visual cuidadosa da aristocracia espanhola da época. A notavelmente custosa e longeva *Cuéntame cómo pasó* é ambientada no período de transição do final dos anos 1970 e já está na 13ª temporada, refletindo uma política iluminista.

A memória social na ficção espanhola teve como notável exemplo *Amar en tiempos revueltos*, exibida de 2005 a 2012 e que, em 2013, retornará em nova fase com o título *Amar es para siempre*. Produção de época, esse é um exemplo do caráter didático a que pode chegar a ficção, abordando questões sociais ocorridas entre 1936 e 1956, com grande número de imagens de arquivo. *Amar en tiempos revueltos* também gerou *spin-offs* em forma de telefilmes e três novelas, além de ser vendido para diversos países da América Latina e Estados Unidos.

O **Ecuador** ressalta a relação entre memória e audiovisual por duas vias: a ficção fornece elementos para recordar e serve como fonte de arquivos de memória. Apesar de ser escassa a produção de ficção televisiva que trata de elementos e histórias do passado, o país destaca três momentos da ficção relacionados à memória social. O primeiro refere-se às primeiras experiências, nas décadas de 1960 a 1980, com as séries *Narcisa de Jesús* (1961) e *El Cristo de nuestras angustias* (1967) e a telenovela *La casa de los Lirios* (1974). Essas ficções trabalharam a memória de maneira mais conservadora, com intuito de recuperar tradições equatorianas e costumes religiosos. O segundo momento ocorre na década de

1990, com encontros entre literatura e ficção televisiva. A época foi o auge das ficções relacionadas a elementos de memória social, buscando recuperar a memória a partir de obras literárias de autores do país. Sete títulos expressam essa função, todos da Ecuavisa: *Cumandá*; *Los sangurimas*; *A la Costa*; *El Chulla Romero y Flores*; *7 lunas, 7 serpientes*; *El cojo Navarrete* e *Polvo y ceniza*. O terceiro e último momento marcante nas ficções é o século XXI, que pode ser chamado de momento da não memória, pois há pouca ficção que recupere a memória social. Dois títulos podem ser mencionados: *Sé que vienen a matarme* (2007) e *Olmedo, el castigo de la grandeza* (2009).

O **Ecuador** destaca a importância da televisão pública como oportunidade para a memória social, já que não sofre as mesmas pressões de mercado que a televisão privada. O canal público se concentra em programas jornalísticos e documentários, mas em 2012 foram convocados produtores nacionais para promover a ficção, talvez se configurando a chance de realização de ficção com foco na memória social.

No caso do **Peru**, as ficções sobre o passado são resultado de adaptações de obras literárias com elementos populares. Entre as ficções destacadas até a década de 1980 estão: *Tradiciones peruanas* (1959), teleteatro que apresenta um conjunto de tradições que repassam o passado histórico desde a colônia até a jovem república, considerada peça central na construção da nacionalidade; *Matalaché* (1964), sobre um amor inter-racial na época da escravidão; *Nuestros héroes de la guerra del Pacífico* (1979), no centenário da guerra contra o Chile e do governo militar no Peru. Os anos 1980 retratam uma tensão na ficção entre olhar um passado recente e interpretar um passado remoto. Essa tensão entre os dois passados se encontra nas ficções *Gamboa* (1983), que conta casos reais dos arquivos da polícia investigativa do Peru; *Bajo tu piel* (1986) e *Malahierba* (1987), com temáticas sociais como negligência médica e narcotráfico.

No entanto, são as minisséries que se constituem como o melhor vínculo entre ficção televisiva e memória no **Peru**, especial-

mente no final da década de 1980 e início de 1990. As minisséries da época imaginam um passado com personagens históricos e relatos e experiências emblemáticas, como guerra entre índios e espanhóis, conflitos de classe e narrativas com base em personagens reais da história do país. Em 1994, um marco para a identidade do país na ficção foi a telenovela *Los de arriba y los de abajo*, que mostrou o **Peru** como um país culturalmente diversificado, ao contrário do país retratado hegemonicamente em ficções anteriores.

Portugal destacou as produções que relembram momentos importantes da história político-social do país. Temas como a queda da monarquia, a primeira república, a vida familiar e social do Estado Novo foram ficcionalizados. A produção portuguesa considerada histórica, com tramas desenvolvidas em um tempo passado e/ou sobre temas e personalidades reais, totaliza 35 títulos, dos quais 40% situam-se em um passado recente (entre 1930 e 1970), 26% são adaptações de obras de autores canônicos do século XIX e 20% se passam nas duas primeiras décadas do século XX (Primeira República e consequente instabilidade governamental). Em 2012, foram identificados dois títulos considerados históricos – *Perdidamente Florbela* e *Barcelona, cidade neutral* (RTP1) – e um de época – *Anjo meu* (TVI). Comparando os canais, percebe-se que o canal público faz uma aposta continuada nesse tipo de conteúdo (27 títulos), enquanto os canais privados fazem-no de forma irregular.

Em uma constante negociação entre passado e presente, a ficção televisiva do **México** reconstrói o passado a partir de dois eixos narrativos: a vida rural e os anos dourados do cinema mexicano. As emissoras, em parte com o apoio dos governos locais, enfatizaram o cenário rural onde se passaram dramas familiares típicos da construção da identidade nacional do país dos anos 1940. A ficção mostra claramente a transição entre o rural – fonte inesgotável de cenários, temáticas e histórias típicas, como em *Amor bravío* e *Abismo de pasión*, da Televisa, e *Los Rey* e *La mujer de Judas*, da TV Azteca – e o urbano atual, com temas relacionados ao narcotráfico, aborto e homossexualidade, enfatizando o drama da identidade nacional. Com grande visibilida-

de para as músicas rancheiras e nos figurinos, a ficção trouxe para o presente um ambiente *de época* para ressignificar as vivências atuais do país. O resgate do patrimônio rural, do rancheiro, foi quase onipresente nas telenovelas de 2012. A visualidade e sonoridade constantes mostram o regresso desse elemento, como a vestimenta rancheira e a música de mariachi. Ambos os elementos foram centrais no cinema mexicano por todo o século XX, sendo constantemente ressignificados pela indústria cultural (em especial a televisiva).

Poderíamos dizer que as telenovelas habitam uma espécie de “outros tempos”, relacionados ao México pré-revolucionário. Tous-saint (2013) distingue um passado em que a riqueza estava firmemente ancorada às terras de cultivo, e estende esse movimento da telenovela até 2013, com exemplos como *Corazón indomable*, *Amores verdaderos* e *La mujer del vendaval*, todas da Televisa.

O **Uruguai** aborda o tema do ano discutindo a memória social e a ficção televisiva com base na relação entre ficção e realidade, incorporando a complexa relação entre memória e história. São selecionadas algumas ficções televisivas importadas de cunho histórico, como *Pablo Escobar, el patrón del mal*, *Cuéntame*, *Graduados* e *Contámela em colores*. Tais ficções são discutidas considerando o pressuposto aristotélico do limiar entre verdade e plausibilidade na formação da memória social, e assim aceitando que o elemento relevante na ficção é a verossimilhança, ou seja, ela não é a verdade, mas a sua aparência. Dessa forma, a ficção, por meio da plausibilidade, permite ao telespectador vivenciar outras subjetividades através dos personagens, e assim aumentar seu repertório simbólico e moldar as memórias coletivas. É nesse sentido que a ficção televisiva pode ser considerada como parte integrante do processo de construção das memórias coletivas da sociedade.

A memória social, ou narração do passado, apresenta uma dupla vertente quando se observa a ficção televisiva da **Venezuela**. Por um lado, há a memória recente, vinculada à situação sociopolítica do país, representada pelas telenovelas *Barrio Sur* e *Teresa em tres estaciones*; por outro, a memória histórica com o papel de

enaltecer e exaltar acontecimentos e personagens do passado com o fim de compreender os fenômenos atuais. Esses conteúdos se originaram na chamada *telenovela cultural*, e são exemplos: *Por estas calles* (1992), *Amores de fin de siglo* (1995), *Ciudad bendita* (2006) e *Amores de barrio adentro* (2004). Outros conteúdos relacionados à memória social são os baseados em acontecimentos políticos, como *Estefanía* (1979), *Gómez I* (1980), *Gómez II* (1981) e *La dueña* (1984), e/ou os baseados em épocas históricas importantes, como *Pobre negro* (1976), *Sangre azul* (1979) e *Guerreras y centauros* (2012-2013). Também é possível observar uma espécie de memória cultural que surge em conteúdos ficcionais relacionados a épocas importantes da história do país e que lida com temas como heroísmo, questões étnicas e movimentos pela independência. No ano de 2012, a ficção televisiva venezuelana lançou um olhar romântico para o passado com narrativas grandiloquentes de batalhas e lutas pelo poder.

Ao modo de conclusão

Dentro do novo cenário cultural e comunicativo contemporâneo, o tema do ano do Anuário Obitel proporcionou a constatação de que vivemos um “boom” de memória, uma volta ao passado em parte marcada pelo fenômeno do arquivamento. A ficção é criadora de um repertório compartilhado e por isso foi entendida pelos 12 países como um lugar onde a memória pode ser exercitada, como um lugar onde representações e imaginários sobre o modo de vida de uma época são depositados, podendo depois ser reapropriados. Ela é, portanto, ao mesmo tempo, memória, arquivo e identidade, um *locus* complexo de construção e reconstrução identitárias, lugar onde assoma a capacidade da narrativa ficcional televisiva de conectar dimensões temporais de presente, passado e futuro, de (re) criar a memória coletiva dentro da nação.

Referências

- BENJAMIN, Walter. O Narrador. In: Walter Benjamin. *Magia e técnica, Arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- BUNNANO, Milly. *Italian TV drama & beyond. Stories from the soil, stories from the sea*. Bristol, Chicago: Intellect, 2012.
- CASTELLS, Manuel. *Communication power*. New York: Oxford University Press, 2009.
- COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. Introduction: Media events in globalized media cultures. In: COULDRY, Nick; HEPP, Andreas; KROTZ, Friedrich. *Media events in a global age*. New York: Routledge, 2010.
- DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: as artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- EDGERTON, Gary R. Television as historian. A different kind of history altogether. In: EDGERTON, Gary; ROLLINGS, Peter (eds.). *Television histories*. Shaping collective memory in the media age. Lexington: The University Press of Kentucky, 2001.
- HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. 2ª ed. São Paulo: Centauro, 2006.
- JELIN, Elizabeth. *Los trabajos de la memoria*. Madrid: Siglo XXI, 2002.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZES*, São Paulo, v. 3, dez. 2009.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de et al. Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org). *Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas*. São Paulo: Editora Globo, 2009.
- LOPEZ, A. Our welcomed guests: telenovelas in Latin America. In: ALLEN, Robert C. (ed.). *To be continued...soap operas around the world*. London and New York: Routledge, 1995.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- MEYERS, Oren. Narrating the 1960s via “The ‘60s”: television’s representation of the past between history and memory. *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, San Francisco, CA*, May 23, 2007. Disponível em: <http://citation.allacademic.com/meta/p168345_index.html>

NEIGER, Motti; MEYERS, Oren; ZANDBERG, Eyal (eds). *On media memory*. Collective memory in a new media age. London: PalgraveMacMillan, 2011.

NORA, Pierre. Between memory and history: les lieux de mémoire. *Re-presentations* 26, Spring 1989. The Regents of de University of California. Disponible em: <http://www.history.ucsb.edu/faculty/marcuse/classes/201/articles/89NoraLieuxIntroRepresentations.pdf>

PORTO, Mauro. Telenovelas and representations of national identity in Brazil. *Media, Culture and Society*, 33, 2011.

OROZCO-GOMEZ, Guillermo. Del consumo amplificado a la participación creativa de las audiencias. Ponencia presentada en el *Congreso Educación Mediática y Competencia Digital*. Segovia, Espanha, 2011.

OROZCO-GOMEZ, Guillermo. *TvMorfosis*: la televisión hacia una sociedad de redes. México: Canal 44 UdeG/Tintable, 2012.

RICOEUR, Paul. *La memoria, la historia y el olvido*. Buenos Aires: FCE, 2004.

SCOLARI, Carlos. Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la Comunicación*, 77. Lima: Felafacs, 2008. Disponible em: <http://www.dialogosfelafacs.net/77/articulos/pdf/77CarlosScolari.pdf>

SILVERSTONE, Roger. *Why study the media?* London: Sage, 1999.

STURKEN, Marita. *Tangled memories*: the Vietnam war, the AIDS epidemic, and the politics of remembering. Los Angeles: University of California Press, 1997.

TOUSSAINT, Florence. Amores rancheros. *Proceso*, n. 189, 02/03/2013.

SEGUNDA PARTE

A FICÇÃO NOS PAÍSES OBITEL EM 2012

1

ARGENTINA: CRESCIMENTO DA PRODUÇÃO NACIONAL E SEUS ESTILOS

Autores:

Gustavo Aprea, Mónica Kirchheimer

Equipe:

María Belzunces, María Victoria Bourdieu, Victoria De Michele,
Noelia Morales, Laura Oszust, Ezequiel Rivero

1. Contexto audiovisual da Argentina. Panorama do contexto audiovisual em relação à ficção da televisão

1.1. A televisão aberta na Argentina

O sistema de televisão aberta na Argentina está formado, desde 1990, por cerca de cinco emissoras de alcance nacional, quatro delas de administração privada e uma pública. Desde 2010 está sendo desenvolvida a Televisão Digital Terrestre (TDT), que, ao final de 2012, cobria 80,6% do país, com 16 emissoras (cinco públicas e 11 privadas).

Gráfico 1. Emissoras de televisão aberta no país

Emissoras privadas (4)	Emissoras públicas (1)
América 2	
Canal 9	
Telefé	
El Trece	
	Televisão Pública
TOTAL de Emissoras = 5	

Fonte: Obitel Argentina

Três das emissoras têm uma cobertura nacional que ocorre através de seus respectivos sistemas de distribuição: Televisão Pública, Telefé e El Trece. O sinal estatal é o que chega à maior parte do território nacional (99,5%), embora seus níveis de audiência nos grandes centros urbanos não sejam comparáveis com os das emissoras comerciais. A emissora El Trece e a Telefé cobrem todas as províncias também em associação com as principais emissoras locais. A Televisão Pública, Telefé, Canal 9 e América 2 emitem sua programação a todo o país através da Televisão Digital Aberta, que é o sistema de televisão digital terrestre criado e mantido pelo Estado nacional. Nenhuma das emissoras que estão situadas fora da cidade de Buenos Aires consegue fazer com que sua programação transcenda o âmbito local.

Durante 2012, formou-se o Diretório de Rádio e Televisão Argentina Sociedade do Estado (Rtase), segundo os requerimentos da Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual, de 2010, com representantes do Poder Executivo nacional (1), do Conselho de Comunicação Audiovisual (2) e das três primeiras minorias parlamentares (3). Esse organismo administra os meios de comunicação que dependem do Estado.

A América 2 faz parte do grupo América Medios, que pertence ao empresário Daniel Vila, do grupo Uno. O Canal 9 pertence ao grupo internacional Albavisión, do mexicano Ángel Gonzalez, que administra dez canais de televisão na América Central e América do Sul. A Albavisión, na Argentina, também utiliza a emissora de rádio La Red, a partir do sinal emitido pela TDT Suri TV, dedicada a retransmitir programas de países sul-americanos. A Telefé pertence à empresa Telefônica, da Argentina, subsidiária da empresa espanhola com o mesmo nome. Nesse mesmo país, o grupo desenvolve atividades de telefonia fixa, móvel e também de internet, e está associado a vários proprietários de canais de televisão no interior do país. O canal El Trece é utilizado pelo *holding* Clarín, proprietário de jornais, canais abertos e redes de televisão a cabo em todo o país, uma empresa de TV digital, sites e provedores de serviços de inter-

net, coproprietário de uma agência de notícias e da única fábrica de papel para jornal, juntamente com uma importante quantidade de empresas à margem dos meios de comunicação massiva.

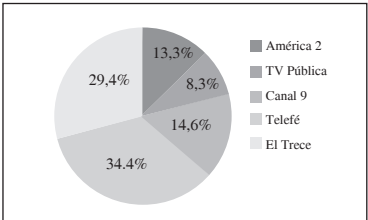
Durante o ano de 2012, as emissoras de televisão de alcance nacional mantiveram um posicionamento similar ao do ano anterior e conferiram um espaço parecido à ficção. A Telefé e o canal El Trece foram as emissoras que conseguiram os níveis mais altos de audiência e, na esfera de uma proposta com variados tipos de gêneros, situaram a ficção como sendo uma parte fundamental da sua programação. A Telefé armou sua programação ficcional com base em coproduções com empresas locais, considerando sua venda internacional, enquanto o canal El Trece centralizou a sua oferta na sua produtora própria, priorizando o mercado local¹. Já o canal América 2 organizou sua oferta entre o entretenimento e a informação, e o Canal 9 se especializou no campo do entretenimento e da ficção. Dentro do âmbito ficcional, o Canal 9 trabalhou com produções ibero-americanas – várias delas reposições – para cobrir os horários vespertinos e presenças esporádicas de programas locais produzidos com financiamento estatal no horário nobre. Já a Televisão Pública outorgou um lugar central às ficções argentinas produzidas com financiamento estatal, compartilhando seu lugar na programação com a informação política e as transmissões esportivas.

1.2. Tendências da audiência no ano de 2012

Pela primeira vez em muitos anos, a audiência da televisão aberta não caiu em relação ao ano anterior. Em 2012 a média anual de audiência para toda a televisão aberta foi de 31,2 pontos de *rating* em oposição aos 30,8 de 2011.

¹ Enquanto a Telefé Contenidos vendeu no mercado internacional sete dos programas ou conteúdos produzidos durante 2012, o canal El Trece não exportou nenhum.

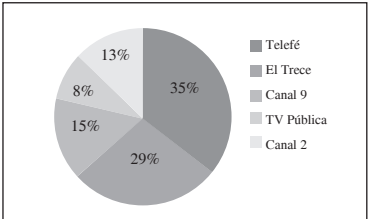
Gráfico 2. Audiência de TV por canal



Fonte: Ibope Argentina – Obitel Argentina

Total de audiência (TLE)*	%
América 2	13,3
TV Pública	8,3
Canal 9	14,6
Telefé	34,4
El Trece	29,4

Gráfico 3. Share por canal

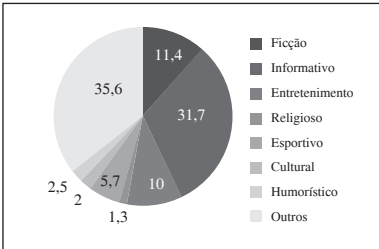


Fonte: Ibope Argentina – Obitel Argentina

Total	Share Individual	%
Telefé	20,9	35%
El Trece	17,7	29%
Canal 9	8,8	15%
TV Pública	4,9	8%
Canal 2	8	13%

Pelo segundo ano consecutivo, o canal Telefé foi o mais assistido. Não somente obteve uma média anual de audiência mais alta, mas também a manteve ao longo de todo o ano e colocou no ar o programa com a maior média no *rating*, a comédia de transmissão diária *Graduados*.

Gráfico 4. Oferta de gêneros na programação da TV



Fonte: Ibope Argentina – Obitel Argentina

Gêneros transmitidos	Horas de exibição	%
Ficção	4.451:30	11,4
Informativo	12.375:55	31,7
Entretenimento	3.917:00	10,0
Religioso	493:30	1,3
Esportivo	2.227:20	5,7
Cultural	762:45	2,0
Humorístico	962:00	2,5
Outros	13.903:25	35,6
Total	39.093:30	100

O tempo de duração dos programas de ficção na televisão que estrearam durante o ano de 2012 diminuiu em 4% com relação ao ano de 2011, mesmo tendo aumentado o número de programas. A tendência de apresentar ciclos breves e o surgimento de programas de menor duração durante 2011 se acentuou em 2012.

1.3. Investimentos publicitários do ano na TV

Durante 2012, o total de investimentos publicitários na televisão aberta foi de \$ 39.212.744.551. Desse total, 75% ficaram concentrados na área metropolitana de Buenos Aires, que compreende apenas 35% da população². Segundo os dados da Cámara Argentina de Agências e Medios Publicitarios, o valor do investimento publicitário em televisão cresceu com relação a 2011, porém no que se refere a volume físico – quantidade de segundos utilizados na televisão – decresceu 4,6%³. Mesmo assim, confirma-se uma diminuição maior do investimento em publicidade na televisão aberta – em especial, na do interior – do que na televisão a cabo, internet e cinema.

1.4. *Merchandising e merchandising social*

Nos programas de ficção, o *merchandising* se concentrou no horário nobre, especialmente em *Graduados*, o sucesso do ano. Durante as emissões, o *product placement* resultou em uma presença constante, devido ao fato de que um dos principais patrocinadores foi uma casa de venda de eletrodomésticos. Os produtos foram promovidos tanto em cenas da história ficcional como em separadores de sequências que não faziam parte das propagandas, mas que estavam incluídas dentro do segmento da ficção. Também outras formas de propaganda são somadas a essas, como, por exemplo, o aparecimento de cartazes em vias públicas, veículos e vitrinas que fazem parte da paisagem urbana. Ao mesmo tempo, a partir do sucesso

² Segundo dados do *Informe global de inversiones 2012*, do Monitor Medios Publicitarios S.A.

³ Segundo o *Informe de la actividad publicitaria argentina del año 2012*, disponível em <http://www.agenciasdemedios.com.ar/inversiones-publicitarias/>.

alcançado, *Graduados* gerou uma série de produtos comerciais que resgataram consumos típicos da década de 1980, que é a época em que acontece parte da trama: CD de música, shows de artistas da época e uma megafesta típica dos anos 1980. Dentro do campo do *merchandising* habitual, em 2012 diminuiu a presença dos produtos destinados ao público infantil – revistas, álbuns, CDs –, já que apenas um programa desse tipo foi estreado nessa faixa de horário.

Em relação ao *merchandising* social, durante 2012 não foi registrada a presença de problemáticas sociais incluídas dentro de uma proposta pedagógica ou de difusão como nos anos anteriores. Entretanto, a inserção intencional de questões sociais nas tramas de ficção foi um dos critérios determinantes na seleção de projetos apresentados nos sistemas de promoção e fomento patrocinados pelo Instituto Nacional de Artes Audiovisuales (Incaa). A problemática da violência de gênero é o eixo em torno do qual giram as tramas de *Maltratadas*; os problemas de discriminação ocupam um lugar central em *El paraíso*, em *Los pibes del puente* e em *La viuda de Rafael*; o bullying e a obesidade são incorporados na trama de *Graduados*.

1.5. Políticas de comunicação

A aplicação da Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual vigente a partir de 2009 ainda não foi plenamente efetuada, sobretudo no que se refere à vigência do artigo que regula a quantidade de sinais que um permissionário pode dispor em nível local e nacional. No dia 31 de outubro de 2009, o Grupo Clarín impugnou esse aspecto de lei e conseguiu uma medida cautelar que atrasa sua aplicação até hoje. No dia 22 de maio de 2012, a Corte Suprema da Justiça emitiu uma resolução que obriga o juizado correspondente a definir uma sentença sobre a questão, colocando como data limite o dia 7 de dezembro. Sobre essa base, a Administração Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual solicitou aos 20 grupos empresários que não cumprem com o regulamento da legislação que apresentem um plano de adequação às condições exigidas pela lei. Dezenove

grupos responderam ao pedido, e somente o grupo Clarín impugnou a medida, retardando uma vez mais sua aplicação plena.

Outros aspectos das políticas públicas tiveram um nível maior de aplicação. O Incaa continuou com o desenvolvimento do Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (Bacua) devido ao fato de que as novas produtoras de diferentes lugares do país conseguiram financiamento para produzir programas na Televisão Digital Argentina (TDA). Muitos deles foram transmitidos no horário nobre pela Televisão Pública. Dessa forma, pela primeira vez foram vistos programas de produtoras do interior do país em nível nacional. Além disso, a convocação a produtoras independentes foi repetida para o concurso de minisséries e unitários para serem exibidos pelas emissoras privadas.

1.6. TV pública

No campo das políticas públicas definidas pela Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual, o sistema de televisão estatal adquire um papel ativo que deve cobrir 33% do setor audiovisual disponível através de sinais nacionais, estaduais, municipais ou universitários. Desde 2008, as emissoras dependentes do Estado nacional e as estaduais estão reunidas no Conselho Federal de Televisão Pública, que conta com a presença de 12 emissoras locais e uma de alcance nacional. De forma autônoma, desde 2006, a Rede Nacional Audiovisual Universitária se formou reunindo centros de produção das universidades nacionais que participam de diversas maneiras no desenvolvimento de projetos audiovisuais. Dentro desse conjunto de iniciativas, a parte central é a que ocupa a Rtas, com cobertura em todo o âmbito nacional. Junto com o sinal da Televisão Pública se desenvolvem canais de Televisão Digital Aberta, em alguns casos disponíveis na televisão paga: *Encuentro* (educativo), *Paka-Paka* (infantil), *Incaa TV* (difusão de cinema), *Tecnópolis* (difusão científica) e *Deportv* (Transmissões esportivas).

No terreno da produção ficcional, o sistema público apoia o Bacua quando oferecidos programas financiados pelo Incaa através

de várias vias de fomento. Dez desses programas foram estreados pela Televisão Pública em 2012.

1.7. TV a cabo

Segundo dados do Latin American Multichannel Advertising Council⁴, a televisão a cabo em 2012 cobriu 76% dos lares argentinos, sendo 61% dessa cobertura realizada com tecnologia digital, e 39%, analógica. O mercado se encontra altamente concentrado. Somente um operador, Cablevisión, do grupo Clarín, controla 45% do mercado⁵ e dispõe de 237 licenças em todo o país. Essa situação contradiz o regulamento vigente, que admite somente 24 licenças por permissionário e uma participação em 35% da oferta. Em torno dessa questão, é produzido um dos principais motivos da disputa entre o governo nacional e o grupo empresário. Com relação à produção ficcional, os canais nacionais a cabo não costumam incluir estreias dentro da sua grade de programação. Em 2012 foi produzida somente uma ficção para a televisão a cabo: a Cosmopolitan TV transmitiu entre setembro e dezembro a minissérie *30 días juntos*, uma comédia romântica protagonizada por Nicolás Pauls e María Eugenia Suárez para a Produtora Geral, de Diego Villa.

1.8. Tendências das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs – internet, celular, TV digital, VoD...)

Em 2012 a Argentina superou os 30 milhões de usuários de internet de diferentes modalidades de conexão. Segundo dados do Internet World Stats⁶, em junho de 2012, 68% da população argentina teve acesso às tecnologias da informação e comunicação. A partir de estimativas oficiais, considera-se que essa proporção alcançou, no final do ano, 75%. Existem 40,1 milhões de linhas telefônicas,

⁴ No informe disponível em: <http://www.lamac.org/argentina/publicaciones/investigaciones/informe-de-tv-paga-argentina-2013>

⁵ Conforme a Administração Federal dos Serviços de Comunicação Audiovisual, considerando a densidade populacional, os canais de TV a cabo do Grupo *Clarín* cobrem 58,1% do mercado de televisão paga.

⁶ Disponível em <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm#americas>

das quais 12% correspondem aos aparelhos com conexão à internet. Calcula-se que a base de computadores em uso é de 15,5 milhões. Mesmo com a ampliação notável do mercado, ainda não se consolidou uma produção de ficções para esse tipo de produto. Durante 2012, as principais novidades nesse sentido se concentraram na possibilidade de conexão de sinais TDA à telefonia e à produção de uma websérie de 15 capítulos: *Vera Blum*. Telefé e Terra Network lançaram essa ficção com episódios de sete minutos, narrando a história de uma banda de rock argentina da década de 1980.

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

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

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 34	TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS – 12
Telefé – 9 títulos nacionais 1. <i>Dulce Amor</i> (telenovela) 2. <i>El donante</i> (minissérie) 3. <i>El hombre de tu vida</i> (minissérie) 4. <i>Graduados</i> (comédia) 5. <i>La dueña</i> (telenovela) 6. <i>La pelu*</i> (comédia) 7. <i>Mi amor, mi amor</i> (comédia) 8. <i>Mi problema con las mujeres</i> (minissérie) 9. <i>Supertorpe</i> (comédia)	Telefé – 2 títulos importados 1. <i>El fantasma de Elena</i> (telenovela – EUA) Canal 9 – 8 títulos importados 2. <i>Amorcito corazón</i> (telenovela – México) 3. <i>Dónde está Elisa</i> (telenovela – EUA) 4. <i>Dos hogares</i> (telenovela – México) 5. <i>Eva Luna</i> (telenovela – EUA, Venezuela) 6. <i>Los herederos del monte</i> (telenovela – Colômbia) 7. <i>Un refugio para el amor</i> (telenovela – México) 8. <i>La que no podía amar</i> (telenovela – México) 9. <i>Mañana es para siempre</i> (telenovela – México)
El Trece – 7 títulos nacionais 10. <i>Condicionados</i> (série) 11. <i>Herederos de una venganza</i> (telenovela) 12. <i>Lobo</i> (telenovela) 13. <i>Los únicos</i> (comédia) 14. <i>Sos mi hombre</i> (telenovela) 15. <i>Tiempos compulsivos</i> (série) 16. <i>Violetta</i> (comédia)	Televisão Pública – 3 títulos importados 10. <i>Los misterios de Laura</i> (série – Espanha) 11. <i>Los hombres de paco</i> (série – Espanha)
Canal 9 – 7 títulos nacionais 17. <i>23 pares</i> (minissérie) 18. <i>Babylon</i> (minissérie)	

19. <i>Decisiones de vida</i> (unitário) 20. <i>Los sónicos</i> (minissérie) 21. <i>Amores de historia</i> (unitário) 22. <i>TV x la inclusión</i> (unitário) 23. <i>Proyecto aluvión</i> (unitário) Televisão Pública – 11 títulos nacionais 24. <i>Perfidia</i> (minissérie) 25. <i>El paraíso</i> (minissérie) 26. <i>En terapia</i> (série) 27. <i>Entre horas</i> (minissérie) 28. <i>Los pibes del puente</i> (minissérie) 29. <i>Volver a nacer</i> (minissérie) 30. <i>La defensora</i> (minissérie) 31. <i>Muñecos Del destino</i> (minissérie) 32. <i>Memorias de una muchacha peronista</i> (minissérie) 33. <i>La viuda de Rafael</i> (minissérie) 34. <i>Rutas misteriosas</i> (minissérie)	12. <i>Amar en tiempos revueltos</i> (telenovela – Espanha) TÍTULOS DE REPRISES – 12 Telefé 1. <i>Alma pirata</i> (telenovela) 2. <i>Casados con hijos</i> (comédia) 3. <i>Floricienta</i> (comédia) 4. <i>Los simuladores</i> (série) Canal 9 5. <i>María la del barrio</i> (telenovela – México) 6. <i>María Mercedes</i> (telenovela – México) 7. <i>Marimar</i> (telenovela – México) 8. <i>Rosalinda</i> (telenovela – México) 9. <i>Yo soy Betty, la fea</i> (comédia – Colômbia) América 2 10. <i>Mitos crónicas del amor descartable</i> (série) 11. <i>Maltratadas</i> (unitário) 12. <i>Todas a mí</i> (comédia) TOTAL GERAL DE TÍTULOS EXIBIDOS: 58
---	--

Fonte: Obitel Argentina

**La pelu* é uma ficção ao vivo que inclui comentários sobre as notícias do dia.

Em comparação com 2011, a ficção de estreia nacional aumentou em 50% (passou de 22 para 34 títulos). Entretanto, a qualidade de horas na tela resultou menor que a do ano anterior. Contrariamente ao que ocorre com a ficção nacional, a ficção ibero-americana foi reduzida em cerca de 50% (caí de 23 títulos para 12).

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

País	Títulos	%	Cap./Epis.	%	Horas	%
NACIONAL (total)	34	72,3	1.260	59,5	965:30	58,8
IBERO-AMERICANA (total)	12	27,7	855*	40,5	677:25*	41,2
ARGENTINA	34	72,3	1.260	59,5	965:30	58,8
Brasil	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0

Chile	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0
Colômbia	1	2,1	42	2,0	23:00	1,4
Equador	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0
Espanha	3	6,4	122	5,8	99:05	6,0
EUA (produção espanhola)	3	6,4	125	6,0	99:00	6,0
México	5	10,6	500	23,6	404:10	24,6
Peru	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0
Uruguai	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0
Venezuela	1	2,1	66	3,1	52:05	3,2
Latino-americana (âmbito Obitel)	46	100	2.115	100	1.642:55	100,0
Latino-americana (âmbito não Obitel)	0	0	0	0	0	0
Outras (produções e co-produções de outros países latino-americanos/ibero-americanos)	0	0	0	0	0	0
TOTAL	46	100	2.115	100	1.642:55	100

Fonte: Ibope Argentina – Obitel Argentina

*Considera-se somente o número total de títulos, capítulos/episódios e horas de ficção ibero-americana, contabilizando uma vez por título nos totais, enquanto nos parciais são contabilizados, de forma repetida, de acordo com a decisão metodológica de considerar cada registro, um por um.

Mesmo com o total de títulos ofertados superando as estreias de 2011, o total de horas destinadas à ficção continua decaindo. Pode-se pensar em duas razões para isso. Por um lado a rápida absorção do formato de minissérie – estimulado a partir das políticas de fomento à produção estatal –, que supõe menor quantidade de emissões para um mesmo título, pois as ficções estreadas ocorrem com mais frequência e consequentemente saem mais títulos, mas mesmo assim não compensam a programação de ficções em formatos como a comédia ou a telenovela, que supõem uma duração maior. Por outro lado, aparecem emissões com capítulos mais curtos, que implementam novamente as transmissões de meia hora. Dessa forma, o que se observa é uma redução geral dos espaços destinados à ficção nas programações, concentrando-se no horário nobre, *prime time*.

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

Grade horária	Nacionais				Ibero-Americanas				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (06:00-13:00)*	245	19,4	184:20	19,1	42	4,9	23:00	3,4	287	13,6	207:20	12,6
Tarde (13:00-21:00)	0	0	0	0	785	91,8	624:30	92,2	785	37,1	624:30	38
Horário nobre (21:00-24:00)	1.005	79,8	773:30	80,1	28	3,3	29:55	4,4	1.033	48,8	803:25	48,9
Noturno (00:00-6:00)	10	0,8	07:40	0,8	0	0	0	0	10	0,5	07:40	0,5
TOTAL	1.260	100	965:30	100	855	100	677:25	100	2.115	100	1.642:55	100

Fonte: Ibope Argentina – Óbitel Argentina

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais						Ibero-Americanas					
	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%
Telenovela	5	14,7	433	34,3	353:20	36,6	10	83,3	827	96,7	647:25	95,6
Comédia	6	17,6	529	42,0	421:50	43,7	0	0	0	0	0	0
Série	3	8,8	86	6,8	61:15	6,3	2	16,7	28	3,3	30:00	4,4
Minissérie	16	47,1	176	14,0	99:40	10,3	0	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unitário	4	11,8	37	2,9	29:25	3,0	0	0	0	0	0	0
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Outros (soap opera etc)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	34	100	1261	100	965:30	100	12	100	855	100	677:25	100

Fonte: Ibope Argentina – Óbitel Argentina

Tabela 5. Formatos da ficção nacional pela faixa horária

Formatos	Ma-nhã	%	Tarde	%	Horário nobre	%	Noturno	%	To-tal	%
Telenovela	0	0	0	0	5	16,7	0	0	5	14,7
Comédia	2	100	0	0	4	13,3	0	0	6	17,6
Série	0	0	0	0	3	10,0	0	0	3	8,8
Minissérie	0	0	0	0	16	53,3	0	0	16	47,1
Telefilme	0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0,0
Unitário	0	0	0	0	2	6,7	2	100	4	11,8
Docudrama	0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0,0
Outros (soap opera etc)	0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0,0
TOTAL	2	0	0	0	30		2	100	34	100

Fonte: Ibope Argentina – Obitel Argentina

Tabela 6. Época da Ficção

Época	Títulos	%
Presente	27	79,4
de Época	0	0,0
Histórica	3	8,8
Outra	4	11,8
TOTAL	34	100

Fonte: Obitel Argentina

Em 2012 cresce o número de ficções que se situam em mais de um lugar no tempo. Assim, aparecem relatos que conjugam o presente com o passado recente a partir de aspectos da vida cotidiana – a história de jovens na década de 1980 e 1990, músicos de rock ou a vida íntima de personagens nas décadas de 1960 e 1970, combinando o tempo presente em ligações com esse passado recente. A narração “em dois tempos” faz com que seja mais complexa a estrutura e habilita um questionamento do passado recente. Por outro lado, são mantidos alguns títulos que abordam fatos históricos, como os vinculados com o peronismo ou casos de relevância social que têm sido notícia.

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

Título		País de origem da ideia original ou roteiro	Casa produtora	Canal	Nome do roteirista ou autor da ideia original	<i>Rating</i>	<i>Share</i>
1	<i>Graduados</i>	Argentina	Underground Contenidos; Endemol Argentina e Telefé	Telefé	IO: Sebastián Ortega G: Ernesto Koro-vsky, Silivina Fre-jkes e Alejandro Quesada	23,60	33,43
2	<i>Dulce amor</i>	Argentina	LC Acción Producciones / Telefé	Telefé	IO: Quique Este-vanez G: Quique Esteva-nez, Marcelo Nacci e Laura Barneix	19,27	29,78
3	<i>Here-deros de una venganza</i>	Argentina	Pol-ka	El Trece	IO: Adrián Suar G: Leandro Calde-rone	19,07	30,17
4	<i>El hom-bre de tu vida</i>	Argentina	100 bares Telefé	Telefé	IO: Juan José Cam-panella e Marcela Guerty G: Juan José Cam-panella, Marcela Guerty e Pamela Remen-teria	18,16	24,46
5	<i>La dueña</i>	Argentina	Telefé	Telefé	IO: Martín Kwelller e Nacho Viale G: Marcelo Caa-maño	18,12	25,83
6	<i>Mi problema con las mujeres</i>	Peru	13 Mares Producciones & Vincent Enter-tainment Telefé	Telefé	IO: Frank Pérez Garland, Paul Vega e Christian Buckkey G: Sebastián Rots-tein e Alberto Rojas Aspel	15,98	26,64
7	<i>Sos mi hombre</i>	Argentina	Pol-ka	El Trece	IO: Adrián Suar G. Leonardo Cal-derone	15,27	21,86

8	<i>Mi amor mi amor</i>	Argentina	El árbol Endemol Ar- gentina Telefé	Telefé	IO: Pablo Echarri e Martín Seefeld G: Max Holdo	14,59	22,44
9	<i>Los únicos</i>	Argentina	Pol-ka	El Trece	IO: Adrián Suar G: Leonardo Cal- derone e Mariano Vera	13,21	19,55
10	<i>Lobo</i>	Argentina	Pol-ka	El Trece	IO: LilyAnn Martin, Cecilia Guerty e Pablo Junovic G: LilyAnn Martin, Cecilia Guerty	13,00	22,32
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros:			
90%				10%			

Fonte: Ibope Argentina – Orbitel Argentina

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

	Título	Formato	Gênero	Nº de Cap./ep. (em 2012)	Datas da primeira e última transmissão (em 2012) (*)	Faixa horária
1	<i>Graduados</i>	Comédia	Comédia	178	12/3 a 19/12	Horário nobre
2	<i>Dulce amor</i>	Teleno- vela	Melodrama	235	23/1 Continua	Horário nobre
3	<i>Here- deros de una venganza</i>	Teleno- vela	Melodrama	24	9/1 a 13/2 Iniciou em 2011	Horário nobre
4	<i>El hom- bre de tu vida</i>	Minissérie	Comédia romântica	11	22/4 a 5/7 Segunda tempo- rada	Horário nobre
5	<i>La dueña</i>	Teleno- vela	Melodrama / Policial	32	18/4 a 21/11	Horário nobre
6	<i>Mi problema con las mujeres</i>	Minissérie	Comédia romântica	13	10/9 a 27/11	Horário nobre
7	<i>Sos mi hombre</i>	Teleno- vela	Melodrama	89	21/8 Continua	Horário nobre
8	<i>Mi amor mi amor</i>	Comédia	Comédia romântica	18	28/11 a 28/12 Continua	Horário nobre

9	<i>Los únicos</i>	Comédia	Policial / Ficção científica	53	15/2 a 11/5 Segunda temporada	Horário nobre
10	<i>Lobo</i>	Telenovela	Fantástico	53	6/2 a 16/5	Horário nobre

Fonte: Obitel Argentina

Todas as ficções do *top ten* foram programadas para serem transmitidas no horário nobre, que no caso argentino tem uma amplitude horária que vai das 21 horas à meia noite, posterior à finalização dos noticiários centrais. Nesse espaço, concentra-se um maior número de audiência e as ficções competem entre si dentro dessa faixa horária.

Assim como em anos anteriores, os canais que lideram a audiência são Telefé e El Trece. Diferente da rede El Trece, que somente produz ficção com sua produtora Pol-Ka, o canal Telefé apresenta uma forte associação com múltiplas produtoras e espaços de geração de conteúdos. Dessa forma, a variedade temática e estilística está mais representada pela Telefé.

Tabela 9. Temáticas nos dez títulos mais vistos

Títulos		TEMÁTICAS DOMINANTES (Cinco temas mais importantes)	TEMÁTICAS SOCIAIS (Cinco temas mais importantes)
1	<i>Graduados</i>	Problemas com identidade, relações familiares e amizade.	Novas formações familiares, relações entre diferentes gerações, imaturidade dos adultos, saudade do passado.
2	<i>Dulce Amor</i>	Amor passionai, vida em família, ambição e disputas pelo poder.	Disputas por interesses comerciais, mulheres empresárias e empresa familiar.
3	<i>Herederos de una venganza</i>	Traições, conflitos hierárquicos, mentiras, mistério e diferenças pessoais.	Sociedades secretas, concentração de poder, corrupção econômica e política.
4	<i>El hombre de tu vida</i>	Encontros amorosos desastrosos, falsos romances e o homem ideal de toda mulher.	Solidão na meia-idade e problemas de paternidade.
5	<i>La dueña</i>	Ambição, disputas familiares, adultério e vingança.	Empresa familiar, procura pela eterna juventude, corrupção econômica e política.

6	<i>Mi problema con las mujeres</i>	Procura pelo verdadeiro amor e sucesso profissional.	Imaturidade afetiva, tratamento psicológico e amizade.
7	<i>Sos mi hombre</i>	Amor passiona, sacrifício pelos outros, luta pela sobrevivência.	Mundo da luta de box, ajuda aos necessitados e disputa pelos filhos.
8	<i>Mi amor, mi amor</i>	Bigamia, traições, indecisão amorosa.	Novos gêneros, diferenças sociais.
9	<i>Los únicos</i>	Enfrentamento bem e mal, amores cruzados, superpoderes.	Luta por justiça.
10	<i>Lobo</i>	Licantropia, problemas de identidade, ambição e amor passiona.	Conflitos laborais, sequestros extorsivos e experiências genéticas.

Fonte: Obitel Argentina

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

	Títulos	Canal	Gênero %		Faixa etária %					Nível socioeconômico %			
			Mu- lhe- res	Ho- mens	4- 12	13- 18	19- 24	35- 44	45+	AB C1	C2	C3	D
1	<i>Graduados</i>	Telefé	55,4	44,6	17,4	23,7	22,2	21,9	14,8	24,4	24,7	25,8	25,2
2	<i>Dulce amor</i>	Telefé	55,2	44,8	19,1	23,3	22,1	20,6	15	26,4	23,2	23,7	26,7
3	<i>Herederos</i>	El Trece	55,2	44,8	17,8	17,7	21,6	22,9	20,1	12,7	22,3	31,2	33,8
4	<i>El hombre de tu vida</i>	Telefé	51,5	48,5	14,5	25,9	25,3	19,7	14,6	19,6	27,6	25,4	27,4
5	<i>La dueña</i>	Telefé	58,7	41,3	18,6	23,1	21,6	20,9	15,8	24,9	24	26,1	25
6	<i>Mi proble- ma con las mujeres</i>	Telefé	57,5	42,5	17,8	23,1	23,7	22,2	13,2	27,1	23,3	23,7	25,9
7	<i>Sos mi hombre</i>	El Trece	54	46	16,8	19,5	16,9	25,7	21,1	19,7	21,9	27,7	30,8
8	<i>Mi amor mi amor</i>	Telefé	56,8	43,2	19,3	24,5	22	21	13,1	21,1	22	27,1	29,7
9	<i>Los únicos</i>	El Trece	52,6	47,4	23,1	22,5	18,9	22,7	12,9	16	23	28,2	32,8
10	<i>Lobo</i>	El Trece	56,1	43,9	19,3	17,7	19	24,6	19,4	23,4	24,5	23	29,1

Fonte: Ibope Argentina – Obitel Argentina

A audiência feminina é a que mais predomina nas propostas de ficção. Os títulos mais vinculados com gêneros tradicionalmente

construídos foram os mais escolhidos pelas audiências de menores recursos econômicos (*Herederos* e *Lobo*, no espaço da telenovela, e *Los únicos*, no espaço da comédia com porções de ficção científica e história em quadrinhos). Já a audiência infantojuvenil perde protagonismo em geral e encontra em *Los únicos* um espaço para refugiar-se por tratar-se de gêneros fortes e conteúdos esquemáticos aptos para o público em geral. Pode-se pensar que o estabelecimento desses segmentos obedece a novas modalidades de consumo em outras telas transmidiáticas que não obedecem a uma lógica do *broadcasting*, mas sim a um menu audiovisual *à la carte*.

A ficção mais assistida em 2012, *Graduados*, por sua temática e tom, gera uma audiência equilibrada entre o segmento de idade que vai de 13 a 44 anos.

3. A recepção transmidiática

Em continuidade com o que a Telefé produziu como espaços institucionais para suas ficções anteriores, *Graduados* contou com uma forte presença e alta participação nas redes sociais de maior índice de utilização. A comédia tem uma página própria no site oficial institucional, colocando à disposição todos os capítulos que a emissão televisiva tem em um canal do YouTube e habilitando contas do Twitter e Facebook que continuaram funcionando depois da finalização do programa.

Twitter de *Graduados*

A atividade de *Graduados* no Twitter foi extremamente alta durante 2012, mas iniciou sua atividade em 2011. Serviu para promover a série, compartilhar entrevistas do elenco e produtores, bem como promover os personagens. Atualmente segue em atividade e brinda um forte apoio à programação ficcional da Telefé. Conta com mais de 17 mil seguidores.

Graduados alcançou, em 21 de agosto, 251.319 *tweets*, segundo o informe da #SocialTV de Tribatics⁷. Segundo o estudo de @realtimerating*Graduados*, foi o programa mais “twittado” de setembro de 2012, com 244.459 *tweets*, superando *Showmatch* e *La voz*. A atividade de *Graduados* no Twitter permanece depois da sua finalização.

A transmissão do último capítulo foi bastante comentada no Twitter (e seu conteúdo foi copiado no Facebook), tanto nos dias prévios como durante a transmissão do mesmo.

Facebook de *Graduados*

A comédia antecipou sua estreia através das redes sociais. O perfil no Facebook foi aberto em janeiro de 2012, tendo sido publicadas fotografias, *making of* da gravação e concursos interativos para os fãs. O site chegou a ter mais de 700 mil seguidores. Está ativo inclusive depois de ter sido finalizada a série, como um vínculo entre a Telefé e seus espectadores, para dessa forma se realizarem novas ficções.

Com relação ao perfil de *Graduados* no Facebook, cabe destacar que ele atualmente conta com 610.438 seguidores, superando os 599.852 do ano de 2012 (cifra obtida através do estudo <http://www.socialbakers.com>).

Entre as várias interações presentes no Facebook, foram priorizadas modalidades de vinculação que atravessam os registros de ficção e de não ficção. Por um lado, estão disponíveis perfis de personagens da ficção e por outro lado os atores interagem com os comentários dos espectadores. Acompanhando essas aparições dobradas de personagens e atores, o espaço da ficção é completado com fotografias do *making of*, entrevistas com os atores, testemunhos etc.

⁷ <http://blog.tribatics.com/2012/09/06/tribatics-presenta-la-edicion-agosto-de-su-estudio-de-socialtv-para-la-tv-argentina/>

Figura 1. O número de “curtir”, comentários e “compartilhar” no Facebook

Dia	Quantidade de comentários	Quantidade de curtir	Quantidade de compartilhamentos
13/12/2012	723	3600	168
14/12/2012	938	9004	618
16/12/2012	419	3994	213
17/12/2012	903	7305	493
18/12/2012	3604	29010	2303
19/12/2012	66748	119526	9503
Total semana	73.335	172.439	13.298

Fonte: Obitel Argentina

O intercâmbio que a série propõe vincula-se com uma interação direta e pessoal com os seguidores: “O que significou *Graduados* para você? Responda e faça parte do programa especial de *Graduados*” ou “Gastón da piscina! Te manda um oizinho, veja”. O vínculo está direcionado ao espaço da recepção, colocando ênfase em uma função conativa. A essas características é somado o fato de que a maior quantidade de comentários e material compartilhado por parte dos seguidores se vincula estritamente com os temas narrativos. Mesmo aparecendo comentários que excedem o espaço da ficção, estes geram menor interesse nos seguidores. A partir da recepção, a centralidade está na trama e não em si mesma, como propõe o site.

Foi observado na última semana de transmissão que o número de *posts* do programa aumentou, chegando a mais de 30 no último dia. Desse modo aumenta a quantidade de comentários, de “curtir” e de material compartilhado. Um dado curioso é que muitos dos *posts* do último dia são compartilhados no Twitter e se realizam durante a transmissão final e prévia na sala teatral junto com o elenco. Esses *posts* geraram muita atividade *on-line* em um curto período de tempo.

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

Ficção escolhida	Televisão	Páginas da internet	Tipos de interação Transmidiática	Níveis de interação	Práticas Dominantes dos Usuários
<i>Graduados</i>	Telefé	Página oficial	Visionado transmidiático	Ativa	Comentário Interpretação Remix Paródia Recomendação, Imitação Celebração Crítica Coleção Armazenamento Compartimento Discussão
		Página do Facebook	Interação em tempo real		
		Página do Twitter Página do YouTube	Interação em tempo real		

Fonte: Obitel Argentina

Entre os comentários, destacam-se os que se referem a opiniões sobre as atividades dos protagonistas. Assim são aprovadas ou desaprovadas as decisões que tomam. Um dos *posts* afirma: “não acho que esteja apaixonada pelo Pablo, só que por ser tão insegura, como foi toda sua vida, custa a ela o desprendimento dessa etapa da sua vida e admitir como o Andy é bom”.

Quando chegou ao final da comédia, os *posts* de *Graduados* se vincularam muito mais com uma interação direta dos telespectadores. Um dos que se reiteram é: “O que significou *Graduados* para você? Responda e faça parte do programa especial de *Graduados*”. Aqui encontramos respostas das biografias dos espectadores: “me senti muito representada por reviver o tempo de colégio, e esses assuntos mexem muito comigo”; “voltei aos anos 80, minha infância, que lindo, vocês são unos gênios, vou sentir saudade”.

Outros usuários deixaram comentários de agradecimento à comédia: “Valeu Faggiano, obrigada Viki, quero ser psiquiatra”, “muito boooooom... pena que já termina”; “louco, chorei! Por que termina?”; “vou sentir saudade de vocês... o melhor é o rock nacional!!! Obrigado pela linda mensagem que deixaram sobre discriminação na escola!!!”

Por outro lado, ao ter uma política de ampla difusão dos capítulos para sua visualização *on-line*, os atrasos na disponibilização desses capítulos geraram reclamações por parte dos seguidores que encontraram em diferentes lugares uma possibilidade de recuperar episódios não assistidos ou seguir a comédia somente *on-line*. Isso se vincula com a diminuição do público jovem, que provavelmente emigrou para novas formas de montar sua própria programação.

4. O mais destacado do ano

A ampliação da oferta ficcional de 2012 reforça as tendências iniciadas em 2011 a partir do fato de colocar em prática os sistemas de promoção gerados pelo Estado nacional. Nesse contexto podem ser consolidadas três estratégias.

Sem dúvida a mais exitosa foi a da Telefé. Não somente situou o programa de ficção de maior audiência do ano, *Graduados*, mas também gerou uma oferta baseada em estreias nacionais apelando a formatos e gêneros diversificados. Centralizada em uma proposta de “televisão familiar”, a Telefé trabalha dentro de limites bastante amplos. Alguns de seus programas mantêm, sem exageros, propostas que apelam a formas de matriz melodramática. *Dulce amor* e *La dueña* mantêm seu sucesso com base nessa estética. *Dulce amor* é transmitida no horário nobre, com o formato da telenovela da tarde, a sua história é a de um amor passionnal entre uma empresária e seu chofer. *La dueña* marca a volta à ficção de Mirtha Legrand, uma ex-estrela cinematográfica que entre 1968 e 2011 protagonizou na televisão *Almoçando com Mirtha Legrand*, um programa de entrevistas centralizado na sua personalidade de diva. Na narração de *La dueña* se misturam uma obsessão pela elegância e a eterna juventude, as brigas familiares e outros paralelos entre o personagem da protagonista e a atriz que o faz. Nesse programa, a tendência de trabalhar com a aparição de figuras de um mundo intra e extraficcional televisivo alcança sua cota máxima e termina articulando a história.

Por outro lado, a Telefé propõe uma política de continuidade de fórmulas já provadas. Transmite uma segunda temporada de su-

cesso do ano anterior *El hombre de tu vida*, compra um formato peruano para a minissérie *Mi problema con las mujeres* e adapta um sucesso dos anos 1990 com *Mi amor, mi amor*. Esse aspecto da programação é o que atinge menor sucesso. *El hombre de tu vida* não obteve os níveis de audiência de 2011, e *Mi amor, mi amor* não alcança as expectativas geradas. Com *Graduados*, *El donante* ou *La Pelu*, a Telefé procura renovar os modelos clássicos. *Graduados* recupera o gênero da comédia familiar, mas através de famílias que não respondem a um modelo tradicional: os papéis de seus membros resultam confusos, os pais não sabem aconselhar seus filhos e sempre há problema para justificar os valores tradicionais. Com esse programa, a Underground Contenidos consolida um estilo de ficção que combina a hibridação de gêneros tradicionais lidos de forma paródica com certo nível de complexidade narrativa. *El donante* é um dos programas financiados pelo Incaa. Narra a história de um homem que na sua juventude se dedicava a doar esperma e na sua maturidade descobre que tem 144 filhos. Com pouca publicidade e em uma emissora bastante disputada, esse é um projeto que apresenta muitas inovações temáticas e de formatos, como a introdução de animações, por exemplo. Alcança níveis de audiência que quase triplicam os obtidos através de outras vias de exibição. Finalmente, *La Pelu* é uma ficção transmitida ao vivo no horário não habitual do meio dia. Protagonizada pela travesti Flor de La V, narra uma história cômica na qual são introduzidos comentários e personagens ligados à atualidade da mídia.

O Canal 9 aproveita o espaço deixado livre e mantém sua programação da tarde com base em produções da Televisa, nas quais se misturam reposições de programas de mais de dez anos de antiguidade com estreias que repetem fórmulas desses velhos e únicos sucessos da telenovela. Porém, em 2012 há um deslocamento dos programas dedicados à infância e adolescência, *Supertorpe* (Telefé) e *Violetta* (El Trece), para o horário da manhã. Essa mudança implica uma transformação de perfil de audiência, que passa a focar-se no público infantil.

O canal El Trece e sua produtora Pol-Ka repetem durante 2012 uma proposta de sucesso que combina a utilização de gêneros clássicos com uma estética de costumes tradicionais da sociedade. Entretanto, os novos produtos estão longe de cumprir com as expectativas geradas tanto no plano estético como nos níveis de audiência esperados. Isso levou à interrupção de alguns programas antes do previsto inicialmente. As telenovelas do horário nobre procuraram a novidade explorando, por exemplo, o mundo do boxe, *Sos mi hombre*, ou ensaiando relações com o universo do fantástico, *Lobo*. Não obstante, a adoção de um estilo tradicional diminui o atrativo das ofertas. O mesmo acontece com a segunda temporada das aventuras de *Los únicos* e as séries *Conicionados*, sobre o mundo da pornografia, e *Tiempos compulsivos*, que aborda o universo dos problemas psiquiátricos. Os dois casos que implicaram um risco maior, *Lobo* e *Conicionados*, foram os retirados da programação.

Dentro do contexto das ficções televisivas argentinas de 2012, o espaço no qual se registraram mais inovações em relação a formatos – variedade de duração e quantidade de episódios –, estilos e gêneros conta com financiamento estatal e se mantém através de chamadas para concursos. Na segunda edição do concurso para o horário nobre, o Incaa apoia produtoras estabelecidas e são transmitidos programas através do Canal 9 e da Telefé. Por causa da constituição de um fundo destinado à TDA, a Televisão Pública colocou no ar programas de produtoras novas, várias delas radicadas no interior do país. Assim, foram geradas inovações nos níveis técnico e formal, junto com uma maior amplitude temática⁸ (de Tucumán, as produções *Muñecos del destino*, *Perfidia*, *¿Cuál es tu límite?*, *Ruta misteriosa* e *La viuda de Rafael*). Consolidam-se estilos como o definido por Gastón Portal em *Los sônicos*, continuado durante

⁸ As novas propostas adotam certa didática, o que caracterizou em 2011 a seleção de programas, especialmente no que se refere a certa ideia do “politicamente correto”. Em 2012, o unitário *Televisión por la inclusión*, o melhor realizado e um dos de maior repercussão no público, foi um dos ganhadores do concurso, levando dois Emmy pelas atuações de Cristina Banegas e Darío Grandinetti.

2012 por *Babylon*, um relato que combina uma estética de história em quadrinhos com uma história policial apresentada em tom de comédia.

A promoção estatal sustenta uma renovação das ficções em um contexto em que uma das principais emissoras, El Trece, fecha o espaço tanto às novidades quanto às novas produtoras. Já a Telefé introduz inovações exitosas mediante parceria com empresas estabelecidas, como Underground, Endemol ou LC. Como consequência, o Estado não somente amplia o espaço para novas produtoras – financiou 15 delas –, mas também abre uma via para a inovação, mais dificultosa para as emissoras que disputam a audiência.

5. Tema do ano: ficção televisão e memória social

Ao longo de mais de 60 anos, a televisão argentina registra uma presença descontínua de programas narrativos que recuperam o passado, tanto no que se refere à reconstrução de acontecimentos históricos de diferentes tipos quanto à ambientação de relatos de ficção em períodos históricos distantes. Nos últimos tempos, foi produzida uma expansão desse tipo de trabalho que participa na construção da memória social; ao mesmo tempo, observam-se transformações qualitativas no modo em que a televisão invoca os acontecimentos do passado.

Com o objetivo de descrever as formas em que as memórias sociais se manifestam na televisão argentina, pode-se adotar como critério organizador o mecanismo utilizado para invocar algum aspecto do passado nos programas de ficção da televisão. Nesse sentido, pode-se realizar uma primeira distinção entre aqueles que se baseiam na *memória gerada por meios de comunicação* e os que se apoiam em uma ideia do passado que excede o marco midiático e encontra base nos *discursos estéticos, políticos e históricos*.

Dentro do primeiro grupo são distinguidos tipos de abordagem. A primeira maneira com que as ficções argentinas se conectaram a essa forma da memória midiática foi apelando à reiteração de modelos de gêneros provenientes da cultura popular. Como exem-

plos dessa estratégia, pode-se citar *Yo soy porteño* (Canal 13, 1962 a 1966 e 1976 a 1982), que recupera personagens e situações dos sainetes teatrais situados em um ambiente mítico, o cortiço, sem preocupações demasiadas com a precisão temporal. Telenovelas como *Memorias del tiempo lindo* (Canal 9, 1966) recorrem a uma operação similar: ambientada no início do século XX em Buenos Aires, reconstrói o período através das convenções difundidas pelos melodramas *tangueros* do cinema industrial argentino. Outra modalidade da memória social se expressa através da recuperação de coisas memoráveis dos meios informativos. Dentro dessa perspectiva se encontra uma série de unitários: *Casa juzgada* (Canal 11, 1969 a 1971), *Sin condena* (Canal 9, 1995 a 1996), *Botines* (Pol-Ka, 2005) ou a primeira temporada de *Mujeres asesinas* (Pol-Ka, 2005). As histórias contadas se situam em um passado recente em que episódios policiais servem de base para o desenvolvimento de relatos que aparecem filtrados por diversas convenções de gênero, como policial e suspense. Dentro dessa linha, mas com uma mudança no formato, a telenovela *Vidas robadas* (Telefé Contenidos, 2008) reconstrói um caso de tráfico e desaparecimento de pessoas de ampla repercussão nacional.

Ainda dentro do tema das *memórias midiáticas*, ocupa um lugar de destaque, especialmente nos últimos anos, o tipo de programação em que a televisão se recorda a si mesma⁹. Nesse âmbito, podem ser destacados programas como a minissérie *Mitos, crônicas de amor descartável* (Rosstoc, 2009), nos quais o protagonista, a partir de um fracasso amoroso, se torna obsessivo por suas fantasias sexuais adolescentes e entra em contato com algumas das figuras femininas mais famosas da televisão da década de 1980.

⁹ Com dados que dão conta da relevância da construção de uma memória da televisão sobre si mesma, vale a pena considerar a importância que tem a metatelevisão (Carlón, 2004) dentro do contexto televisivo contemporâneo, bem como as invocações constantes das trajetórias de seus personagens mais destacados e também a importância atribuída à manutenção e à circulação da programação já transmitida em canais como Volver – na TV a cabo desde 1994 –, que se organizam de um modo que excede a simples reposição de sucessos do pretérito (Kirchheimer, 2003).

Nas duas temporadas da minissérie *Todos contra Juan* (Rosstoc e Farfan Producciones, 2008 e 2009), o relato gira em torno das desventuras de Juan Peruggia, o ator que protagoniza uma história em quadrinhos infantojuvenil dos anos 1990, interpretada e produzida por Gastón Pauls (que, por sua vez, é um ex-protagonista de um programa do mesmo tipo e época). A utilização de traços biográficos conhecidos do intérprete protagonista, como chave – facilmente reconhecível – se constitui também em um dos assuntos centrais da telenovela. No caso de *La dueña* (Endemol Argentina e Telefé Contenidos, 2012), a protagonista é Mirtha Legrand, uma estrela do cinema e da televisão argentinos. Assim, a biografia de Sofia Ponte, interpretada por Legrand, tem muitos pontos de coincidência com os da atriz, que são destacados quando a personagem de ficção utiliza muitas frases populares durante a carreira de apresentadora da protagonista.

Nos últimos anos, além da remissão intertextual evidenciada, pode-se destacar outro traço característico no estabelecimento de vinculações entre o passado e o presente. Encontra-se certa consolidação de um tipo de relato no qual – contrariando uma forte tendência da narrativa – a história se desenvolve em dois momentos temporais paralelamente. Esse é o caso de programas de gêneros e estilos diferentes, como as comédias *Um año para recordar* (Underground Contenidos e Telefé Contenidos, 2011) e *Graduados* (Underground Contenidos, Endemol Argentina e Telefé Contenidos, 2012); as minisséries que apelam a um tom de comédia, como *Los sônicos* (GP producciones, 2011 e 2012) e *Babylon* (GP producciones, 2012); ou as que se encaixam dentro do gênero de suspense, como *Perfidia ¿Cuál es el límite?* (Cisne films – Bacua, 2012) ou realizam uma reconstrução histórica, como *El pacto* (Tostaki Oruga Films, 2012). Nesses casos, além da ruptura da linearidade cronológica do relato, também é manifestada a valorização do passado recente como fonte de identificação pessoal ou grupal, e a tendência – compartilhada por outras manifestações das linguagens audiovisuais – a fazer visível o desenvolvimento

do relato, tanto do ato da recordação quanto dos acontecimentos recordados¹⁰.

Além da validade que outorga a memória midiática à reconstrução do passado, a televisão argentina mantém versões que buscam sua verossimilhança seguindo as pautas de séries discursivas que excedem o campo dos meios de comunicação em massa. Nesse âmbito, é possível identificar dois tipos de propostas: as ficções que são ambientadas em uma época diferente da produção e as que têm um cenário temporal preciso relacionado com acontecimentos históricos identificáveis.

Os programas de época apresentam uma origem dupla. Por um lado, trata-se de uma tendência que se manifesta durante as primeiras décadas da televisão argentina, que consiste na adaptação de obras literárias célebres – em especial as novelas românticas e realistas –, cujas dramatizações se ambientam no período em que foram publicadas. O melhor e mais valorizado exemplo é o ciclo *Las grandes novelas* (Canal 7, 1969 a 1971), dirigido por Sérgio Renán. Por outro lado, a tendência que finalmente prevalece vincula-se com a utilização das reconstruções de época que outorgam a cota de exotismo necessária na narrativa da telenovela, que segue assim um traço da tradição melodramática. Dentro dessa linha se destacam marcos históricos como *La extraña dama* (Canal 9 Libertad, 1989), ambientada a começos do século XX na Argentina e Itália, ou *Más allá del horizonte* (Canal 9 Libertad, 1994), que ocorre durante a segunda metade do século XX em ambos os lados da fronteira entre as comunidades aborígenes e o Estado nacional. Coincidindo com um novo período de auge da programação ficcional, na primeira década do século XXI aparecem as grandes produções de época: *Hombres de honor* (Pol-Ka, 2005), ambientada na cidade de Buenos Aires, em um clima de máfia durante a década de 1940, e *Padre*

¹⁰ O desenvolvimento de relatos que trabalham em paralelo com o presente e o passado não é exclusivo dos programas evocativos. Na quarta temporada de *Casi ángeles* (Cris Morena Group, 2007 a 2010), a ação ocorre entre o presente e um futuro próximo (Aprea e Kirchheimer, 2001).

Coraje (Pol-Ka, 2004), que se passa em uma cidade fictícia de La Cruz durante os primeiros anos da década de 1950. Além do manejo das convenções de gênero que aceitam heróis com dupla personalidade, sociedades secretas, pragas quase bíblicas e curas milagrosas, apresentam-se personalidades históricas, como Juan e Eva Perón, Ernesto Guevara – antes de ser “El Che” – e o ex-boxeador José María Gatica. A presença de personagens públicos participando ativamente de um relato de aventuras que se aproxima do fantástico expressa uma mudança de perspectiva na representação das figuras históricas, mais que um novo modo de construção das ficções de época.

Nos últimos anos, aparece um novo tipo de reconstrução de época ligada a um passado mais próximo no tempo. Com um antecedente – a reconstrução da década de 1980 em *Costumbres argentinas* (Ideas del Sur, 2003 a 2004) –, o passado próximo aparece em torno da comédia. Dessa maneira, *Los sônicos* relata uma origem mítica para o *rock and roll* argentino, e *Babylon*, descrita em forma de história em quadrinhos, invoca a década de 1970. O êxito mais importante do ano 2012, *Graduados*, propõe a raiz da sua trama em um grupo de adolescentes de fins da década de 1980. A reconstrução do passado recente tem a ver com aspectos ligados à cotidianidade, mais que com a evocação de um período, personagem ou feito histórico. De um passado recente convulsionado se retomam a moda, costumes cotidianos e música, especialmente o *rock and roll*. Em *Graduados*, esse tipo de evocação ocupa um lugar central em alguns episódios nos quais estrelas do rock argentino se interpretam a si mesmos. Assim, observa-se um deslocamento que vai desde um passado exótico e distante do momento da produção até outro mais próximo, compartilhado pelos produtores e pela maioria do público.

A *reconstrução histórica* na ficção da TV argentina, ainda que se encontre presente quase desde os momentos iniciais, acontece mais esporadicamente e, em geral, vincula-se com iniciativas governamentais. Um olhar retrospectivo sobre os modos em que a televisão abordou os acontecimentos históricos permite dar conta

das diferentes maneiras em que o Estado e a sociedade implementaram a construção de uma identidade coletiva. A partir dessa perspectiva se observam transformações na construção de uma época. Para compreender a lógica dessas mudanças, podem ser destacadas as diferenças entre *Bouchard. Um Héroe del mar* (Canal 7, 1964), centralizada na figura de um herói da independência, e *Los gringos* (Canal 7, 1984), no qual o relato se concentra na vida de três famílias imigrantes no início do século XX. Observa-se a passagem de uma visão, ligada a uma época regida pelo sistema escolar, a outra, em que o protagonismo e o heroísmo estão apontados às pessoas comuns. Assim, passa-se de um relato a outro sobre aqueles que constroem a história política em uma narração na qual os acontecimentos históricos marcam a vida dos protagonistas; ou seja, uma passagem dos protagonistas às testemunhas.

A partir do Bicentenário da República Argentina, em 2010, há um impulso, novamente, das ficções históricas, nas quais os relatos são centrados na influência dos acontecimentos históricos na vida das pessoas comuns. Entre os programas produzidos com o apoio estatal, essa perspectiva aparece em ficções como a minissérie *Memorias de una muchacha peronista* (Alejandro Robino, Omar Quiroga e Proyecto Web, 2012), em que através da vida de um jornalista de rádio são narradas as transformações sociais e políticas produzidas durante os primeiros governos peronistas. Em *Proyecto Aluvión* (MC Producciones, 2001 a 2012) contam-se episódios em que se inverte o sentido de alguns dos tópicos relacionados com o peronismo, fazendo passar os cidadãos peronistas de vilões a vítimas. No unitário *Amores con historia* (Tostaki Oruga Films, 2012) são revividos momentos fundamentais da história argentina recente através de histórias de amor que afetam personagens fictícios ou que tiveram uma participação secundária dentro de eventos políticos.

Nessa mesma etapa, as ficções que rememoram aspectos da vida de personagens com forte incidência na vida pública se concentram em aspectos relacionados mais com sua intimidade que com sua atividade reconhecida. Em *El pacto* narra-se a apropriação

da empresa Papel Prensa através da história pessoal da viúva que perde a propriedade e da juíza que investiga o caso. Nos seis capítulos do unitário *Lo que el tiempo nos dejó* (Underground Contenidos, Endemol Argentina e Telefé Contenidos, 2010) são mostrados momentos da vida em que personagens políticos, como Eva Perón, são vistos pela perspectiva de pessoas comuns, e as celebridades, como a cantora Ada Falcón, são apresentadas na intimidade, além de serem vistos episódios históricos do que acontece a pessoas sem uma trajetória pública. No unitário *Histórias clínicas* (Underground Contenidos e Grupo Crónica, 2013) são abordados problemas de saúde de personagens célebres como Eva Perón, a cantora e atriz Tita Merello, o presidente Domingo Faustino Sarmiento ou o escritor Horacio Quiroga. A aproximação dos problemas pessoais dos personagens públicos faz com que se apaguem os limites entre as celebridades e as pessoas comuns. Todos parecem ser memoráveis.

No campo das reconstruções históricas, ocupam um lugar especial aquelas que recuperam o passado traumático ligado à última ditadura cívico-militar. O assunto do desaparecimento forçado de pessoas se destaca dentro da cinematografia nacional. No entanto, no âmbito da televisão – além de contar com um antecedente de 1984, *Dar el alma* (Canal 9) – esse assunto aparece com força recente, em 2004, com a novela de sucesso *Montecristo* (Telefé Contenidos). A telenovela é uma adaptação livre da novela de Alexandre Dumas e incorpora o tema sequestro de crianças durante o período ditatorial. A questão é retomada pelo unitário, premiado com um Emmy em 2008, *Televisión por la identidad* (Telefé Contenidos e Abuelas de Plaza de Mayo, 2007). Esse programa se baseia no impacto alcançado por *Montecristo* no processo de recuperação de identidades de crianças sequestradas, integrando-se dentro de um projeto mais amplo que inclui atividades em outros espaços, como *Teatro por la identidad* ou *Rock por la identidad. Volver a nacer* (Astro Films e Atuel Producciones, 2012) se inclui dentro das produções financiadas pelo Estado e exibidas pela Televisão Pública. Narra a história de duas irmãs gêmeas, uma que fica nas mãos de sequestradores e

outra que é dada para adoção a uma família. Assim, mostra-se a história traumática a partir dos pontos de vista opostos, os defensores da ditadura e suas vítimas. Em termos gerais, a abordagem dessa temática adquire peso não somente pelo impacto que pode ter o assunto a partir de um ponto de vista social, mas também porque, entre as questões dramáticas que caracterizam o passado recente argentino, o sequestro de crianças se relaciona diretamente com um dos motivos fundamentais da telenovela: a perda e recuperação da identidade.

Depois de considerar as principais variantes que ao longo do tempo formaram a reconstrução do passado na televisão argentina, é válido sublinhar diferenças significativas que permitem descrever as grandes tendências nas modalidades de construção das memórias sociais. Dentro do contexto de um processo complexo, vale a pena caracterizar os traços de duas grandes maneiras de reconstruir o passado. Em um primeiro momento, as diferentes etapas são apresentadas através de um olhar distante que tende a separar o momento da evocação do período recordado. A partir dessa perspectiva, a reconstrução pode atuar como um potencializador das convenções de certos gêneros, ou então poderá constituir um pano de fundo para o desenvolvimento de uma trama em que o ambiente de época se mantém especialmente pelo atrativo, o que lhe atribui um exotismo, que por sua vez se distancia da cotidianidade. Ao mesmo tempo, apresenta-se uma diferença marcada entre as ficções que apelam à reconstrução de época como parte da lógica do espetáculo e as que, baseando-se em acontecimentos históricos, procuram estabelecer um modelo de identidade coletiva a partir de uma perspectiva que está inclinada para uma postura didática.

Nos últimos anos, consolida-se uma tendência diferente. De uma perspectiva global e distante passa-se a uma acercada e próxima no tempo. O passado representado já não pode ser pensado como um mundo fechado. Trata-se agora de uma construção que reúne olhares fragmentados e se concentra em casos individuais. A proximidade se constrói mediante dois mecanismos: por um lado, o enfoque sobre os personagens que participam da evocação põe

ênfase em aspectos do cotidiano, e, por outro, em muitos casos essa ênfase é dada em aspectos de sua intimidade. Isso implica na existência de um tipo de personagem cuja dimensão psicológica adquire mais relevância que sua condição de modo social. Nesse sentido se sustenta um mesmo ponto de vista para a apresentação de personagens cuja ação se desenvolve no âmbito público, a “celebridade” e aqueles que aparecem como “gente comum”; homologam-se assim diferentes personagens históricos com outros criados para a ficção.

Referências

APREA, G. (Comp.). *Filmar la memoria: los documentales audiovisuales y la re-construcción del pasado*. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento, 2011.

APREA, G.; KIRCHHEIMER, M. Argentina: continua a queda da ficção, cresce a produção nacional. In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo; VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata (coord.). *Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos*: anuário Obitel 2012. Porto Alegre: Sulina: 2012.

APREA, G.; KIRCHHEIMER, M. Argentina: A ficção perde espaço e um estilo domina. In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo; VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata (coord.). *Calidad de la ficción televisiva y participación transmediática de las audiencias*: anuário Obitel 2011. São Paulo: Editora Globo/Globo Universidade, 2011.

CARLÓN, M. *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2004.

JELIN, E. *Las políticas de la memoria*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2002.

KIRCHHEIMER, M. Memoria y recuerdo: las formas del pasado en la televisión. *Revista Figuras 1/2*. Buenos Aires: Asunto Impreso, 2003.

LATIN AMERICAN MULTICHANNEL ADVERTISING COUNCIL – LAMAC (2013). *Informe de TV paga – Argentina 2013*. Disponível em: <http://www.lamac.org/argentina/publicaciones/investigaciones>.

NICOLOSI, A. *Merchandising social y cotidiano en la telenovela brasileña*. Apuntes teóricos sobre el diálogo entre la ficción y realidad. *Revista Questión*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, 2006.

POLLACK, M. *Memoria, olvido, silencio: la producción social de identidades*. La Plata: Al Margen, 2006

TRAVERSO, E. *Le passé, modes d'emploi: histoire, mémoire, politique*. Paris: La fabrique, 2005.

2

BRASIL: A TELENODELA COMO FENÔMENO MUDIÁTICO

Autoras:

Maria Immacolata Vassallo de Lopes,
Maria Cristina Palma Mungioni

Equipe:

Claudia Freire, Clarice Greco, Ligia Maria Prezias Lemos,
Issaaf Karhawi, Helen N. Suzuki

1. O contexto audiovisual do Brasil

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

1.1. A televisão aberta no Brasil

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

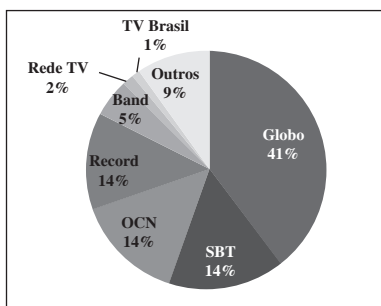
Gráfico 1. Emissoras nacionais de televisão aberta no Brasil

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

Fonte: Obitel Brasil

A audiência de televisão aberta em 2012

O ano de 2012 foi marcado pela experimentação de novas técnicas de medição frente a um cenário que registrou grande mobilidade e segmentação da audiência televisiva, especialmente da TV móvel em mídias como celular e internet¹.

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

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

Fonte: IBOPE

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

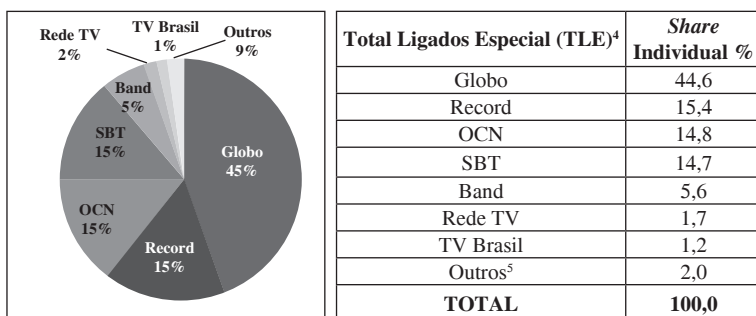
¹ O Ibope realiza medições de TV móvel em parceria com a Video Research, do Japão, e a Nielsen, por meio de métodos dos Estados Unidos.

² TL (Total Ligados): totaliza a audiência de todas as emissoras de TV. Dados do Painel Nacional de Televisão (PNT), das 7h às 24h.

³ “Outros” inclui dados da MTV, Record News, outros aparelhos, sintonias não identificadas e/ou não cadastradas.

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

Gráfico 3. Share individual de TV por emissora em 2012



Fonte: IBOPE

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

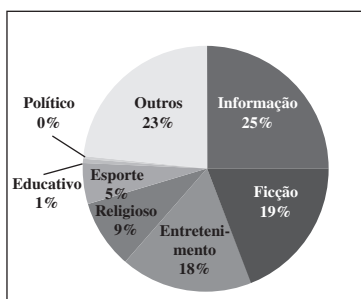
⁴ TLE (Total Ligados Especial): totaliza a audiência de todas as emissoras de TV e exclui os índices de VCR (videocassete), *pay-per-view*, videogame, DVD, internet, circuito interno, canais de áudio (programação de rádios AM e FM) e como monitor de computador. O TLE possibilita calcular o *share* das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

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

ra. O primeiro programa de outro canal, em 48º lugar, é a minissérie *Rei Davi*, da Record⁶.

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

Gráfico 4. Gêneros e horas transmitidos pela TV⁹



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

Fonte: IBOPE

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

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

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

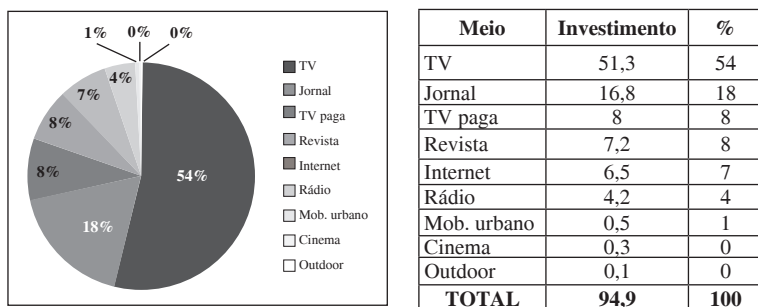
⁸ Monitores estrategicamente instalados que transmitem programação segmentada em locais como redes de supermercados, shopping centers, elevadores, ônibus, metrô, trens.

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

1.2. Investimentos publicitários: na TV e na ficção

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

Gráfico 5 . Investimento publicitário por meios em 2012



Fonte: IBOPE

Os setores que mais receberam investimento publicitário na televisão foram o comércio e o varejo, responsáveis por 25% do total investido, seguidos pelos setores de higiene pessoal e beleza, mercado financeiro e seguros, bebidas (cervejas) e serviços¹¹.

1.3. Merchandising e merchandising social na ficção

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

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

¹¹ Fonte: Ibope Media – Monitor Evolution.

Sabemos que a inserção de cenas que, de modo explícito e pedagógico, expõem problemas sociais do país é marca distintiva da telenovela brasileira. Por isso, em 2012, o chamado *merchandising* social¹², ou ações socioeducativas, novamente esteve na TV do país. As abordagens sociais nas telenovelas da Globo foram: abandono de crianças e trabalho infantil, em *Avenida Brasil*; diversidade cultural, adoção ilegal de crianças e tráfico de pessoas, em *Salve Jorge*; condições de trabalho e direitos das trabalhadoras domésticas, em *Cheias de charme*; eventos históricos do início do século XX e tradições da população negra, em *Lado a lado*; desaparecimento de crianças, em *Amor eterno amor*; direitos da infância e preconceito por orientação sexual, em *Aquele beijo*; inclusão e direitos de pessoas com deficiência, *bullying* e engajamento de jovens em questões sociais, em *Malhação*. A Record apresentou inserções sobre violência doméstica, síndrome de Down, prevenção da AIDS e adoção, em *Vidas em jogo*; *bullying* e alcoolismo, em *Rebelde*. No SBT, *Corações feridas* abordou alcoolismo, violência doméstica e uso de drogas.

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

1.4. Políticas de comunicação

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

¹² Atualmente chamado de “temas de responsabilidade social” pela Globo.

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

Testemunhamos o início de uma notável mutação no mercado audiovisual brasileiro, pois, com a nova lei, até 2015 os canais de TV paga deverão exibir, semanalmente, 3h e 30min de conteúdo nacional no horário nobre (metade deverá ser de produtoras brasileiras independentes). Essa implantação progressiva¹⁴ já redundou em mudanças importantes no cenário audiovisual, tais como: aumento no número de produtoras independentes¹⁵; migração de profissionais da publicidade e cinema para a TV; proporcionalidade de canais nacionais e independentes nos pacotes oferecidos pelas operadoras¹⁶ e aumento dos recursos disponíveis para a produção televisiva. Ainda em 2012, começaram os debates sobre o **marco civil da internet**¹⁷, que pretende estabelecer direitos e deveres de provedores e usuários, além de discutir a questão da neutralidade da rede.

1.5. TV pública

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

¹³ A lei 12.485 foi sancionada em setembro de 2011.

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

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

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

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

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

1.6. TV paga

Sistema de canais fechados, a TV paga está passando por grandes mudanças por conta da “nova lei do cabo”, que foi aprovada para estimular a produção nacional nesse sistema majoritariamente ocupado por canais internacionais. Se somarmos a esse fato o acesso dos consumidores da “nova classe C”, interessados em TV paga e internet, veremos que o ano de 2012 foi especialmente fértil. A TV paga no país alcançou 16,2 milhões de assinantes, o que corresponde ao acesso de 53 milhões de brasileiros¹⁸, um crescimento de 28,3% frente a 2011. Do total de assinantes, mais de 40% são da classe C, e vale lembrar que, em 2008, esse número era de apenas 22%¹⁹. Apesar disso e da forte expectativa de ampliação, dados do Ibope mostram que a penetração da TV paga brasileira ainda é acahnada, com 30% do total de residências, se comparada a outros países da América Latina, como Argentina ou Colômbia, ambos com aproximadamente 81% do total de residências.

Ficções na TV paga

Frente a esse cenário em mudança, é interessante mostrar alguns dados sobre as produções nacionais na TV paga. Os canais **nacionais** que produziram ficção para TV paga em 2012 foram: Multishow, GNT, Futura e TBS Brasil²⁰; já os **internacionais** Fox e HBO apresentaram coproduções.

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

¹⁹ Dados Obitel, Anuário 2009.

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

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

Fonte: Obitel Brasil

Em relação ao **conteúdo**, houve predomínio do gênero comédia para o público jovem/adulto, com experimentações de formato nas produções como derivações de blogs e webséries e um telefilme colaborativo. Destacaram-se também séries dramáticas, como *Sessão de terapia*, versão brasileira da israelense *Be Tipul*, muito bem recebida pela crítica; *Destino: São Paulo*, que apresentou o cotidiano de comunidades de origem estrangeira na metrópole; e *Família imperial*, série infantojuvenil que revisitou a história do Brasil. Em termos de alcance de audiência²¹, as lideranças foram, pela ordem, *A vida de Rafinha Bastos*; *Oscar Freire, 279*; *Adorável psicose*; *Meu passado me condena* e *Ed Mort*.

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

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

O Brasil registrou em 2012 mais de 90 milhões de usuários de internet²². O Facebook atingiu 35 milhões de pessoas²³ e tornou-se a rede social mais acessada do país. Já no Twitter, os brasileiros representam o segundo maior número de usuários do mundo, com 33 milhões²⁴. A classe C respondeu por 56% dos acessos no Facebook e 55% no Twitter. Percebemos o uso cada vez mais intenso das redes para conversações sobre ficções televisivas, em especial as telenovelas. O último capítulo de *Avenida Brasil* ocupou, no Twitter, sete das dez primeiras posições nos *Trending Topics* Brasil²⁵, entrando também nos *TTs* mundiais. Dados apontam que 73% dos espectadores acessam redes sociais enquanto assistem a programas de TV²⁶. Assim, a tendência do mercado audiovisual é oferecer programação em diversas telas: tablet, smartphone, smartTV, ou mesmo TV convencional ligada a console de videogame.

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

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

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

²² Brasil atinge 94,2 milhões de usuários de internet. *INFO Online*. 14/12/2012.

²³ Facebook lidera a publicação de anúncios. *Meio e Mensagem*. 08/02/2012.

²⁴ Brasil é o segundo com mais usuários no Twitter. *Exame*. 02/02/2012.

²⁵ Último capítulo de *Avenida Brasil* domina redes sociais. *A Tarde*. 20/10/2012.

²⁶ No mundo, 62% das pessoas usam redes sociais ao assistir TV. *Teletime*. 28/08/2012.

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

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

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

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

Fonte: Obitel Brasil

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

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

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

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

Fonte: Obitel Brasil

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

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

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

Fonte: Obitel Brasil

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

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

Fonte: Obitel Brasil

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

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

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

Tabela 5. Formatos da ficção nacional por faixa horária

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

Fonte: Obitel Brasil

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

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

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

Tabela 6. Época da ficção

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

Fonte: Obitel Brasil

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

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

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

Fonte: Obitel Brasil

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

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

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

Fonte: Obitel Brasil

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

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

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

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

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

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

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

Fonte: Obitel Brasil

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

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

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

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

Fonte: Obitel Brasill

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

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

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

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

3. A recepção transmidiática

A telenovela *Avenida Brasil* marcou a história da televisão brasileira no que se refere a índices de engajamento da audiência com a trama ficcional do horário nobre, repercutindo de maneira surpreendente diante do atual contexto de espalhamento das audiências e consumo de conteúdos em multiplataformas. Um dos reflexos desse êxito foi o volume de conteúdos gerados por produtores e usuários sobre a ficção, propagado nas redes sociais, fato que chamou a atenção da imprensa internacional²⁷. As *hashtags* #avenidabrasil e #oioioi (+ nº do capítulo) foram, ao longo da última semana da telenovela, *Tops* no Twitter *Worldwide Trends*. As alterações na agenda da presidente da República e o transbordamento da temática da telenovela para a inteira programação da Globo, criando um reforço das expectativas por contágio dos programas, às vésperas da exibição do último capítulo na TV, também são indicativos do fenômeno. Nas redes, dois fatores contribuíram para o engajamento e a transmidiação do conteúdo ficcional de *Avenida Brasil*: o hábito dos brasileiros de assistir TV ao mesmo tempo em que buscam e geram conteúdos sobre a grade horária nas redes sociais²⁸, e o volume de conteúdos

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

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

gerados pelo produtor na *fanpage* da Rede Globo²⁹ e na página oficial da telenovela no Facebook³⁰, que reuniu aproximadamente meio milhão de fãs.

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

Ficção escolhida	Emis-sora	Páginas de internet	Tipos de interação trans-midiática	Níveis de interati-vidade	Práticas dominantes dos usuários
<i>Avenida Brasil</i>	Globo	Site oficial tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/	Visuali-zação intera-tiva em rede	Ativa	Interpretação Compartilhamento Ludicidade Recomendação
		Página de Face-book http://www.facebook.com/AvenidaBrasilNovela	Visualização transmidiática	Criativa	Interpretação Comentário Compartilhamento Recomendação Discussão Celebração Ludicidade Coleção Crítica Paródia Remix
		Twitter Oficial @Globo_AvBrasil	Visualização transmidiática	Criativa	Interpretação Comentário Compartilhamento Recomendação Discussão Celebração Crítica Paródia Remix
		Blog Oioioi	Visualização interativa em tempo real	Ativa	Interpretação Comentário Compartilhamento Discussão
		Loja	Visualização interativa	Ativa	Consumo Recomendação
		Mídia Out of Home	Visualização	Passiva	Interpretação em ônibus e metrô

Fonte Obitel Brasil

²⁹ Disponível em: <http://www.facebook.com/RedeGlobo>. Acesso em: 12/03/2012.

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

Virais³¹ no formato fotomensagem divulgados no Facebook foram apropriados e disseminados pelos usuários nas redes sociais. Outro destaque foram os aplicativos desenvolvidos pelos produtores, que geraram grande volume de apropriação: o mais famoso foi “Congele seu Avatar”³², que permitia aos fãs congelar fotos no perfil.

O site oficial da telenovela disponibilizou a trilha sonora nacional e internacional, e o blog Oioioi trouxe os pontos quentes da trama em formato de imagens em GIF animado, permitindo o acesso a cenas e comentários. Games e receitas da personagem Nina foram passadas para o público por meio do site oficial. *Avenida Brasil* foi transformada na websérie *Novela Brasil*, com quase 2 milhões de visualizações no YouTube, e, posteriormente, em peça de teatro com o mesmo nome³³. A telenovela também foi tema do enredo da escola de samba carioca São Clemente no Carnaval do Rio de Janeiro de 2013. Destaquem-se as diversas operações transmídia da telenovela, que engajaram produtores, fãs, atores, agentes culturais.

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

³¹ Novela na Internet: lembre alguns “virais” de *Avenida Brasil*. *Portal Terra*. 09/10/2012. Disponível em: <http://diversao.terra.com.br/tv/novelas/avenida-brasil/novela-na-internet-relembre-alguns-virais-de-avenida-brasil,ab09c1851366a310VgnCLD20000bbccbe0aRCRD.html?vgnnextfmt=fmtExpandedPics>

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

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

³⁴ <http://youtu.be/kHZvj4KFAPQ>

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

4. O mais destacado do ano

“Nunca houve uma novela como *Avenida Brasil*.”³⁷

Desde a estreia, a telenovela *Avenida Brasil* (Globo, 2012) – escrita por João Emanuel Carneiro e dirigida por Ricardo Waddington, Amora Mautner e José Luiz Villamarim – foi destaque em todos os meios de comunicação (rádio, TV, internet, redes sociais³⁸), que repercutiam o impacto da trama das 21h. Impacto que ganhou força ao longo dos 179 capítulos, culminando com a polarização das atenções não apenas dos habituais telespectadores ou comentaristas de telenovelas, mas também de veículos de comunicação internacionais (*Forbes*, *The Guardian*, *Le Figaro*), que procuravam entender o “fenômeno” *Avenida Brasil*. Entre os muitos fatos que

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

³⁶ <http://youtu.be/6Z1uhIgmkBY>

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

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

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

Cabe ainda destacar o protagonismo da chamada “nova classe C” brasileira no roteiro – elemento de construção ficcional ou espelho de uma realidade que aflora no país e que redimensiona a economia e a sociedade brasileiras? Esse foi o tema principal e motor de inúmeros artigos sobre costumes e hábitos de consumo dos personagens em cadernos de economia de jornais e revistas³⁹. O crescimento constante do engajamento da audiência ao longo da trama acarretou a preparação de campanhas publicitárias com até seis meses de antecedência para aproveitar a audiência recorde esperada para o capítulo final, que arrebanhou mais de 500 anunciantes nacionais, regionais e locais, que tiveram suas peças publicitárias veiculadas entre as 122 exibidoras da emissora⁴⁰. Em termos de au-

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

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

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

Avenida Brasil é o suburbano Divino

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

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

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

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

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

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

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

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

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

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

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

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

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

Narrativas televisivas e memória social

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

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

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

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

A TV relembra a ficção: reprises e remakes

Um dos mais tradicionais dispositivos de memória da ficção televisiva é a *reprise*. A Globo apresenta toda tarde, desde 1980, o programa *Vale a pena ver de novo*, que retransmite telenovelas da própria emissora que tiveram destaque em épocas passadas. De 2006 a 2012⁴¹, foram 17 telenovelas. Também entre as iniciativas da Globo para preservação da memória da emissora está o *Projeto Memória das Organizações Globo*, que tem o portal *Memória Globo*⁴² como seu arquivo on-line. Por meio dele é possível acessar cenas, fatos marcantes, curiosidades e informações sobre os programas

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

⁴² <http://memoriaglobo.globo.com/>

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

A Globo lançou em 2010 o Canal Viva, na TV paga, cuja programação reprisa minisséries, seriados, filmes, novelas e variedades produzidos pela própria emissora, sendo a maioria ícones de uma época. O canal já transmitiu 12 telenovelas das décadas de 1980 e 1990. Pensado para atender a um público composto por donas de casa e à demanda da classe C, que, cada vez mais, adere à TV paga, o canal tem tido entre os adolescentes um considerável público que comenta e repercute a programação nas redes sociais. Atualmente, o Canal Viva está acima da média de crescimento do mercado de TV por assinatura e do aumento da base de assinantes, figurando entre os dez canais mais vistos⁴³.

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

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

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

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

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

A TV relembra o passado: história e época

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

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

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

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

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

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

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

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

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

O desfile da memória: o carnaval relembra a telenovela

Além da presença nas diversas mídias móveis, nas exteriores, na internet, em revistas, livros, TV paga, a telenovela teve destaque no carnaval, numa convergência, se assim podemos dizer, de dois verdadeiros *media events* da cultura do país. A escola de samba Grêmio Recreativo Escola de Samba São Clemente tornou-se *lugar de memória* da telenovela quando usou memórias sociais e afetivas em seu desfile no Sambódromo. Bem antes, produziu um site e uma revista eletrônica⁴⁴ revelando todo o processo que foi a recuperação de sua memória das telenovelas com detalhes sobre os critérios de seleção dessa memória. A escola de samba fez uma

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

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

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

Referências

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

MITTEL, Jason. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. *MATRIZES*, v.5, n.2, 2012.

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

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

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

3

CHILE: MUDANÇAS NA INDÚSTRIA¹

Autores:

Valerio Fuenzalida, Pablo Julio Pohlhammer

Equipe:

Verónica Silva, Constanza Mujica,

Luis Breull, Alejandro Bruna*

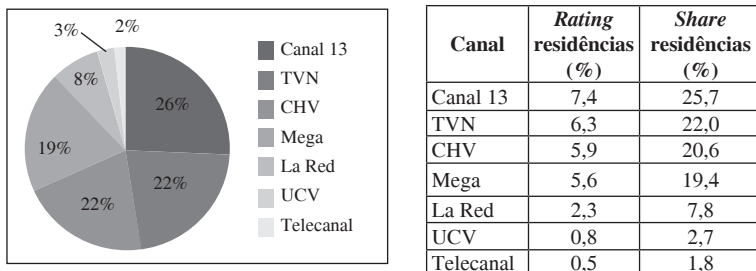
1. O contexto audiovisual do Chile

1.1. A TV aberta no Chile

Gráfico 1. Emissoras nacionais da televisão aberta no Chile

Públicos	Universitários	Privados Universitários	Privados
TVN	UCV TV	Canal 13	Telecanal Red Chilevisión Mega
Total de emissoras: 7			

Gráfico 2. Audiência da TV por canal (residências)

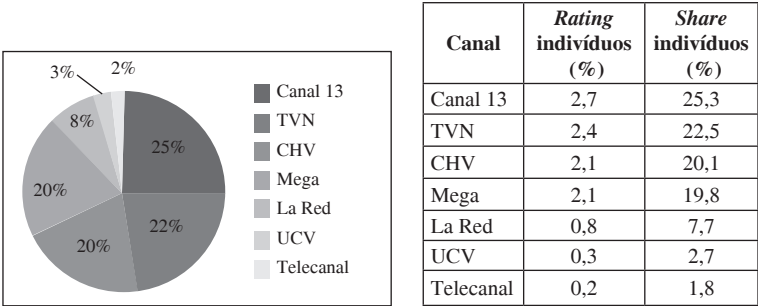


* Com a colaboração do Time Ibope

Fonte: Time Ibope

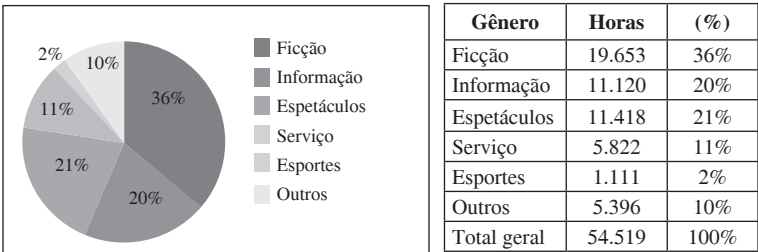
¹ Este Informe contou com o apoio econômico do Concurso Criação e Cultura, patrocinado pela Direção de Arte e Cultura (DAC) da Vice-Reitoria de Investigação (VRI) da Pontificia Universidade Católica do Chile.

Gráfico 3. Audiência de TV por canal (indivíduos)



Fonte: Time Ibope

Gráfico 4. Oferta de gêneros na programação da TV



Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

1.2. Tendências

A TV aberta chilena mudou radicalmente nas últimas décadas. Primeiro houve uma evolução à privatização, quase tendo desaparecido a TV universitária aberta e massiva – Canal 13, da Universidade Católica do Chile, e Canal 11, da Universidade do Chile. Ambos os canais foram privatizados: o Canal 11 passou a ser o CHV, da Turner, e o Canal 13 foi privatizado em 67%, e essa porcentagem poderia ser aumentada. Os sete canais abertos se dividem em um canal totalmente universitário (UCV TV), um canal público (TVN) e cinco canais privados, três dos quais são grandes concorrentes entre si e do canal público TVN. Os outros dois canais privados são menores (La Red e Telecanal). Há, então, um grupo de quatro canais altamente concorrentes: três privados e o canal público.

Em segundo lugar, acerca-se a mudança com relação à digitalização, em que a única definição é o padrão nipo-brasileiro; a legislação ainda está em processo de discussão, e os planos dos canais para este novo cenário tecnológico não são conhecidos. Se são implementados novos canais digitais abertos segmentados tematicamente, será aberto um novo cenário na concorrência com a TV paga, já que haveria duas ofertas tecnologicamente concorrentes com as emissoras segmentadas. É proposta a seguinte pergunta: o mercado publicitário chileno é capaz de sustentar mais canais na TV aberta?

Em terceiro lugar, no cenário industrial do audiovisual chileno ocorreu uma grande mudança. O CVH (ex-canal da U. de Chile) foi adquirido no ano de 2010 pela Turner Broadcasting System, da Time Warner. Nos próximos meses, o CVH se trasladará a seus novos estúdios no antigo local da indústria Machasa. O investimento considerado no novo local foi resultado de uma avaliação que indica que o CHV se tornará uma empresa produtora/exportadora com horizontes internacionais, primeiramente direcionada ao mercado hispânico. Ou seja, o CHV é o primeiro projeto no Chile em audiovisuais que aspira superar a produção e transmissão no âmbito nacional para inserir-se em um mercado audiovisual global. O projeto busca superar o financiamento meramente publicitário nacional da televisão aberta. O Maga, canal privado, está buscando uma estratégia de ingressar na telefonia paga; o Canal 13, do grupo Luksic+UC, propõe aderir à bolsa de valores como estratégia para reunir capital e enfrentar as novas formas de concorrência: também esse grupo abarcou um conjunto de emissoras de rádio. Este novo cenário econômico-industrial propõe ao canal público TVN desafios e interrogações para seu financiamento e capitalização.

1.3. Inversão publicitária na mídia

Tabela A. Distribuição da inversão publicitária – 2011

Participação percentual (%)	1985	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Televisão	46,3	44,2	46,3	42,8	47,4	48,2	48,4	51,5	48,2	44,9
Diários	35,0	34,5	35,3	34,5	29,4	28,6	28,7	25,9	27,0	26,6
Rádios	10,5	10,9	7,9	10,5	8,2	6,9	7,2	7,5	6,8	6,8
Revistas	5,8	7,3	3,5	5,0	3,2	3,1	2,9	2,3	2,2	1,9
Espaços públicos	2,2	2,9	6,7	6,7	8,4	9,5	8,7	7,6	7,5	8,6
Cinema	0,3	0,2	0,2	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3
TV a cabo					1,7	1,9	1,7	2,0	3,9	4,6
Mídia <i>on-line</i>					1,4	1,6	2,3	2,8	4,1	6,2

Fonte: Associação Chilena de Agências de Publicidade (Achap)

Os dados da ACHAP para o ano de 2012 não estão ainda disponíveis, por isso são apresentadas as informações de 2011. Entre os anos 2005 e 2011, a TV a cabo e a mídia *on-line* aumentam sua participação na publicidade até alcançar em conjunto 10,8%; esse crescimento é sustentado e com menos flutuações anuais, que são exibidas pela participação percentual de outras mídias.

1.4. Tendências nas TICs (Tecnologia da Informação e Comunicação)

Segundo a informação da Subtel (Subsecretaria de Telecomunicações), em maio de 2012, a telefonia celular teve um importante desenvolvimento, a ponto de haver hoje uma penetração de 130% de aparelhos telefônicos em relação à população chilena. Correlativamente, a telefonia fixa mantém um lento, mas constante descenso, alcançando somente 19,4% de penetração para cada cem habitantes. A banda larga fixa e móvel, em conjunto, chega a 50% das residências; a banda larga móvel 3G já superou as conexões fixas, e está sendo introduzida a banda 4G. O acesso à internet, segundo a Subtel, alcançou 40,7% da população chilena no ano de 2012.

A importação das equipes computacionais se adapta à mobilidade; os computadores desktop baixaram para o segundo lugar entre as máquinas importadas, e passaram ao primeiro lugar os notebooks (64% das máquinas importadas). Mas os tablets vêm apresentando um aumento percentual enorme, que os coloca no terceiro lugar de máquinas importadas, superando os notebooks (Câmara do Comércio de Santiago).

Segundo o II Censo de Informática Educativa do Ministério de Educação², o acesso à internet em colégios municipais subiu 66% no ano de 2012, diminuindo a diferença em relação aos colégios privados. Também aumentou o maquinário computacional nas escolas públicas, de modo que agora existe um computador para cada seis alunos.

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

Tabela 1. Ficções de estreia exibidas durante 2012

TÍTULOS NACIONAIS COM ESTREIAS - 23	TÍTULOS IMPORTADOS COM ESTREIAS - 45
Canal 13 - 4 títulos nacionais com estreias	Canal 13 - 4 títulos importados com estreias
<i>Los 80 más que una moda</i> (série)	<i>Insensato corazón</i> (telenovela – Brasil)
<i>Peleles</i> (telenovela)	<i>Mujeres apasionadas</i> (telenovela – Brasil)
<i>Soltera otra vez</i> (telenovela)	<i>Passione</i> (telenovela – Brasil)
<i>Vida por vida</i> (série)	<i>Tititi, la pasarela del amor</i> (telenovela – Brasil)
CHV - 4 títulos nacionais com estreias	CHV - 6 títulos importados com estreias
<i>Gordis, la gorda más rica del mundo</i> (telenovela)	<i>Amar de nuevo</i> (telenovela – México)
<i>La Doña</i> (telenovela)	<i>Aurora</i> (telenovela – EUA hispânico)
<i>La Sexóloga</i> (telenovela)	<i>Corazón apasionado</i> (telenovela – Venezuela)
<i>Violeta se fue a los cielos</i> (tv movie)	<i>El fantasma de Elena</i> (telenovela – EUA hispânico)
Mega - 5 títulos nacionais com estreias	<i>El talismán</i> (telenovela – EUA hispânico)
<i>Bkn el campamento</i> (série)	<i>Una maid en Manhattan</i> (telenovela – EUA hispânico)

² www.enlaces/mineduc

<i>Cobre poder y pasión</i> (minissérie)	La Red - 14 títulos importados com estreias
<i>Decibel 110 el amor suena fuerte</i> (telenovela)	<i>Amorcito Corazón</i> (telenovela – México)
<i>Maldita</i> (telenovela)	<i>Como dice el dicho</i> (série – México)
<i>Solita Camino</i> (série)	<i>Cuando me enamoro</i> (telenovela – México)
TVN - 10 títulos nacionais com estreias	<i>El secretario</i> (telenovela – Colômbia)
<i>Aquí mando yo</i> (telenovela)	<i>Hasta que el dinero nos separe</i> (telenovela – México)
<i>Dama y obrero</i> (telenovela)	<i>La rosa de Guadalupe</i> (docudrama – México)
<i>El diario secreto de una profesional</i> (série)	<i>Las muñecas de la mafia</i> (telenovela – México)
<i>El reemplazante</i> (série)	<i>Mar de amor</i> (telenovela – México)
<i>Escena del crimen</i> (docudrama)	<i>Mi pecado</i> (telenovela – México)
<i>Esperanza</i> (telenovela)	<i>Mujer casos de la vida real</i> (docudrama – México)
<i>Pobre rico</i> (telenovela)	<i>Operación jaque</i> (minissérie – coprodução Colômbia/Espanha)
<i>Reserva de familia</i> (telenovela)	<i>Rafaela</i> (telenovela – México)
<i>Separados</i> (telenovela)	<i>Soy tu dueña</i> (telenovela – México)
<i>Su nombre es Joaquín</i> (telenovela)	<i>Triunfo del amor</i> (telenovela – México)
	Mega - 10 títulos importados com estreias
	<i>Abismo de pasión</i> (telenovela – México)
	<i>Amor bravío</i> (telenovela – México)
	<i>Amores verdaderos</i> (telenovela – México)
	<i>Dos hogares</i> (telenovela – México)
	<i>La diosa coronada</i> (telenovela – Colômbia)
	<i>La fuerza del destino</i> (telenovela – México)
	<i>La que no podía amar</i> (telenovela – México)
	<i>Mi corazón insiste</i> (telenovela – EUA hispánico)
	<i>Por ella soy Eva</i> (telenovela – México)
	<i>Relaciones peligrosas</i> (telenovela – EUA hispánico)
	Telecanal - 5 títulos importados com estreias
	<i>El último matrimonio feliz</i> (telenovela – Colômbia)
	<i>La vida es una canción</i> (série – México)
	<i>Pasión morena</i> (telenovela – México)
	<i>Pecados ajenos</i> (telenovela – EUA hispánico)
	<i>Sortilegio</i> (telenovela – México)
	TVN - 5 títulos importados com estreias
	<i>Contra viento y marea</i> (telenovela – México)
	<i>Heridas de amor</i> (telenovela – México)
	<i>La esclava Isaura</i> (telenovela – Brasil)

	<i>Los plateados</i> (telenovela – EUA hispânico)
	<i>Niñas mal</i> (telenovela – Colômbia)
	TOTAL DE TÍTULOS COM ESTREIAS: 68

Fonte: Obitel Chile

**Tabela 2. Ficções de estreia durante 2012 –
conforme país de origem**

País	Títulos	%	Capítulos / Episódios	%	Horas	%
NACIONAL (total)	23	34	1.014	20	631:05	17
IBERO-AMERICANA (total)	45	66	3.961	80	2.982:30	83
Argentina	0	0	0	0	0:00	0
Brasil	5	7	386	8	407:35	11
CHILE	23	34	1.014	20	631:05	17
Colômbia	4	6	281	6	190:40	5
Equador	0	0	0	0	0:00	0
Espanha	1	1	121	2	14:00	0
EUA hispânico	8	12	485	10	368:50	10
México	25	37	2.608	52	1.950:00	54
Peru	0	0	0	0	0:00	0
Portugal	0	0	0	0	0:00	0
Uruguai	0	0	0	0	0:00	0
Venezuela	1	1	79	2	49:20	1
Coprodução	1	1	1	0	2:05	0
Latino-Americana (âmbito Obitel)	68	100	4.975	100	3.613:35	100
Latino-Americana (âmbito não Obitel)	0	0	0	0	0:00	0
Total	68	100	975	100	3.613:35	100

Fonte: Obitel Chile

Considerando a quantidade de títulos estreados, a ficção chilena mostrou uma tendência à redução: 29 títulos no ano de 2006, 31 no ano de 2008, 29 no ano de 2009, 24 no ano de 2010, 25 em

2011 e 23 no ano de 2012. No que se refere ao tempo em horas, a produção ficcional nacional de estreia também sofreu instabilidade: 667 horas no ano de 2008, 664 horas no ano de 2009, 707 horas no ano de 2010, 717 horas no ano de 2011 e 631 horas no ano de 2012. Embora a ficção nacional represente 34% dos títulos estreados, em quantidade de horas representa apenas 17% (631 horas). Segundo a Tabela 4, na produção de estreia ibero-americana, 39 dos 45 títulos são telenovelas, o que totaliza 2.416:30 horas. No total de 23 títulos ficcionais chilenos, somente 14 são telenovelas; ou seja, a produção nacional alcança nove títulos em outros gêneros ficcionais (seis séries e três outros gêneros).

A TVN é o canal que mais títulos chilenos estreou no ano de 2012: dez dos 23 títulos, duplicando em quantidade em relação ao canal seguinte (Mega, com cinco títulos). O México permanece como o mais importante provedor externo de ficção: 25 títulos contra 21 no ano de 2011. Logo aparece a produção EUA hispânico, com oito títulos. Os canais que mais exibem títulos ficcionais importados são La Red, com 14 títulos, e Mega, com dez títulos.

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

Faixa horária	Nacionais				Ibero-Americanas				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (6:00-12:00)	24	2	14:25	2	66	2	6:30	0	90	2	20:55	1
Tarde (12:00- 20:00)	175	17	122:50	19	3.343	84	2.595:45	87	3.518	71	2.718:35	75
Prime Time (20:00-24:00)	749	74	447:00	71	541	14	373:05	13	1.290	26	820:05	23
Noturno (24:00-6:00)	66	7	46:50	7	11	0	7:05	0	77	2	53:55	1
Total	1.014	100	631:05	100	3.961	100	2.982:25	100	4.975	100	3.613:30	100

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana de estreia

Faixas horárias	Nacionais					Ibero-Americanas						
	T	%	C/E	%	H	%	T	%	C/E	%	H	%
Telenovela	14	61	910	90	552:05	87	39	87	3.116	79	2.416:30	81
Série	6	26	87	9	66:00	10	3	7	341	9	156:40	5
Minissérie	1	4	10	1	6:35	1	1	2	1	0	2:05	0
Telefilme	1	4	2	0	2:40	0	0	0	0	0	0:00	0
Unitário	0	0	0	0	0:00	0	0	0	0	0	0:00	0
Docudrama	1	4	5	0	3:50	1	2	4	503	13	407:15	14
Outros	0	0	0	0	0:00	0	0	0	0	0	0:00	0
Total	23	100	1.014	100	631:05	100	45	100	3.961	100	2.982:25	100

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Os horários da tarde (12h-20h) e o *prime* (20h-24h) em conjunto concentram cada vez mais a exibição de estreia: 98% das horas de exibição. Mas, de forma igual a anos anteriores, a **ficção chilena é transmitida prioritariamente no *prime time*** (447:00 horas); **71% das horas de exibição de ficção de estreia chilena ocorre no *prime time***. A ficção ibero-americana mantém a tendência de ocupar a tarde televisiva. Com 2.595:45 horas transmitidas nesse horário, concentra-se ali 87% da exibição importada; conforme a Tabela 4, exibe-se mais o gênero de telenovela, com 39 dos 45 títulos que vêm de fora.

A telenovela é o gênero importado que se faz mais presente na tela: dos 45 títulos importados, 39 são telenovelas. No ano anterior, dos 46 títulos importados, 36 eram telenovelas. As horas de exibição de telenovelas importadas subiram de 1.924:57 horas no ano de 2011 para 2.416:30 horas no ano de 2012.

Previamente, no ano de 2009, foram 40 novelas dos 50 títulos importados; no ano de 2010, 22 novelas dos 30 títulos importados; 36 no ano de 2011 e 39 em 2012. Isso indica o sucesso do gênero novela na circulação internacional, mas também a dificuldade de criar outros gêneros ficcionais de aceitação e circulação ibero-americana. Essa dificuldade pode constituir um obstáculo para a exportação da atual produção chilena em outros gêneros ficcionais; se não há circulação internacional, é difícil a sustentação econômica unicamente com a audiência interna do Chile.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional de estreia por faixa horária

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime Time	%	Noturno	%	Total	%
Telenovela	1	100	2	67	10	59	1	50	14	61
Série	0	0	1	33	4	24	1	50	6	26
Minissérie	0	0	0	0	1	6	0	0	1	4
Telefilme	0	0	0	0	1	6	0	0	1	4
Unitário	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Docudrama	0	0	0	0	1	6	0	0	1	4
Outros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	1	100	3	100	17	100	2	100	23	100

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Situando cada **título nacional** no horário predominante em que é exibido, observa-se que o horário dominante para a exibição da ficção televisiva nacional de estreia é o *prime time*: 14 a 23 títulos são exibidos. Esse horário é dominado pelas telenovelas: 11 dos 14 títulos exibidos nessa faixa são telenovelas; mas também o *prime time* é o espaço das séries, minisséries e telefilmes; pelas tardes eram transmitidas as telenovelas nacionais de estreia (segundo a Tabela 8, uma delas entre os *top ten*) em um horário antes colonizado exitosamente pela telenovela latino-americana³.

Tabela 6. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	19	83
Passado	2	9
Histórica	2	9
Outro	0	0
Total	23	100

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Foram consideradas como históricas aquelas ambientadas em épocas de mais de 50 anos.

Em geral se mantém a tendência predominante a situar as ficções no presente. Mas duas séries importantes em audiência, uma das quais já dura cinco temporadas (*Los 80 más que una moda*), foram relacionadas aos anos da ditadura militar (1973-1990). Nas seções seguintes deste capítulo chileno são analisados esses casos.

³ A produção nacional de telenovelas para esse horário contou com aportes do Conselho Nacional de Televisão – CNTV, destinado especificamente a potenciar esse horário.

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

Título	País da ideia original ou roteiro	Casa produtora	Canal	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Rating (%)	Share (%)
<i>Soltera otra vez</i>	Argentina	Canal 13	Canal 13	Marcelo Castañon	26,8	37,0
<i>Los 80 más que una moda</i>	Espanha/ Chile	Canal 13 e A.Wood	Canal 13	Rodrigo Cuevas	25,8	37,5
<i>Pobre rico</i>	Chile	TVN	TVN	Alejandro Cabrera	20,7	33,7
<i>Separados</i>	Chile	TVN	TVN	Daniela Castagno	19,5	27,5
<i>Peleles</i>	Chile		Canal 13	Rodrigo Cuevas	17,3	25,8
<i>Reserva de familia</i>	Espanha	TVN	TVN	Pablo Illanes, Larissa Contreras	16,3	22,4
<i>Aqui mando yo</i>	Chile	TVN	TVN	Daniela Castagno	16,3	30,9
<i>Dama y obrero</i>	Chile	TVN y Alce	TVN	José Ignacio Valenzuela	15,5	33,0
<i>El reemplazante</i>	Chile	Parox	TVN	Hernán Rodríguez	15,4	22,5
<i>Violeta se fue a los cielos</i>	Chile	A.Wood	CHV	Andrés Wood	14,1	19,2
Total de produções: 10			Roteiros ou ideias estrangeiras:			
100%			30%			

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Três das ficções *top ten* tiveram formatos ou ideias originais da Espanha e Argentina. Quatro delas foram produzidas entre canais de TV e produtoras independentes, entre as quais se destacam dois trabalhos do produtor audiovisual Andrés Wood. A TVN se mantém como o canal mais exitoso, exibindo seis dos *top ten*, e o Canal 13 continua com três títulos.

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

Título	Formato	Gênero	C/E em 2012	Primeira e última transmissão	Faixa horária
<i>Soltera otra vez</i>	Telenovela	Comédia	44	27/05/12 – 05/09/12	<i>Prime time</i>
<i>Los 80 más que una moda</i>	Série	Drama	12	23/09/12 – 16/12/12	<i>Prime time</i>
<i>Pobre rico</i>	Telenovela	Drama	178	23/04/12 – continua em 2013	<i>Prime time</i>
<i>Separados</i>	Telenovela	Comédia	39	22/10/12 – continua em 2013	<i>Prime time</i>
<i>Peleles</i>	Telenovela	Comédia	9	De 2011 a 15/01/12	<i>Prime time</i>
<i>Reserva de familia</i>	Telenovela	Drama	123	19/03/12 – 22/10/12	<i>Prime time</i>
<i>Aqui mando yo</i>	Telenovela	Comédia	80	De 2011 a 23/04/12	<i>Prime time</i>
<i>Dama y obrero</i>	Telenovela	Drama	141	11/06/12 – continua em 2013	Tarde
<i>El reemplazante</i>	Série	Drama	12	01/10/12 – 17/12/12	<i>Prime time</i>
<i>Violeta se fue a los cielos</i>	TV Movie	Drama	2	03/04/12 – 04/04/12	<i>Prime time</i>

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Por outro lado, as telenovelas continuam sendo o gênero da ficção nacional com maiores índices de audiência: oito dos *top ten* pertencem a esse gênero.

Tabela 9. Temáticas nos dez títulos mais vistos

Título	Temáticas dominantes	Temáticas sociais
<i>Soltera otra vez</i>	Amor, etapas ciclo vital, relações de amizade, relações familiares.	Concepção de família e de matrimônio, normas sociais com respeito aos ciclos vitais, problemas econômicos.
<i>Los 80 más que una moda</i>	Didadura militar, direitos humanos, amor, relações familiares, amizade.	Didadura militar no Chile, direitos humanos, movimentos políticos, economia, papel social da mulher.
<i>Pobre rico</i>	Relações consanguíneas, origem familiar, amor, desigualdade social, relações familiares.	Desigualdade social, concepção de paternidade, poder econômico, negligência médica.

<i>Separados</i>	Amor, divórcio, amizade, masculinidade.	Divórcio, pensão alimentícia, homossexualidade, papel social de gênero, identidade.
<i>Peleles</i>	Identidade masculina, amor, trabalho, delinquência.	Identidade masculina, conflitos laborais, delinquência, desigualdade social.
<i>Reserva de familia</i>	Relações familiares, produção vitivinícola, amor, resolução de crimes, vingança.	Produção e cultura vitivinícola, trans-torno de memória, tradições familiares e heranças.
<i>Aqui mando yo</i>	Amor, relações familiares, desenvolvimento de práticas profissionais (RH), papel social de gênero.	Papel social de gêneros no âmbito doméstico e laboral, desenvolvimento profissional e inserção laboral, divórcio, papel das assessoras do lar no interior das famílias.
<i>Dama y obrero</i>	Amor, desigualdade social, desenvolvimento de práticas profissionais e ofícios (construção).	Desigualdade social, construção como ofício, convenções sociais sobre o matrimônio, doenças, incesto.
<i>El reemplazante</i>	Educação pública, identidade juvenil, marginalidade social, desenvolvimento profissional (docência), amor.	Deficiências acadêmicas e sociais, educação pública, marginalidade social juvenil, crise do papel dos docentes, movimento estudantil, relações professores e alunos.
<i>Violeta se fue a los cielos</i>	Biografia da cantora chilena Violeta Parra, desenvolvimento de prática profissional (canto popular e folclore), desilusões amorosas.	Cultura do folclore e canto popular, mundo rural chileno, posicionamento da artista no contexto político internacional, depressão e suicídio.

Fonte: Obitel Chile

A análise das temáticas mostra que a telenovela está introduzindo aspectos sociais atuais do debate nacional, como desigualdade social e educação, identidade e crise familiar; a série *Los 80* permitiu por vários anos abordar ficcionalmente o período histórico da ditadura. Em todas as ficções, as temáticas são representadas na matriz do melodrama, ou seja, a partir de várias vivências cotidianas e privadas de uma família.

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

Título	Canal	Sexo		Idade							GSE			
		M	H	04-12	13-17	18-24	25-34	35-49	50-64	65-+	ABC1	C2	C3	D
<i>Soltera otra vez</i>	Canal 13	69	31	7	10	16	21	24	14	8	11	29	29	31
<i>Los 80 más que una moda</i>	Canal 13	65	35	6	6	13	18	28	18	11	11	27	31	32
<i>Pobre rico</i>	TVN	64	36	16	8	8	15	22	17	15	6	17	29	48
<i>Separados</i>	TVN	63	37	8	5	9	15	21	20	22	8	21	28	43
<i>Peleles</i>	Canal 13	59	41	9	10	10	22	25	16	8	6	24	34	36
<i>Reserva de familia</i>	TVN	64	36	6	4	6	10	23	26	26	7	19	24	50
<i>Aquí mando yo</i>	TVN	67	33	9	7	9	14	22	22	18	6	17	29	48
<i>Dama y obrero</i>	TVN	69	31	8	4	8	12	23	21	24	5	18	27	50
<i>El reemplazante</i>	TVN	59	41	7	6	14	13	24	18	17	8	21	27	44
<i>Violeta se fue a los cielos</i>	CHV	59	41	5	5	10	13	26	25	17	11	15	33	41

Fonte: Time Ibope e Obitel Chile

Em 2012, a proporção geral de audiência de telenovela foi de 56,9% para mulheres e de 43,1% para homens. A proporção de mulheres no caso dos *top ten* nacionais supera a média geral, a qual indica a atração da produção nacional. Três ficções nos *top ten* quebram a proporção de mais de 60% de perfil feminino na audiência e atraem uma porcentagem de mais de 40% de público masculino (*Peleles*, *El reemplazante* e *Violeta se fue a los cielos*). Em geral, confirma-se que as **ficções massivas atraem a todos os segmentos sociais e etários de audiência**.

3. A recepção transmidiática⁴

No Chile, um dos fenômenos do ano de 2012 foi a adaptação e transmissão através do Canal 13 da exitosa telenovela argentina *Soltera otra vez*. A história de Cristina Moreno é a de uma mulher que busca o homem ideal, mas que descobre que seu companheiro “Monito” a trai com outra mulher. Essa foi a ficção mais assistida, com um *rating* de 26,8 pontos no horário *prime time* e um *share* de 37 pontos, entre maio de 2012 e setembro de 2012.

No entanto, não somente foi um “boom” na mídia: com apenas 44 capítulos, mas foi também uma das novelas mais comentadas do ano, ganhando capas de jornais e revistas. A personagem principal, Cristina Moreno, chegou a escrever uma coluna sobre encontros e também tinha seu próprio perfil no Facebook, com mais de 120 mil seguidores. *Soltera otra vez* foi um verdadeiro fenômeno nas diversas redes sociais.

Ao analisar o tipo de narração transmidiática oferecida pelos sites produtores, há que se ter um fator em mente: diferente das telenovelas das dez da noite do canal TVN, que são transmitidas de segunda a quinta, *Soltera otra vez*, do Canal 13, será transmitida de domingo a quarta-feira. Será analisada sua última semana de transmissão, que se contará como a semana em que foi transmitido o último capítulo e os preparativos *on-line* para a denominada reta final. O espaço de tempo analisado abarca, portanto, de quinta-feira, 30 de agosto, até quarta-feira, 5 de setembro, data em que a telenovela terminou de ser transmitida. Por isso, há três dias sem transmissão e quatro dias com transmissão de telenovela.

Soltera otra vez tem uma página oficial dentro da página web do canal emissor, Canal 13, uma página oficial no Facebook, uma página no Twitter e no YouTube. Também há páginas dos fãs, mas isso não foi considerado para esta análise. O página oficial do Facebook da telenovela tinha 357.986 seguidores ou fãs da página, e 621 pessoas falando ou comentando sobre a página. A seguinte tabela

⁴ Colaboração do jornalista e roteirista Alejandro Bruna.

demonstra o total de comentários feitos na semana, o número de “curtir” total, o número de comentários e o número de *share* (compartilhamento) dos *posts*. No total, de quinta-feira, 30 de agosto, a quarta-feira, 5 de setembro, houve 8.127 *shares*, 187.331 “curtir”, 35.679 comentários e 126 compartilhamentos.

Tabela 11. Atividade na página do Facebook de *Soltera otra vez*

Datas	Posts	Comentários	Curtir	Compartilhar
30-ago-12	14	4.995	23.976	1.432
31-ago-12	14	1.303	8.420	590
01-set-12	15	213	2.961	0
02-set-12	15	3.517	871	0
03-set-12	24	5.498	24.353	0
04-set-12	18	3.630	29.867	599
05-set-12	26	16.523	96.883	5.506
Total	126	35.679	187.331	8.127

Fonte: Página da série no Facebook

A página oficial no Facebook de *Soltera otra vez* funciona como programa interativo na rede, com um nível de interatividade ativa. Os *posts* são, em geral, difusão de conteúdo da página oficial ou *tweets* vinculados da página do Twitter, ou seja, o que se posta no Twitter em tempo real também, na grande parte dos casos, reflete-se no perfil oficial no Facebook.

O caso específico de *Soltera otra vez* é que pela primeira vez seu conteúdo em sua página oficial tem uma parte criada pelo telespectador: há uma seção fixa chamada “*Sube tu historia*” e outra catalogada como “*Tu historia*”, em que o público pode escrever suas histórias de relações amorosas, ou coisas que estejam acontecendo em seu relacionamento atual, relacionadas com a novela, e que, se forem aprovadas, podem ser lidas em seguida no espaço “*Tu historia*”, publicadas com o nome do seu autor. Isso faz com que a página oficial seja um programa transmidiático (permite o *download* de imagens e há mais que meros programas com possibilidade de

comentar), com um nível de interação criativo, pois o usuário se converte em produtor de conteúdos, criando algo novo a partir daquilo que foi dado (o produto-mãe, ou seja, a novela).

A Tabela 12 expõe as práticas dominantes dos usuários, em que o que mais se viu foram, nos diversos espaços, os comentários sobre as situações da Cristina “Cristi” Moreno, recomendações sobre como encontrar o amor da sua vida, críticas, celebrações e às vezes discussões (entre os mesmos espectadores). O personagem, tão querido pelos espectadores, nunca suscitou uma paródia ou hostilidade, embora os comentários pudessem ser negativos pelos seus reiterados questionamentos sobre suas relações e emoções, denominadas como “torpes” e “básicas”.

Tabela 12. Práticas on-line sobre *Soltera otra vez*, do Canal 13

Sites da internet	Tipos de interação transmidiática	Níveis de interatividade	Práticas dominantes dos usuários
Site oficial	Programa transmidiático	Criativa	Comentário, recomendação, celebração, crítica, armazenamento, discussão.
Página do Facebook	Programa interativo em rede	Ativa	Comentário, recomendação, celebração, crítica, discussão.
Twitter	Interação em tempo real	Ativa	Comentário, interpretação, paródia, recomendação, celebração, crítica, armazenamento, discussão.
Site do YouTube	Programa interativo	Ativa	Comentário, recomendação, celebração, crítica, discussão.

Fonte: Obitel Chile

4. O mais destacado do ano

4.1. Inovação de retratos híbridos e polivalentes⁵

Observar em perspectiva as ficções chilenas na TV do ano de 2012 é carregado de sensações de prazer e desprazer. Uma por serem inquietantes e possuírem uma dor atrativa pela dureza de suas temáticas (em especial as séries); outras como hilariantes e disten-

⁵ Contribuição do professor Luis Breull.

didados retratos de estereótipos sociais, coabitando de novelas leves em torno da comédia até melodramas do mais puro estilo latino-americano clássico das décadas de 1960 e 1970.

Enquanto a TV de livre recepção viveu um novo ano de queda geral em seus índices de audiência (29 pontos de média de *rating* em 2012, em baixa constante desde 2003, quando obteve 37,3 pontos), a ficção teve um impacto médio ambivalente.

Alguns dos projetos se situaram entre os mais vistos da indústria; outros, em absoluta invisibilidade, como ofertas de canais não propícios para esses conteúdos. Séries e telesséries se transformaram em um “lugar” – sob a conceitualização do antropólogo da sobremodernidade Marc Augé⁶ –, como espaço de reconhecimento comum dos públicos sobre formas de vida e temáticas identitárias transversais. “Lugares” como antítese de “não lugares” ou zonas públicas de trânsito anônimo, vazio, sem importar o outro nem a alteridade como fundamento de socialização integrada e proativa.

4.2. A obscura face da educação escolar

A irrupção da série *El reemplazante* nas segundas, às 23h, na TVN (11 capítulos de 60 minutos de duração, transmitidos de 08/10 a 17/12), da produtora Parox, permitiu que nos conectássemos com um espaço simbólico carregado de urgente sentido-país. Os protestos de cidadãos por melhora na qualidade da educação foi parte importante da hegemonia das demandas sociais da última década, em especial nos anos 2011 e 2012. Uma realidade dramática e angustiante, centrada em um liceu subvencionado de uma comuna popular do sul de Santiago, em que o sistema formativo nos revela sua cara mais violenta, excludente, impudica, miserável e antagônica. A trama é sobre um modelo educacional de conquistas disfarçadas de um negócio de equívocos e autoequívocos, de induvidosa precariedade, em que o papel do protagonista recai em um exitoso engenheiro dedicado a grandes inversões especulativas que fracassa como fruto da

⁶ AUGÉ, Marc. *La vida en doble: etnología, viaje, escritura*. Buenos Aires: Editora Paidós, 2012.

sua ambição e que – depois da sua passagem pela prisão – redime-se trabalhando como professor substituto de matemática.

Essa ficção envolve pelo seu absoluto desprazer. Formato de visualização escura, caráter realista, mistura um elenco de atores profissionais com outros não atores, como estudantes, por exemplo. Prima pelo uso de câmaras subjetivas ou em movimento e um arco dramático que se afirma em conflitos permanentes, como: marginalidade, exclusão, narcotráfico, crise do modelo educativo como negócio, precariedade de relações familiares em lares em risco social, equívoco ou desengano. Pouco espaço fica para a construção de relações de amor ou afetos positivos; não obstante, a série mostra caminhos de saída, como a autossuperação dos alunos em um vertiginoso ambiente em que – pouco a pouco – revela-se a esperança, fruto do esforço pessoal e coletivo.

4.3. Pedofilia, *bullying*, medo e poder

Solita camino foi outro dos expoentes destacados do ano por causa da escassa audiência obtida em suas transmissões, nas segundas-feiras, às 23h15, na Mega, coincidindo o horário com *El reemplazante*. Série de 12 capítulos de 60 minutos, transmitidos de 01/10 a 17/12, realizada pela produtora Circo e dirigida por Cristián Mamani. Ganhadora de fundos públicos da Corporação de Fomento à Produção – Corfo e do Conselho Nacional de Televisão – CNTV, narra a história de uma adolescente de família de classe alta que é abusada pelo seu padastro – exitoso advogado e docente universitário –, que resulta ser o pai biológico e emprega todo o seu poder para calar-lhe. Trama de alta carga emotiva sobre o mundo dos adolescentes em situações de vida extremas, que precisou de uma investigação de seis meses, incluindo entrevistas com psicólogos e psiquiatras, para construir a vida da Manuela Izquierdo, a protagonista.

O formato expressou também um modelo de trabalho que começou a assentar-se no campo das séries nacionais dos últimos anos: um elenco formado por não mais de 20 personagens, em que a metade deles é estável. Não obstante, isso resultou funcional ao caráter

dessa série, com uma narração lenta e introspectiva e uma forte presença de música incidental, reforçando o olhar íntimo e angustiante das experiências das vítimas de pedofilia ou de abuso infantojuvenil (tema sensível na agenda pública dos últimos anos, com denúncias de alto impacto). Ainda assim, não ficou na melancolia vitimizada, mas soube instalar a história com clímaxes verossímeis.

Chamou a atenção ter sido programada para o mesmo dia e hora que *El reemplaz ante* – ambas cofinanciadas com recursos públicos – e a escassa audiência obtida (um terço sobre sua concorrência). Um fator adicional que pôde contribuir para não ser assistida foi o canal que a transmitiu, especializado em conteúdos de corte massivo, sobretudo de humor popular ou de ação, muito distante do caráter dessa ficção. Por sua dureza, lembrou *Volver a mi*, série de 2010 do Canal 13 – no horário da meia-noite, aos domingos, depois de *Los 80*, sobre doentes em um centro de reabilitação de alcoólicos e drogados (houve uma temporada, mas a história não foi finalizada).

4.4. Amor, compromisso, solteirice e liberdade

No campo das telesséries, houve três expoentes massivos de caráter distinto: o melodrama pós-meridiano *Dama y obrero* e a comédia vespertina *Pobre rico*, na TVN, e a ganhadora em audiências e inovação *Soltera otra vez*, no Canal 13, um dos programas mais vistos do ano em toda a indústria de TV local (transmitido aos domingos, às 23 horas nos seus cinco primeiros capítulos, e logo de segunda a quinta, com 44 episódios do dia 27/05 a 05/09). Essa publicação inovou a comédia romântica, misturando os formatos telessérie, série e *sitcom* com capítulos autoconclusivos, unitários ou casos resolvidos em dois episódios, sendo mais uma trama transversal que dava coerência à história.

Soltera otra vez foi um produto de alto impacto em audiência geral, mas muito focado em mulheres jovens de segmentos socioeconômicos altos, em que se chegou a alcançar quase 90% de *share*. Disso se denota a eficácia e foco da sua trama sobre uma profissional pós-moderna, de vida assentada em códigos existenciais verti-

ginosos e muito atuais: dificuldade para ter alguém, infidelidade, desejo de pertencimento *versus* utilitarismo solitário e permanente incerteza. Outros aspectos do personagem o fazem humano e querido, como anti-heroína, torpe, distraída e aguda ao mesmo tempo, acostumada a resolver a sua vida com o conselho de três amigas da sua mesma idade e perfis, ou opções de vida absolutamente justapostas. A história foi inspirada em *Ciegas a citas*, telenovela da TV pública argentina baseada no blog da escritora Carolina Aguirre, e terá um segundo ciclo em 2013, reafirmando sua inovação: telenovela com tratamento de série e evolução por temporadas.

4.5. Uma síntese

A ficção chilena de 2012 – além de *Los 80*, um *blockbuster* do gênero série que cumpriu sua quinta e exitosa temporada – teve inovação com impacto em agenda, mais capacidade para assentar-se no humor em assuntos sensíveis e também fortes. Representou os modos de vida atuais e permeou também com seus códigos a telerrealidade. Fazer séries ou telesséries não foi e nem será barato. Tampouco está isento de riscos, mas **demonstrou ser uma massiva, potente e fiel janela para a realidade.**

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social⁷

5.1. As imagens da memória⁸

O espaço principal em que a cultura ocidental relata e vive sua memória comunitária é o reino das imagens. Nosso modo de nos relacionarmos com a cotidianidade e seu porvir é visual, está mediado por imagens: a imagem deixou de ser somente uma parte da vida diária, converteu-se em seu centro.

⁷ Contribuição da professora dra. Constanza Mujica.

⁸ Esta seção é baseada na tese de doutorado apresentada para a obtenção de grau de doutora em literatura hispano-americana de Constanza Mujica, intitulada “Paisajes de la memoria chilena en telenovelas de época (1995-2005)”.

A imagem fotográfica e cinética se constitui como um dos espaços mais recorrentes de tensão interpretativa e de designação de significados do passado. O relato do passado em imagens visuais e discursos fílmicos é estudado com entusiasmo e interesse a partir da emergência dos Estudos Culturais. No entanto, esse assalto das imagens foi compreendido como um discurso que prolongava os interesses hegemônicos.

A imagem parece substituir a recordação. “Diferente das imagens fotográficas ou do cinema, as memórias não permanecem estáticas no tempo – elas são reformadas e reconfiguradas, elas se desvanecem ou são restritas” (Sturken, 1997, p. 21). A partir disso, Sturken descreve as imagens como espaços de transmissão, mas também de substituição, deformação e bloqueio de recordações incômodas que funcionarão como as falsas memórias que relatavam os pacientes de Freud e que ocultavam traumas.

Esse poder de substituição designado à representação visual fotográfica e audiovisual foi vinculado à ilusão de transparência da representação “naturalizadora” de seu caráter conotativo.

As imagens e a cinematografia constroem tramas e argumentos (no sentido que entende White) que se chocam entre si e se deslocam. Esses conteúdos (articulados desse modo) podem ser reexperimentados como mensagens sociais que apreendem a experiência como um relato aceitável ou como uma elaboração ativa dos conteúdos ‘difíceis’ da memória cultural.

Nesse contexto, Sturken estabelece que um dos elementos centrais da relação da linguagem televisiva com o passado é a reinstalação (“*re-enactment*”): a criação de narrações do passado que entreguem um sentido aos episódios traumáticos como um modo de promover a cura de feridas psíquicas (Sturken, 1997, p. 24). Essa nova experiência converte as imagens em um espaço de catarse, o que faz possível sua inserção dentro do relato da memória cultural concebida ao modo de Halbwachs.

A ficção televisiva chilena dos últimos cinco anos produziu três tipos de narrações memoriais: ficções históricas que relatam a

história distante do Chile, ficções de época que narram o passado ditatorial e ficções que elaboram a memória social recente. Os dois primeiros tipos já haviam sido discutidos em informes anteriores do *Obitel* (2009 e 2012), e o último trata-se apenas de uma semente recém-detectada este ano.

5.2. A memória do passado distante

As ficções históricas são aquelas que retratam acontecimentos históricos “transcendentes” para a nação (Rodríguez Cadena, 2002, p. 6). Incluem personagens históricos reais e os colocam em relação com outros personagens totalmente fictícios.

Nessas ficções, os momentos fundacionais da nação são vistos a partir da perspectiva da história monumental, como a entendeu Nietzsche, ou seja, uma representação do passado desde a grandeza que se acredita que existiu. Essa modalidade de representação recupera episódios de crises e conflito, pelo que tende a enfocar as ações de uma figura heroica que encarna esse momento fundacional. Esse personagem é retratado como um modelo que se deve emular de um modo similar ao de utilizar os livros escolares de história, a história oral (Cfr. Rowe e Schelling, 1991, p. 50-111) e a imaginação social popular sobre esses episódios (Cfr. Rodríguez Cadena, 2004, p. 49).

No caso do Chile, e como havia sido comentado no informe *Obitel* 2009, já em 2007, motivados pela cercania do Bicentenário da Primeira Junta do Governo, os principais canais lançaram projetos ambientados em episódios históricos do país.

Nos anos de 2007 e 2008, o Canal 13 transmitiu as TV *movies* *Héroes*, com unitários de longa duração que relatavam a vida de seis personagens dos primeiros cem anos da nação chilena, em um duplo código: as grandes gestas militares e políticas, misturadas com a vida cotidiana e doméstica marcada por códigos melodramáticos. A TVN transmitiu o documentário *Epopéya* (2008) e a minissérie *Paz* (2009), sobre a Guerra do Pacífico, e produziu o formato argentino *Algo habrán hecho* (2010), que narrou a história do Chile desde o descobrimento espanhol até a celebração dos primeiros cem anos da República.

Esse último programa, igual ao argentino, misturava recriações de episódios, com atores reais e caricaturas, com intervenções de narradores contemporâneos que transitavam por espaços passados. Desse modo, alinhavava a descrição dos eventos passados com as percepções dos cidadãos do presente. Sua preocupação, então, não era a reprodução dos fatos históricos, mas sim colocar-se em diálogo com a memória atual.

Neste último ano, a Mega também transmitiu uma série histórica, *Cobre* (2012), ambientada em princípios do século XX. A ficção, que não teve sucesso de *rating*, narrou o início e consolidação da indústria do cobre a partir da ótica pessoal dos primeiros trabalhadores e empresários.

5.3. A memória recente

Nos últimos anos também foram transmitidas ficções de época, ou seja, ambientadas no passado, mas sem a intervenção de personagens históricos reais, ambientadas na ditadura militar. Novamente é o Canal 13, com sua série *Los 80*, que já prepara sua sexta temporada, e a TVN, que produz a segunda temporada da série *Los archivos de Cardenal*.

Como já enunciávamos no informe de 2012, nessas séries se manifesta uma mudança nos mecanismos de representação do passado. Nelas pareciam estar manifestando-se o trânsito desde uma memória temerosa, que expressava o trauma da ditadura através do melodrama até uma memória que descrevíamos como sendo sem rodeios. Se nas primeiras temporadas de *Los 80* o melodrama se constituía como “uma estratégia de mediação que permitia a narração de momentos traumáticos cuja violência ainda não estava integrada à cotidianidade chilena”, hoje essa mediação perde vigência e são mostradas de forma explícita cenas de sequestro, tortura e enfrentamentos.

Como dizíamos, no ano de 2012, ambas as séries são pluralistas à medida em que recorrem muitas das posições subjetivas frente às violações aos direitos humanos – a vítima, o que não sabe, o que

busca, o que tortura –, mas sugerem uma posição ética clara: a necessidade de dar testemunho. Um espectador que pode ver a dor dos torturados, a preocupação de uma família pela filha exilada ou desaparecida, o sofrimento de uma mulher, cujo amor foi assassinado, não pode manter-se neutro. Esse conhecimento o obriga a fazer-se responsável pelo terror alheio, a converter-se em testemunha.

Essa testemunha se fez mais potente pela inserção desses personagens na cotidianidade do espectador própria da recepção televisiva. As cenas de dor, então, implicam na contemplação do terror de alguém a quem se estima. Por isso, negar-se a ser testemunha é impossível.

5.4. A memória contemporânea

A transmissão durante 2012 da série *El reemplazante* (TVN), ambientada em uma escola subvencionada⁹ em um bairro popular, sugere a semente de um modo novo de relacionar-se com o passado, de responsabilizar-se por uma memória que ainda não é história, a do movimento estudantil.

A série, que também terá segunda temporada durante 2013, narra a história de um operador da bolsa de valores que depois de ser acusado por estafa se vê obrigado a fazer aulas em uma escola. Seus alunos, como ele, estão desencantados, estão ali porque não há outra opção. O colégio é um espaço em que se marca o passo, em que se evita que os alunos estejam em contato com a delinquência. Mas a escola nem sequer é isso, porque na saída os alunos traficam, juntam-se aos bandidos.

O colégio é propriedade de um empresário imobiliário que desvia os fundos do colégio para seu próprio benefício. Enquanto a infraestrutura do colégio é cada vez mais precária, ele enche seus bolsos com fundos públicos. Esse modo de lucro é uma das principais críticas do movimento estudantil chileno, muito atrativo desde 2011.

⁹ São escolas privadas, mas que são mantidas com fundos do Estado e com o pagamento da mensalidade das famílias dos estudantes.

O novo professor e seus alunos vencem as desconfianças mútuas e visualizam uma possibilidade de mudança. Entendem que podem sonhar com coisas diferentes, em ser profissionais ou, pelo menos, ter um colégio que ofereça oportunidades. A solução: comprar o colégio através de uma cooperativa formada por alunos apoiados e professores.

As exigências do movimento estudantil são encarnadas através da luta desses estudantes contra os abusos do proprietário do colégio, contra a desídia de alguns professores. Resgatam-se algumas imagens mais emblemáticas desse movimento: os alunos fazem marchas e um *flash mob*.

5.5. Para concluir...

Nesta seção nos centramos nas ficções que narram explicitamente fenômenos da memória cultural chilena. Essa análise evidencia que esses tipos de narrativas se converteram em um fenômeno estendido e longo.

Todas as produções foram financiadas pelo Estado chileno através do seu Conselho Nacional de Televisão (CNTV). Fica pendente a discussão sobre as condições de possibilidade dessas histórias se não existisse apoio, ao que deve postular-se projeto a projeto, ano a ano. Mesmo com o êxito em audiências dessas realizações, os canais ainda não apostaram com seus próprios fundos.

Referências

FUENZALIDA V.; CORRO P.; MUJICA C. *Melodrama, subjetividad e historia en el cine y televisión chilenos de los 90*. Santiago: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes – Facultad de Comunicaciones UC, 2009.

HALBWACHS, M. The social frameworks of memory. In: COSER, Lewis (ed.). *On collective memory*. Chicago: The University of Chicago Press, 1992. p. 37-167.

MUJICA, C. *Paisajes de la memoria chilena en telenovelas de época (1995-2005)*. Tese de Doutorado. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, 2010.

RODRÍGUEZ CADENA, M. de los A. Contemporary hi(stories) of Me-

xico: fictional re-creation of collective past on television. *Film and history*, 34, p. 49-55, 2004.

RODRÍGUEZ CADENA, M. de los A. Histories of Mexico: personification of the past in historical novels and historical soap operas. Tese de Doutorado. University of Michigan, 2002.

ROWE, W.; SCHELLING V. *Memory and modernity*: popular culture in Latin America. Londres: Verso. Impreso, 1991.

STURKEN, M. *Tangled memories: the Vietnam War, the AIDS epidemic, and the politics of remembering*. Los Angeles: University of California Press, 1997.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo; VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata (coord.). *Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos*: anuário Obitel 2012. Porto Alegre: Sulina: 2012.

4

COLÔMBIA: VIOLÊNCIA, ENTRETENIMENTO E ESPETÁCULO AUDIOVISUAL¹

Autores:

Boris Bustamante, Fernando Aranguren

Equipe:

Hernán Javier Riveros, Alejandra Rusinque, Diana Mendoza

1. O contexto audiovisual da Colômbia

O ano de 2012 representou para o país a consolidação problemática de um exercício de governo encabeçado pelo presidente Juan Manuel Santos, que vacila em se desvincular das posturas características da extrema direita (da forma como “herdou” o mandato de seu antecessor, Álvaro Uribe Vélez) e avançar em direção a uma política de centro-direita, com capacidade de diálogo e interlocução, tanto em nível interno quanto em nível internacional, com aqueles setores identificados como seus principais inimigos e/ou opositores. Referimo-nos, por exemplo, ao início dos diálogos de paz com as FARC e, também, à reconsideração das relações com o já falecido presidente Hugo Chávez e, em geral, com os governos de esquerda da região.

Nesse contexto sociopolítico, registram-se, por sua vez, indicadores macroeconômicos muito positivos, os quais melhoram a imagem do país no contexto internacional, passando a ser um dos lugares de investimento mais rentáveis para os capitais internacionais, além das cifras de crescimento econômico e das garantias de segurança financeira. Contudo, junto com esses indicadores “de vitrine”,

¹ Para desenvolver esta pesquisa acadêmica, contamos com a valiosa contribuição do Ibope Colômbia, empresa que gentilmente nos proporcionou os dados e estatísticas consolidadas nos quais se baseia este estudo.

também vêm registros negativos que assinalam o aprofundamento da brecha entre ricos e pobres (a Colômbia é um dos países com os maiores índices de desigualdade do continente), a “formalização estatística” do emprego e do subemprego, a intensificação dos casos de corrupção burocrática e política, bem como a já repisada informação sobre a chamada “parapolítica” (relações de políticos com os paramilitares) no país.

Esse paradoxo, que marca o presente e o futuro imediato da Colômbia, inscreve-se e tem continuidade no processo histórico e político das últimas décadas, no qual a violência em suas diferentes manifestações e impactos se constituiu como um componente essencial do contexto nacional. Nem o crescimento econômico, nem a virada política do atual governo conseguem reduzir os índices e as manifestações de violência (conflito com a guerrilha, paramilitarismo, narcotráfico, quadrilhas criminosas, delinquência comum etc.).

E é esse o contexto que alberga e determina a dinâmica da produção audiovisual colombiana, conforme será demonstrado neste capítulo. No caso da televisão, que continua sendo o meio de entretenimento com maior demanda e impacto, a recriação da violência em seus seriados transformou-se em um dos temas cuja programação oferece melhores resultados em matéria de audiência e lucratividade econômica, dominando, junto com a produção informativa e os *reality shows*, os espaços de mais sucesso da telinha. No entanto, por efeito da convergência tecnológica impulsionada pela acelerada digitalização dos processos midiáticos, os conteúdos televisivos ampliam sua circulação e amplificam sua ressonância nas plataformas virtuais (internet, telefonia celular, televisão digital, redes sociais etc.), nas quais é representada cada vez com maior peso cultural a cotidianidade nacional.

1.1. A televisão aberta na Colômbia

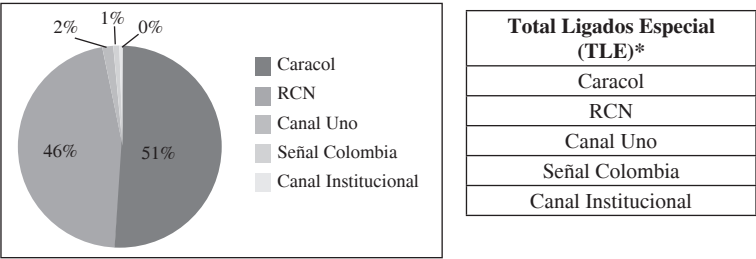
O panorama da televisão aberta na Colômbia, que envolve cinco redes nacionais, oferece a seguinte composição:

Gráfico 1. Redes nacionais de televisão aberta na Colômbia

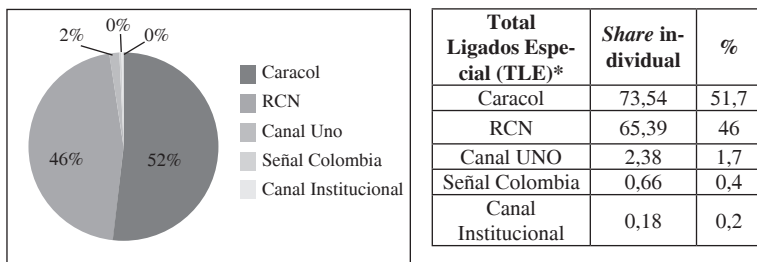
REDES PRIVADAS (3)	REDES PÚBLICAS (2)
RCN	
Caracol	
Canal Uno	
	Señal Colombia
	Canal institucional
TOTAL DE REDES = 5	

Funcionalmente, a existência dessas cinco redes, distribuídas em três privadas e duas públicas, está muito longe de alcançar um equilíbrio representativo, uma vez que, pela quantidade de conteúdos emitidos e a consolidação dos índices de audiência, as privadas monopolizam de modo quase absoluto a atenção do público.

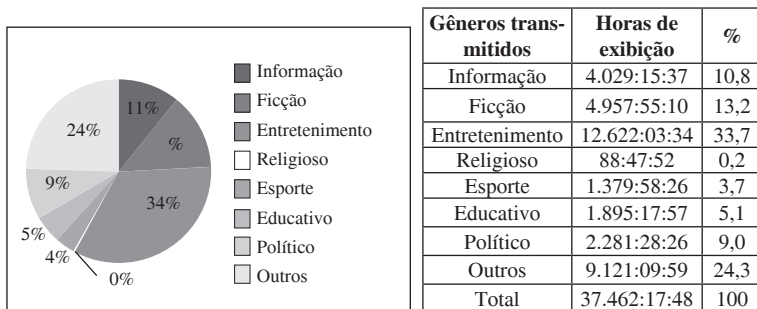
Gráfico 2. Audiência de TV por canal



Como se mostra nesse gráfico, os índices da audiência televisiva no país estão distribuídos de maneira muito pouco equitativa entre os canais privados e os públicos, ao ponto destes últimos mal registrarem indicadores na faixa entre 1 e 2%. Por sua vez, isso vai incidir de modo direto tanto na quantidade quanto na qualidade da produção televisiva gerada em ambas as esferas, com a respectiva redução da capacidade da televisão pública para competir com a privada (mesmo que se reconheçam os esforços de Señal Colombia para melhorar a qualidade, a originalidade e a autenticidade dos programas que produz e emite).

Gráfico 3. Share por canal

O registro, nesse caso, confirma a apreciação mencionada anteriormente sobre o papel predominante da televisão privada frente à pública. As duas grandes redes que dominam o mercado televisivo no país, Caracol e RCN, disputam todos os tipos de preferências do público, incentivando com isso a concorrência aberta entre esses dois canais, o que também representa a concorrência por inovação em formatos, qualidade e quantidade de programas, a busca de fórmulas de associação com redes internacionais etc. Com relação às preferências do ano, deve-se sublinhar que, pela primeira vez em muito tempo, a Caracol conseguiu desbancar a RCN, graças à programação de ficção emitida no período.

Gráfico 4. Oferta de gêneros na programação de TV

Como se pode ver no gráfico, os grandes gêneros da programação televisiva – entretenimento, ficção e informação – dominam os maiores índices na oferta dessa mídia, o que corresponde aos maiores níveis de demanda por parte do público.

1.2. Tendências da audiência em 2012

A estrutura da programação da televisão colombiana tem muitos aspectos em comum com a de outros países da região, o que acaba por ser um ponto forte e, ao mesmo tempo, um motivo para promover aquilo que é específico da produção nacional. Nessa ordem de ideias, também em matéria de tendências de audiência é possível constatar semelhanças e diferenças, o que contribui para ressaltar a importância da mídia televisiva em sua dimensão social e cultural.

A audiência televisiva colombiana em 2012 concentrou-se prioritariamente em blocos, como informativos (redes privadas), entretenimento e ficção (redes privadas), esportes e outros programas de variedades (canais privados e públicos). No que diz respeito a entretenimento e ficção, destaca-se o predomínio visível dos *reality shows* (não menos do que dez programas de grande impacto, nove deles emitidos pelas duas grandes redes e o outro pelo canal City T.V.), junto com os programas de ficção: seriados, telenovelas e dramatizados. Aqui, vale a pena ressaltar que, este ano, as séries superaram as telenovelas em termos de audiência – uma alteração que merece monitoramento e análise. O outro grande bloco de conteúdos televisivos relevante para a audiência são as transmissões esportivas, tanto nacionais quanto internacionais.

O que isso nos revela em matéria de tendências de audiência? Em nossa visão, o primeiro aspecto que se pode destacar é a estreita sintonia entre a capacidade da televisão para interpretar os gostos e expectativas do público e oferecer e realimentar, de acordo com isso, uma programação que se ajuste a essas demandas e permita consolidar a fidelidade dos telespectadores. Isso se reflete claramente no confronto aberto entre as duas grandes redes para oferecer programas que garantam os maiores índices de audiência possíveis, assim como na realimentação das práticas de transmidiação, que cada vez mais crescem nesse meio. O segundo aspecto estaria relacionado com a acomodação e, de certa forma, com a satisfação dos grandes públicos com os conteúdos oferecidos e com o tratamento cada vez mais tecnicamente refinado que é dado a esses conteúdos,

com o que a experiência comunicativa e cultural com essa mídia seria, pelo visto, suficientemente gratificante.

1.3. Investimentos publicitários do ano: na TV e na ficção²

A informação relacionada com o manejo do chamado “bolo publicitário” (investimento em publicidade por mídia) confirma claramente a tendência a concentrar as maiores porcentagens de investimento na televisão (nacional, 48%, regional, 2,9%), que é seguida pelo rádio e pelos jornais, cada um com 21%, e pelas revistas, com 5,1%. Isso coincide com o alto grau de posicionamento e impacto que se atribui à mídia televisiva nesse aspecto. Se a isso se acrescenta que, na Colômbia, em 2012, o investimento publicitário em mídias cresceu 1,3% em relação ao ano anterior, é óbvio que esse crescimento, em razão do volume de investimento – que foi de 0,7% na televisão – supera em muito os registros de participação de 4,9% do rádio e de 3% dos jornais.

Por sua vez, os dados relativos ao investimento publicitário concentrado nas faixas, programas e formatos da ficção televisiva permitem inferir, pelo volume de audiência e variedade de programas oferecidos, cifras altamente significativas, já que os formatos de ficção abrangem 30% do total dos investimentos publicitários em televisão, muito acima dos 21% com os quais se trabalha para os noticiários e a média inferior aos 10% de outros formatos. Isso supõe reconhecer que, por estar a ficção principal em horários nobres, no qual se enfrentam os principais canais de emissão, tanto o investimento publicitário quanto seu rendimento atingem as mais altas posições e benefícios em função desses espaços da programação.

1.4. *Merchandising e merchandising social*

Na Colômbia, as mídias audiovisuais desenvolveram uma relação orgânica com o *merchandising* e com o posicionamento de

² Os dados usados para desenvolver esta parte provêm da Asociación Nacional de Medios de Comunicación, Asomédios, e da Asociación Colombiana de Editores de Diarios y Medios Informativos, Andiaris, “Consolidado de inversión publicitaria en medios 2012”.

suas produções para além das telas. Desse modo, os programas televisivos fazem parte da gama de produtos apresentados, negociados e promovidos dentro das dinâmicas de consumo da sociedade. Isso, somado à espetacularização de seus discursos e às agressivas campanhas realizadas em seus próprios espaços comerciais, envolve outros tipos de suportes, como o uso do transporte público, *outdoors* e lançamentos multitudinários para promover suas produções audiovisuais. Recentemente, o espaço da promoção e da visibilização dos produtos midiáticos vem sendo ampliado de modo considerável, junto com o impacto e o benefício comercial pelo uso sistemático das redes virtuais usadas pela mídia. Isso é especialmente visível no caso da ficção televisiva, em que as produções são lançadas não apenas como parte da programação do canal, mas também se transformam em um grande espetáculo que domina os espaços informativos, integra diferentes segmentos comerciais na emissora e na rede de mídias, bem como em espaços virtuais associados a ela.

Dito isso, com relação ao *merchandising* social, em suas duas dimensões – tanto aquela voltada a responder aos contextos sociais quanto a que se desenvolve por meio das redes –, a televisão implementou uma série de campanhas que buscam o apoio e a conscientização em torno de diversos fenômenos e problemáticas de interesse social, tanto em nível nacional quanto local. É o caso da participação das celebridades da telinha em eventos de importância, como a *Caminata Solidaridad por Colombia*, o Carnaval de Barranquilla e festividades semelhantes, nas quais marcam presença com carros alegóricos e blocos alusivos às produções televisivas. O mesmo fazem na realização de programas de alto impacto social, como o *Teletón*, e em campanhas voltadas a despertar a sensibilidade e a solidariedade cidadã em torno de causas humanitárias e sociais.

1.5. Políticas de comunicação (leis, reformas, incentivos, TV digital...)

A legislação colombiana para 2012 abriu espaço definitivo para a digitalização como um dos grandes objetivos a cumprir em nível

sociocultural. Nesse quadro, é de vital importância o desenvolvimento do *Plan Vive Digital*, que se transforma na principal iniciativa promovida pelo Ministério das Tecnologias de Informação e Comunicação, Mintic, cujo objetivo é não apenas obter maior presença da internet no país, mas também estabelecer as bases essenciais de uma cultura digital. Por outro lado, no caso do circuito audiovisual, destaca-se o incentivo dado à produção cinematográfica em termos de custos e impostos. Desse modo, por meio da Lei 1.556, o território nacional é promovido como cenário para a realização de obras cinematográficas, e para isso está prevista uma contrapartida de 40% das despesas por serviços de gravação e de 20% em despesas logísticas, com o objetivo de reduzir custos e promover o país como espaço para a produção de cinema.

No que se refere a políticas específicas para a televisão, em 2012 se decretou a nulidade do processo de concessão do terceiro canal, postergando a possibilidade de uma nova licitação até 2013, decisão tomada a partir da apresentação de um único candidato e da conclusão de que seria necessário promover novamente a questão da concessão desde o início. Por outro lado, a televisão digital terrestre encontra-se em pleno desenvolvimento e com uma cobertura que abrange apenas as capitais mais importantes do país e que, em termos de canais, conta apenas com a oferta em nível nacional dos privados, enquanto os públicos limitam seu espectro a Bogotá e Medellín.

1.6. TV pública

O panorama da televisão pública no país não varia muito nos últimos anos, o que incide em sua escassa presença e na influência muito relativa em termos de capacidade de atingir e impactar grandes públicos. É verdade que, nos últimos anos, a política pública de comunicação declarou a importância de fortalecer essa mídia, aumentar sua cobertura, dotá-la de uma tecnologia de ponta e garantir os recursos que permitam promover uma ambiciosa programação que a torne competitiva. Contudo, entre vontade, palavras e a re-

alidade concreta do mercado e do meio ergue-se uma barreira até o momento insuperável. Isto faz com que a nossa televisão pública, com exceção de alguns conteúdos e programas comprometidos com as identidades culturais regionais e com a sensibilização do telespectador em torno de valores e costumes da grande tradição nacional, acabe sendo mínima diante da avalanche de oferta de entretenimento e espetacularização dos canais privados. É preciso, não obstante, reconhecer o valor educativo e a aposta cultural que mostra a programação de Señal Colombia.

1.7. TV por assinatura

Durante o ano de 2012, destaca-se a forma com que a Colômbia mostrou um amplo crescimento na cobertura e na quantidade de assinantes da TV paga. Os grandes conglomerados desse sistema, dominados fundamentalmente pelas empresas Claro e Direct TV, registraram um aumento considerável em suas instalações e abriram-se para um mercado no qual já se tornou evidente a importância de contar com esse tipo de sistema. Da mesma maneira, dentro de seus serviços, a oferta de canais por assinatura, como é o caso de HBO e Moviestar, também registrou um considerável aumento no número de assinantes, o que demonstra um interesse do público pelos conteúdos oferecidos por esses canais, os quais abrangem uma ampla gama de gêneros e formatos. Na verdade, dentro do formato atual do sistema de televisão na Colômbia, a TV paga aparece como o mais forte concorrente dos grandes canais privados na briga pelo controle da audiência de massas.

1.8. Tendências das TICs (internet, celular, TV digital, VoD...)

Em matéria de inovação e desenvolvimento tecnológico digital, é pertinente destacar a contínua e acelerada expansão das plataformas virtuais e, com isso, a concomitância operacional das principais tecnologias de informação e comunicação que povoam o horizonte midiático nacional. Sendo assim, vale mencionar que a telefonia celular cobriu praticamente todo o território, com um registro próximo

dos 50 milhões de assinantes, junto com o crescimento altamente dinâmico da aquisição de telefones inteligentes (smartphones) e outros dispositivos móveis de última geração. O crescimento e a expansão da internet de banda larga, fixa e móvel, mantêm-se na ordem de 18,2% anuais, abarcando mais de 7 milhões de assinantes (segundo dados do Ministério das Tecnologias de Informação e Comunicação, Mintic). Também é pertinente ressaltar que a principal expectativa nesse setor reside na iminente chegada da tecnologia 4G, a qual se supõe que provocará uma importante reconfiguração no mercado, por ter sido restringido o nível de participação da operadora dominante, a Claro. Como mostram as cifras mencionadas, a expansão da internet no país, embora centrada nas principais cidades, é indício de profundas mudanças e transformações nos modos de interação e participação social. Os principais usos da internet (segundo o Mintic) mostram a seguinte composição: acesso a redes sociais, 96%; pesquisas, 94%; conteúdos multimídia, 78%; correio eletrônico, 72%; informação, 70%; participação em grupos e comunidades, 68%. No que se refere a redes sociais, segundo a mesma fonte, o Facebook lidera, com 90% do mercado e uma média de 492,5 usuários por minuto, seguido pelo Windows Live, com 26%, e pelo Twitter, com 21%. Essas cifras situam o país no 14º lugar e Bogotá no 9º lugar em nível mundial no uso do Facebook. Finalmente, no caso do uso de Video On Demand (VoD), é visível a expansão que teve o setor da TV paga nos canais privados de sinal aberto, nos quais, como ocorre com a Caracol, são oferecidos conteúdos por esse sistema.

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

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

<i>TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 16</i> CARACOL – 7 Títulos nacionais 1. <i>El laberinto</i> (dramatizado) 2. <i>Escobar, el patrón del mal</i> (dramatizado) 3. <i>Rafael Orozco, el ídolo</i> (dramatizado) 4. <i>Amor de Carnaval</i> (telenovela) 5. <i>Dónde carajos está Umaña</i> (telenovela) 6. <i>Mujeres al límite</i> (dramatizado) 7. <i>Tu voz estéreo</i> (dramatizado) RCN – Títulos nacionais – 9 Títulos nacionais 8. <i>Historias clasificadas</i> (dramatizado) 9. <i>Casa de reinas</i> (dramatizado) 10. <i>Corazones blindados</i> (dramatizado) 11. <i>Dónde está Elisa</i> (dramatizado) 12. <i>El Capo 2</i> (dramatizado) 13. <i>La mariposa</i> (dramatizado) 14. <i>Pobres Rico</i> (telenovela) 15. <i>A mano limpia II temporada</i> (série) 16. <i>Infieles anónimos</i> (dramatizado) TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS 13 Caracol – 8 Títulos importados 1. <i>Los simuladores</i> (série – México) 2. <i>Familia moderna</i> (série – EUA) 3. <i>Corazón apasionado</i> (telenovela – Venezuela/EUA). 4. <i>El cuerpo del deseo</i> (telenovela – EUA) 5. <i>Emperatriz</i> (telenovela – México) 6. <i>Relaciones peligrosas</i> (telenovela – EUA) 7. <i>Blanco humano</i> (série – EUA) 8. <i>Engáñame si puedes</i> (série – EUA) RCN – 7 Títulos importados 9. <i>Abismo de pasión</i> (telenovela – México)	10. <i>Abrázame muy fuerte</i> (telenovela – México) 11. <i>Por ella soy Eva</i> (telenovela – México Televisa) 12. <i>Un refugio para el amor</i> (telenovela – México Televisa) 13. <i>Triunfo del amor</i> (telenovela – México – Televisa) TÍTULOS DE REPRISES – 20 CARACOL – 5 Títulos 1. <i>Los caballeros las prefieren brutas II</i> (série) 2. <i>Casados con hijos</i> (dramatizado) 3. <i>Nuevo rico, nuevo pobre</i> (telenovela) 4. <i>Nadie es eterno en el mundo</i> (telenovela) 5. <i>Niní</i> (telenovela). RCN– 14 Títulos 6. <i>Alicia en el país mercancías</i> (dramatizado) 7. <i>Así es la vida</i> (dramatizado) 8. <i>Enigmas del más allá</i> (dramatizado) 9. <i>Carolina Barrantes</i> (telenovela) 10. <i>Me llaman Lolita</i> (telenovela) 11. <i>Milagros de amor</i> (telenovela) 12. <i>El ultimo matrimonio feliz</i> (telenovela) 13. <i>Las trampas del amor</i> (série) 14. <i>Como dice el dicho</i> (série) 15. <i>La rosa de Guadalupe</i> (série) 16. <i>María la del barrio</i> (telenovela) 17. <i>Aquí no hay quien viva</i> (telenovela) 18. <i>Las noches de Luciana</i> (telenovela) 19. <i>Tan cerca y tan lejos</i> (telenovela) CANAL UNO – 1 Título 20. <i>Hombres de honor</i> (dramatizado) TOTAL GERAL DE TÍTULOS EXIBIDOS: 49
---	---

Deve-se ressaltar, como ilustra a Tabela 1, que a ficção exibida durante o ano esteve baseada, de maneira fundamental, tanto na produção nacional quanto na importada, nos formatos de séries e minisséries (chamados de “dramatizados”), o que constitui uma variação interessante em relação à predominância que a telenovela sempre teve nesse setor.

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

País	Tít.	%	Cap./Epis.	%	Horas	%
NACIONAL	16	55,2	1.533	62,3	1.252:20	64,7
IBERO-AMERICANA	13	44,8	927	37,7	682:40	35,3
Argentina	–	–	–	–	–	–
Brasil	–	–	–	–	–	–
Chile	–	–	–	–	–	–
COLÔMBIA	16	55,2	1.533	62,3	1.252:20	64,7
Equador	–	–	–	–	–	–
Espanha	–	–	–	–	–	–
EUA (produção hispânica)	5	17,2	240	9,7	177:40	9,2
México	7	24,1	593	24,1	448:00	23,2
Peru	–	–	–	–	–	–
Portugal	–	–	–	–	–	–
Uruguai	–	–	–	–	–	–
Venezuela	1	3,5	94	3,9	57:00	2,9
Latino-Americana (âmbito Obitel)	29	100	2.460	100	1.935:00	100
Latino-Americana (âmbito não Obitel)	–	–	–	–	–	–
Outras (produções e coproduções de outros países latino-am./ibero-am.)	–	–	–	–	–	–
TOTAL	29	100	2.460	100	1.935:00	100

Fonte: Ibope Colômbia

No que tange às estreias de ficção no país, deve-se ressaltar que a produção nacional é quase similar quantitativamente à ibero-americana (âmbito Obitel), o que se pode traduzir em uma complementaridade de apostas em matéria de tratamento e realização das temáticas, bem como em relação às preferências por conteúdos e formatos pelos quais as audiências nacionais têm muita predileção.

Tabela 3. Capítulos/Episódios e horas emitidos por faixa de horário

Faixas de horário	Nacionais				Ibero-Americanas				Total		
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H
Manhã (6:00-12:00)	38	2,5	34:00	2,7	250	27,0	236:00	34,6	288	11,7	270:00
Tarde (12:00-19:00)	567	37,0	510:20	40,8	450	48,5	304:10	44,6	1017	41,3	814:30
Horário nobre (19:00-22:00)	678	44,2	566:10	45,2	1	0,1	1:15	0,2	679	27,6	567:25
Noite (22:00-6:00)	250	16,3	141:50	11,3	226	24,4	141:15	20,7	476	19,3	283:05
TOTAL	1533	100	1252:20	100	927	100	682:40	100	2460	100	1935:00

Fonte: Ibope Colômbia

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais					Ibero-Americanas				
	Títulos	%	Cap.	%	Horas	%	Títulos	%	Cap.	%
Telenovela	3	18,8	363	23,7	255:25	20,4	9	69,2	808	87,2
Série	1	6,3	14	0,9	16:00	1,3	4	30,8	119	12,8
Minissérie	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Filme para televisão	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Unitário	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Docudrama	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Outros (Dramatizado)	12	75,0	1156	75,4	980:55	78,3	–	–	–	–
TOTAL	16	100	1.533	100	1.252:20	100	13	100	927	100

Fonte: Ibope Colômbia

É importante apontar que o horário nobre está totalmente ocupado pela exibição de produções nacionais, o que, em relação à tabela anterior, rompe, do ponto de vista quantitativo, a tendência mencionada e obriga a pensar na recomposição da programação de ficção de acordo com as preferências de sintonia, que, neste caso, estão claramente inclinadas para a produção nacional.

Insistimos na observação de que o formato mais usado na ficção nacional este ano foi o de séries e/ou minisséries (catalogado pelos canais como “dramatizados”), com a consequente mudança na ordem de importância e na aceitação desse formato diante do predomínio tradicional da telenovela.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Ma-nhã	%	Tarde	%	Horário nobre	%	Noi-te	%	Total	%
Telenovela	–	–	–	–	2	10	1	50	3	18,7
Série	–	–	–	–	1	10	–	–	1	6,3
Minissérie	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Filme para televisão	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Unitário	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Docudrama	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Outros (Dramatizado)	–	–	4	100	7	70	1	50	12	75,0
TOTAL	0	–	4	100	10	100	2	100	16	100

Fonte: Ibope Colômbia

Segundo o que se observou antes, o horário nobre na Colômbia, em 2012, foi dominado pelo formato de ficção série/minissérie (catalogado como “dramatizado” pelas próprias redes de televisão).

Tabela 6. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	13	81
de Época	0	0
Histórica	2	13
Outra	1	6
TOTAL	16	100

Fonte: Ibope Colômbia

A tendência das produções emitidas se mantém, em termos de um claro predomínio de temáticas, âmbitos e situações recriados na ficção, sempre em torno do tempo presente, com o tratamento do passado transformando-se em algo praticamente excepcional, neste caso.

Tabela 7. Os dez títulos mais vistos: origem, nível de audiência, *share*

Título		País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	Canal	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Audiência	Share
1	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	Colômbia	Caracol Televisión	Caracol Televisión	Juan Camilo Ferrand	14,95	38,15
2	<i>La mariposa</i>	Colômbia	Fox Telecolombia	RCN	Gerardo Reyes	12,49	34,78
3	<i>El capo II</i>	Colômbia	Fox Telecolombia	RCN	Gustavo Bolívar	11,63	35,06
4	<i>Casa de reinas</i>	Colômbia	RCN Televisión	RCN	Miguel Angel Baquero e Eloísa Infante	11,01	32,36
5	<i>Corazon de blindados</i>	Colômbia	Teleset	RCN	Rafael Noguera, Ana María Londoño e Juan Andrés Rendón	10,87	32,8
6	<i>Rafael Orozco, el ídolo</i>	Colômbia	Caracol TV	Caracol TV	Andrés Marroquín	10,76	32,55

7	<i>Dónde carajos está Umaña</i>	Colômbia	Caracol TV	Caracol TV	Johnny Ortiz.	10,35	30,42
8	<i>Dónde está Elisa</i>	Chile	RCN Televisión	RCN Televisión	Pablo Illanes	9,55	32,36
9	<i>A mano limpia</i>	Colômbia	RCN Televisión	RCN Televisión	Diego Vivanco, Andrés Guevara e Julio Contreras.	9,54	30,95
10	<i>El laberinto</i>	Colômbia	Coprodução Caracol TV e Sony Picture Televisión	Caracol TV	Mauricio Miranda	8,40	24,93
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros: 1			
100%				% 10			

Fonte: Ibope Colômbia

Ao revisar os dez títulos mais vistos na Colômbia, é interessante constatar que a Caracol tirou o primeiro lugar da RCN em termos de produções de ficção televisiva, com o seriado *Escobar, el patrón del mal*. Isso é interessante na medida em que seis desses dez principais programas provêm da RCN, rede que tradicionalmente manteve o domínio nesse terreno.

**Tabela 8. Os dez títulos mais vistos:
formato, duração, faixa de horário**

	Título	Formato	Gênero	Nº de cap./ep. (em 2012)	Datas da primeira e da última emissões (em 2012) (*)	Faixa de horário
1	<i>Escobar el patrón del mal</i>	Série	Ação-Drama	72 Capítulos	28/05/12 a 19/11/12	Nobre
2	<i>La mariposa</i>	Série	Ação-Drama	48 Capítulos	16/01/12 a 22/03/12	Nobre

3	<i>El capo II</i>	Série	Ação- -Drama	76 Capítulos	17/09/12 a 31/12/12 (cont.)	Nobre
4	<i>Casa de reinas</i>	Minissé- rie	Comédia	43 Capítulos	19/11/12 a 31/12/12 (cont.)	Nobre
5	<i>Corazones blindados</i>	Série	Ação- -Drama	100 Capítu- los (cont.)	03/09/12 a 31/12/12 (cont.)	Nobre
6	<i>Rafael Orozco, el ídolo</i>	Teleno- vela	Drama	81 capítulos	20/11/2012 a 31/12/12 (cont.)	Nobre
7	<i>Dónde carajos está Umaña</i>	Teleno- vela	Comédia	178 Capí- tulos	07/05/2012 a 31/12/12 (cont.)	Nobre
8	<i>Dónde está Elisa</i>	Teleno- vela	Mistério- -Drama	115 Capí- tulos	12/03/2012 a 02/09/2012	Nobre
9	<i>A mano limpia</i>	Série	Drama	27 Capítulos (cont.)	10/12/12 a 31/12/12 (cont.)	Nobre
10	<i>El laberinto</i>	Série	Suspense	76 Capítulos	10/01/2012 a 03/05/2012	Nobre

Fonte: Ibope Colômbia

Entre os dez títulos mais assistidos, confirma-se o crescimento dos seriados (dramatizados) dentro da produção de ficção televisiva na Colômbia em 2012. Isso, como já se apontou, faz pensar na maneira como esses formatos se relacionam entre si – seriado e telenovela –, a tal ponto que, às vezes, a diferença pareça pouco relevante e dependa fundamentalmente de critérios estabelecidos e determinados somente pelas produtoras de acordo com seus próprios parâmetros. Vale destacar, dentro de algumas das produções dessa lista, uma espécie de combinação de recursos entre ação e drama, que se transforma em um fator fundamental para avaliar as particularidades das ficções mais assistidas. Também cabe destacar a forma como a ficção se situa no campo do entretenimento como motor fundamental das produções desse meio de comunicação de massas. No que tange à duração, oito dos programas estão situados no segmento de longa duração (50 minutos a 1 hora), e dois têm for-

mato de 30 minutos; e todos, sem exceção, fazem parte do horário nobre (18h a 21h).

Tabela 9. Temáticas nos dez títulos mais vistos

Títulos		TEMÁTICAS DOMINANTES (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)	TEMÁTICAS SOCIAIS (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)
1	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	Morte, fraude, drogas, violência e enriquecimento ilícito.	Narcotráfico, delinquência, contrabando, surgimento dos cartéis e justiça colombiana.
2	<i>La mariposa</i>	Amor, vergonha, dinheiro fácil, fraude, traição.	Lavagem de dinheiro, justiça, perseguição policial e família.
3	<i>El capo II</i>	Violência, amor, morte, vingança e ruptura familiar.	Narcotráfico, funcionamento da justiça, subcultura dos matadores de aluguel e vida mafiosa.
4	<i>Casa de reinas</i>	Amor, vingança, intriga, ciúmes, fraude.	Ascensão socioeconômica, justiça, mães solteiras, contrabando, corrupção.
5	<i>Corazones blindados</i>	Amor, crime, fraude, vingança e morte.	Vida policial, sequestro, substituição e justiça.
6	<i>Rafael Orozco, el ídolo.</i>	Amor, intriga, violência, vingança, fama, poder.	Tradição cultural, superação pessoal, infidelidade.
7	<i>Dónde carajos está Umaña</i>	Amor, fraude, fuga, intriga.	União familiar, sobrevivência, fracasso, obstáculos burocráticos.
8	<i>Dónde está Elisa</i>	Dinheiro, poder, desapareição forçada,	Paranoia, revelação de histórias do passado, recriações.
9	<i>A mano limpia</i>	Violência, intriga, fraude.	Tentativa de homicídio, desespero, investigação judicial.
10	<i>El laberinto</i>	Amor, sexo, infidelidade, vingança, morte.	Sedução, justiça ineficiente, perda da liberdade.

Fonte: Ibope Colômbia

Nessa lista, identifica-se a continuidade, com relação a anos recentes, dos temas e conteúdos de maior sucesso, com maior acei-

tação e sintonia. Entre eles, a violência relacionada com o narcotráfico predomina em não menos do que quatro ou cinco desses programas. Como se comenta em detalhe em outra seção deste relatório, o passado recente colombiano está muito influenciado pela marca do narcotráfico e sua capacidade de influir negativamente em diversos aspectos da vida social. Também é possível identificar conteúdos relacionados com outras formas de violência, provenientes do mundo da ilegalidade, da delinquência comum, do tráfico de pessoas e suas respectivas variações, que a mídia vai elaborando e transformando em uma espécie de espelho sem mediação, diante do qual o público assiste a uma certa espetacularização e dramatização do problema. Outras temáticas estão relacionadas com a exaltação um tanto romântica e melodramática do papel dos agentes da lei e suas vidas privadas, transformadas em motivo de comentários públicos por meio da ficção, a recriação da convivência social entre indivíduos provenientes de classes ou setores sociais contrapostos e, finalmente, a retomada de elementos do folclore regional ligados à idiossincrasia local ou à ambientação da vida de uma figura popular consagrada pelo sucesso como intérprete musical, caso de Rafael Orozco, o cantor de *vallenato* (gênero musical do litoral caribenho da Colômbia), ainda tão acolhido e lembrado entre as multidões.

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

	Títulos	Canal	Gênero %		Faixas etárias %					Nível socioeconômico %		
			Mulheres	Homens	Infantil	12-17	18-24	25-39	40+	AB	C	DE
1	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	Caracol TV	49	51	14	16	15	21	34	50	30	20
2	<i>La mariposa</i>	RCN	58	42	12	18	20	22	28	45	35	20
3	<i>El capo II</i>	RCN	56	44	13	23	19	21	24	50	30	20
4	<i>Casa de reinas</i>	RCN	59	41	20	24	16	20	21	60	25	15
5	<i>Corazones blindados</i>	RCN	59	41	11	25	23	21	20	40	40	20
6	<i>Rafael Orozco, el ídolo</i>	Caracol TV	58	42	16	20	14	20	30	60	25	20

7	<i>Dónde carajos está Umaña</i>	Caracol TV	53	47	17	17	15	19	32	55	25	20
8	<i>Dónde está Elisa</i>	RCN	63	37	12	17	20	24	28	40	50	10
9	<i>A mano limpia</i>	RCN	56	44	20	27	16	17	20	40	35	25
10	<i>El laberinto</i>	Caracol TV	48	52	12	24	19	20	25	35	35	30

Fonte: Ibope Colômbia (os dados apresentados são os mais aproximados aos registros disponíveis)

A Tabela 10 faz referência aos tipos de públicos que predominam em relação aos dez programas de ficção televisiva mais assistidos em 2012, e o primeiro aspecto que podemos examinar a esse respeito está relacionado com a composição desses públicos por gênero, do que se destaca que a audiência feminina é majoritária em oito dos dez programas selecionados, em alguns casos com uma porcentagem bastante elevada em relação à masculina, como acontece com *¿Dónde está Elisa?*, com uma diferença de 26 pontos. É no programa dedicado a Escobar que a audiência masculina supera a feminina em escassos dois pontos, o que levanta a dúvida sobre a relevância dessa diferença pontual. Com relação a faixas etárias, vale ressaltar que o grupo correspondente aos maiores de 25 anos e o de 40 para cima constituem sempre metade ou mais do público total dos programas que integram essa lista, o que é coerente com o fato de ser uma programação direcionada principalmente aos adultos. No extremo oposto está o público infantil que assiste a esses programas, com uma média entre 14 e 16% do total da audiência, também com uma tendência válida para todos os programas. E, por fim, o público entre 12 e 24 anos, que representa entre 25 e 35% da audiência desses espaços.

3. A recepção transmidiática

Com o panorama atual da digitalização como elemento essencial e central dos processos comunicativos na Colômbia e no mundo, os fenômenos da transmidiação se transformam em cenários fundamentais para redimensionar o papel cultural das ficções televisivas.

Desse modo, a televisão é fortalecida e promovida, e sua potencialidade discursiva é reafirmada. Redes sociais, como Facebook, Twitter e YouTube, redefinem e alteram o papel do público, abrem canais para a interatividade, a retroalimentação e a participação do público, permitindo que as pessoas que o compõem se manifestem abertamente diante de seus programas e temas favoritos. Com isso, ganham não apenas o público, mas também, e principalmente, ganham os produtores, que usam essa informação para multiplicar os rendimentos do marketing transmidiático.

Em nosso caso, e para 2012, neste tópico a peça de ficção escolhida foi a mais assistida e, também, a mais representativa em termos de sua aposta e oferta transmidiática. Essa produção foi *Escobar, el patrón del mal*, sobre a qual foi feita uma busca de informações em diferentes plataformas digitais da internet. A busca foi realizada com o propósito de identificar os tipos e níveis de interatividade predominantes, ativos ou passivos, as interações com outros suportes e mídias – tanto audiovisuais quanto impressas –, os públicos característicos do programa nessas plataformas e as implicações que o fenômeno, relativamente inovador, tem entre esses públicos em função de sua conexão com o tema da violência, bem como a recriação de um dos momentos mais dramáticos da nossa história. Para o acompanhamento, foi escolhida a rede social Facebook, pois ela oferece aos seus membros a oportunidade de participar de forma ativa. Não há *interação em tempo real*, embora seus serviços só possam ser classificados como *público interativo*, com algumas características e/ou elementos de *visualização interativa em rede e da visualização transmidiática*. Quanto aos níveis dominantes de interatividade, podemos afirmar que acontece *interatividade ativa*, uma vez que os usuários podem participar por meio da elaboração de comentários e por meio de respostas nas sequências de conversação, bem como na discussão dos conteúdos da série.

Contudo, além dos elementos que foram sendo listados sobre a ficção televisiva e sua transmídiação, são apresentadas a seguir as práticas dominantes dos usuários nesse processo de interação com

todas as plataformas digitais, a partir das quais é possível vislumbrar essas ações, como se registra na Tabela 11.

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

Ficção Escolhida	Emis-sora	Páginas de internet	Tipos de interação transmidi-ática	Níveis de interativi-dade	Práticas dominantes dos usuários
<i>Escobar, el patrón del mal</i>	Caracol Televisi-ón	Página do Facebook	Visualização interativa	Ativa	Comentário Interpretação
		Página oficial	Visualização interativa em rede	Ativa	Recomendação Celebração Crítica
		Página do Twitter	Visualização interativa	Ativa	Coleção Compartilha-mento
		Página do YouTube	Interativa em tempo real	Ativa	Ampliação Debate
					Interpelação

Durante a semana de acompanhamento, o monitoramento na rede social Facebook correspondente aos últimos dias de transmissão do programa escolhido, de 14 a 19 de novembro, permitiu observar o seguinte movimento quantitativo: com relação ao número de fãs, 86.471 pessoas curtem a página e 465 estão falando dela. Acerca dos dados sobre as postagens publicadas durante a semana de novembro, os dias de maior atividade foram o dia 16 de novembro, com nove postagens, e o dia 19, com 11; os demais não superaram as três postagens por dia. O total de postagens publicadas é de 27 nos seis dias da reta final da série. Diante dos resultados do número de vezes que os usuários compartilharam, curtiram e comentaram cada *post* durante cada um dos quatro dias, obtêm-se as seguintes cifras: 14 de novembro – curtir: 1.108; compartilhar: 205; comentar: 245. 15 de novembro – curtir: 155; compartilhar: 13; comentar: 35. 16 de novembro – curtir: 1.793; compartilhar: 132; comentar: 289. 17 de novembro – curtir: 246; compartilhar: 35; comentar: 70. 19

de novembro – curtir: 5.022; compartilhar: 509; comentar: 1.290. Total de cada uma das opções de interação – curtir: 8.324; compartilhar: 894; comentar: 1.929. Passando para a análise qualitativa, foram compilados todos os comentários publicados durante a semana, escolheram-se os tipos mais frequentes e foi feito um trabalho de análise do discurso dos usuários para identificar os comportamentos individuais, sociais, virtuais e públicos que se apresentam na página.

Por se tratar de uma série baseada em um fato histórico de alto impacto para os colombianos, os fãs mostraram sentimentos contraditórios diante das ações do narcotraficante, alimentando o debate sobre o significado do fato e do protagonista para o país. A discussão também se alimentou de fontes jornalísticas da época, de comentários provenientes de páginas na internet e de materiais que circulam pelas redes (YouTube, Discovery e El Espectador).

A ficção se manteve fiel aos relatórios oficiais da época sobre fatos conjunturais, como o final do chefe do narcotráfico. Não obstante, evidencia-se uma atitude de crítica e suspeita manifestada abertamente pelos participantes diante da informação proveniente das notícias transmitidas pelos meios de comunicação e acerca das diversas formas em que é possível tergiversar essa informação. A temática também propiciou duros enfrentamentos entre posições políticas antagônicas em relação com o que a figura desse *capo* e a destruição causada por ele representam para o colombiano médio. É importante dizer aqui que o acompanhamento evidenciou uma certa transnacionalização, com algumas mensagens publicadas a partir de outros países, como Argentina, México, Peru e Chile – onde a série chegou em DVD, pela TV a cabo ou vai estrear na TV aberta –, e que destacam a qualidade da série e dos atores.

4. O mais destacado do ano

Como se indica na respectiva tabela, *Escobar, el patrón del mal* foi a produção de ficção televisiva mais bem-sucedida na Colômbia em 2012, não apenas pela audiência alcançada, mas também pelo impacto social e cultural que a série teve para o país. A encenação

da vida e da ação letal do chefe dos chefões também contou com uma destacada produção técnica e um considerável vigor narrativo, ágil e convincente, com uso constante de filmagens externas e as condições próprias do tratamento cinematográfico. Esse conjunto de fatores, somado à nefasta marca cultural do narcotráfico e, particularmente, de Pablo Escobar, com a sequela de dor, desagregação e tragédia que isso conota para os colombianos, funcionou como fator de destaque para capturar o interesse do público. Por sua vez, geraram-se alguns debates e polêmicas, muitos deles com profundo caráter emocional, em torno de uma possível apologia do personagem e sua influência negativa sobre as novas gerações. É indispensável assinalar aqui que o debate profundo sobre o problema do narcotráfico e seu impacto na sociedade e na cultura colombianas continua sendo uma tarefa pendente. *La mariposa*, série que ocupou o segundo lugar entre os programas mais assistidos do ano, inscreveu-se dentro das produções televisivas que envolvem de maneira ágil e funcional os diversos componentes de uma narrativa audiovisual ambientada sobre o eixo de violências que inclui o narcotráfico, a corrupção, a lavagem de dinheiro e a penetração indiscriminada de valores e ideais associados a essa subcultura entre grupos populacionais vulneráveis. É importante ressaltar que o programa insiste em mostrar as conexões internacionais da ilegalidade das redes do narcotráfico e de todas as práticas associadas a essa atividade, imersas em uma estrutura funcional da qual participam funcionários, burocratas, agentes da lei e delinquentes de todo tipo, que acabam sendo impregnados pelo mesmo espírito do corpo.

El capo II ocupou o terceiro lugar e praticamente constitui um bloco com os dois programas anteriores, no qual a temática dominante na ficção televisiva colombiana se condensa em torno da violência do narcotráfico. Essa recriação resume e redimensiona o que na primeira parte foi dito em torno da figura do chefe do narcotráfico da ficção como o protótipo do mafioso, não apenas colombiano, mas também latino-americano, com interesses transnacionais e com um conflito declarado com as autoridades norte-americanas.

A série, apoiada na livre recriação que a ficção permite, é capaz de envolver elementos e referências de uma realidade manchada pelo fantasma da ilegalidade constante que a subcultura do narcotráfico desperta entre diferentes setores da população, bem como instituições e autoridades oficiais. De alguma maneira, nota-se, com o desenvolvimento da obra, que a mancha do narcotráfico se estendeu e incrustou no cotidiano de amplos setores da sociedade. A partir disso, dedica constantes espaços a recriar questões da vida íntima, afetiva e emocional dos personagens, fazendo com que o ambiente se sature e demonstrando, de alguma maneira, que a fronteira entre o proibido e o permitido, o ilegal e o legal, é tão frágil como podem ser, em certos momentos e circunstâncias, os valores que fundamentam a moral e a ética dos indivíduos.

Avançando na ordem dos mais vistos, no quinto lugar está *Corazones blindados*, seriado de relativo sucesso, aceitação e impacto – apesar de sua posição destacada dentro da programação de ficção – no qual se ambientam e recriam os papéis cumpridos pelos agentes de polícia e segurança encarregados de combater as diferentes formas de ilegalidade e delinquência presentes no âmbito urbano. Policiais bonitas e agentes oficiais ou infiltrados, todos muito dedicados, encarnam a figura heroica do servidor público abnegado, disposto a superar todos os obstáculos, infâmias e injustiças que são capazes de provocar seus antagonistas, que são maus, feios e perversos ou, também, em muitas ocasiões, seus próprios superiores ou subalternos, com diferentes tipos de intrigas, invejas e delações. Por fim, em uma mistura de final feliz, tensão e melodrama, os bons e, com eles, o bem, a ordem e a justiça impõem-se para o benefício da sociedade. Esse bloco, além das semelhanças temáticas e da boa aceitação por parte do público, mostra claramente como a ficção televisiva com maior demanda e reconhecimento do público se identifica com os conteúdos expostos, com os tipos de ambientes e personagens construídos e com as tramas e soluções dadas pelo meio televisivo para as problemáticas sociais e culturais que, de uma ou de outra maneira, esses programas tocam em seu desenvolvimento e seu tratamento audiovisual.

Um segundo bloco entre os programas mais vistos remete aos quarto, sexto e sétimo lugares, correspondentes a uma minissérie, *Casa de reinas*, e duas telenovelas, *Rafael Orozco, el ídolo* e *¿Dónde carajos está Umaña?*. Trata-se da ambientação das particularidades da cultura regional do Caribe colombiano, usando, entre outros pretextos, a exegese da vida do ídolo, o intérprete de *vallenato* Rafael Orozco, ou as peripécias, andanças, agruras e satisfações de um indivíduo de sobrenome Umaña, em torno do qual giram e se reconfiguram os acontecimentos de uma população típica da região. Uma narrativa pela qual o telespectador acaba se conectando com os pormenores dessa cotidianidade social exposta. No caso de *Casa de reinas*, aproveita-se o recurso do humor gratuito, saturando-o e o levando a um cenário de deformação cultural, que suscitou um debate central em torno da exibição que se realizava da cultura litorânea através dos personagens, sua apresentação, suas expressões e sua maneira de dar conta da vida em um entorno completamente disparatado, exagerado e sobre-carregado.

Em um terceiro bloco (oitavo, nono e décimo lugares), *¿Dónde está Elisa?*, *A mano limpia* e *El laberinto*, telenovela e seriados, remetem ao uso recorrente da intriga, por um lado, e à recriação da dinâmica social entre diferentes setores provenientes de estratos opostos, por outro. A intriga, no caso de *El laberinto* e *¿Dónde está Elisa?*, permite costurar histórias dedicadas a ambientar a presença conflituosa do destino, o acaso, o infortúnio e, ocasionalmente, a fortuna, a boa sorte, para que os protagonistas, geralmente vítimas de assédio, insegurança, inveja e das próprias fraquezas, tenham que passar por toda uma série de situações e circunstâncias adversas e dolorosas, que são uma espécie de prova de fogo para, finalmente, sobrepor-se e chegar ao outro extremo, no final do programa, quando se restaura o sentido do bem e da ordem e se recupera moralmente o compromisso com a honestidade e a verdade.

O caso de *A mano limpia*, segunda temporada, mostra – em uma versão bem-sucedida, narrativamente ágil e bem-apresentada, distante dos estereótipos ou caricaturas socioculturais – os porme-

nores da interação social que pode e costuma acontecer, por diferentes razões e motivações, entre indivíduos e grupos provenientes de diferentes classes socioeconômicas, papéis profissionais diferenciados e atribuições identitárias claramente estabelecidas. Por sua vez, o que os une realmente, mostrando em parte sua vulnerabilidade e o rosto humano dos extremos, é o papel que se atribui à emocionalidade e à afetividade dos personagens, ao ponto de que, nessa esfera, as diferenças sociais e econômicas e as exclusões profissionais sejam superadas – é claro que sempre no âmbito da ficção televisiva.

Com essa caracterização dos programas de ficção televisiva mais assistidos, podemos concluir que, definitivamente, o vínculo entre a mídia e o telespectador resulta funcional e operacional, embora social e culturalmente careça da importância, da ressonância que a mensagem televisiva poderia ter em outras condições de apropriação, de uso, de debate e de crítica coletiva ao conjunto da sociedade.

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

Na configuração histórica do acontecer da vida social, o tempo, como propõe Paul Ricoeur, é o fator determinante para estabelecer o sentido desse próprio acontecer. É no tempo e, claro, em um espaço concreto, que se desenvolve a experiência humana como experiência de vida, como ato de produção da existência de sujeitos reunidos em torno a uma idêntica finalidade: a ativação da consciência como fundamento da subjetividade, da finitude e da significação da práxis do homem.

Passado e presente são dimensões constitutivas do ser histórico do homem no mundo, como também o são a memória e o esquecimento como operadores de sentido, inseparáveis do desenvolvimento sociopolítico no qual se inscreve o fazer humano. Se a experiência se alimenta e se estrutura de fatos e conhecimentos compartilhados, isto – o que é compartilhado – é mediado ou construído em função do poder existente em uma sociedade ou comunidade. E a forma de distribuição e controle desse conhecimento é modelada pelo próprio poder, se não de modo absoluto, de forma hegemônica e imposi-

tiva, frente à qual se desenvolvem estratégias de sublevação e resistência que alimentam outras formas de evocar, recordar e fazer memória. É o que menciona Halbwachs em termos de memória coletiva e individual e de fatos e representações verdadeiras ou imaginadas, com base nas quais se tece a trama da memória histórica e social na forma de conhecimento compartilhado e os mecanismos de seleção da lembrança ou do esquecimento, do que é essencial, significativo e importante ou daquilo que é meramente circunstancial e marginal.

Em países como o nosso, a construção da memória social, do conhecimento compartilhado do passado, resulta inseparável das lutas e enfrentamentos históricos em torno do manejo e do exercício do poder. Concentrado em estreitos círculos dominantes, esse poder sempre se caracterizou pela pretensão de oficializar versões, sistemas de relatos integrados a suas visões de mundo e apresentados como “a história”, a “versão a ser lembrada”, do que aconteceu e graças à qual se sustentam e reproduzem as condições existentes. Contudo, essa tendência se revela cada vez mais limitada em sua capacidade de hegemonizar e controlar o olhar e a interpretação do passado, dado o processo de empoderamento e ressignificação que realizam em relação a esse mesmo passado os movimentos sociais emergentes, os diversos coletivos sociais e culturais que, através de suas movimentações políticas, reivindicam outros olhares, leituras e reinterpretações do passado, do acontecer histórico nacional ou regional no qual foram sujeitadas a opressão, a exclusão ou a marginalização por parte dos círculos do poder estabelecido.

Contudo, a difusão e a massificação dessas versões ou leituras dominantes do passado encontraram, pelo menos até décadas recentes, um importante suporte na escola e nos textos de ensino de história, bem como no trabalho de academias e círculos fechados de observadores abertamente conservadores. Mas a agitação social e a revolta política dos setores populares, sua mobilização de protesto e denúncia da injustiça reinante, a modernização econômica e tecnológica e o crescimento entre anárquico e descontrolado das grandes cidades, com as mudanças e transformações socioculturais resultan-

tes que trouxeram consigo, incluindo a presença maciça dos meios e tecnologias de informação e comunicação; tudo isso contribuiu para engendrar a atual crise de relatos, que afeta as identidades nacionais, convulsiona as versões estereotipadas do passado e contribui para a abertura de olhares e interpretações conflitantes sobre nosso passado e nosso presente históricos. Sendo assim, no caso colombiano, ocupar-se da relação entre memória social e ficção televisiva passaria, de acordo com os orçamentos antes mencionados, por um breve percurso histórico através do qual se pudessem ilustrar os modos em que o passado foi tematizado e recriado pela televisão, concretamente pela ficção televisiva, e a partir daí estabelecer e analisar criticamente o tipo ou tipos de memória social adotada por essa mídia e as razões ideológico-políticas implicadas nessa aposta ou exegese midiática com as respectivas implicações que isso acarreta para o conjunto da sociedade, para a avaliação objetiva das funções e da responsabilidade social e cultural da tela da TV.

De um passado heroico idealizado a um passado de conflito recorrente e heróis humanos

Como nos relembra Martín Serrano, nas sociedades contemporâneas, os meios de comunicação e, particularmente, a televisão são os principais provedores de mitos e rituais em torno dos quais se edifica a cognição social e são compartilhadas as representações sociais e culturais fundamentais. Acontece que, para o nosso caso como nação – e para o bem ou para o mal –, a televisão tem sido nas últimas décadas a principal fornecedora de conhecimento social compartilhado sobre o passado, longínquo e recente, pela via da complementaridade da versão oficial predominante ou, em alguns momentos, por sua contradição e desmistificação, sem que isso implique uma abertura interpretativa total ou a inclusão e a reivindicação total dos olhares e leituras do passado sistematicamente ignorados e silenciados. Mas, em nome de um balanço crítico, é pertinente ressaltar o importante papel da televisão na democratização e na modernização de nossa percepção do passado nacional.

Em aliança produtiva com diversos setores das artes, da literatura e da academia, tanto em nível nacional quanto internacional, voltaram a desfilar pela televisão os períodos do descobrimento, da conquista e da independência, recriados com realismo estético e uma adequada mistura de ficção e realidade, inerente ao tratamento narrativo da história na ficção televisiva e na recriação audiovisual da mesma. São versões ficcionalizadas de uma história nacional que, ao revisar a si mesma, convidava o telespectador, os grandes públicos, a revisar e a questionar seus sistemas de crenças sobre o passado, seus julgamentos e apreciações dos fatos e personagens centrais na formação de nossa herança histórica e cultural. Poder-se-ia afirmar, parodiando Martín-Barbero, que, para a Colômbia, a modernidade cultural passa, em grau elevado, pela televisão, assim como para o México e a Argentina ela chegou com o cinema.

Nas novas produções televisivas dedicadas ao passado nacional e regional, os “conquistadores” também são, de algum modo, conquistados; seus atos e realizações positivas se misturam a erros e abusos de diversas ordens e, mesmo que os rostos e as vozes ancestrais dessas terras não surjam com a potência suficiente, tampouco são ignorados ou relevados arbitrariamente. Documentários de estilo cinematográfico e ficções televisivas de época estão carregados dessa dose de realismo estético para ampliar o horizonte histórico e patrocinar o debate construtivo em torno da consciência histórica, da celebração da memória social em suas diferentes manifestações e vertentes, inseparáveis, como já foi dito, do surgimento, no país, do debate sobre a natureza e a configuração problemática de nossas origens e nossa evolução como nação. A saga de *La Independencia*, da Produções Eduardo Lemaitre, e *La vida y obra de Bolívar* e demais próceres, incluindo Santander, mostram ao telespectador aspectos humanos e sociais dos pais fundadores que estão muito distantes daquelas visões plastificadas e idealizadas, próprias da historiografia tradicional. *Los pecados de Inés de Hinojosa* não apenas despiu os corpos e as paixões mais secretas dos personagens e protagonistas, como também nos fez voltar no tempo até esses séculos

estremecedores do altiplano “*cundiboyacense*” (localizado entre os departamentos de Cundinamarca e Boyacá), carregado do confronto mudo, mas violento, entre clero e laicos, realistas e patriotas, entre os abusos de soldados e governantes e o repúdio e a agitação social. *La Pola*, ficção de época retomada em função da comemoração do Bicentenário, por sua excelente produção audiovisual, muito próxima do cinema, teve inicialmente um impacto considerável sobre o telespectador, graças ao qual foi possível penetrar na atmosfera insurreccional que emoldura a vida da protagonista, apesar do peso excessivo que em alguns momentos foi dado aos assuntos afetivos e passionais.

A “violência clássica” e a explosão de “outras” leituras e interpretações do período

O século XX foi, para o país, um cenário de agudização dos conflitos estruturais que acompanharam nossa conformação como nação. A violência se instala como um vetor transversal em todo o período e se transforma em causa e consequência da multiplicidade de confrontações e ações bélicas que ainda não cessaram e afundam o país em um grave e incessante paradoxo: esvair-se em sangue em uma guerra sem quartel, com múltiplos atores em combate, em meio ao progresso material e à modernização tecnoinstrumental. Esse paradoxo permeia a consciência histórica, instala-se como um fantasma latente na opinião pública, é motivo de diversos tipos de discursos e explicações, ao mesmo tempo em que é objeto de variadas iniciativas de governo, soluções frustradas, debates sem conclusão nem continuidade, incluindo os atuais diálogos de paz que se realizam em Havana entre o governo e as FARC. Disso tratou, direta ou indiretamente, a ficção televisiva que se ocupou dessa época, embora seja preciso assinalar que, nesse caso, o tratamento narrativo dos fatos e dos protagonistas, sua ficcionalização audiovisual, mostra o desequilíbrio entre o ponto de vista que preside a realização da mídia televisiva e as expectativas sociais que se mobilizam a partir do programa ou produção divulgada. A controvérsia

reside em grande medida na decisão dessa mídia, ou do produtor e realizador – à qual não costumam ficar alheios os patrocinadores –, de privilegiar determinadas vozes e figuras, determinadas visões do acontecer em detrimento de outras, de minimizar posturas ou posições não coincidentes com a assumida pela mídia e, inclusive, de ignorar ou invisibilizar atores e ações que entrem em conflito com a versão apresentada pelo programa. E é nessa etapa, em consequência, que mais se debate o realismo e o compromisso social e político da mídia com a geração de um clima propício para a deliberação democrática, a inclusão social e a diversidade cultural. Entre as produções que se podem mencionar nesse sentido aparecem, entre outras, as recriações do Bogotazo: *La Saga*, *Negocio de familia*, *La historia de Tita*, *Amar y temer* etc.

Telenovela, memória regional e identidade nacional

Na década de 1990, a telenovela na Colômbia atinge um auge e uma ressonância notáveis, ao propiciar o encontro e o reconhecimento do regional e do nacional por meio da ficção televisiva, na qual se recriou praticamente toda a diversidade cultural do país. Com isso, a telenovela não apenas se posicionou como principal gênero recreativo da TV, ao ponto de estender sua influência em nível continental e mundial, transformando-se em produto obrigatório de exportação e promoção da nossa imagem no mundo, como também, como assinalam Martín Barbero e outros autores, produziu-se com isso uma dinamização dos processos socioculturais internos, acompanhada de pesquisa acadêmica, análise e debate sobre o significado do nacional e o papel da cultura na configuração do passado e do presente históricos. A televisão, por meio do formato da telenovela, propiciou uma espécie de redescobrimiento das particularidades locais e regionais, promovendo-as de forma amável e divertida, para todos e por todo o país, de modo que, segundo a ficção do momento, o ser nacional, a moda, o ambiente predominante no espírito coletivo derivavam, ancoravam-se na idiossincrasia do ser regional recriado.

A diversidade social e cultural do país surgiu com força inegável com a abertura política corporificada na Constituição de 1991, e alimentou a nova plataforma da pluriculturalidade colombiana como fundamento de suas origens, de seu ser e seu fazer contemporâneos. Foi como se o país inteiro despertasse de um sonho prolongado e se abrisse ao reconhecimento das diferenças constitutivas de suas comunidades ancestrais. Pela telinha desfilaram, com ar de perenidade sustentada, a magia do Caribe, formada, por sua vez, de múltiplas raízes étnicas e migrantes, em *Caballo viejo*, *Gallito Ramírez*, *Escalona* e outras produções semelhantes. Apareceram o vigor e a pujança produtivos das zonas de cultura cafeeira, entre elevadas montanhas e ladeiras reverdecidas com os cultivos do café e o raizame *paisa* (cultura rural de parte do noroeste da Colômbia) do tropeiro – *La casa de las dos palmas*, *Café con aroma de mujer*. O vale, a força das plantações de cana-de-açúcar, o aroma suave dos povos e caminhos onde se imortalizou *María* ressurgiram em *Azúcar*, *Cóndores no entierran todos los días*. O campo e a selva, os climas escaldantes e os rios descomunais, a doma do gado e os entardeceres intermináveis, com a harpa e a lua em um diálogo contínuo, foram imortalizados em *La Potra Zaina* e *La Vorágine*. O surgimento de uma pluralidade sociocultural como signo indiscutível dos novos tempos no país se impôs com profundas repercussões em todos os aspectos do acontecer nacional. A memória social, impregnada da diversidade cultural representada de forma eficaz pela ficção televisiva bem-sucedida, transformou-se em uma variedade de memórias, todas complementares em sua diferença social, sintetizando um amplo e vistoso espectro da identidade do colombiano, de uma colombianidade que, em sua riqueza pluriétnica e cultural, ainda tem que lutar pela consecução de uma paz real, permanente e duradoura. E, sem dúvida, um aspecto substancial de uma aspiração coletiva passa e passará pelo reconhecimento e a legitimação dessa diversidade, dessas diferentes expressões sociais, culturais e políticas das quais são feitas a colombianidade e as memórias sociais que a integram.

Passado recente e memória social, sentido da atual ficção televisiva

Um objetivo de primeira ordem para a atual produção de televisão e, especificamente, para o desenvolvimento de novas linhas de ficção televisiva está relacionado com o tratamento que for dado ao conflito social e político que marca e determina o desenvolvimento histórico e atual do país. Em atenção à função social dos meios de comunicação – como é o caso da televisão e seu papel central nos processos de socialização na vida contemporânea –, estes, através de suas mensagens, transformam-se em peças essenciais para a construção social da realidade, para a assimilação de representações sociais compartilhadas individual e coletivamente, para a elaboração da memória social que se inscreve como marco e condição da possibilidade de conviver, agir, sentir e participar como nação. Nesse sentido, é claro que nessa memória social devem coexistir as diversas memórias existentes, étnicas, de minorias sociais e culturais, *raizales* (cultura do arquipélago de San Andrés), diversas em razão de sexo, ofício ou credo, porque sem isso o projeto de nação como tal não será coformado como recurso adequado para a plena integração da colombianidade.

Referências

- RICOEUR, P. *La memoria, la historia y el olvido*. Buenos Aires: FCE, 2004.
- HALBWACHS, M. *Memoria colectiva*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2004.
- GUERRA G., F. *Las luchas por la memoria*. Bogotá: Universidad Distrital, 2009.
- JIMÉNEZ B. A. *Las luchas por la memoria*. Bogotá: Universidad Distrital, 2009.
- MARTIN SERRANO, M. *La mediación de los medios*. In: DE MORGAS, M. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985.

MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Norma, 2000.

MARTÍN- BARBERO, J.; MUÑOZ, S. *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.

5

EQUADOR: A FICÇÃO E O HUMOR VÃO PARA A INTERNET

Autores:

Alexandra Ayala Marín, César Herrera

Equipe:

Pamela Cruz Páez, José Luis Bedón,

Adriana Garrido, José Rivera

1. O contexto audiovisual do Equador

Em 2012, o número de usuários de internet aumentou em 20% com relação ao ano anterior, e hoje ultrapassa os 9 milhões de equatorianos, ou seja, 58% da população do país. Esse fato influenciou, sem dúvida, a criação de ficção, mas não para a televisão, senão para a internet. Com efeito, a primeira webnovela equatoriana, *Resak*¹, apareceu no ciberespaço ao mesmo tempo em que, também nesse âmbito, reforçava-se outra experiência ficcional de realização nacional, a Enchufe.tv, transformada em fenômeno de audiência, com um canal do YouTube no qual há vídeos com mais de 7 milhões de visitas.

O crescimento de usuários da rede poderia ser explicado pelas políticas públicas orientadas a isso, mas também pelo aumento de uma classe média que cresceu 35% entre 2003 e 2012 e dispõe de recursos para adquirir os novos dispositivos que incluem acesso à internet, principalmente smartphones e tablets, transformados em estímulo para o salto transmidiático da oferta de ficção, da televisão aberta aos suportes digitais, como evidencia a citada webnovela e, especialmente, a Enchufe.tv. A inclinação pelo consumo audiovisu-

¹ Seus produtores dizem que é a primeira da América Latina. Ver <https://www.facebook.com/Resaktv>, <http://www.quebakan.com/2012/08/30/noticias/fotos-resak-tv-la-primera-web-novela-producida-en-ecuador-el-itv-y-tc-mi-canal-siempre-a-la-vanguardia-de-la-evolucion.html>

al se confirma na TV por assinatura, que, segundo a Superintendência de Telecomunicações do Equador (Supertel), registrou mais de 500 mil assinantes em 2012.

1.1. A televisão aberta no país

O Equador continua contando com sete emissoras de TV aberta em VHF: as privadas Televisora Nacional Ecuavisa, Teleamazonas, Red Telesistema (RTS) e Canal Uno, e a emissora pública ECTV, assim como dois canais desapropriados², que são administrados pelo Estado equatoriano, TC Televisión e Gama TV. Algumas ações desses canais pertencem aos seus trabalhadores, mas sua programação não corresponde ao que caracteriza um meio de comunicação público.

Gráfico 1. Emissoras nacionais de televisão aberta

Emissoras privadas (4)	Emissoras públicas (1)	Emissoras desapropriadas (2)
Teleamazonas	Ecuador Tv (ECTV)	TC Televisión
Red Telesistema (RTS)		
Televisora Nacional (Ecuavisa)		Televisión del Pacífico (Gama TV)
Canal Uno		
Total 7		

Fonte: Supertel. Elaboração: Obitel Equador

1.2. Tendências da audiência em 2012

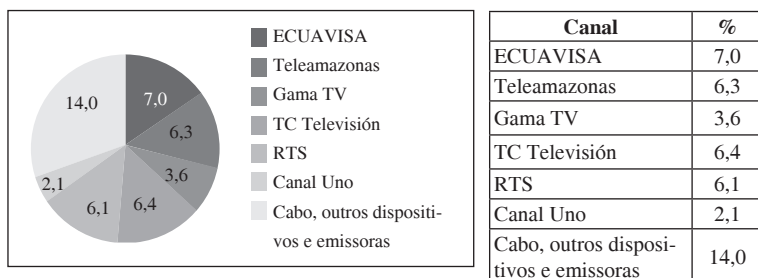
Este ano, o consumo de oferta televisiva de ficção representou 49,3%. A telenovela colombiana *El capo 2* superou *El combo amarillo*, que se impõe com força como *sitcom* nacional, enquanto a TC Televisión se posiciona como líder de audiência em ficção, com sete produções nos dez primeiros lugares. O *reality show* da Teleamazonas *Pequeños gigantes* ocupa o terceiro lugar na lista geral de preferências, depois do futebol, mas as séries de humor continuam sendo o prato principal da produção televisiva equatoriana.

² Essa classificação é exclusiva do Equador, e corresponde àqueles canais de televisão (Gama TV e TC Televisión) que, como se explicou nos Anuários Obitel 2011 e 2012, foram desapropriados pelo Estado, em 2008, de seus antigos proprietários. Estéfano e Henry Isafas Dassum, como ex-acionistas do Filanbanco, não quitaram as dívidas que mantêm com o Estado depois da crise financeira de 1999, conhecida como “feriado bancário”, que concluiu com o fechamento de várias entidades bancárias.

Entre as *sitcoms*, apenas duas estão entre as dez mais assistidas: *El combo amarillo* (3ª e 2ª temporadas), da Ecuavisa, ocupa o segundo e o terceiro lugares, respectivamente, e elimina da lista *La pareja feliz* (Teleamazonas), enquanto desloca para o último lugar *Mi recinto* (13ª temporada). A Canal Uno estreou a segunda temporada de *Los compadritos*, a Teleamazonas, *Aída*, com roteiro espanhol adaptado, e a TC, sua *sitcom* semanal *Los Tostadams*. A Gama TV continuou com os esquetes semanais de *Puro teatro* e exibiu em horário nobre a telenovela *Escobar, el patrón del mal* (Caracol TV), sobre a biografia de um dos mais influentes narcotraficantes colombianos, competindo com a TC, que apresentou *El capo 2*.

A Ecuavisa continua sendo o canal mais sintonizado e melhorou sua posição entre os dez primeiros de ficção ao obter a segunda e a terceira posições para *El combo amarillo*, e a sétima para a telenovela brasileira *Fina estampa*, ao mesmo tempo em que confirmou sua importância no gênero informativo e teve espaços políticos que atingiram elevada audiência em função da conjuntura eleitoral do país.³ A TC Televisión também situou seu informativo, que privilegiava a crônica policial violenta, entre os dez primeiros.

Gráfico 2. Audiência individual de TV por emissora



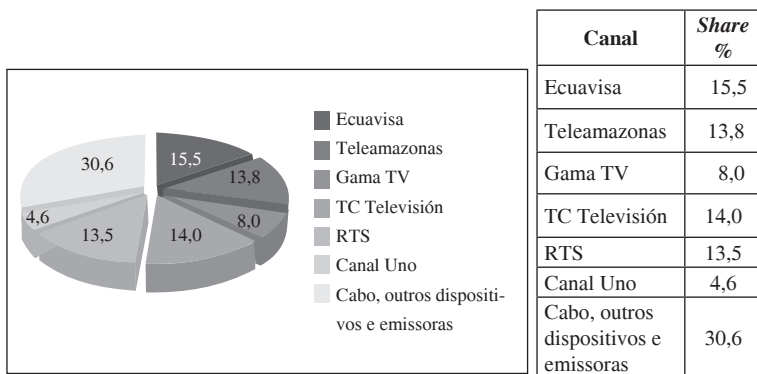
Fonte: Ibope Media. Elaboração: Obitel Equador

³ No último trimestre de 2012, o Equador viveu a campanha eleitoral para a renovação de autoridades nacionais e parlamentares na eleição ocorrida em 17 de fevereiro de 2013. Por esse motivo, os gastos de propaganda governamental aumentaram. Em uma nota do jornal *Hoy* (novembro de 2011), o parlamentar Rafael Dávila (do Movimiento Concien-cia Ciudadana) garantiu que o governo projetou US\$ 295,3 milhões em gastos de publicidade e propaganda no Orçamento Geral do Estado para 2012.

Em 28 de agosto de 2012, estreou a primeira webnovela equatoriana, *Resak*, produção do ITV (Instituto Superior de Estudios de Televisión) e da TC. A proposta abrange 40 capítulos de poucos minutos de duração⁴ e apostou em um público de entre 14 e 22 anos de idade, tentando ser uma oferta nova na tela à qual os jovens dedicam mais horas. Também foi difundida em espaços no Facebook e no Twitter.

Contudo, a estreia no cenário internético ocorreu em dezembro de 2011, com a transmissão de curtas ficcionais produzidos pelo coletivo equatoriano Enchufe.tv, cujos esquetes se transformaram nos mais vistos do país. Os curtas parodiam, com irreverência e sarcasmo, diversas temáticas cotidianas que o cineasta Camilo Luzuriaga (Chasqui, 2012, p. 53) aponta como um fenômeno de antropofagia cultural.

Gráfico 3. Share individual de TV por emissora em 2012



Fonte: Ibope Media. Elaboração: Obitel Equador.

⁴ Os escassos minutos (de 8 a 12) dedicados a cada capítulo da webnovela *Resak.tv* estariam relacionados, assim como outras produções, ao fato de que a internet no Equador “ainda não é suficientemente veloz para permitir postar vídeos de longa duração”. Detalhes em: http://www.elcomercio.com/entretenimiento/television-crea-programas-Web-jovenes_0_775722609.html, acessado em 16 de abril de 2013.

Gráfico 4. Gêneros de programas oferecidos pela TV

Gêneros transmitidos	Horas de exibição	%
Informação	19.840:40	19,5
Ficção	44.936:05	44,7
Entretenimento	12.528:25	12,3
Religioso	2.041:30	2,0
Esportes	6.042:10	6,0
Educativo	3.010:15	2,9
Político	889:05	0,8
Outros	10.821:25	10,7
Total	100.108:35	98,95

Fonte: Ibope Media. Elaboração: Obitel Equador.

1.3. Investimentos publicitários do ano: na TV e na ficção

Segundo estimativas da Infomedia, empresa de estatísticas publicitárias, a televisão captou 60% do investimento em publicidade de 2012, a imprensa escrita, 23,0%, e o rádio, apenas 5,0% de um total estimado em US\$ 213 milhões. Destes, 13,2%, segundo montante mais alto de gastos, foram usados para promover serviços públicos e sociais; no maior nível de investimento por categorias aparecem as instituições públicas, com 11% e, com o gasto mais elevado por anunciantes, o governo nacional, com 7,2%, porcentagem superior à registrada em 2011 (6,9%)⁵.

O Grupo de Conteúdos do Comitê Interinstitucional Técnico para a Introdução da Televisão Digital Terrestre no Equador (CI-TDT), ao estudar os investimentos publicitários entre 2007 e 2011, concluiu que as telenovelas captaram, em média, 33% dos recursos, o que se explicaria por que o gênero ficção apresenta a maior porcentagem de horas de exibição (Gráfico 4); 20% foi para o gênero informativo, seguido por programas esportivos (não se determina a

⁵ É importante considerar que, em 2012, ano de eleições, o principal investidor em publicidade e propaganda foi o governo, junto com outras instâncias do Estado. No primeiro trimestre, o governo gastou US\$ 12 milhões em publicidade, segundo relatório da ONG de monitoramento Participación Ciudadana (PC) http://www.participacionciudadana.org/pc10/index.php?searchword=monitoreo+de+gastos&ordering=&searchphrase=all&Itemid=1&option=com_search.

cifra)⁶, séries, longas-metragens e concursos. Os programas de humor receberam apenas 4%⁷.

As ficções nacionais não contaram com estratégias de *merchandising* por meio de produtos ou serviços que os divulguem, além das técnicas tradicionais⁸.

1.4. Políticas de comunicação

Em 2012, a quarta versão da Lei de Comunicação deixou de ser aprovada devido a discrepâncias entre diversos atores políticos e à persistente polarização entre setores midiáticos e o titular do Executivo. A principal política pública, ainda com pouca difusão, é a conversão para a televisão digital terrestre (TDT). Em outubro de 2012, foi aprovado o Plano de Transição para a Televisão Digital Terrestre no Equador⁹, e foi estabelecido o já citado CITDT¹⁰. O Ciespal dá apoio a esse processo a partir do Comitê Consultivo de Investigação, Desenvolvimento e Inovação, e impulsiona a capacitação para a realização de projetos audiovisuais para a TDT, antes do apagão analógico previsto para 2016.

Um aspecto da passagem da televisão analógica para a digital, segundo o CITDT, é a produção de conteúdos audiovisuais. Para isso, conta com o Grupo de Conteúdos, que, mediante amostragem realizada em março de 2012, considerou que a programação das operadoras de TV com cobertura nacional privilegia as produções

⁶ O governo, bem como importantes empresas nacionais, costuma fazer publicidade durante a transmissão televisiva das partidas de futebol: em 2012, o governo investiu importantes somas na transmissão da Copa Libertadores da América e da Copa Sul-Americana.
⁷ Ver Gráfico 1, *Inversión en publicidad año 2011*, no INFORME CITDT-GAC-2012-001, Estado actual de la producción de contenidos en Ecuador, 19 de abril de 2012.

⁸ Destaca-se, contudo, que os protagonistas da *sitcom La pareja feliz*, da Teleamazonas, participam, como pessoas ou no papel de outros personagens criados por eles, da publicidade comercial de uma rede de lojas de eletrodomésticos transmitida por quase todos os canais de sinal aberto.

⁹ RESOLUÇÃO RTV-681-24-CONATEL 2012, do Conselho Nacional de Telecomunicações. http://www.conatel.gob.ec/site_conatel/index.php?view=category&id=619%3Ar-esoluciones-2012&option=com_content&Itemid=610

¹⁰ O CITDT é a instância técnica de coordenação de todo o processo de implementação da TDT no Equador até o apagão analógico, marcado para 2016.

estrangeiras, e a tendência começa a ser ratificada pela televisão regional¹¹. No processo de adoção da TDT, o canal público ECTV e o privado regional Oromar (província de Manabí) foram os primeiros a operar com tecnologia digital em 2012.

1.5. TV pública

O único canal público, a ECTV, completou cinco anos no ar em 2012. Este ano, a adoção da norma ISDB-T¹² para a transmissão de televisão digital possibilitou que o canal se transformasse no primeiro do país a transmitir sinais experimentais de alta definição (HD) na capital. Nesse sentido, cabe destacar o processo de transição impulsionado pelo governo por meio da formação do mencionado CITDT; contudo, tanto a informação oficial quanto a dos meios de comunicação com relação ao chamado apagão analógico esteve orientada ao plano técnico do lançamento do serviço, mais do que a informar aos cidadãos sobre as implicações dessa mudança.

A programação ficcional do canal público foi composta por três séries dos Estados Unidos e do Canadá, assim como duas telenovelas de procedência coreana e japonesa¹³. Com relação à produção nacional, a ECTV contou com 23 programas em diferentes formatos, que a transformaram no canal com maior programação equatoriana. Neste sentido, a emissora fez uma licitação para produzir audiovisuais de ficção e documentários no marco da Conferência Mundial INPUT 2012 “Rumo a uma televisão inteligente”¹⁴.

¹¹ A programação de canais regionais é direcionada principalmente a notícias, musicais, esportes e variedades, mas o canal Manavisión (província de Manabí, região Costa) negociou a primeira transmissão de uma telenovela colombiana; em 2011, outro canal regional transmitiu um programa desse país (Anuário Orbitel 2012). O Grupo de Conteúdos do CITDT destaca que essa província apresenta um auge de produções audiovisuais, inclusive longas-metragens ficcionais, que não entram na mídia nem nos circuitos convencionais de exibição e comercialização. INFORME CITDT-GAC-2012.

¹² ISDB (*Integrated Services Digital Broadcasting*), ou Radiodifusión Digital de Servicios Integrados, é um conjunto de normas criado pelo Japão para as transmissões de rádio digital e televisão digital.

¹³ Lamentavelmente, o Ibope não inclui a ECTV entre suas clientes para medição de audiência.

¹⁴ O *International Public Television* (Input) reúne as melhores produções audiovisuais do

A TC e a Gama TV, canais administrados pelo Estado, mas não inseridos no conceito de televisão pública, não apresentaram mudanças na tendência de sua programação, com exceção do caso da Educa TV¹⁵; ambos os canais enfatizam as telenovelas, principalmente venezuelanas e colombianas (TC), e mexicanas (Gama TV).

Reitera-se que a TC concentra sete das dez ficções mais assistidas deste ano, e continua produzindo e transmitindo *Mi Recinto*, série de costumes que já está em sua 12ª temporada com alto nível de audiência para ficção nacional, e é a pioneira das webnovelas (*Resak*). A Gama TV também produziu a segunda temporada de *Puro teatro* – esquetes de ficção transmitidos os sábados, às 22h.

1.6. TV por assinatura

Segundo o Instituto Nacional de Estatísticas e Censos (Inec), 1.906.670 equatorianos tiveram acesso à TV paga¹⁶ em 2012. O serviço foi prestado por 265 empresas para todo o país. Essa proliferação empresarial fez com que a Supertel promulgasse uma resolução destinada a eliminar as chamadas empresas piratas¹⁷, fazendo com que as grandes companhias de TV paga implementassem estratégias para captar o público deixado pelo serviço ilegal. Do total de empresas, 20% do mercado estiveram dominados pela DirectTV¹⁸ (Ecuadorinmediato.com, 2013).

mundo e está presente no Equador desde 2008.

¹⁵ Educa TV é produzido pelo Ministério da Educação e transmitido por 12 canais nacionais. Faz parte, também, do portal da Red NCI, entidade de cooperação ibero-americana no campo da educação, da ciência e da cultura, que facilita a difusão dos canais nacionais com propósitos educativos. Ver <http://www.nci.tv/index.phphttp://educacion.gob.ec/educa-television-para-aprender-iniciara-en-octubre/>

¹⁶ A quantidade de assinantes da TV paga durante o ano anterior foi de 453.969, dos quais 10,5% usaram televisão terrestre, 20%, televisão codificada por satélite, enquanto 69,5% fizeram uso da televisão a cabo (Ecuadorinmediato.com, 2013).

¹⁷ A denominação de piratas corresponde a empresas cujo funcionamento não é legal e que não pagam os impostos correspondentes. O uso desse serviço foi penalizado no Artigo 325 da Lei de Propriedade Intelectual, com penas de prisão de um mês a um ano, e sanções econômicas entre 657 e 6.570 dólares (Ecuadorinmediato.com).

¹⁸ Empresa de televisão por satélite, faz parte da multinacional The DirectTV Group Inc. (DirecTV.com.ec).

Este ano, destacou-se a oferta pública da TV paga, que, por meio do contrato realizado pela Corporação Nacional de Telecomunicações (CNT), no final de 2011, operou na modalidade de televisão codificada por satélite (CNT TV, 2013). A oferta inclui canais de televisão nacional e internacional a preços mais baixos do que os oferecidos pelas empresas privadas e com cobertura para todo o território continental equatoriano.

1.7. Tendências das TICs

Em dezembro de 2012, os usuários de internet no país somavam 9.011.105 (Supertel, 2013); o número de domicílios com acesso sem fio passou de 8,4%, em 2011, para 20%, em 2012, enquanto a conexão por cabo diminuía em termos de usuários por domicílio (de 46,8% para 24,5%), segundo o Inec (2012). Nessa perspectiva, o Mintel situou o país como sendo o de “maior crescimento na usabilidade da Internet entre 2005 e 2012”, e destacou o aumento de 10% na penetração da banda larga durante o ano. Isso é consequência da aplicação do Programa de Acesso Universal às TICs e do Plano Nacional de Banda Larga, do Mintel, cujo objetivo é chegar a 75% da população até 2017.

Segundo o Instituto Nacional de Estatísticas e Censos (Inec, 2012), ver televisão é a segunda atividade à qual os equatorianos mais tempo dedicam, com 12,75 horas semanais. Não obstante, a instalação de televisão em cores em domicílios durante 2012 diminuiu com relação a 2011, o que sugere uma tendência à mudança, em favor da internet¹⁹, presente em 73,6% dos domicílios²⁰. Segundo o próprio Inec, 36% da população que tem acesso à rede a utiliza para obter informações, 28,2%, para comunicação em geral, 27,5%, para educação e aprendizagem, 4,4%, por outras razões, e apenas

¹⁹ A esse respeito, destaca-se a produção do Instituto Superior de Estudios de Televisión (ITV), de Guayaquil, na primeira webnovela equatoriana, que estreou em agosto de 2012 no canal TC Televisión.

²⁰ Segundo Richard Cruz, da empresa de marketing In Touch, o aumento no uso da internet no Equador fez com que 31% dos equatorianos assistissem menos televisão (Doc-Tecno.com).

3,8% acessam a rede por trabalho. Sendo assim, os usuários das redes sociais situaram o país em 37º lugar no mundo em uso do Facebook, com mais de 4 milhões de pessoas (ElDiario.ec, 2012), mais de 700 mil no Twitter e 284 mil no Google+ (DoctorTecno.com).

A pesquisa nacional sobre as TICs (Inec, 2012) mostrou que 6,8 milhões de equatorianos contaram com, pelo menos, um telefone celular ativado no ano, ou seja, um aumento de 10% sobre 2011. O uso de smartphones cresceu para 839.795 pessoas, o que significa 60% em um ano; dessas pessoas, 641.914 os utilizam para acessar as redes sociais, mas também para rever conteúdos de caráter audiovisual.

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

Durante o ano de 2012, 106 produções de ficção foram exibidas em seis dos sete canais de sinal aberto em VHF, incluindo quatro séries nacionais, sete internacionais, uma telenovela nacional e 44 importadas, as quais foram reprises; houve a estreia de sete *sitcoms* nacionais, uma série nacional e cinco internacionais, além de 40 telenovelas estrangeiras.

Ao comparar as produções inéditas do ano anterior com as de 2011, a ficção apresenta um título a menos. Nas nacionais, continuaram as séries de humor: *La pareja feliz*, *Mi recinto*, *El combo amarillo* e *Los compadritos*, com novas temporadas; apareceram *Aída*, *Míster Juramento* e *Los Tostadams*, mas *La tremebunda corte* saiu do ar.

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

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 8 TC Televisión – 3 títulos nacionais 1. <i>Mi recinto</i> – 12ª temporada (<i>sitcom</i>) 2. <i>Míster Juramento</i> (série) 3. <i>Los Tostadams</i> (<i>sitcom</i>) Teleamazonas – 2 títulos nacionais 4. <i>La pareja feliz</i> – 3ª temporada (<i>sitcom</i>) 5. <i>Aída</i> (<i>sitcom</i>) Canal Uno – 1 título nacional 6. <i>Los compadritos</i> – 2ª temporada (<i>sitcom</i>) Ecuavisa – 2 títulos nacionais (duas temporadas) 7. <i>El combo amarillo</i> – 2ª temporada (<i>sitcom</i>) 8. <i>El combo amarillo 3D</i> – 3ª temporada (<i>sitcom</i>) TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS – 45 TC Televisión – 17 títulos importados 1. <i>La viuda joven</i> (telenovela – Venezuela) 2. <i>El Joe, la leyenda</i> (telenovela – Colômbia) 3. <i>Natalia del mar</i> (telenovela – Venezuela) 4. <i>Retrato de una mujer</i> (telenovela – Colômbia) 5. <i>Corazón apasionado</i> (telenovela – Venezuela, EUA) 6. <i>El man es Germán</i> – segunda temporada (telenovela – Colômbia) 7. <i>El árbol de Gabriel</i> (telenovela – Venezuela) 8. <i>A mano limpia</i> (telenovela – Colômbia) 9. <i>¿Vieja yo?</i> (telenovela – Venezuela) 10. <i>El capo 2</i> (telenovela – Colômbia) 11. <i>Tres milagros</i> (telenovela – Colômbia) 12. <i>La Mariposa</i> (telenovela – Colômbia) 13. <i>La promesa</i> (telenovela – Colômbia) 14. <i>Dónde carajos está Umaña</i> (telenovela – Colômbia) 15. <i>La traicionera</i> (telenovela – Colômbia) 16. <i>Historias clasificadas</i> (série – Colômbia) 17. <i>Las profesionales a su servicio</i> (série – Colômbia)	TÍTULOS DE REPRISES – 52 Gama TV 1. <i>La rosa de Guadalupe</i> – 1ª temporada (série – México) 2. <i>Marimar</i> (telenovela – México) 3. <i>Tu voz estéreo</i> – 4ª temporada (série – Colômbia) 4. <i>Un gancho al corazón</i> (telenovela – México) 5. <i>Mañana es para siempre</i> (telenovela – México) 6. <i>La Lola</i> (telenovela – Peru) 7. <i>María Belén</i> (telenovela – México) 8. <i>Un cuento de navidad en Ecuador</i> (série – Equador) 9. <i>Escalona</i> (telenovela – Colômbia) 10. <i>Rosa salvaje</i> (telenovela – México) 11. <i>Soy tu dueña</i> (telenovela – México) 12. <i>La ex</i> (telenovela – Colômbia) 13. <i>María Mercedes</i> (telenovela – México) 14. <i>María la del barrio</i> (telenovela – México) 15. <i>Mundo de fieras</i> (telenovela – México) 16. <i>Mujeres al límite</i> (série – Colômbia) 17. <i>Teresa</i> (telenovela – México) 18. <i>Tu voz estéreo II</i> (série – Colômbia) Teleamazonas 19. <i>Rosario tijeras</i> (telenovela – Colômbia) 20. <i>Oye bonita</i> (telenovela – Colômbia) RTS 21. <i>A cada quien su santo</i> (série – México) 22. <i>Lo que llamamos las mujeres</i> (série – México) TC Televisión 23. <i>Mi recinto</i> – 3ª temporada (série – Equador) 24. <i>Alma indomable</i> (telenovela – Venezuela) 25. <i>La mujer de mi vida</i> (telenovela – Venezuela, EUA) 26. <i>La dama de rosa</i> (telenovela – Venezuela) 27. <i>Valeria</i> (telenovela – Venezuela, EUA) 28. <i>Me enamoré de una pelucona</i> (série – Equador) 29. <i>Fanatikka</i> (telenovela – Equador) 30. <i>A mano limpia</i> (telenovela – Colômbia)
---	---

Teleamazonas – 4 títulos importados 18. <i>Flor salvaje</i> (telenovela – Venezuela, Colômbia, EUA) 19. <i>Por ella, soy Eva</i> (telenovela – México) 20. <i>La teniente</i> (telenovela – México) 21. <i>Amar y temer</i> (telenovela – Colômbia) Ecuavisa – 11 títulos importados 22. <i>Rebelde</i> (telenovela – México) 23. <i>La casa de al lado</i> (telenovela – EUA) 24. <i>Cuchicheos</i> (telenovela – Brasil) 25. <i>Fina estampa</i> (telenovela – Brasil) 26. <i>Relaciones peligrosas</i> (telenovela – EUA) 27. <i>El rostro de la venganza</i> (telenovela – EUA) 28. <i>El astro</i> (telenovela – Brasil) 29. <i>Una maid en Manhattan</i> (telenovela – EUA) 30. <i>Maysa</i> (série – Brasil) 31. <i>Los victorinos*</i> (telenovela – EUA) Gama TV – 13 títulos importados 32. <i>La fuerza del destino</i> (telenovela – México) 33. <i>La que no podía amar</i> (telenovela – México) 34. <i>Dos hogares</i> (telenovela – México) 35. <i>Los canarios</i> (telenovela – Colômbia) 36. <i>Mariana y Scarlett</i> (telenovela – Colômbia) 37. <i>Tu voz estéreo</i> (série – Colômbia) 38. <i>Esperanza del corazón</i> (telenovela – México) 39. <i>Escobar, el patrón del mal</i> (telenovela – Colômbia) 40. <i>Abismo de pasión</i> (telenovela – México) 41. <i>Amor bravío</i> (telenovela – México, Chile) 42. <i>Primera dama*</i> (telenovela – Chile) 43. <i>Como dice el dicho*</i> (série – México) 44. <i>Un refugio para el amor</i> (telenovela – México) RTS – 1 título importado 45. <i>Secretos del alma</i> (telenovela – México)	31. <i>Doña Bella</i> (telenovela – Colômbia, EUA) 32. <i>Kassandra</i> (telenovela – Venezuela) 33. <i>Rebeca</i> (telenovela – Venezuela) 34. <i>La traicionera</i> (telenovela – Colômbia) 35. <i>Natalia del mar</i> (telenovela – Venezuela) 36. <i>El secretario</i> (telenovela – Colômbia) 37. <i>Historias clasificadas</i> (série – Colômbia) 38. <i>Válgame Dios</i> (telenovela – Venezuela) 39. <i>Las santísimas</i> (telenovela – Colômbia) 40. <i>El talismán</i> (telenovela – Venezuela) 41. <i>Sacrificio de mujer</i> (telenovela – Venezuela) 42. <i>Corazones blindados</i> (telenovela – Colômbia) 43. <i>La intrusa</i> (telenovela – Venezuela) 44. <i>Entre tú y yo</i> (telenovela – Venezuela) 45. <i>Mi ex me tiene ganas</i> (telenovela – Venezuela) Canal Uno 46. <i>Estrambótica Anastasia</i> (telenovela – Venezuela) 47. <i>Trapos íntimos</i> (telenovela – Venezuela) 48. <i>Los compadritos</i> (série – Equador) 49. <i>Juana la virgen</i> (telenovela – Venezuela) 50. <i>Padre coraje</i> (telenovela – Argentina) Ecuavisa 51. <i>Sin senos no hay paraíso</i> (telenovela – Colômbia, México, EUA) 52. <i>Oye bonita</i> (telenovela – Colômbia) Total de gêneros exibidos: 105
--	--

* Casos especiais: produções anteriores a 2012, mas estreadas durante o ano anterior.

Fonte: Ibope Media. Elaboração: Obitel Equador.

No que tange a retransmissões, a TC Televisión levou a dianteira, com 23 reprises. A Canal Uno inaugurou o espaço *Mujeres al control*, por meio do qual difundiu telenovelas produzidas em 1988, 2003 e 2004. Em ficção inédita, também a TC teve mais produções de estreia: três séries nacionais e 17 telenovelas importadas. No outro extremo esteve a RTS, com apenas uma telenovela inédita. A Teleamazonas reduziu a ficção de estreia em sua programação: três títulos a menos do que em 2011, mas adaptou *Aída*, uma série espanhola.

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

País	Títulos	%	Capítulos/ episódios	%	Horas	%
NACIONAL	8	15,0	358	13,9	234:00	8,0
IBERO-AMERICANA	45	85,0	2.206	86,1	2.686:45	92,0
Argentina	0	0	0	0	0	0
Brasil	4	7,5	219	8,6	237:00	8,1
Chile	2	3,8	110	4,2	112:55	3,9
Colômbia	17	32,1	1.124	43,9	1.083:10	37,0
EQUADOR	8	15,0	348	13,6	234:00	8,0
Espanha	0	0	0	0	0	0
EUA (produção hispânica)	7	13,2	264	10,2	266:05	9,2
México	11	20,9	389	15,2	883:50	30,2
Peru	0	0	0	0	0	0
Portugal	0	0	0	0	0	0
Uruguai	0	0	0	0	0	0
Venezuela	4	7,5	110	4,2	103:00	3,6
Latino-americana (âmbito Obitel)	40	72,7	1.917	74,8	1.962:45	67,2
Latino-americana (âmbito não Obitel)	0	0	0	0	0	0
Outras produções e coproduções de outros países latino-americanos	0	0	0	0	0	0
Total	53	100,0	2.564	100,0	2.920:45	100,0

Fonte: Ibope Media. Elaboração: Obitel Equador.

Em termos de tempo de transmissão, como registra a Tabela 2, a ficção nacional de estreia somou 234 horas, ou seja, teve um au-

mento de mais de 40 horas sobre 2011. Em relação ao total de horas da ficção inédita, as oito séries representam 8%.

Em 92% do total de horas de ficção importada, foram contabilizadas 2.686 horas e 45 minutos de exibição de produções ibero-americanas. O total de 2.920:45 inclui a publicidade, que das 6h às 21h deve ser apta para todos os públicos.

Embora não haja normativa que aponte a porcentagem de publicidade por programa de televisão, o já citado CITDT (2012, p. 9) estabeleceu que as telenovelas concentram 33% do investimento publicitário diante de outros gêneros e formatos, como noticiários, humorísticos, variedades, esportivos, revistas informativas, séries infantis, longas-metragens e concursos.

Em termos de origem, a Colômbia ocupou o primeiro lugar, com 17 produções (1.083:10) exibidas por TC (13), Gama TV (4) e Teleamazonas (1). A seguir, vieram México, com 11 produções (883:50) transmitidas por Gama TV (8), Teleamazonas (2), Ecuavisa e RTS, uma produção em cada uma; Brasil, com 4 (237:00), pela Ecuavisa; Venezuela, quatro (103:00) exibidas pela TC; Estados Unidos, em coprodução com Venezuela e Colômbia, quatro (152:40), por Teleamazonas e TC; EUA em espanhol, com três (161:00), por TC e Ecuavisa.

O horário nobre (19:00-22:59) voltou a superar as outras faixas horárias em termos de horas exibidas (2.450:45') e de capítulos (2.043). Nesse horário foi transmitida toda a ficção nacional de humor, a qual ocupou três lugares entre os dez primeiros. Nas manhãs, faixa com menor concentração de capítulos e horas, foram transmitidas duas telenovelas (*¿Vieja yo?* e *Secretos del alma*), com 55 capítulos e 48:10' de transmissão. No horário noturno, houve quatro produções (*Los Victorinos*, *Maysa*, *Las profesionales a su servicio* e *Tu voz estéreo*), com 299 capítulos e 313:10' de transmissão. Nas séries nacionais, a média de duração do capítulo foi de 40 minutos; nas telenovelas importadas, de 61 minutos.

Como em 2011, este ano não houve diversidade de formatos na produção nacional de ficção, pois TC Televisión, Teleamazonas, Ecuavisa e Canal Uno limitaram-se às séries. A produção internacional apresentou 43 títulos de telenovelas e quatro de séries.

Embora a telenovela tenha reafirmado sua supremacia, o Equador se afastou dessas produções de ficção, ao contrário de países próximos²¹. Em 2011, foram exibidas 49 telenovelas importadas, diante de apenas uma série importada, três séries nacionais e uma ficção nacional de humor. Nenhuma das produções equatorianas teve circulação internacional.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional por faixa horária

Formatos	Ma-nhã	%	Tar-de	%	Horário nobre	%	No-turno	%	To-tal	%
Telenovela	2	100	11	100	29	100	1	100	41	77,3
Série	0	0	1	0	8	100	3	100	12	22,7
Minissérie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unitário	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Outros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	2	100	12	100	37	100	4	–	53	100

Fonte: Ibope Media. Elaboração: Obitel Equador.

²¹ De acordo com os dados do Anuário Obitel 2012, a Colômbia produziu dez telenovelas, enquanto a Venezuela realizou seis.

No que diz respeito à época da ficção, o presente concentra 87,2% das produções. A ambientação no passado acontece nas telenovelas colombianas *Amar y temer*, *Escobar*, *el patrón del mal* e *El Joe, la leyenda*. Também na série brasileira *Maysa* e nas produções nacionais *Míster Juramento* e *Los Tostadams*. Por sua vez, *La Pola*, da Colômbia, é uma série histórica.

Tabela 6. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	46	86,8
De época	6	11,3
Histórica	1	1,9
Outra	0	0,0
TOTAL	53	100,0

Fonte: Ibope Media. Elaboração: Obitel Equador.

As produções colombianas, e a RCN como produtora, continuam liderando entre as dez primeiras posições, com seis das dez telenovelas mais assistidas no Equador. As produções nacionais ocuparam três posições e subiram com relação a 2011: na segunda e na terceira posições está *El combo amarillo* (Ecuavisa), que tirou da lista *La pareja feliz* (Teleamazonas) e levou *Mi recinto* (TC) ao último lugar.

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

Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	Canal	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Rating	Share
1 <i>El capo 2</i>	Colômbia	RCN	TC	Gustavo Bolívar	13,7	21,5
2 <i>El combo amarillo 3D</i> (3ª temporada)	Equador	Ecuavisa	Ecuavisa	Christian Cortés, Miguel Calero, Cecil Estacio	13	22,2

3	<i>El combo amarillo</i> (2ª temporada)	Equador	Ecuavisa	Ecuavisa	Christian Cortés, Miguel Calero, Cecil Estacio	12,9	21,3
4	<i>El Joe, la leyenda</i>	Colômbia	RCN	TC	Andrés Salgado e Natalia Ospina	12,2	17,4
5	<i>Corazón apasionado</i>	Venezuela-EUA	Venevisión Internacional	TC	Alberto Gómez	11,9	17,3
6	<i>Tres milagros</i>	Colômbia	Teleset / RCN	TC	Carlos Duplat Luz Mariela Santofimio	11,7	16,2
7	<i>Fina estampa</i>	Brasil	O Globo	Ecuavisa	Aguinaldo Silva	11,3	16,9
8	<i>La mariposa</i>	Colômbia	Fox Telecolombia / RCN	TC	Augusto Ramírez	10,9	15,8
9	<i>El man es Germán</i>	Colômbia	RCN	TC	Juan Manuel Cáceres Niño, Héctor Alejandro Moncada	10,9	15,5
10	<i>Mi recinto</i> (13ª temporada)	Equador	TC	TC	Fernando Villarroel	10,6	16,9
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros: 7			
100%				70 %			

Fonte: Ibope Media. Elaboração: Obitel Equador.

O formato *sitcom* nas produções nacionais e o de telenovela nas internacionais têm supremacia entre os dez títulos mais assistidos. As dez produções foram difundidas no horário de maior audiência, de 19:00 a 22:59.

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

	Título	Formato	Gênero	Nº de Cap./Ep. (em 2012)	Data da primeira e última transmissão (2012)	Faixa horária
1	<i>El capo 2</i>	Telenovela	Drama	34	07/08 a 31/12 (cont.)	Horário nobre
2	<i>El combo amarillo</i> (3ª temporada)	Série	Comédia	87	01/09 a 31/12 (cont.).	Horário nobre

3	<i>El combo amarillo</i> (2ª temporada)	Série	Comédia	76	02/01 a 31/08	Horário nobre
4	<i>El Joe, la leyenda</i>	Telenovela	Drama	6	01/01 a 09/01	Horário nobre
5	<i>Corazón apasionado</i>	Telenovela	Drama romântico	114	09/01 a 25/06	Horário nobre
6	<i>Tres milagros</i>	Telenovela	Drama	54	06/02 a 05/06	Horário nobre
7	<i>Fina estampa</i>	Telenovela	Drama	63	1/10 a 31/12 (cont.)	Horário nobre
8	<i>La mariposa</i>	Telenovela	Drama	59	23/04 a 16/07	Horário nobre
9	<i>El man es Germán</i> (2ª temporada)	Telenovela	Drama	38	01/01 a 24/02	Horário nobre
10	<i>Mi recinto</i> (13ª temporada)	Série	Comédia	37	22/04 a 31/12	Horário nobre (domingos)

Fonte: Ibope Média. Elaboração: Obitel Equador.

Em termos de temáticas predominantes, o amor, a amizade, os desenganos, as intrigas e o ódio estão presentes em cinco das sete produções importadas mais assistidas. São temas transversais a classes sociais, grupos etários ou étnicos. Mas os públicos também se deixam conquistar pelas situações risíveis que apresentam as *sitcoms* nacionais situadas nos dez primeiros lugares.

Diferentemente de 2011, quando a violência, a falta de comunicação familiar e o machismo foram as temáticas sociais predominantes, as que captaram a atenção em 2012 foram o narcotráfico e sua influência na vida política de um país. Essa problemática social foi abordada nas produções colombianas *El capo* e *La mariposa*. Já *El Joe, la leyenda* apresentou um redirecionamento: biografia que faz pensar nas questões da fama e do poder econômico das gravadoras.

Tabela 9. Temáticas nos dez títulos mais vistos

Títulos		Temáticas dominantes	Temáticas sociais
1	<i>El capo 2</i>	A vida de um narcotraficante, perseguição policial, relações pessoais e afetivas, violência.	Narcotráfico e seus efeitos, influência na vida política da Colômbia, violência social.
2	<i>El combo amarillo 3D</i> (3ª temporada)	Situações e histórias risíveis do cotidiano e do trabalho na cidade, convivência entre jovens, relações entre amigos.	Relações de trabalho, formas de vida em setores populares, diferenças regionais e de linguagem.
3	<i>El combo amarillo</i> (2ª temporada)	Situações e histórias risíveis do cotidiano e do trabalho na cidade, convivência entre jovens, relações entre amigos.	Relações de trabalho, formas de vida em setores populares, diferenças.
4	<i>El Joe, la leyenda</i>	Biografia de cantor famoso, êxito da salsa como gênero musical, amores, desenganos, rivalidades.	Competição por abrir caminho na música, questões do sucesso e da fama, poder econômico de gravadoras, diferenças sociais.
5	<i>Corazón apasionado</i>	Desenganos amorosos, rivalidades por amores, diferenças de classes sociais.	Vida rural, relações familiares, influência de uma educação rígida na psique.
6	<i>Tres milagros</i>	Amores e ódios, superstições, intrigas, paixão.	Representação de classes sociais e seus conflitos, importância da família.
7	<i>Fina estampa</i>	Vida cotidiana, amores, ódios, relações familiares e de trabalho, diferenças entre mulheres.	Mobilidade e ascensão social, ruptura de estereótipos profissionais por gênero, luta por sobrevivência, ética de vida.
8	<i>La mariposa</i>	Amor inesperado, paixão, dinheiro, poder, perseguição policial.	Narcotráfico e lavagem de dinheiro, internacionalização do negócio que também atravessa classes sociais.
9	<i>El man es Germán</i> (2ª temporada)	Amizade, amor, intriga, aventuras.	Cultura popular e de bairro, atravessada por expressões machistas, relação entre pai e filho.
10	<i>Mi recinto</i> (13ª temporada)	Humor, aventuras, modo de vida na zona rural da Costa, relações interpessoais e entre homens e mulheres.	Costumes dos camponeses da Costa (<i>montubios</i>), conhecimento do país, abordagem de problemáticas nacionais, machismo.

Fonte: Ibope Media. Elaboração: Obitel Equador.

No perfil das audiências por gênero, *El capo* captou mais homens (5,8 pontos) do que mulheres (4,7 pontos), as quais se mos-

tram as principais consumidoras de telenovelas: sua atenção majoritária foi para *Tres milagros*.

Em termos de idade, houve diferenças entre pessoas de 3 a 11 e de 12 a 17 anos, e de mais de 18. As primeiras, de classe alta e média alta, preferiram a produção nacional *El combo amarillo*. Os maiores de idade optaram pelas telenovelas estrangeiras: as mulheres de classe alta (A) e média alta (B) preferiram a telenovela brasileira *Fina estampa*, enquanto os homens preferiram a colombiana *El capo*, que foi exceção, pois no resto das produções dos dez primeiros lugares prevaleceram os públicos femininos.

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

Títulos	Canal	Gênero por faixas etárias				Níveis socioeconômicos			
		H e M 3-11 Total	H e M 12-17 Total	Mu- lheres 18 e + Total	Ho- mens 18 e + Total	AB 3-11	AB 12- 17	M AB 18 e +	H AB 18 e +
<i>El capo 2</i>	TC	4,3	4,8	4,7	5,8	2,7	3,2	3,3	4,2
<i>El combo amarillo 3D</i>	Ecuavisa	6,3	5,5	5,4	3,1	5,6	4,5	5,2	3,2
<i>El combo amarillo</i> (2ª temporada)	Ecuavisa	6,3	6	5,3	2,8	6	5,4	5,3	2,9
<i>El Joe, la leyenda</i>	TC	4,7	3,6	5,9	4,4	2,1	2,9	4,4	2,7
<i>Corazón apasionado</i>	TC	4,7	4,4	5,9	4,2	2,5	1,8	3,5	1,7
<i>Tres milagros</i>	TC	3,8	5,4	6,5	3,9	2,7	3,2	4,9	2,1
<i>Fina estampa</i>	Ecuavisa	2,5	2,2	6,1	3,3	2,2	2,6	7,6	4,1
<i>La mariposa</i>	TC	2,8	3,3	5,8	4,6	1,9	1,4	4,3	2,3
<i>El man es Germán</i> (2ª temporada)	TC	4,3	4,2	5,2	4,2	3,2	3	3,7	2,1
<i>Mi Recinto</i> (13ª temporada)	TC	3,8	4,1	3,7	4	3,7	2,3	1,9	2,4

Fonte: Ibope Media. Elaboração: Obitel Equador.

3. A recepção transmidiática

Em 2012, surgiu um fenômeno de captação de público fora do meio audiovisual formal. É a tendência mais inovadora que se apresenta no Equador. Trata-se de ficção e também de humor, realizados e produzidos para internet e seus novos públicos, ou seja, é uma proposta de ficção na internet que se serve das novas TICs e das novas mídias.

Transformados em fenômenos de recepção que ultrapassam fronteiras e obtêm comentários de fãs de diversos países de fala hispânica, os esquetes da produtora Touché Films, realizados pela Enchufe.tv, são renovados duas vezes por semana: todos os domingos e terças-feiras é feito o *upload* de uma nova ficção, e, às quintas-feiras, um anúncio promocional daquilo que virá. Suas ficções duram entre dois e cinco minutos, além das de menos de um minuto, chamadas “*microyapas*”²², e chegam a ter quase 2 milhões de assinantes no canal do YouTube, além de visitantes, que fizeram cerca de 250 milhões de reproduções dos diferentes vídeos²³. Esses números fazem da Enchufe.tv o canal mais popular do Equador e também da América Latina entre os que estão na nuvem.

Seus integrantes – um grupo com formação cinematográfica – têm menos de 30 anos e, em pouco tempo, consolidaram uma proposta inovadora na ficção humorística não apenas no país: é sarcasmo crítico de costumes e pensamentos.

Esse novo rumo seguido pela produção e a difusão para a ficção equatoriana se deve, em grande medida, às possibilidades da web 2.0, que permite publicar vídeos nas plataformas gratuitas disponíveis, os quais, além disso, são objeto de transmediação para outros meios digitais, de reproduções ou por meio de *links*.

²² “*Yapa*”, termo de origem quíchua, significa aumento ou ajuda; usa-se no Equador para designar a quantidade adicional de um produto entregue por quem vende, seja por vontade própria, seja por demanda de quem compra, e sem custo. Em outros países latino-americanos, é conhecida como “*ñapa*” ou “*inhapa*”, no Brasil.

²³ Em 22 de abril de 2013, data da conclusão desta observação, o canal no YouTube registrava 1.795.270 assinantes e 246.674.862 reproduções. Estima-se que tenha 500 mil visitas diárias.

Os criadores da Enchufe.tv são formados no Instituto Superior Tecnológico de Cinema e Atuação, o Incine, com sede em Quito. Martín Domínguez, Cristian Moya, Jorge Ulloa, Leonardo Robalino e Andrés Centeno dizem que, com suas produções, buscam “levar o cinema até a Internet”, acabar com “o humor tradicional” e nos lembrar que “as piores situações da vida são as mais engraçadas”²⁴. Além disso, garantem que é difícil abrir caminho com novas ideias nos meios tradicionais. Com efeito, tentaram entrar na televisão, mas sua proposta acabou sendo atrevida demais para alguns canais.

A primeira publicação em seu canal do YouTube aconteceu em 13 de novembro de 2011, sob o título “El peor *casting*”. Até o momento²⁵, já contam com 138 vídeos, divididos entre:

- Promos: Breves avanços dos esquetes que serão publicados nos próximos dias. Têm duração de até 45 segundos.
- Esquetes: As produções de ficção que têm entre 3 minutos e 7 minutos e 30 segundos.
- *Microyapas*: Esquetes curtos, com duração entre 20 e 60 segundos.

O grupo também tem uma página na internet (www.enchufe.tv), conta no Facebook com 745.724 “curtidas” e no Twitter com 148.153 seguidores, com os quais há muita interação. Contudo, não é possível falar de transmidiação propriamente dita: o que faz a produtora é estabelecer um *link* entre uma rede e outra, sem adaptar suas ficções às particularidades de cada uma.

²⁴ “La TV les dijo no, pero 78 millones de vistas dicen sí”. *Revista Expresiones*, *Diario Expreso*. 22 de outubro de 2012. <http://www.expresiones.ec/ediciones/2012/10/23/gente/nacional/la-tv-les-dijo-no-pero-78-milhões-de-vistas-les-dicen-sí/>

²⁵ O último dia de observação foi sábado, 20 de abril de 2013. A semana observada começou no domingo, dia 14.

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

Ficção escolhida	Emisora (produtora)	Páginas na internet	Tipos de interação transmidiática	Níveis de interatividade	Práticas dominantes dos usuários
Enchufe.tv	Touche Films	Página oficial www.enchufe.tv Conta no Facebook www.facebook.com/enchufetv Conta no Twitter https://twitter.com/enchufetv Canal no YouTube https://www.youtube.com/user/enchufetv	Visualização	Passiva	Comentário
			Visualização transmidiática	Ativa	Interpretação
			Interativa em tempo real	Interatividade criativa	Remix
			Visualização interativa em rede		Paródia
					Recomendação
					Imitação
					Celebração
					Crítica
					Coleção
					Armazenamento
					Compartilhamento
					Discussão

Fonte: Internet. Elaboração: Obitel Equador.

Os resultados da semana de observação foram os seguintes:

Vídeo “Antes y ahora”. Média: 126.802 visualizações diárias. “Curtir”: 3.345 de média diária. “Não curti”: 62 de média diária. Comentários na semana: 1.938. (<https://www.youtube.com/watch?v=YzWR3mGMzS0>)

Vídeo “El ahorcado” (*microyapa*). Média de 47.237 visualizações diárias. “Curtir”: 807 de média diária. “Não curti”: 48 de média diária. Comentários na semana: 602. (<https://www.youtube.com/watch?v=QFNKvgTFGqk>).

3.1. Comentários selecionados, interpretação e análise qualitativa

Há comentários com felicitações e críticas. Majoritariamente, fazem referência à parte do esquete que lhes pareceu mais engraçada; também elogiam ou questionam a qualidade do conteúdo. Dos 1.938 comentários do vídeo “Antes y ahora”, que compara as mudanças registradas nos costumes e relações de casal – tema preferido pelos realizadores e abordado de forma crua –, destacam-se alguns referentes ao machismo.

Registram-se comentários de outros países, principalmente do Peru, do México e da Colômbia. O relevante da interação é que ela não se limita a comentários ou a risos expressados em texto (“hahaha”), havendo diálogos que atingem níveis distintos daqueles que geralmente aparecem nas redes sociais. Vejamos estes dois, de SuperYapita e Zeroz45.

“Nada disso de que mulheres vão para a cama com os homens, aqui nós, HOMENS E MULHERES, nos precipitamos sem levar em conta que mutuamente podemos até ter doenças venéreas... e não só vocês aproveitam, nós, as mulheres também somos seres humanos com orgasmos e desejos e também aproveitamos... evitemos os comentários machistas.”

“Toda a mudança aconteceu desde que a mulher obteve maior poder... maior liberação... assim, não importa a vocês o que opina a sociedade e trepam e trepam, sem parar hahaha... problema? Nenhuuum, melhor para nós, homens.”

No vídeo promocional, contam-se 602 comentários que, em sua maioria, expressam risos ou expectativas sobre a ficção que vai ser publicada. Neste caso, destacam-se aqueles que se referem aos erros de ortografia de outro comentário. Uma breve amostra:

Desculpa, mas eu acho que você cometeu alguns erros ao escrever em espanhol: *Bilíngue* tem trema, *Hablas* [falas] tem H antes da A, te Ves é com V não com B e, claro, inglês tem acento. Não acho que você deva insultar as pessoas dessa maneira como se fosse superior... ah, a propósito, garoto “*Bilíngue*,” *Loser* tem só um O. Atenciosamente: um verdadeiro *Bilingue*. **William Sánchez Coronel**

EU ACHO QUE NÃO ESTAVA TÃO LEGAL O VÍDEO, PORQUE AS PESSOAS SE ENTRETÊM MAIS BRIGANDO NOS COMENTÁRIOS... SERES HUMANOS, É POR ISSO QUE EXISTEM GUERRAS SEM SENTIDO. *david-cadenazavaleta*⁸

4. O mais destacado do ano

O gênero de ficção na televisão equatoriana reforçou a *sitcom*, e, pelo segundo ano consecutivo, a produção de telenovelas esteve ausente dos canais de sinal aberto. Duas novas séries de humor somaram-se às registradas em 2011 e 2012 – *Aída* (Teleamazonas) e *Los Tostadams* (TC) –, mas, em níveis de preferência, não conseguiram ocupar posições de destaque, ao contrário de *El combo amarillo* (Ecuavisa), que desde sua segunda temporada está em duas das três primeiras posições do *top ten*.

O destaque do ano, então, não está em um novo formato de ficção televisiva, que vai fazendo da *sitcom* o lugar comum da produção para o meio audiovisual equatoriano, nem em novos conteúdos ou recursos, pois o humor se transformou, evidentemente, no mais usado para concentrar audiências. Pelo exposto, seria possível deduzir que o mais destacado de 2012 está no que chamaremos de ficção transmidiada, ou o aproveitamento de outras mídias – as plataformas de difusão criadas pelas novas tecnologias na internet –, como é o caso, já citado, de Enchufe.tv e seu canal no YouTube, que apresenta, em esquetes, paródias irreverentes e sarcásticas de comportamentos sociais, fundamentalmente sobre as relações de casal, mas que, em geral, tratam de aspectos do cotidiano.

Mas, principalmente, há a primeira webnovela equatoriana, também promovida como a primeira da América Latina²⁶, intitulada

²⁶ Talvez seja a primeira da América Latina com produção especializada, destinada à televisão formal. Porém, na internet há notícias da webnovela *Amalia y Poncho*, da Univisión (Los Angeles e Miami), estreada em junho, enquanto a equatoriana apareceu em agosto do mesmo ano de 2012.

Resak, e patrocinada e financiada pela TC Televisión, que a incluiu em sua página na internet. A ideia, o roteiro e todos os momentos necessários para a realização se deram no Instituto Superior de Estudios de Televisión, o ITV, com sede em Guaiaquil²⁷. Embora o projeto date de 2008 e tenha sido concebido originalmente como uma minissérie para a TV aberta, diversos problemas foram postergando seu lançamento, até que se tornou realidade para a internet com a publicação do primeiro capítulo na página criada para isso: <http://www.resak.tv>.

Atualmente, encontram-se ali os 40 capítulos que integram a webnovela e cuja duração flutua entre 8 e 12 minutos e meio. Seu *upload* foi feito três vezes por semana e já foi anunciada uma segunda temporada.

De acordo com o relatório “Prestação de Contas do ITV 2012”²⁸, para a realização foi feita uma pesquisa entre mais de 300 jovens de até 25 anos, a qual mostrou que a tendência dos grupos jovens “é ver cada vez menos televisão e dedicar mais tempo ao uso da internet, suas páginas e suas redes sociais”.

Esse fato, base da arrancada do projeto, complementou-se com a evidência de que os canais televisivos de sinal aberto não produziram telenovelas em 2012. Para sua realização, o ITV investiu uma grande quantia na compra prévia de uma unidade móvel de alta definição, enquanto o orçamento geral (US\$ 85 mil) veio da TC Televisión, que lhe deu a primazia da estreia em sua página na internet, segundo o mesmo relatório.

ITV e TC Televisión mantêm, há alguns anos, estreita relação de trabalho, razão pela qual não surpreende que o orçamento para a webnovela tenha vindo das verbas desse canal administrado pelo Estado desde 2008, que registra altos níveis de audiência, concentra

²⁷ O ITV é um instituto de formação em produção e direção de TV, criado em 1993, que ganhou prestígio, além disso, porque entrega prêmios anuais às melhores realizações para TV em diversas categorias. Está associado à TC Televisión. Disponível em <http://www.itv.edu.ec/index.html>.

²⁸ Disponível em: <http://www.itv.edu.ec/documentos/rendicioncuentas/rendicion2012.pdf>.

em sua programação o maior número de telenovelas com *ratings* destacados, realiza uma série de humor nacional, *Mi recinto*, entre as dez mais assistidas há vários anos, e que, junto com a Ecuavisa, é o canal que marcou a pauta no Equador no que se refere a produções de ficção – os dois inclusive competem entre si tanto nesse terreno²⁹ quanto nos níveis de preferência, embora tenham públicos-alvo diferentes³⁰.

A vinculação entre ITV e TC e o compromisso adquirido pelo financiamento também fizeram com que a realização da webnovela fosse pensada como uma espécie de experimento, inclusive no que se refere ao público. Segundo as palavras de Alfredo Adum, produtor-executivo de *Resak* e diretor do ITV, no dia da apresentação (28 de agosto de 2012), “a ideia é que se transforme, num futuro não muito distante, em uma novela para televisão”, e explica: “Quisemos apostar ao contrário e garantir seu sucesso na telinha através das preferências juvenis por meio da Internet.” Destacou, também, que não existe “jovem no mundo que não esteja vinculado ao espaço cibernético” (*El Popular*, 2012).

Com efeito, basear-se e, sobretudo, dirigir-se a públicos juvenis é o que também explicaria o sucesso de Enchufe.tv, analisado anteriormente. Porque, embora o humor siga sendo o manancial fundamental para a ficção equatoriana, o uso dessas novas plataformas congrega mais a atenção de jovens, que, pelo visto, expressam outras exigências.

Enchufe.tv, como já foi dito, é parodia de cotidianidades na qual predominam o sarcasmo e a irreverência. “Queríamos fazer pornô, mas as nossas mães não nos deixaram”, dizem, com ironia, na apresentação de sua conta no Facebook (<https://www.facebook>.

²⁹ Por exemplo, duas produções dramatizadas de ficção, sobre fatos da crônica policial violenta ou eventos de criminalidade, transmitidas quase que simultaneamente, foram *Pasado y confeso*, da Ecuavisa, e *Archivos del destino*, da TC, às quais se faz referência mais adiante, na parte correspondente ao tema do ano.

³⁰ Ambos os canais têm sede em Guaiaquil, mas a Ecuavisa conta com preferências principalmente de um público de classe média e alta urbana, enquanto a TC atrai setores urbano-marginais e também de cidades pequenas e localidades rurais, o que explicaria a permanência de *Mi recinto* entre os dez mais assistidos.

com/enchufetv). Em consequência, há um olhar ácido, de humor negro, às vezes, em torno a realidades vivenciadas particularmente pelos jovens de setores socioeconômicos médios de Quito, e sobre como se dão as relações entre homens e mulheres, embora também não falte uma visão que, às vezes, pode até ser considerada sexista.

Contudo, o resultado dessas ficções pensadas para as facilidades de difusão que a internet oferece – os jovens realizadores de Enchufe.tv dizem ter criado sua própria produtora porque os canais de televisão fecharam as portas para eles – é que, além disso, eles estão na nuvem tecnológica, ou seja, não são de consumo exclusivo do público nacional. Mas, ao contrário dos esquetes da produtora de Quito Touché Films, os capítulos de *Resak*, da ITV, instituição educativa associada a um canal de televisão, não chegaram aos níveis milionários de audiência que registram os primeiros.

Talvez a razão disso seja o fato de que a proposta de conteúdo de *Resak* é mais tradicional, embora se afirme que aborda uma problemática com a qual a juventude atual se depara, assediada por máfias de pequenos ou grandes traficantes de drogas.

Em resumo, é uma aposta em outra mídia, e não em conteúdos diferentes que contribuam para romper parâmetros dominantes na televisão. Isso pode ser notado nos números de acompanhamento e reproduções: a webnovela conta, para sua difusão, com sua própria página na internet e com uma *fan page* do Facebook, com 810 “Cur-tir”; um canal do YouTube com 16 vídeos – que não são os dos 40 capítulos –, cem assinantes e apenas 7.300 reproduções até 26 abril de 2013 (<https://www.youtube.com/user/RESAK2012?feature>).

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

Até a invenção da escrita, a oralidade era o suporte privilegiado da memória social. A chegada da escrita permitiu registrar as marcas dessa memória coletiva de maneira mais sistemática e relativamente precisa. A fotografia, o registro fílmico e a televisão, posteriormente, possibilitaram alimentar a memória social também com elementos audiovisuais, que abriram novas formas de cons-

trução dessa memória: as pessoas apropriam-se dos acontecimentos públicos que consideram importantes, lembram-se de fatos que não vivenciaram diretamente e uma notícia ou uma ficção pode se transformar em parte da vida de alguém apenas por ter sido transmitida pela televisão.

Assim, esses discursos adquirem uma validade pública que permite que sejam lembrados. Portanto, certos acontecimentos podem vir a fazer parte da memória social, porque os meios audiovisuais para a construção da memória histórica contemporânea diversificam os fins das fontes de informação participantes e, dessa maneira, possibilitam uma espécie de democratização na difusão de relatos históricos.

O surgimento de meios audiovisuais, como o cinema, a televisão, o vídeo e, hoje, os digitais, gera “novos modos de formação da memória; embora alguns o sejam de maneira efêmera, outros, a partir de uma existência virtual, fazem parte ineludível da vida cotidiana do mundo global” (Guarini, 2002). Desse modo, o audiovisual incide duplamente na memória, já que, por um lado, o entorno midiático se transforma em fonte ilimitada de elementos a rememorar, e, por outro, os arquivos audiovisuais constituem um suporte significativo para a conservação social de elementos que dão conta do transcurso da história. Ou seja, o audiovisual assume uma dupla função: é processo e suporte. A televisão equatoriana já é um suporte da memória social ao contar com uma infinidade de gravações realizadas para os noticiários sobre a realidade social, econômica e política.

Depois de 50 anos, cada canal tem seus próprios materiais audiovisuais, que representam uma riqueza bruta para reconstruir a memória social do país. Mas, da perspectiva da ficção televisiva, a situação é diferente; e se entendemos a memória social como relatos que ocorrem total ou parcialmente no passado, próximo ou distante, a produção equatoriana é escassa. Isso, em parte, porque a televisão equatoriana carece de uma produção de ficção própria sustentada e tampouco desenvolveu as capacidades necessárias para fazê-lo, seja

por motivos técnicos, seja por financiamento ou perspectivas (Anuário Obitel 2011). Contudo, apesar desse déficit, é possível assinalar algumas realizações no que se refere à memória social. Para isso, analisamos três momentos:

1. As primeiras experiências, 1960-1980: Nascida em 1960, a televisão equatoriana tenta encontrar sua própria personalidade nas duas primeiras décadas. Assim, começam também as primeiras ficções nacionais, algumas delas a partir de uma perspectiva de memória social. É o caso da primeira produção de ficção da atual Red Telesistema (RTS)³¹, com a série *Narcisa de Jesús* (1961); da emissora Ecuavisa, com a série *El Cristo de nuestras angustias* (1967); e da Teleamazonas, com a telenovela *La casa de los Lirios* (1974).

Nessas ficções televisivas, baseadas em memória social, há uma busca por recuperar as tradições equatorianas de tipo religioso e costumbrista, em oposição ao “modernismo” que o país vinha experimentando e que poderia ser considerado por alguns como perigoso, por levar à perda de tradições próprias. Na primeira das ficções mencionadas, identifica-se com clareza uma telenovela sobre a biografia de Narcisa de Jesús Martillo Morán, guaiaquilenha do século XIX transformada em modelo de laica catequista³².

Essas primeiras produções dão resposta à sociedade equatoriana religiosa e tradicionalista da época da realização. Poder-se-ia dizer, então, que o tratamento dessas ficções enfatiza o desenvolvimento de uma memória social “conservadora”, sustentada em personagens e histórias que procuravam refletir e aprofundar a religiosidade popular, geradoras de um discurso único ao apresentarem modelos de vida a serem seguidos, pois quase toda a ficção busca ressaltar, e até idolatrar, os valores religiosos do protagonista principal.

Na década de 1980, apesar de alguns esforços para elevar a

³¹ É o primeiro canal criado em Guayaquil e que ainda subsiste, com diferentes proprietários e nome diferente, já que em seu início se chamava Canal 4.

³² Foi beatificada por João Paulo II em 1992 e canonizada por Bento XVI em 2008. É considerada muito milagrosa. Há uma grande afluência de devotos em um santuário, próximo a Guayaquil.

qualidade da ficção, nenhuma produção desses anos é baseada em memória social.

2. Anos 90, encontro entre literatura e ficção televisiva: É na década de 1990 que a televisão equatoriana registra o auge de produção de ficção com perspectiva de memória social, embora baseada em obras de escritores nacionais. Pode-se dizer, assim, que há memória social em dois sentidos: 1) na tentativa de recuperar essa memória ao resgatar autores que constituem grande acervo literário para o país; e 2) na reconstrução da memória social ao realizar as ficções de época tendo como base essas obras.

São sete as realizações de um único canal, como se pode ver abaixo, que, mesmo sem ter atingido altos níveis de audiência, foram construindo a experiência necessária para fazer ficção com novas histórias.

Tabela 12. Séries televisivas baseadas em livros de autores equatorianos

Série/Telenovela	Livros de autores equatorianos	Emissora	Ano
<i>Cumandá</i>	<i>Cumandá.</i> Juan León Mera, 1877	Ecuavisa	1993
<i>Los Sangurimas</i>	<i>Los Sangurimas.</i> José de la Cuadra, 1934	Ecuavisa	1993
<i>A la Costa</i>	<i>A la Costa.</i> Luis A. Martínez, 1904	Ecuavisa	1995
<i>El Chulla Romero y Flores</i>	<i>El Chulla Romero y Flores.</i> Jorge Icaza, 1958	Ecuavisa	1995
<i>7 lunas, 7 serpientes</i>	<i>Siete lunas, siete serpientes.</i> Demetrio Aguilera Malta, 1970	Ecuavisa	1996
<i>El cojo navarrete</i>	<i>El cojo navarrete.</i> Enrique Terán, 1941	Ecuavisa	1996
<i>Polvo y ceniza</i>	<i>Polvo y ceniza.</i> Eliécer Cárdenas, 1979	Teleamazonas	1997

Fonte: Entrevistas com realizadores e produtores. Elaboração: Obitel Equador.

O encontro da televisão e da literatura equatorianas é um dos grandes momentos da produção nacional de ficção e memória social. Foi possível recuperar, assim, para as novas gerações, fatos

ocorridos em épocas libertárias, as primeiras migrações internas da Serra para a Costa, a Revolução Liberal e personagens populares que fazem parte da identidade de uma cidade como Quito ou de uma região como a Costa.

Portanto, através da televisão, novas gerações aproximaram-se da história e da literatura equatorianas para construir memória social. Algumas dessas ficções foram retransmitidas, e outras, doadas à Cinemateca Nacional da Casa de la Cultura Ecuatoriana, passando a fazer parte da memória audiovisual do país.

Além disso, essas ficções geraram um olhar crítico sobre fatos históricos, resultado pouco comum nas propostas narrativas da época. Eram produzidas em séries de quatro ou cinco capítulos, e muitas foram adaptadas posteriormente a formatos de filme.

Com essas produções, reativa-se a memória histórica, mas não em versão oficial, e sim de pessoas físicas, escritores equatorianos que incorporaram um olhar mais cotidiano ou crítico a certos fatos, que foram recriados em ambientes onde confluíam, dramaticamente, amores, ódios, sonhos, lutas de personagens muitas vezes críticos do poder e opostos a formas conservadoras de vida dos anos ou épocas refletidas.

Às produções baseadas na literatura somam-se outras ficções televisivas, também de memória social: *La Baronesa de Galápagos* (1992, Ecuavisa); *Sucre* (1992, Teleamazonas), *JJ, el ruiseñor de América* (1996, Teleamazonas), *Pasado y confeso* (1994, Ecuavisa). Dessa lista, que inclui vidas históricas e lendárias³³, destaca-se a série *Pasado y confeso*, que durou uma década (até 2005), com mais de 700 episódios de histórias diferentes. Teve grande sucesso de audiência e transformou-se na série de ficção nacional não humorística com maior *rating* desses anos. Abordava fatos de memória social recente, baseados em acontecimentos policiais diversos, que passaram

³³ Segundo os títulos, trata-se de Antonio José de Sucre, general dos exércitos de Bolívar; Julio Jaramillo, guaiaquileno, o mais popular dos cantores equatorianos, ainda 30 anos depois de sua morte; e uma alemã que residiu nas ilhas Galápagos (anos 30), criando-se uma lenda em torno de sua vida.

a ser uma proposta da memória social da crônica policial. Contudo, essa série promove uma memória social limitada, baseada no fato em si, ou seja, em eventos que se apresentam, em geral, isolados do contexto social e histórico em que ocorreram.

3. O século XXI, sem memória social: De 2000 até o presente, observa-se um aumento da produção nacional para TV, mas não necessariamente em ficção, e muito menos em ficção de memória social. Nesse tema, encontram-se apenas duas produções: *Sé que vienen a matarme* (Ecuavisa, 2007) e *Olmedo, el castigo de la grandeza* (Teleamazonas, 2009).

A proposta de produção de ficção televisiva do país aponta, reiteramos, para um esquema que gere *rating* e que seja de baixo custo, razão pela qual quase todas as realizações se limitaram à telecomédia, substituindo a telenovela e outros formatos de ficção.

Das duas produções assinaladas, cabe ressaltar *Sé que vienen a matarme*, seriado da Ecuavisa baseado na novela da escritora equatoriana Alicia Yáñez Cossío sobre a vida do controvertido presidente equatoriano do século XIX, o conservador Gabriel García Moreno, que foi assassinado por opositores. Essa série reflete o caminho percorrido na ficção equatoriana, pois não só reconstrói mais tecnicamente os cenários de uma época como também conta com melhores atuações e melhor produção em geral.

A série é uma tentativa da Ecuavisa de recuperar sua época de ouro, a década de 1990, na produção de ficções de memória social vinculadas a obras literárias de escritores equatorianos. Lamentavelmente, a intenção parou aí, uma vez que os esforços seguintes foram dirigidos à produção de programas do tipo *reality shows*, séries e telenovelas de humor, concursos, entretenimento em geral.

Por questões financeiras, os canais de televisão equatorianos estão limitados, muitas vezes, em sua tentativa de realizar produções de ficção, segundo Marcelo Aguilar, produtor da Ecuavisa³⁴,

³⁴ Em entrevista com esse produtor, obtiveram-se dados das realizações em ficção de memória social, pois não existe uma fonte escrita. O mesmo ocorreu com o diretor de

que acredita na importância de gerar um processo de educação no público, motivando-o para que assista mais produção nacional de qualidade. Para isso, sugere a necessidade de determinar uma faixa horária na qual todos os canais de televisão transmitam produção nacional de ficção e de memória social.

Em outras palavras, os anos deste século são, até agora, os da não memória social na ficção da televisão equatoriana.

5.1. A televisão pública, oportunidade para a memória social

Por fim, vale assinalar o que se poderia considerar como alternativa para coletar e recriar a memória social na ficção televisiva, o canal público do Equador, ECTV. Com cinco anos de existência e uma oferta programática que o está transformando em espaço alternativo de produção e difusão, seria o canal para promover propostas ficcionais sobre memória social, uma vez que, principalmente por razões de mercado, a televisão privada não tem conseguido sustentar no tempo a intenção de reconstruir essa memória, necessária para assegurar identidades próprias e para o conhecimento da história, também no plural. Acima de tudo porque, como dizia Halbwachs, “junto a uma história escrita, encontra-se uma história viva que se perpetua ou se reencontra através do tempo e na qual é possível encontrar um grande número dessas correntes antigas que só aparentemente haviam desaparecido” (*La memoire collective*, 1968). Em outras palavras, coletar a memória coletiva ou a memória social também é transmitir conhecimento.

A televisão pública ainda não penetrou muito na produção de ficção a partir da memória social. As poucas produções que difundiu a esse respeito são filmes de produção nacional³⁵. Por ocasião do bicentenário da independência (2009), realizaram *Patriota*, série de “docuficção” em cinco capítulos, com fins didáticos, sobre os principais personagens do processo independentista equatoriano.

programação da ECTV, Marcelo del Pozo.

³⁵ Por exemplo, *1809, La Tigra, Entre Marx y una mujer desnuda*, filmes dirigidos pelo cineasta equatoriano Camilo Luzuriaga, e também outras de produção mais recente.

Não obstante esses passos positivos para motivar a memória social, o canal público ainda se concentra mais em outro tipo de programas. Mas, em 2012, destaca-se a primeira licitação dirigida a produtores nacionais para promover as ficções. Assim, vão-se ampliando portas para a realização de ficção e, em particular, de memória social.

Referências

CITDT. *Estado actual de la producción de contenidos en el Ecuador*. Informe CITDT-GAC-2012-00, 19 de abril de 2012.

CNTTV. *Corporación Nacional de Telecomunicaciones suscribió contrato para operar televisión privada*. 2013. Disponível em: www.micnttv.com/index.php?option=com_content&view=article&id=37:serie-o-pelicula-destaca-da&catid=3:noticias&Itemid=33.

CONATEL. *Plan Maestro de transición a la televisión digital terrestre en el Ecuador*. Resolución RTV-681-24-CONATEL 2012, del Consejo Nacional de Telecomunicaciones. 2012. Disponível em: http://www.conatel.gob.ec/site_conatel/index.php?view=category&id=619%3Aresoluciones-2012&option=com_content&Itemid=610

MINTEL realiza taller técnico para potenciar el Internet Banda Ancha en Ecuador. *El Telégrafo*, 2012. Disponível em: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/mintel-realiza-taller-tecnico-para-potenciar-el-internet-banda-ancha-en-ecuador.html>

QUIÉNES somos. *DirecTV.com.ec*., Disponível em: <http://www.directv.com.ec/>. Acesso em: 17/04/13.

SUSCRIPCIÓN a televisión pagada en Ecuador aumenta, tras control a servicio pirata. *Ecuadorinmediato.com*, 2013. Disponível em: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=188821&umt=suscripcion_a_television_pagada_en_ecuador_aumenta_tras_control_a_servicio_pirata.

Ni fecha ni oferta para vender Gama TV y TC. *El Comercio*, 30/04/12. Disponível em: http://www.elcomercio.com/politica/fecha-oferta-vender-Gamatv-TC_0_691130944.html.

GUARINI, Carmen. *Memoria social e imagen*. Universidad de Buenos Aires. Programa de Antropología Visual, 2002

HALBWACHS, Maurice. *La memoire collective*. Paris: PUF, 1968.

INFOMEDIA. *Estadísticas diversas*, 2013. Disponível em: <http://www.infomedia.com.ec/sistema/>

LUZURIAGA, Camilo. Antropofagia cinematográfica en el ciberespacio: el caso ecuatoriano de Enchufetv. *Revista Chasqui*, n. 120, p. 51-56. Quito, Ciespal, dezembro de 2012.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN. *Educa, televisión para aprender*. Disponível em: <http://www.educacion.gob.ec/educa-televisión-para-aprender-iniciara-en-octubre.html>. Acesso em: 11/10/12.

MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. La penetración de internet banda ancha aumentó en el Ecuador y se consolida como política pública. Plan de acceso universal y alistamiento digital, 2013. *Televisión Digital Terrestre en el Ecuador*, 2013. Disponível em: <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/comunicamos>. Acesso em: 17/04/2013.

‘RESAKA’ una novela en red. *El Popular*, 29/08/12. Disponível em: <http://www.elpopular.com.ec/63492-%E2%80%98resaka%E2%80%99-una-novela-en-red.html>.

6

ESPAÑA: A FICÇÃO RESISTE À CRISE

Autora:

Charo Lacalle¹

Equipe:

Mariluz Sánchez, Lucía Trabajo, Deborah Castro, Anna Alonso,
Paola Cabrera, Belén Granda, Francisca Nicolau, Germán Muñoz,
Karina Tiznado, Berta Trullàs

1. O contexto audiovisual da Espanha

A crescente fragmentação do sistema televisivo espanhol, como consequência da TDT (Televisão Digital Terrestre) e da crise econômica, deixou sua marca em 2012. Tele5 e Cuatro consolidam sua fusão e lideram o mercado publicitário, enquanto a Antena3 confirma a absorção da LaSexta e o audímetro completa 25 anos. A queda no investimento publicitário e o sinal verde para a possível privatização das emissoras pertencentes às comunidades autônomas também aparecem entre os eventos mais destacados de um ano em que a ficção se mostra, mais uma vez, em alta.

**Gráfico 1. Redes nacionais de televisão aberta na Espanha:
privadas e públicas**

Propriedade	Públicas		Privadas
	Primeiro canal	Segundo canal	
Estatais	La1	La2	Antena3, Tele5, Cuatro, LaSexta
Autonômicas	7RM ATV C9 Canal Sur CMT ETB1		

¹ Charo Lacalle coordena a equipe espanhola do Obitel, integrada pelas pesquisadoras associadas Mariluz Sánchez, Lucía Trabajo e Deborah Castro. Junto com a equipe do Obitel Espanha, colaboraram com este relatório os membros do Ofent (Observatorio de Ficción Española y Nuevas Tecnologías) Anna Alonso, Paola Cabrera, Belén Granda, Francisca Nicolau, Germán Muñoz, Karina Tiznado e Berta Trullàs.

Autonômicas	IB3 Telemadrid TPA TV3 TVCanarias TVG	Canal Sur 2 ETB2 La Otra NOUDOS TPA2 TVCanarias2 TVG2 Super3/33	8Madrid 8TV A3Canarias CYLTV Estil9 La8 NueveTV Rac105 VTelevisión C. Extrem. TV
	Terceiros canais autonômicos Canais autonômicos internacionais		

Fonte: Obitel

O consumo bate um novo recorde em 2012, com 246 minutos por espectador e dia – sete a mais que no ano passado. O consumo de TDT também teve um aumento considerável, que o situava, em dezembro, em 81,4%, em comparação com 14,3% da audiência da TV por assinatura e 4,3% da TV por satélite.

Em março, a Tele5 recuperava a liderança perdida em 2009, e consolidava-a em junho, depois dos extraordinários resultados de audiência da Eurocopa, embora a emissora da Mediaset viesse a terminar o ano com seu mínimo histórico (13,9%), da mesma forma que a La1 (12,2%), que foi deslocada para o terceiro lugar pela Antena3 (12,5%). Por sua vez, o grupo de Temáticos de Concessão em TDT continua subindo, com 3,9 pontos a mais do que no ano passado (28,5%).

Gráfico 2a. Share por canal estatal

<i>Share</i>	La1	La2	T5	A3	Cua-tro	La-Sexta	For-ta	Temá-ticas TDT	Temá-ticas TV Paga	Autonô-micas Priva-das	Res-to
2011	14,5	2,6	14,2	11,5	6,1	5,7	10,4	24,6	6,8	0,8	3,6
2012	12,2	2,5	13,9	12,5	6,0	4,9	9,8	28,5	6,2	0,9	3,5
Dife-rença	-2,3	-0,1	-0,3	1,0	-0,1	-0,8	-0,6	3,9	-0,6	0,1	-0,1

Fonte: Kantar Media/Barlovento Comunicación

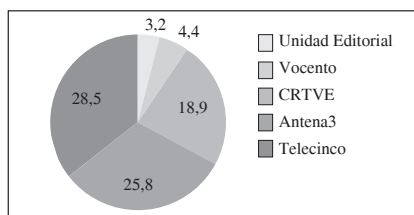
A queda dos canais autonômicos (9,8%) se distribui de maneira desigual, e transforma a TV3 na rede generalista no maior *share* da Espanha (14,3%).

Gráfico 2b. Share por canal estatal autonômico

Share	TV3	TVG	ATV	C. Sur	ETB2	TV-CAN	TPA	IB3	Telema-drid	CMT	C9	7RM	ETB1
2011	14,1	12,3	10,7	10,7	8,2	7,9	7,7	5,2	6,4	6,4	6	4	2
2012	14,3	11,5	11,3	10,1	9,9	7,6	6,9	6,3	5,3	5,1	5	2,5	2,1
Diferença	0,2	-0,8	0,6	-0,6	1,7	-0,3	-0,8	1,1	-1,1	-1,3	-1	-1,5	0,1

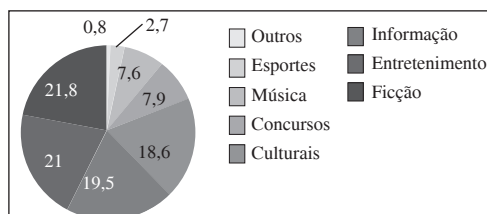
Fonte: Kantar Media/Barlovento Comunicación

Todos os grupos televisivos ganharam audiência, exceto a CR-TVE, que perdeu 3,4%. O grupo Telecinco lidera a classificação, com 28,5% do total. O grupo Antena3 ocupa a segunda posição (25,8%), incluindo os 7,5% do grupo LaSexta, e seguido pela CR-TVE (18,9%), Vocento (4,4%) e Unidad Editorial (3,2%).

Gráfico 3. Grupos televisivos

Fonte: Kantar Media/Barlovento Comunicación

Este ano, a ficção é o gênero com maior espaço nas grades de programação espanholas (21,8%), seguida pelo entretenimento (21%), que continua em sua tendência decrescente das últimas temporadas, e pela informação (20,2%).

Gráfico 4. Gêneros e horas transmitidos pela TV

Fonte: Kantar Media/Barlovento Comunicación

1.1. Tendências da audiência no ano de 2012

A Antena3 continua sendo a rede preferida pelos jovens entre 13 e 24 anos, ao passo que, na Tele5, destacam-se os grupos de 25 a 44 anos e os de 45 a 64. Na La1, por sua vez, sobressaem os maiores de 65 anos, embora seu público já não seja tão feminino como em anos anteriores. Assistir individualmente (43,8%) é, mais uma vez, a opção preferida pelos espectadores espanhóis, particularmente pelos da Tele5, seguida pelo consumo em casais (39,8%), mais frequente nas redes públicas. O consumo em grupo (16,5%) se destaca na Antena3, rede que conta com a maior audiência familiar².

Águila roja foi a ficção mais vista pelo quarto ano consecutivo, e é a única cujos três únicos episódios transmitidos em 2012 estão entre os 50 programas de maior audiência do ano (40º, 41º e 47º lugares do *ranking*). O resto da classificação é formada pelo futebol, com exceção de três transmissões do campeonato de Fórmula 1, uma do concurso musical *La voz* e dois programas dedicados ao *Eurovisión*. Os pênaltis da partida da Eurocopa entre Espanha e Portugal, em 27 de junho, foram o espaço mais visto, com 18.141.000 espectadores (83,3%).

O cinema continua retrocedendo na televisão, uma vez que o filme com mais audiência em 2012 (*Amanecer*, parte I), transmitido pela Antena3, ficou no 99º lugar do *ranking* anual (4.546.000 espectadores e 22,8% de *share*). Não obstante, a La1 continua obtendo bons resultados nesse setor, considerando-se que 15 dos 20 filmes com mais audiência em 2012 foram transmitidos em seu bloco do horário nobre de domingo.

1.2. Investimentos publicitários do ano

A televisão continua como líder do investimento publicitário na mídia, apesar da queda (16,5%) em 2012, com um total de 2.372,5 milhões de euros (43,0%)³. A queda foi muito mais acentuada nos

² <http://www.barloventocomunicacion.es/>.

³ Dados de Infoadex e IAB Spain, relativos ao primeiro semestre do ano (<http://www.ia-bSpain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/10/Estudio-Inversi%C3%B3n-S1-2012>).

canais públicos, que perderam 27,2%, diante de 15,1% dos privados. A redução do investimento publicitário se traduziu, por sua vez, em uma diminuição de 10,1% no tempo dedicado aos comerciais e de 13,5% no patrocínio. Por outro lado, a ocupação com televentas se manteve estável e a autopromoção cresceu 11,5%⁴.

Os excelentes resultados da Eurocopa na Tele5 fizeram do anúncio da cerveja Cruzcampo transmitido na partida entre Espanha e Croácia, em 18 de junho, o mais visto da história da televisão (16.399.000 espectadores e 42,5%). O Prêmio Eficácia 2012, concedido pela AEA, foi para um comercial da Campofrío que homenageava o grande comediante espanhol Miguel Gila, e que permitiu à conhecida marca de embutidos aumentar suas vendas em 11% e superar os 33% de notoriedade publicitária⁵.

1.3. *Merchandising e merchandising social*

Como era de se esperar, a crise reabriu o debate sobre o possível retorno da publicidade à TVE, estimulado pelas críticas da União de Televisoras Comerciais Associadas (Uteca) e da Associação Espanhola de Anunciantes (AEA) ao patrocínio dado a programas esportivos e culturais na televisão pública estatal. A inclusão de logomarcas comerciais em alguns programas da TVE também foi denunciada pela Uteca⁶.

Em abril, o governo anunciava que investiria 35,5 milhões de euros em publicidade institucional em 2012, 56,0% a menos que no ano anterior⁷. A televisão perdeu 8,8% em relação a 2011, enquanto o orçamento da internet crescia em 5,0%. No final do ano, a entidade rede.es, ligada ao Ministério da Indústria, abriu uma licitação extraordinária com orçamento de 2,6 milhões de euros para

pdf).

⁴ Dados da CMT, relativos ao segundo trimestre (<http://www.europapress.es/tv/noticia-ingresos-publicitarios-televisiones-cayeron-163-segundo-trimestre-20120920175622.html>).

⁵ http://anunciantes.com/ecos/efi12/Expansion_121031_48_84.pdf.

⁶ <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/04/19/comunicacion/1271680703.html>.

⁷ <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/05/04/espana/1336092115.html>.

a campanha publicitária (em televisão, jornais e *outdoors*) do novo “apagão” da TDT.

A redução do investimento publicitário e a redução das receitas procedentes de SMS e das Call TV, como resultado dos smartphones, também propiciaram o interesse nas modalidades de promoção mais econômicas, como, por exemplo, o patrocínio. Nessa linha, a Chello Multicanal, maior produtora independente de canais temáticos para Espanha e Portugal, apostava, em outubro, na publicidade não convencional ao adquirir a Diferencia-T Media, destinada a ampliar seu âmbito de atuação para a colocação de produto (*product placement*), entretenimento e programas esportivos.

1.4. Políticas de comunicação

O ano iniciou com a aprovação da fusão entre Antena3 e LaSexta. Em agosto, o governo eliminava a obrigatoriedade de comercializar a publicidade de ambas em separado, imposta anteriormente, e aumentava para 22% a limitação da audiência semestral média conjunta das ofertas de publicidade televisiva. Em primeiro de outubro, a Atres Advertising, agência do grupo Antena3, assumia também a publicidade da LaSexta.

A redução e a reordenação dos canais de TDT constituíram outro dos grandes temas do ano. No outono, o governo desencadeava um novo processo de realocação de frequências para abrir caminho para a telefonia móvel 4G, o qual repassava para os usuários o custo do chamado “Dividendo Digital”: 1,4 milhão de antenas necessárias para implementar a transformação. Por fim, após o acordo para a concessão, por parte da Uteca, de um dos seis multiplex e da manutenção dos 24 canais de televisão, o custo do Dividendo Digital foi reduzido de 800 para 300 milhões (em torno de 20 euros por domicílio).

1.5. TV pública

No final do ano passado, o governo anunciava um recorte de 200 milhões de euros (de 1,2 para 1 bilhão) no orçamento da

RTVE, que o situava em um nível parecido ao de 2009⁸. Em maio, aprovava-se a reforma da lei da RTVE, que, entre outras mudanças importantes, permitia escolher seu presidente por maioria absoluta. Nesse ano, os canais públicos autonômicos enfrentavam a crise com uma diminuição significativa de suas receitas publicitárias e um déficit crescente, embora a situação financeira variasse muito de uma Comunidade Autônoma para outra, bem como os resultados de audiência.

Em janeiro, o Executivo dava sinal verde à privatização dos canais autonômicos, por meio da elaboração de um decreto, aprovado em abril, que permitia às Autonomias fechar, vender ou privatizar uma parte ou todos os seus canais. Após as emendas da oposição, a modificação da Lei 7/2000, de 31 de março, era aprovada definitivamente, em julho. A televisão da Comunidade de Múrcia, a 7RM, a primeira a recorrer à privatização, começou a funcionar sob condições mínimas a partir de 1º de agosto (até acontecer o leilão, depois de sete meses). Em setembro, a RTVA fechava a programação do Canal Sul 2.

1.6. TV paga

O último relatório da Comissão do Mercado de Telecomunicações (CMT) indicava que, no final de 2011, a Espanha tinha cerca de 4,5 milhões de assinantes de TV paga, divididos da seguinte maneira: 1.756.200 (38,9%) na televisão por satélite; 1.464.000 (32,4%) na televisão por cabo; 913.000 (20,2%) na TV-IP; e 383.700 (8,5%) na TDT por assinatura⁹. Contudo, diante do crescimento experimentado esse ano pelas plataformas de televisão IP e pela TDT paga (6,7% e 10,4%, respectivamente)¹⁰, o número de assinantes dimi-

⁸ Ver <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/12/30/comunicacion/1325261545.html>.

⁹ Ver <http://informecmt.cmt.es/docs/Informe%20economico%20sectorial/Servicios%20audiovisuales%20CMT%202011.pdf>.

¹⁰ As TVs por satélite e por assinatura se contraíram 0,9% e 2,9% em 2011, respectivamente. Ver <http://informecmt.cmt.es/docs/Informe%20economico%20sectorial/Servicios%20audiovisuales%20CMT%202011.pdf>

nuiu em 100 mil entre junho e setembro¹¹. Como se não bastasse, o governo anunciava, em julho, as novas tarifas do imposto sobre valor agregado (IVA), que, no caso dos serviços de TV por assinatura, perderiam a alíquota reduzida e passariam de 8% para 21% a partir de 1º de janeiro de 2013, assim como o cinema, o teatro e outros espetáculos.

Em maio, a Antena3 lançava um novo serviço de televisão paga pela internet (“Modo Salón Premium”), que permite assistir ficção com alta qualidade e sem publicidade por meio de micropagamentos (assinatura de pré-estreias, conteúdos mensais ou acesso a conteúdos pontuais).

A delicada situação financeira do Grupo Prisa¹² induziu, em agosto, o Canal+, titular exclusivo para a Espanha dos direitos audiovisuais da Uefa, a dar à Telefônica Espanha a possibilidade de oferecer aos seus clientes um novo canal (Canal+ Liga de Campeões) por meio de leilão.

No final de dezembro, a Vodafone Espanha decidia suspender todos os serviços de televisão para seus assinantes de ADSL e de telefone celular (Vodafone TV e Internet TV, Canal+ e Canal+ Liga móvel), assim como os *downloads* de vídeo. Tentava-se evitar, assim, o imposto instituído sobre as operadoras de telefonia móvel em 2009 para financiar a RTVE após a eliminação da publicidade (cerca de seis vezes mais do que a Vodafone recebia por seus serviços audiovisuais)¹³.

¹¹ Ver <http://www.europapress.es/tv/noticia-ingresos-publicitarios-televisiones-cayeron-163-segundo-trimestre-20120920175622.html>.

¹² O Grupo Prisa registrou perdas líquidas de 31,45 milhões de euros durante os nove primeiros meses do ano, para um lucro de 17,93 milhões de euros no mesmo período de 2011. Ver <http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-ampl-prisa-pierde-3145-millones-septiembre-frente-beneficio-179-millones-2011-20121029185328.html>.

¹³ Ver http://economia.elpais.com/economia/2012/12/21/actualidad/1356093018_696455.html.

1.7. Tendências das TICs

O fato de maior destaque na relação entre televisão e internet é, este ano, o avanço da televisão móvel. Em fevereiro, a Antena3 se adiantava, mais uma vez, ao resto das emissoras, com o lançamento do ANT3.0, um aplicativo pioneiro na Espanha para conectar a televisão aos smartphones e aos tablets, visando à transmissão direta e em tempo real.

A TVE também inaugurava o ano acrescentando ao seu extenso arquivo audiovisual na internet os aplicativos para iPad e Android. Paralelamente, lançava o novo aplicativo para tablets e smartphones, que permite acessar os mais de 75 mil vídeos de seu serviço TV3alacarta, bem como assistir às transmissões diretas dos canais TV3cat e 3/24. Em setembro, a Mediaset Espanha anunciava o lançamento do aplicativo Mitele, um *app* que concentra a maior oferta *on-line* dos grupos audiovisuais espanhóis, com o qual a Antena3 já contava desde novembro de 2011.

No momento em que estas linhas são escritas, a implantação da TV de alta definição (*High Definition*, HD) continua avançando, não isenta de polêmica, pois, embora as grandes redes teoricamente ofereçam suas emissões em HD, a realidade é que boa parte das mesmas não atinge o padrão europeu predeterminado (H264) que a lei estabelece¹⁴.

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

Neste ano foram exibidos na Espanha 32 títulos ficcionais de produção nacional, 28 na TV aberta e dois na paga. A Antena3 é a rede com mais estreias de ficção (13) e também a que menos emite reprises (três). Por sua vez, A La1 é a terceira rede em número de estreias, mas emitiu muito mais reprises que o resto (15).

¹⁴ Ver http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/04/22/actualidad/1335090218_876658.html.

Tabela 1a. Ficções estatais exibidas em 2012

TÍTULOS ESTATAIS INÉDITOS – 32	TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS – 1
La1 - 6 títulos estatais 1. <i>Águila roja</i> (série) 2. <i>Amar en tiempos revueltos</i> (seriado) 3. <i>Cuéntame cómo pasó</i> (série) 4. <i>Isabel</i> (série) 5. <i>Stamos okupa2</i> (série) 6. <i>La memoria del agua</i> (minissérie) Antena3 - 13 títulos estatais 7. <i>Bandolera</i> (seriado) 8. <i>Con el culo al aire</i> (série) 9. <i>El barco</i> (série) 10. <i>El secreto de Puente Viejo</i> (seriado) 11. <i>Fenómenos</i> (série) 12. <i>Gran Hotel</i> (série) 13. <i>Hispania, la leyenda</i> (série) 14. <i>Imperium</i> (série) 15. <i>Los protegidos</i> (série) 16. <i>Luna, el misterio de Calenda</i> (série) 17. <i>Toledo</i> (série) 18. <i>Marco</i> (minissérie) 19. <i>Historias robadas</i> (minissérie) Tele5 - 7 títulos nacionais 20. <i>Aída</i> (série) 21. <i>Frágiles</i> (série) 22. <i>Hospital Central</i> (série) 23. <i>La fuga</i> (série) 24. <i>La que se avecina</i> (série) 25. <i>Mi gitana</i> (minissérie) 26. <i>Carmina</i> (minissérie) LaSexta - 1 título nacional 27. <i>Crematorio</i> (série) Canal+ - 1 título nacional 28. <i>Falcón</i> (série) Disney Channel - 1 título nacional 29. <i>La gira</i> (sketch) Neox - 1 título nacional 30. <i>Señoras que</i> (sketch) Nitro - 1 título nacional 31. <i>Psicodriving</i> (sketch) TNT - 1 título nacional 32. <i>Malviviendo</i> (sketch)	Tele5 - 1 título importado 33. <i>Cheers</i> (série) TÍTULOS DE REPRISE – 29 La1 - 15 títulos de reprise 1. <i>Abuela de verano</i> (série) 2. <i>Al filo de la ley</i> (série) 3. <i>Ana y los siete</i> (série) 4. <i>Arroz y tartana</i> (minissérie) 5. <i>Celia</i> (série) 6. <i>Cuéntame cómo pasó</i> (série) 7. <i>El secreto de la porcelana</i> (minissérie) 8. <i>Entre naranjos</i> (telefilme) 9. <i>Guante blanco</i> (série) 10. <i>La señora</i> (série) 11. <i>La verdad de Laura</i> (seriado) 12. <i>Las cerezas del cementerio</i> (telefilme) 13. <i>Pelotas</i> (série) 14. <i>Severo Ochoa: la conquista de un Nobel</i> (telefilme) 15. <i>Ramón y Cajal: historia de una voluntad</i> (minissérie) La 2 - 7 títulos de reprise 16. <i>Celia</i> (série) 17. <i>Ciudad K</i> (sketch) 18. <i>Curro Jiménez</i> (série) 19. <i>Teresa de Jesús</i> (minissérie) 20. <i>La forja de un rebelde</i> (minissérie) 21. <i>La huella del crimen</i> (telefilme) 22. <i>Lorca, muerte de un poeta</i> (minissérie) Antena3 - 3 títulos de reprise 23. <i>Con el culo al aire</i> (série) 24. <i>Gran Hotel</i> (série) 25. <i>Polseres vermelles</i> (série) Tele5 - 4 títulos de reprise 26. <i>Aída</i> (série) 27. <i>Frágiles</i> (série) 28. <i>La que se avecina</i> (série) 29. <i>Parejología 3x2</i> (sketch) TOTAL GERAL DE TÍTULOS EXIBIDOS: 62

As emissoras autonômicas exibiram 30 estreias e 42 reprises. A TV3 é a rede com o maior número de títulos que incluem estreias de ficção (13), ainda que a maior parte seja de filmes para TV (9). O primeiro canal catalão teve 15 reprises, entre os quais aparecem nove telefilmes, embora, em geral, as autonômicas façam muito mais reprises de sua ficção própria que das nacionais.

Tabela 1b. Ficções autonômicas exibidas em 2012

TÍTULOS AUTONÔMICOS INÉDITOS-30 Canal9 - 1 título autonômico 1. <i>L'alqueria blanca</i> (série) CanalSur -1 título autonômico 2. <i>Arrayán</i> (seriado) ETB1 - 3 títulos autonômicos 3. <i>Bi eta bat</i> (série) 4. <i>DBH</i> (sketch) 5. <i>Goenkale</i> (seriado) ETB2 - 1 título autonômico 6. <i>La conspiración</i> (telefilme) IB3 - 1 título autonômico 7. <i>L'anell</i> (serial) Telemadrid - 2 títulos autonômicos 8. <i>Lo que yo te diga</i> (sketch) 9. <i>Todo es posible en el bajo</i> (série) TV3 - 13 títulos autonômicos 10. <i>Gran nord</i> (série) 11. <i>KMM</i> (série) 12. <i>La Riera</i> (seriado) 13. <i>Germanes</i> (telefilme) 14. <i>Tornarem</i> (minissérie) 15. <i>Concepció Arenal</i> (telefilme) 16. <i>Atrapats</i> (telefilme) 17. <i>Codi 60</i> (telefilme) 18. <i>Lluna plena</i> (telefilme) 19. <i>Mar de plàstic</i> (telefilme) 20. <i>Tocant el mar</i> (telefilme) 21. <i>Violetes</i> (telefilme) 22. <i>La síndrome de cacareco</i> (telefilme) TVCanarias - 1 título autonômico 23. <i>La revoltosa</i> (série) TVG - 7 títulos autonômicos 24. <i>Era visto</i> (sketch) 25. <i>Escoba</i> (série) 26. <i>Libro de familia</i> (série) 27. <i>Matalobos</i> (série)	Nou2 - 4 títulos de reprise 6. <i>Negocis de familia</i> (série) 7. <i>Altra oportunitat</i> (série) ETB1 -7 títulos de reprise 8. <i>Arregitamak</i> (série) 9. <i>Balbemendi</i> (série) 10. <i>Bietabat</i> (série) 11. <i>DBH</i> (sketch) 12. <i>Goenkale</i> (seriado) 13. <i>Martin</i> (série) 14. <i>Mugaldekoak</i> (série) ETB2 -1 título de reprise 15. <i>Euskolegas</i> (série) IB3 - 2 títulos de reprise 16. <i>Llàgrima de sang</i> (serial) 17. <i>Mossén capellà</i> (série) TV3 - 15 títulos de reprise 18. <i>El criminal</i> (telefilme) 19. <i>La memoria dels cargols</i> (série) 20. <i>Majoria absoluta</i> (série) 21. <i>Plats bruts</i> (série) 22. <i>Polseres vermelles</i> (série) 23. <i>Porca miseria</i> (série) 24. <i>Ventdelplà</i> (serial) 25. <i>El cas Reiner</i> (telefilme) 26. <i>La balada de l'estret</i> (telefilme) 27. <i>L'edèn</i> (telefilme) 28. <i>Connexió</i> (telefilme) 29. <i>Menjar per a gats</i> (telefilme) 30. <i>Perduts</i> (telefilme) 31. <i>Psiquiatres, psicòlegs i alters malalts</i> (telefilme) 32. <i>Tornar a casa</i> (telefilme) 33 -1 título de reprise 33. <i>La Riera</i> (seriado) TVCanarias - 2 títulos de reprise 34. <i>La revoltosa</i> (série) 35. <i>Mañana es para siempre</i> (seriado)
--	--

28. <i>Padre Casares</i> (série) 29. <i>Vacas, porcos e zapatos de tacón</i> (telefilme) 30. <i>Outro mais</i> (telefilme) TÍTULOS DE REPRISE – 43 CMT - 2 títulos de reprise 1. <i>Arrayán</i> (seriado) 2. <i>Padre Casares</i> (série) Canal9 - 3 títulos de reprise 3. <i>Géminis</i> (seriado) 4. <i>Senyor retor</i> (série) 5. <i>Socarrats</i> (sketch)	TVCanarias2 - 1 título de reprise 36. <i>Profesor en La Habana</i> (série) TVG - 4 títulos de reprise 37. <i>Era visto</i> (sketch) 38. <i>Libro de familia</i> (série) 39. <i>Padre Casares</i> (série) 40. <i>Valderrei</i> (série) TVG2 - 2 títulos de reprise 41. <i>Terra de Miranda</i> (série) 42. <i>Matalobos</i> (série) TOTAL GERAL TÍTULOS EXIBIDOS: 73
--	---

Fonte: Obitel Espanha

As estreias de ficção nacionais abrangem 33 programas de produção espanhola, quatro ibero-americanos e uma coprodução entre Espanha e Estados Unidos, a adaptação da comédia *Cheers* (NBC, 1982-1983)¹⁵. Em 2012, foram transmitidos 1.322 episódios/capítulos ao longo de 1.237 horas e 55 minutos. Um dos programas ibero-americanos também é uma coprodução, embora, nesse caso, a Espanha não participe. Trata-se da telenovela *Corazón apasionado* (Estados Unidos e Venezuela).

Tabela 2a. As estreias de ficção nacional em 2012: países de origem

País	Títulos	%	Cap./Epis.	%	Horas	%
NACIONAL (total)	33	89,2	970	76,6	898:25	75,9
IBERO-AMERICANA (total)	4	10,8	296	23,4	284:30	24,1
Argentina	–	–	–	–	–	–
Brasil	–	–	–	–	–	–
Chile	–	–	–	–	–	–
Colômbia	–	–	–	–	–	–
Equador	–	–	–	–	–	–
Espanha	33	84,6	970	73,4	898:25	72,6
EUA (produção hispânica)	3	7,7	142	10,7	123:40	10,0
México	2	5,1	156	11,8	161:50	13,1

¹⁵ A segunda coprodução espanhola de 2012 é a série *Falcón*, realizada com Alemanha e Grã-Bretanha e transmitida pela emissora de TV por assinatura Canal+.

Peru	–	–	–	–	–	–
Portugal	–	–	–	–	–	–
Uruguai	–	–	–	–	–	–
Venezuela	1	2,6	54	4,1	54:00	4,4
Latino-americana (âmbito Obitel)	6	–	–	–	–	–
Latino-americana (âmbito não Obitel)	–	–	–	–	–	–
Outras (produções e coproduções) de outros países latino-am./ibero-am.)	2	5,1	56	4,2	55:00	4,4
TOTAL	39	100,0	1.322	100,0	1.237:55	100,0

Fonte: Obitel Espanha

O número total de estreias de ficção nacionais e autonômicas é 70, o que inclui as 37 nacionais mencionadas acima e as 33 autonômicas. Estas últimas incluem 30 programas espanhóis e três ibero-americanos.

Tabela 2b. As estreias de ficção nacionais e autonômicas em 2012: países de origem

País	Títulos	%	Cap./Epis.	%	Horas	%
NACIONAL E AUTONÔMICA (total)	63	90,0	1.778	73,1	1.519:00	74,1
IBERO-AMERICANA (total)	7	10,0	655	26,9	531:40	25,9
Argentina	–	–	–	–	–	–
Brasil	–	–	–	–	–	–
Chile	–	–	–	–	–	–
Colômbia	1	1,4	60	2,4	40:00	1,9
Equador	–	–	–	–	–	–
Espanha	63	87,5	1.778	71,4	1.519:00	72,1
EUA (produção hispânica)	3	4,2	142	5,7	123:40	5,9
México	2	2,8	156	6,3	161:50	7,7
Peru	–	–	–	–	–	–
Portugal	–	–	–	–	–	–
Uruguai	–	–	–	–	–	–
Venezuela	3	4,2	353	14,2	261:10	12,4
Latino-americana (âmbito Obitel)	9	12,5	711	28,6	586:40	27,9
Latino-americana (âmbito não Obitel)	–	–	–	–	–	–
Outras (produções e coproduções) de outros países latino-am./ibero-am.)	2	2,8	56	2,2	55:00	2,6
IBERO-AMERICANA (total)	72	100,0	2.489	100,0	2.105:40	100,0

Fonte: Obitel Espanha

Os três seriados de produção própria, que vão ao ar de segunda a sexta-feira à tarde, determinam o elevado número de episódios/capítulos (708) no horário nobre (219), consequência, também, do menor número de estreias e da drástica redução de produções por temporada. As telenovelas também vão ao ar sempre à tarde.

A pauta de duas transmissões semanais dos seriados autonômicos (à exceção de *A Riera*, da TV3) explica, por sua vez, o equilíbrio entre as emissões da tarde (916) e as do horário nobre (817) do conjunto estatal e autonômico. Diferentemente, as telenovelas das redes autonômicas quase duplicam a quantidade de horas da tarde em relação às do horário nobre.

A diminuição do número de títulos nacionais (11 a menos que em 2011) é mais intensa nos formatos nobres do que nas séries, o que minimiza a diferença no número de horas dedicadas às estreias de ficção em relação ao ano passado (898 horas e 25 minutos, em comparação com 1.012 horas e 35 minutos de 2011).

A mesma pauta se repete em relação ao total de ficção própria, estatal e autonômica, pois os sete títulos menos emitidos este ano representam apenas uma redução de 83 horas e 30 minutos com relação a 2011.

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

Faixas horárias	Estatais			Ibero-Americanas			Total		
	C/E	%	H	%	C/E	H	%	C/E	H
Manhã (6:00-15:00)	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Tarde (15:00- 21:00)	708	73,0	614:10	68,4	296	100,0	284:30	1.004	898:40
Horário nobre (21:00-23:00)	219	22,6	255:10	28,4	—	—	—	219	255:10
Noite (23:00-6:00)	43	4,4	29:05	3,2	—	—	—	43	29:05
TOTAL	970	100,0	898:25	100,0	296	100,0	284:30	1.266	1.182:55

Fonte: Obitel Espanha

Tabela 3b. Capítulos/Episódios e horas transmitidos por faixa horária nacional e autonómica

Faixas horárias	Estatais e Autonómicas			Ibero-Americanas			Total		
	C/E	%	H	%	C/E	H	%	C/E	H
Manhã (6:00-15:00)	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Tarde (15:00- 21:00)	916	51,5	774:35	51,0	655	100,0	531:40	1.571	1.306:15
Horário nobre (21:00-23:00)	817	46,0	712:30	46,9	—	—	—	817	712:30
Noite (23:00-6:00)	45	2,5	32:55	2,1	—	—	—	45	32:55
TOTAL	1.778	100,0	1.519:00	100,0	655	100,0	531:40	2.433	2.050:40

Fonte: Obitel Espanha

Tabela 4a. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Estatais						Ibero-Americanas					
	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%
Telenovela	3	9,1	681	70,2	609:40	67,9	4	100,0	296	100,0	284:30	100,0
Série	21	63,6	222	22,9	258:20	28,8	-	-	-	-	-	-
Minissérie	5	15,2	10	1,0	12:30	1,4	-	-	-	-	-	-
Telefilme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros (<i>Sketchs</i>)	4	12,1	57	5,9	17:55	2,0	-	-	-	-	-	-
TOTAL	33	100,0	970	100,0	898:25	100,0	4	100,0	296	100,0	284:30	100,0

Fonte: Obitel Espanha

Tabela 4b. Formatos da ficção nacional, autonômica e ibero-americana

Formatos	Nacionais e Autonômicas						Ibero-Americanas					
	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%
Novela	7	11,1	1.152	64,8	956:40	63,0	7	100,0	655	100,0	531:40	100,0
Série	31	49,2	444	25,0	470:20	31,0	—	—	—	—	—	—
Minissérie	6	9,5	12	0,7	15:20	1,0	—	—	—	—	—	—
Telefilme	12	19,0	12	0,7	17:30	1,2	—	—	—	—	—	—
Outros (<i>Sketchs</i>)	7	11,1	158	8,9	59:10	3,9	—	—	—	—	—	—
TOTAL	63	100,0	1.778	100,0	1.519:00	100,0	7	100,0	655	100,0	531:40	100,0

Fonte: Obitel Espanha

As séries, as minisséries e os filmes para TV são sempre programados em horário nobre, exceto algumas minisséries de dois capítulos exibidos em sequência ou algumas séries deslocadas para o horário noturno em função dos resultados insatisfatórios em termos de audiência dos episódios apresentados no horário nobre.

Tabela 5a. Formatos da ficção estatal por faixa horária

Formatos	Ma-nhã	%	Tar-de	%	PT	%	Noi-te	%	Total	%
Novela	–		3	60,0	–	–	–	–	3	9,1
Série	–		–	–	19	76,0	2	66,7	21	63,6
Minissérie	–		–	–	5	20,0			5	15,2
Telefilme	–		–	–	–	–	–	–	–	–
Outros (<i>sketch</i>)	–		2	40,0	1	4,0	1	33,3	4	12,1
TOTAL	–		5	100,0	25	100,0	3	100,0	33	100,0

Fonte: Obitel Espanha

Tabela 5b. Formatos da ficção nacional e autonômica por faixa horária

Formatos	Ma-nhã	%	Tar-de	%	PT Time	%	Noi-te	%	Total	%
Telenovela	–	–	4	33,3	3	6,5	–	–	7	11,1
Série	–	–	–	–	29	63,0	2	40,0	31	49,2
Minissérie	–	–	–	–	6	13,0	–	–	6	9,5
Filme para TV	–	–	6	50,0	4	8,7	2	40,0	12	19,0
Outros (<i>sketch</i>)	–	–	2	16,7	4	8,7	1	20,0	7	11,1
TOTAL	–	–	12	100,0	46	100,0	5	100,0	63	100,0

Os efeitos da crise e o menor número de minisséries e filmes para TV repercutem no número de produções nacionais ambientadas no passado, que, este ano, reduziram-se à metade, assim como ocorre com a ficção autonômica. Por sua vez, a ficção nacional dobra, este ano, a oferta de ficção histórica, que passa de um único título para dois, o mesmo número das emissoras autonômicas.

Tabela 6a. Época da ficção nacional

Época	Títulos	%
Presente	20	60,6
Passado	10	30,3
Histórica	2	6,1
Outra	1	3,0
TOTAL	33	100,0

Fonte: Obitel Espanha

Tabela 6b. Época da ficção nacional e autonômica

Época	Títulos	%
Presente	45	71,4
Passado	13	20,6
Histórica	4	6,3
Outra	1	1,6
TOTAL	63	100,0

Fonte: Obitel Espanha

Águila roja lidera pela quarta vez consecutiva o *ranking* anual, integrado também pelas longevas séries *Cuéntame cómo paso*, *La que se avecina* e *Aída*. *Gran Hotel* também situa sua segunda temporada entre os dez programas mais vistos do ano, e são acrescentados cinco títulos novos.

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

	Título	Origem da ideia original/roteiro	Produtora	Canal	Roteirista ou autor da ideia original	Audiência	Rating	Share
1	<i>Águila roja</i>	Espanha	Globo-media	TVE1	D. Écija, J.C. Cueto	6.074.333	13,8	29,8
2	<i>Cuéntame cómo pasó</i>	Espanha	Grupo Ganga Producciones	TVE1	M. Á. Bernardeu	5.017.750	11,4	24,8
3	<i>La que se avecina</i>	Espanha	Alba Adriática	Tele5	A. Caballero	4.215.222	9,6	22,7

4	<i>Isabel</i>	Espanha	DiagonalTV	TVE1	Isla de Babel	4.079.916	9,3	19,7
5	<i>Mi gitana</i>	Espanha	Producciones Mandarina	Tele5	A. Hernández Centeno y C. Pombero	3.590.666	8,2	19,4
6	<i>Aída</i>	Espanha	Globo-media	Tele5	N. García Velilla	3.353.891	7,6	16,5
7	<i>Con el culo al aire</i>	Espanha	Notro TV	A3	D. Fernández y D. Abajo	3.210.923	7,3	17,2
8	<i>Fenómenos</i>	Espanha	Aparte Producciones	A3	N.G. Velilla, O. Capel, A. Sánchez, D.S. Olivas	3.160.750	7,2	16,6
9	<i>Gran Hotel</i>	Espanha	Bambú producciones	A3	R. Campos, G.R. Neira	2.805.750	6,4	14,7
10	<i>Luna, el misterio de Calenda</i>	Espanha	Globo-media	A3	L. Belloso, D. Bermejo	2.790.000	6,3	15,3
Total de produções: 10					Roteiros estrangeiros: 0			
100%					0%			

Fonte: Obitel Espanha

Seis dos programas autonômicos mais vistos do ano são da TV3, três dos quais lideram a classificação anual, tanto em termos absolutos quanto relativos (Tabela 7b).

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

	Título	Ideia/ roteiro	Produtora	Canal	Roteirista ou autor	Milha- res	Ra- ting	Sha- re
1	<i>La Riera</i>	Espanha	TVC	TV3	D. Plana	500.000	7,2	24,9
2	<i>Gran Nord</i>	Espanha	Veranda. tv, Porto- cabo	TV3	C. Gené	481.000	6,9	16,1
3	<i>Tornarem</i>	Espanha	Brutal Me- dia, ICIC, ICAA, TVC	TV3	P. Garsa- ball, M. Grau	474.000	6,8	17,3
4	<i>Arrayán</i>	Espanha	Linze TV	Canal- Sur	E. Galdo	424.000	5,4	11,8

5	<i>Kubala, Moreno i Manchón</i>	Espanha	Diagonal-TV	TV3	J. Olivares, A. Schaaff	418.000	6,0	13,8
6	<i>Germanes</i>	Espanha	TVC, Focus, Ovídeo TV, ICIC	TV3	C. López y À. Mañas	412.000	5,9	14,5
7	<i>L'alqueria blanca</i>	Espanha	RTVV	Canal9	J. Prats, D. Braguinsky, O. Martí	400.773	8,4	17,2
8	<i>Concepción Arenal</i>	Espanha	Diagonal TV y TVC	TV3	R. Russo y L. Mañá	263.000	3,8	9,4
9	<i>Padre Casares</i>	Espanha	Voz audio-visual	TVG	R. Campos, E. Montero, G. Neira	188.000	7,1	16,8
10	<i>Libro de familia</i>	Espanha	Ed. Compostela	TVG	J. M. Besteiro	176.000	6,6	16,2
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros: 0				
100%				0 %				

Fonte: Obitel Espanha

Nove dos dez programas mais vistos em 2012 são séries apresentadas no horário nobre, embora com um número variável de episódios (que oscila entre os 38 de *Aída* e os três de *Águila roja*). Por outro lado, o leque de gêneros é mais amplo, com quatro comédias, três dramas, uma tragicomédia, uma “fantasia” e uma série de aventuras.

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

	Título	Formato	Gênero	Cap./Ep. (2012)	Primeira e última apresentação (2012)	Faixa horária
1	<i>Águila roja</i>	Série	Aventuras	3	09/01 a 23/01	Horário nobre
2	<i>Cuéntame cómo pasó</i>	Série	Tragicomédia	4	12/01 a 02/02	Horário nobre
3	<i>La que se avecina</i>	Série	Comédia	10	01/10 a 26/11 (cont.)	Horário nobre
4	<i>Isabel</i>	Série	Drama	13	10/09 a 03/12	Horário nobre

5	<i>Mi gitana</i>	Minis-série	Drama	3	05/03 a 19/03	Horário nobre
6	<i>Aída</i>	Série	Comédia	38	08/01 a 23/12	Horário nobre
7	<i>Con el culo al aire</i>	Série	Comédia	13	01/02 a 16/05	Horário nobre
8	<i>Fenômenos</i>	Série	Comédia	4	27/11 a 18/12 (cont.)	Horário nobre
9	<i>Gran Hotel</i>	Série	Drama	8	03/10 a 21/11	Horário nobre
10	<i>Luna, el misterio de Calenda</i>	Série	Fantasia	12	10/04 a 20/06	Horário nobre

Fonte: Obitel Espanha

Por outro lado, os *top ten* autonômicos incluem uma variedade de formatos maior que os nacionais, enquanto o espectro de gêneros se reduz a sete dramas, duas comédias e um policial. Curiosamente, o seriado de TV3 *A Riera*, o único programa que não é apresentado em horário nobre, lidera o *ranking* anual.

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

	Título	Formato	Gênero	Cap./ Ep. (2012)	Primeira e última apresentação (2012)	Faixa horária
1	<i>La Riera</i>	Seriado	Drama	202	09/01 a 21/12 (cont.)	Tarde
2	<i>Gran Nord</i>	Série	Comédia	13	07/05 a 30/07	Horário nobre
3	<i>Tornarem</i>	Minissérie	Drama	2	16/04 a 23/04	Horário nobre
4	<i>Arrayán</i>	Seriado	Drama	147	02/01 27/12 (cont.)	Horário nobre
5	<i>Kubala, Moreno i Manchón</i>	Série	Policial	23	09/01 a 05/12 (cont.)	Horário nobre
6	<i>Germanes</i>	Telefilme	Drama	1	08/01	Horário nobre
7	<i>L'alqueria blanca</i>	Série	Drama	22	01/01 a 10/06	Horário nobre
8	<i>Concepción Arenal</i>	Telefilme	Drama	1	19/12	Horário nobre
9	<i>Padre Casares</i>	Série	Comédia	31	02/01 a 24/12 (cont.)	Horário nobre
10	<i>Libro de familia</i>	Série	Drama	30	01/01 a 30/12 (cont.)	Horário nobre

Fonte: Obitel Espanha

O amor é o ingrediente essencial de todos os programas nacionais, que também dão muito espaço à amizade e aos conflitos. As questões sociais combinam temáticas atemporais da ficção espanhola, como a discriminação da mulher ou a homossexualidade, com outras de atualidade candente, como, por exemplo, a precariedade do trabalho, a crise imobiliária ou a eutanásia.

Tabela 9a. Temáticas nos dez títulos nacionais mais vistos

Títulos		TEMÁTICAS PREDOMINANTES	TEMÁTICAS SOCIAIS
1	<i>Águila roja</i>	Poder, intrigas políticas, amor, heroísmo, traição.	Classismo, corrupção política, conflitos de geração, eutanásia.
2	<i>Cuéntame cómo pasó</i>	Família, trabalho, amor, ascensão social, amizade.	Democracia, igualdade de gênero, direitos dos trabalhadores, conflitos de geração, vício em jogos.
3	<i>La que se avecina</i>	Relações entre vizinhos, amor, inveja, amizade, convivência.	Precariedade do trabalho, crise imobiliária, famílias desestruturadas, crise econômica, fraudes.
4	<i>Isabel</i>	Amor, vinganças, comp-lôs, ambição, poder.	Política, monarquia, religião, gênero, casamentos de conveniência.
5	<i>Mi gitana</i>	Amor, fama, ódio, vingança, cobiça, traição.	Corrupção política, assédio midiático.
6	<i>Aída</i>	Amor, família, amizade, convivência, relações entre vizinhos.	Precariedade do trabalho, marginalidade, delinquência, xenofobia, homossexualidade.
7	<i>Con el culo al aire</i>	Relações entre vizinhos, amor, inveja, amizade, convivência.	Precariedade do trabalho, crise imobiliária, homossexualidade, crise econômica, solidariedade.
8	<i>Fenómenos</i>	Relações profissionais, amor, amizade, paranormalidade, convivência.	Crise econômica, crise imobiliária, precariedade do trabalho, homossexualidade, discriminação da mulher.
9	<i>Gran Hotel</i>	Amor, intriga, poder, infidelidade, relações de trabalho.	Desigualdade, luta de classes, precariedade do trabalho, gravidez indesejada, conflitos de geração.
10	<i>Luna, el misterio de Calenda</i>	Amor, amizade, intriga, investigação, infidelidade.	Justiça, deficiência, mãe solteira, adolescência, delinquência.

Fonte: Obitel Espanha

A crise e a eutanásia também aparecem na ficção autonômica, junto a questões mais inovadoras, como os despejos.

Tabela 9b. Temáticas nos dez títulos autonômicos mais vistos

Títulos		TEMÁTICAS PREDOMINANTES	TEMÁTICAS SOCIAIS
1	<i>La Riera</i>	Amor, infidelidade, conflitos familiares, corrupção, delinquência.	Homossexualidade, barriga de aluguel, despejos, velhice, doença.
2	<i>Gran Nord</i>	Relações profissionais, relações entre vizinhos, diferenças rurais e urbanas.	Justiça, forças da lei, democracia.
3	<i>Tornarem</i>	Amor, ódio, guerra, violência, infidelidade.	Vencidos, memória histórica, exílio, ditadura, solidariedade.
4	<i>Arrayán</i>	Amor, infidelidade, relações de trabalho, manipulação, traição.	Dificuldades de trabalho, velhice, conciliar vida profissional e pessoal, corrupção, gravidez indesejada.
5	<i>Kubala, Moreno i Manchón</i>	Relações de trabalho, investigação, família, depressão, crimes.	Crise, delinquência, imigração, velhice, doença.
6	<i>Germanes</i>	Família, segredos, amor, morte, solidão.	Doença, vícios, velhice, homossexualidade, adoção.
7	<i>L'alqueria blanca</i>	Família, trabalho, amor, infidelidade, vingança.	Desigualdade, emigração, velhice, doença, movimentos políticos.
8	<i>Concepción Arenal</i>	Inocência, culpabilidade, delinquência, poder, subornos.	Pena de morte, direitos de mulher, ativismo social, agressões sexuais, maternidade na prisão.
9	<i>Padre Casares</i>	Dupla moral, religião, rumores infundados, amor, conflito entre tradição e modernidade.	Conflitos políticos, dificuldades econômicas, maternidade, adoção, crise.
10	<i>Libro de familia</i>	Família, trabalho, amor, infidelidade, dívidas.	Desigualdade, luta de classes, problemas econômicos, imigração, velhice.

Fonte: Obitel Espanha

3. A recepção transmidiática

Desde sua estreia em 2011, a série *El barco* (Antena3) vem apostando na transmidialidade, no desenvolvimento de uma estratégia de promoção de plataformas múltiplas que inclui, entre outras extensões à web 2.0, os “twittersódios”¹⁶. Esta parte, dedicada à análise dos recursos mobilizados por *El barco* na internet, examina o tipo de interação que é proposta, os níveis de interatividade e as

¹⁶ Emitidos em temporadas anteriores, tratava-se de episódios de uma hora de duração, oferecidos no Twitter, que complementavam as tramas da ficção televisiva através dos tweets dos personagens (não dos intérpretes) nessa rede social.

práticas dominantes dos usuários nas páginas oficiais¹⁷. A segunda parte da análise está centrada nos discursos dos fãs na rede social Facebook¹⁸.

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

Ficção	Rede	Páginas da internet	Tipo de interação transmidiática	Níveis de interatividade	Práticas predominantes dos usuários
<i>El barco</i>	Antena3	Site oficial	Visualização transmidiática	Ativa	História Intérpretes
		Facebook oficial	Interativa	Ativa	Críticas Humor
		Twitter oficial	Interativa em tempo real	Ativa	Atualidade Audiências

Os dados listados na Tabela 11 sugerem que o “formato da página” (site, Facebook, Twitter) influencia o tipo de interação transmidiática da ficção televisiva. As características do meio web, mais flexível com relação à diversidade de conteúdos que pode oferecer, transformam esse tipo de página no mais adequado para oferecer uma visualização transmidiática. No caso de *El barco*, o site oficial permite que os usuários assistam a episódios e publiquem comentários, ao mesmo tempo em que facilita o acesso às redes sociais. Além disso, oferece produtos exclusivos, como as figurinhas digitais da série, os videoencontros com os intérpretes ou vídeos do *making of*. Também inclui concursos e promoções de diferentes artigos de *merchandising* (livros, DVD).

Observa-se uma diferença entre Facebook e Twitter, com relação ao tipo de interação transmidiática. Os dados apresentados destacam a especialização das redes sociais, que adotam papéis complementares de uma mesma estratégia de promoção da ficção. Enquanto no Facebook os usuários tendem a comentar antes e de-

¹⁷ Lista de 150 comentários (50 por página), coincidindo com a transmissão do último episódio do ano (21 de dezembro de 2012).

¹⁸ Lista de 375 comentários de usuários durante a semana anterior à transmissão do último episódio do ano (de 13 a 20 de dezembro de 2012).

pois da apresentação do episódio, no Twitter se observa um processo de *multitasking*. No Facebook, os administradores tentam gerar expectativa antes do episódio, por exemplo, pedindo que os seguidores compartilhem uma imagem que afirme que essa noite assistirão à ficção. Depois da apresentação, proporcionam acesso, entre outras coisas, a alguns vídeos sobre os “melhores momentos”, o que facilita um debate relacionado com o enredo. No Twitter, os usuários comentam a série enquanto assistem, usando a *hashtag* recomendada pela rede (*#elbarco* ou essa *hashtag* com o número do episódio). Além disso, as mensagens dessa rede social são muito mais curtas que as do Facebook, devido à limitação de caracteres.

Independentemente do “formato web” e do tipo de interação transmidiática oferecida nas páginas, constata-se que a interatividade dos seguidores de *El barco* pode ser qualificada de “ativa”. Mas, embora reajam aos estímulos apresentados (sobretudo no Facebook, onde respondem, com frequência, aos comentários publicados pelos administradores), não se encontram níveis de atividade criativa, ou seja, não se transformam em produtores de novos conteúdos.

Os discursos dos internautas seguem as mesmas tendências detectadas na análise do ano anterior. Os temas mais recorrentes se referem à história, aos seus enredos e protagonistas, e se lamenta, acima de tudo, a morte de algum personagem. Os fãs também falam de seus atores preferidos e manifestam sua preocupação pela paulatina redução da audiência, que poderia colocar em risco a continuidade da série (como de fato ocorreu). As críticas são de vários tipos, mas a maioria gira em torno de dois temas: o rumo que tomam as tramas e a falta de verossimilhança de alguns ingredientes dos relatos. Assim, critica-se a colocação de produto de marca de refrigerantes, bem como a construção de cenários pouco críveis dentro de um barco, como um ringue de boxe. A emissão do último episódio do ano, no qual os tripulantes e os passageiros do barco chegavam finalmente a terra firme depois de mais de duas temporadas, também coincidiu com o suposto fim do mundo “previsto” pela civilização Maia. Isso deu lugar a comentários humorísticos de “atualidade” no

Twitter, que relacionavam ambas as situações. Por exemplo: “Esse pessoal do #ElBarco encontra terra quando, para nós, o mundo acaba. Vai ser sacana assim na... #ElBarco36 #ConfesionesFinDelMundo” (vicmuz_).

3.1. Os discursos de *El barco* no Facebook

A página oficial no Facebook de *El barco* tem 587.314 seguidores, 16.714 dos quais “falam” sobre a série¹⁹. Durante a semana analisada, os administradores publicaram 15 comentários oficiais, que geraram 546 respostas dos internautas, 9.336 “curtir”, e foram compartilhados em 350 ocasiões. O *post* oficial que teve mais “curtir” (1.764) e que foi mais compartilhado (132) é uma fotografia da atriz Blanca Suárez na capa de uma revista. Por outro lado, o *post* com maior número de comentários (130) fazia alusão à morte de um dos personagens no episódio desse dia e sugeria que as pessoas assistissem novamente aos “melhores momentos” no site da Antena3.

A função poética estrutura a maioria dos comentários dos usuários de Facebook, que falam com frequência dos enredos e dos personagens da história. Esse tipo de mensagem também inclui, com frequência, elementos que criticam ou elogiam a ficção (função emotiva). Entre as críticas mais habituais, os internautas destacam a “pior qualidade” da temporada que está sendo apresentada com relação às anteriores, bem como a “pena” que sentem quando um dos personagens é assassinado e sua história de amor é interrompida. A colocação de produto mencionada anteriormente gera queixas relacionadas com o realismo do programa (função metalinguística). Os internautas questionam, sobretudo, o estoque de refrigerantes e comida do barco, que parece ser ilimitado. Os espectadores, por sua vez, raramente usam o Facebook para refletir sobre si mesmos, e a função conativa se traduz, com frequência, em mensagens nas quais se manifesta a intenção de continuar assistindo à ficção ou não. As perguntas mais recorrentes costumam estar relacionadas à função

¹⁹ Dados coletados em 17 de fevereiro de 2013.

fática, já que pedem informações sobre como assistir à série em outros países ou sobre qual canal a transmite. Por último, a função referencial na amostra analisada está intimamente relacionada com as estratégias de promoção da ficção. Assim, por exemplo, 33 pessoas respondem a uma solicitação dos administradores para que votem em *El barco* no *ranking* anual da Antena3, e, como já apontamos, o que obteve mais “curtir” foi a foto de uma das protagonistas.

4. O mais destacado do ano

A La1 lidera a ficção própria por mais um ano, apesar de cair para o terceiro lugar no *ranking* e do exíguo número de programas levados ao ar em 2012 (seis), que lhe dão uma média de 3.446.119 espectadores (18,8%). Além disso, seus dois grandes ativos, *Águila roja* (6.074.333 e 29,8%) e *Cuéntame cómo pasó* (5.017.750 e 24,8%) lideram a classificação, distanciando-se do resto ao terem superado os 5 milhões de espectadores.

A emissora pública também acerta com a estreia mais espetacular do ano, uma série sobre Isabel, a Católica (*Isabel*), cuja audiência (4.079.916 espectadores e 19,7%) e excelentes críticas lhe valeram a renovação para mais uma temporada. Os resultados da minissérie *La memoria del agua* (2.271.000 e 13,5%) também são positivos, levando-se em conta que os dois capítulos que a integram foram transmitidos em sequência, com a conseguinte queda no número de espectadores do segundo no horário noturno. Finalmente, cabe lembrar que o longo seriado *Amar en tiempos revueltos* se despedia da grade da La1, em dezembro, com resultados de audiência espetaculares (2.729.668 e 21,1%) após sete anos no ar²⁰.

As comédias *La que se avecina* (4.215.222 e 22,7%) e *Aída* (3.353.891 e 16,5%) sustentaram, mais uma vez, as ficções da Tele5, cujos oito programas de 2012 registram uma média de 2.473.000 espectadores (14,8%). Os filmes biográficos (*biopics*) sobre Isabel Pantoja, *Mi gitana* (3.560.666 espectadores e 19,4%) e Carmina Or-

²⁰ *Amar en tiempos revueltos* será transmitida na Antena3, a partir de 14 de janeiro de 2013, com o título *Amar es para siempre*.

dóñez, *Carmina* (2.787.500 espectadores e 16,6%) dão continuidade ao bom momento desse subgênero, ao contrário da acolhida morosa das séries *Frágiles* (1.683.500 espectadores e 13,2%), um drama sobre a complexidade da psique humana, e *La fuga* (1.948.333 e 11,2%), um *thriller* futurista de impecável realização. Ainda assim, esta última foi incluída na *Wit List* do MIPTV²¹ de Cannes, celebrado em abril, e foi *trending topic* no Twitter com alguns de seus episódios.

A Antena3 é a rede com maior número de ficções de produção própria em 2012 (13). Sua audiência média (2.379.000 e 13,8%) situa-se apenas um ponto abaixo da média da Tele5, e é a que oferece um leque mais amplo de formatos e gêneros. Mas, diferentemente da rede da Mediaset, duas das estreias do ano são as que lhe proporcionam melhores resultados, as comédias *Con el culo al aire* (3.210.923 e 17,2%), sobre o dia a dia de um grupo de pessoas que sobrevivem como podem, e *Fenómenos* (3.160.750 espectadores e 16,5%), ambientada em torno de um programa radiofônico sobre fenômenos paranormais. O terceiro acerto da emissora da Planeta nesta temporada foi a incursão no gênero fantasia, com *Luna, el misterio de Calenda* (2.790.000 espectadores e 15,3%), uma história de homens-lobo com reminiscências da saga *Crepúsculo* e grande abundância de cenários externos. A segunda temporada de *Gran Hotel* (2.805.750 espectadores e 14,7%), a alternativa espanhola à britânica *Downton Abbey* (que a Antena3 também transmite), e a terceira e última temporada do drama de aventuras *El barco* (2.788.333 espectadores e 15,2%) também obtêm bons resultados de audiência.

Em conjunto, houve apenas duas estreias que não se conectaram em absoluto com o público. *Cheers* (268.500 espectadores e 6,9%), a adaptação espanhola da comédia norte-americana homônima, ocupa o último lugar no *ranking* das transmissões estatais na TV aberta, por mais que a Tele5 tenha se apressado em retirá-la da programação depois de seus dois primeiros episódios. *Imperium*

²¹ Marché International des Programmes de Télévision.

(1.469.833 espectadores e 9,1%), o *spin off* (derivado) de *Hispania* (2.284.666 espectadores e 13,3%), ambientado na conquista romana, não convenceu desta vez, com sua versão de baixo orçamento do passado, razão pela qual a Antena3 liquidou sua primeira e última temporada depois dos seis únicos episódios.

As emissoras abertas de TDT também programaram ficção de produção própria. Os canais do grupo Antena3 apostaram nos *sketchs* com *Psicodiving* (Nitro), protagonizada pelo psicólogo Gustavo Gandini (Goyo Jiménez), que oferece terapias aos seus pacientes enquanto passeia com eles de carro pela cidade, e *Señoras que...* (Neox), uma série inspirada nos singulares grupos de seguidores do Facebook sobre atitudes ou atividades cotidianas realizadas por algumas mulheres tão peculiares como comuns. O Disney Channel transmitiu a segunda temporada de *La Gira*, a primeira produção 100% espanhola do canal, que narra os enfrentamentos de duas bandas de música juvenis.

No que diz respeito aos canais de TDT por assinatura, o TNT comprou os direitos de retransmissão da websérie *Malvivendo*, que relata as peripécias de um grupo de amigos de bairro que são consumidores de entorpecentes, na esteira de *Zombies*, *Galactic Gym* e *Basauri Vice*. Finalmente, o Canal+ transmitiu *Falcón*, um *thriller* policial baseado em duas novelas de Robert Wilson.

Assim como ocorre com os programas de ficção dos primeiros canais, algumas produções próprias da TDT obtiveram dados de audiência superiores ao *share* médio alcançado por suas redes, como *Señoras que...* (2,7% frente aos 2,6% de Neox) e *Malvivendo* (0,9% frente ao 0,4% de TNT). Outras, pelo contrário, obtiveram *share* inferior, como *Psicodiving* (0,4%, diante do 1,6% de Nitro).

No âmbito autonômico, a sincronia da TV3 com seus espectadores fica evidente nos excelentes resultados de audiência de seus programas. O seriado *La Riera* (550.000 espectadores e 24,9%) melhora seus resultados de audiência no quarto ano de vida. A rede catalã também acerta com as grandes estreias do ano, o policial *Kubala*, *Moreno y Manchón* (418.000 espectadores e 13,8%), a comé-

dia policial *Gran Nord* (481.000 e 16,1%) e a minissérie ambientada no passado *Tornarem* (474.000 e 17,3%). A TV3 também é a rede autonômica com maior número de títulos (13) em 2012, seguida pela galega TVG (9).

A rede andaluza Canal Sur, por sua vez, perde 3,2 pontos na reta final de seu seriado *Arrayán* (424.000 espectadores e 11,8%), que se despedia após 13 anos no ar, enquanto os telespectadores valencianos e galegos continuam apostando em suas longevas séries ambientadas na Espanha rural dos anos 60, *L'Alquería blanca*, do Canal9 (400.773 espectadores e 17,2%) e *Libro de familia*, da TVG (176.000 espectadores e 16,2%), respectivamente.

Apesar de ter reduzido o número de títulos e o de horas, a ficção espanhola continua em bom ritmo em seu processo de transnacionalização, com a abertura de novos mercados, tanto na venda de formatos quanto na de programas. As adaptações de *Gran reserva* (Chile), *Los misterios de Laura* (Portugal e Rússia), *Con el culo al aire* (América do Norte²²), *Aída* (Equador), ou os mais de 20 países aos quais foi exportada *Águila roja* (aos que se uniram este ano Tailândia e Coreia), ilustram a expansão.

A produção doméstica também continua acumulando prêmios no exterior e no país. Para mencionar apenas alguns exemplos, basta recordar que *Águila roja* somou este ano, aos seus mais de 30 prêmios, a medalha de prata do World Media Festival, de Hamburgo, o prêmio ao melhor diretor do FyMT²³, de Buenos Aires, o TP de Oro²⁴ à melhor série e ao melhor ator (David Janer) e o Fotograma de Plata à melhor atriz (Inma Cuesta). O Fotograma de Plata ao melhor ator foi, por sua vez, para Jon González, de *Gran Hotel*, eleita também a melhor série do ano no Zoom Festival Europeo, de Igualada, e pelo sindicato de roteiristas Alma²⁵, bem como o prêmio *Pasión de los Críticos* no IV Festival de Cine de Vitoria.

²² Serenity Fiction realizará a adaptação junto com Fremantle Media.

²³ Festival y Mercado de TV – Ficción Internacional.

²⁴ Prêmio concedido pela revista de televisão *Teleprograma*.

²⁵ <http://www.sindicatoalma.es/>.

Cuéntame cómo pasó recebeu novamente o TP de Oro para melhor atriz (Ana Duato) e o prêmio Iris, da Academia de Televisão, de melhor série.

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

A tendência a repensar o passado que caracteriza a ficção televisiva do terceiro milênio se observa também na Espanha, onde o aumento dos programas de época coincide, entre 2008 e 2011, com um período de impulso à recuperação da memória histórica. Assim, os seis títulos nacionais estreados em 2008 subiram para 13 em 2009 e 2010 e atingiram seu auge em 2011, com um total de 21 produções. A aposta autonômica nos programas ambientados no passado compreende sete ficções em 2008, seis em 2009, outras sete em 2010 e nove em 2011.

Em 2012, diminuem as ficções de época, de acordo com a diminuição do número total de títulos em relação a 2011. Sem dúvida, o impacto da crise econômica, particularmente nas emissoras públicas, é a primeira causa da contração, ao que cabe acrescentar o desinteresse da nova direção da TVE pela reflexão sobre a Guerra Civil e o pós-guerra, levada a cabo em programas como *Amar en tiempos revueltos* ou *14 de abril. La República*. Não obstante, é preciso destacar a paulatina elevação nos padrões de qualidade, que se destacam nas duas séries históricas de 2011, *Toledo* e *Isabel*.

O “*return to de past*” (Buonanno, 2012, p. 199) da ficção espanhola em 2012 introduz inovações importantes na (re)construção, em imagens, da “história cultural” (Burke, 2004), que se faz por meio do olhar, não necessariamente cheio de nostalgia, a alguns de seus períodos mais emblemáticos, como a Alta Idade Média ou o reinado dos Reis Católicos. Ainda assim, considerando-se que inclusive os quatro programas qualificados como históricos (*Toledo*, *Isabel*, *Concepción Arenal* e *La conspiração*) misturam o “passado” e o “passatempo” (Silverstone, 1999:132) de maneira inextricável, convém deixar claro que a própria distinção entre passado e história (mais heurística do que teórica) só nos serve para qualificar o “re-

-*enactment of the past*” da ficção televisiva, ao que alude Buonanno acompanhando Ricoeur (Buonanno, 2012, p. 200).

Tabela 12a. Ficções nacionais históricas e ambientadas no passado

Transmissões	Título	Emissora	Horário	Formato	Época
3	<i>Águila roja</i>	TVE1	22:30	Série	Passado
175	<i>Amar en tiempos revueltos</i>	TVE1	16:15	Seriado	Passado
253	<i>Bandolera</i>	Antena3	16:00	Seriado	Passado
4	<i>Cuéntame cómo pasó</i>	TVE1	22:30	Série	Passado
253	<i>El secreto del puente viejo</i>	Antena3	17:30	Seriado	Passado
8	<i>Gran Hotel</i>	Antena3	22:30	Série	Passado
3	<i>Hispania</i>	Antena3	22:30	Série	Passado
6	<i>Imperium</i>	Antena3	22:30	Série	Passado
13	<i>Isabel</i>	TVE1	22:30	Série	Histórica
13	<i>Toledo</i>	Antena3	22:30	Série	Histórica
2	<i>Carmina</i>	Tele5	22:30	Minissérie	Passado
2	<i>La memoria del agua</i>	TVE1	22:30	Minissérie	Passado

Fonte: Obitel Espanha

Tabela 12b. Ficções autonômicas históricas e ambientadas no passado

Transmissões	Título	Rede	Hora	Formato	Época
22	<i>L'alquería blanca</i>	Canal9	22:00	Série	Passado
30	<i>Libro de familia</i>	TVG	22:30	Série	Passado
1	<i>La conspiración</i>	ETB2	22:40	Telefilme	Histórica
2	<i>Tornarem</i>	TV3	22:30	Minissérie	Passado
1	<i>Concepción Arenal</i>	TV3	22:30	Telefilme	Histórica

Fonte: Obitel Espanha

Diferentemente de outros países do nosso entorno, como Grã-Bretanha ou Itália, com longa tradição em produção de ficção de época, o caso espanhol inaugurava, com *Cuéntame cómo pasó*, uma espécie de “marco zero”, que transforma a reflexão cultural das histórias ambientadas no passado em um “antes” e um “depois” da

transição democrática, o período onde está ambientada a série do Grupo Ganga. Não surpreende, portanto, que grande parte do resgate da memória social realizado pela ficção espanhola tenha sido feita durante os quase oito anos do governo de José Luis Rodríguez Zapatero, como corolário do resgate da memória histórica que ocorre nesse mesmo período.

A resistência aos vaivéns da audiência de *Cuéntame cómo pasó* e o sucesso da aclamada *Águila roja*, paradigma da euforia que contagiou a ficção (cinematográfica e televisiva) espanhola antes que a crise econômica adquirisse status oficial, incentivou as redes privadas a explorarem um território que está contribuindo para elevar os padrões de qualidade dos programas espanhóis.

5.1. A conquista romana

Hispania, la leyenda, a primeira inclusão na Antiguidade Clássica de uma emissora de televisão espanhola, debutava no horário nobre da rede privada em 25 de outubro de 2010, em resposta ao sucesso *Águila roja*, da La1. Trata-se de uma aposta audaz, com um orçamento visivelmente inferior à série da La1, mas com uma grande vontade de transformar suas limitações em virtudes.

Hispania começa com o brutal assalto das tropas comandadas pelo general Galba à aldeia do caudilho lusitano Viriato, que polariza as relações entre a população autóctone e os invasores em torno ao feroz enfrentamento dos concorrentes. Amigos, amantes, familiares, vizinhos e companheiros de armas dos dois protagonistas integram uma emaranhada constelação de relações, construídas sobre o pano de fundo das aventuras do caudilho hispânico. Apesar das numerosas imprecisões que contém, ressaltadas sem remorsos por alguns blogueiros (como os patronímicos cristãos de alguns hispânicos, o desajuste de datas entre o período em que Galba governou a província hispânica Tarraconense ou a própria biografia de Viriato²⁶), a verdade é que a curiosidade suscitada em muitos especta-

²⁶ Ver, por exemplo, <http://blogs.periodistadigital.com/politicamenteacorrecto.php/2010/10/29/p282058>.

res pelo período representado reavivou o interesse por esse episódio da história popular, uma das funções que Gary Edgerton atribui às ficções ambientadas no passado:

“Television as historian” should never be feared as the “last word” on any given subject, but viewed as a means by which unprecedentedly large audiences can become increasingly aware of and captivated by the stories and figures of the past (Edgerton, 2001, p. 9).

A paulatina queda de audiência da segunda temporada de *Hispania* induziu a Antena3 a reservar a apresentação de seus três últimos episódios para 2012, como prelúdio do *spin off* que estava preparando (*Imperium*). Assim, a série da Bambú Producciones concluía, em 23 de junho, com a morte de Aníbal e o regresso de Galba a Roma, ao mesmo tempo em que introduzia um novo personagem (o pretor da Hispania Citator, Quinto Servílio Cepión), que, posteriormente, teria um papel relevante no *spin off*.

Imperium retoma a história de Galba em Roma, antes que ele regresse para a Hispania como governador e fixe como objetivo recuperar o bom nome que sua família acabara de perder. Embora o parentesco com *Hispania* seja evidente, *Imperium* articula melhor o protagonismo coletivo (livre da centralidade atribuída a Viriato) e alterna as partes rodadas na Cinecittà (nos mesmos cenários da *Roma* da HBO) com as paisagens da comarca de La Vera, na Extremadura, ao mesmo tempo em que realiza um maior esforço de documentação que o de sua predecessora, mas sem nada perder de seu costumbrismo.

5.2. O Reino de Espanha

Toledo (Antena3) e *Isabel* (La1) constituem duas das estreias mais interessantes do ano e são as duas únicas séries históricas do conjunto estatal. Curiosamente, encarnam períodos consecutivos da

construção do Reino de Espanha, como se fossem programas complementares e não concorrentes, cuja mistura de realidade e ficção ilustra as inegáveis semelhanças entre “*The familiar, solid world of history on the page and the equally familiar but more ephemeral world history on the screen*” (Rosenstone, 2006, p. 2).

Ambientada no século XIII, *Toledo* tenta recuperar o espírito de concórdia que congregou cristãos, judeus e muçulmanos em torno da corte de Alfonso X, o Sábio, um rei empenhado em obter a convivência pacífica entre as três religiões. Como *Hispania*, a série começa com o ataque (neste caso, dos muçulmanos) a uma aldeia local, e testemunha o valor dos relatos do passado para dotar de sentido o presente, sem necessidade de recapturar qualquer tipo de verdade objetiva sobre a história:

White and others [postmodernist historians] have argued that historiography is much more about telling histories inspired by contemporary perspectives than recapturing and conveying any kind of objective truth about the past (Edgerton, 2001, p. 3).

Toledo é uma ficção ambiciosa, com um amplo leque de recursos mobilizados em favor da verossimilhança dos eventos narrados, recheados das histórias dos personagens, sobre as quais se sustenta esse drama histórico de ação e paixão. Por exemplo, as várias cenas exteriores gravadas em Castilla La Mancha se alternam com os impressionantes cenários reconstruídos em Fuenlabrada (Madri), parte dos quais, importados da Itália, haviam sido utilizados em *El nombre de la rosa*.

A preocupação com a complexidade de estilo de *Toledo*, patente nos adereços (ladrilhos pintados à mão, espadas forjadas por um armeiro de Toledo etc.) e nos mais de 1.200 figurinos usados, chega quase ao paroxismo em *Isabel*, uma superprodução de aparência e ritmo quase cinematográficos sobre os anos que precederam à coroação de Isabel, a Católica, como rainha de Castilla. A série, que

leva a assinatura da Diagonal TV, faz uso de uma boa documentação histórica, a qual não deixa de combinar com algumas cenas mais picantes.

Programada inicialmente para janeiro, mas retida durante vários meses enquanto a nova direção de TVE fazia suas contas, a Diagonal TV optou pela pré-estreia cinematográfica do primeiro episódio, que também foi exibido nos festivais de cinema de San Sebastián e de Vitoria. Por fim, *Isabel* estreava na La1 em setembro e transformava-se, em sua conclusão, em novembro, no quarto programa mais visto do ano, mesmo que as escassas perspectivas iniciais de renovação tenham induzido a produtora catalã a desmantelar seus caros cenários. Finalmente, a direção da empresa pública confirmava, em dezembro, a continuidade de suas grandes séries (*Isabel*, *Águila roja*, *Cuéntame cómo pasó*, *Gran reserva* e *Los misterios de Laura*), mantendo a incógnita sobre o futuro de outro programa da Diagonal TV, *14 de abril*. *A República*.

5.3. A Espanha barroca

Os rumores sobre o final de *Águila roja*, desencadeados pela transmissão de três únicos episódios em 2012 (que contam com a participação do Duque de Alba), reabriram a polêmica gerada em 2011 pelos elevados custos da série da Globomedia²⁷. Ainda assim, os espetaculares índices de audiência obtidos em seus quatro anos no ar induziram a Antena3 e a Tele5 a manifestarem interesse pela série ambientada no século XVII, o período de máximo esplendor das artes e das letras espanholas, mas também o início de uma decadência política e econômica que, três séculos mais tarde, desembocaria na Guerra Civil²⁸.

²⁷ Uma média de 913 mil euros por episódio de cerca de 85 minutos (em torno de 11.424 euros por minuto), segundo a auditoria pública da CRTVE, realizada em 2010 (<http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2012/02/10/tve-paga-12000-euros-por-cada-minuto-de-cuentame-aguila-roja-y-la-hora-de-jose-mota-92367/>).

²⁸ A confirmação da quinta temporada por parte de RTVE veio acompanhada pelo anúncio da redução do preço acordado inicialmente em 16%.

5.4. Os alegres anos 20

A segunda temporada de *Gran Hotel* retomava, em outubro, as incógnitas estabelecidas na primeira, articuladas em torno da misteriosa morte de Don Carlos e da relação de sua filha Alicia com Julio. Amor, paixão, suspense e vingança, os ingredientes básicos em voga no drama atual, encontram-se nessa série da Bambú, outra das produtoras especializadas em ficção de época. A série realiza uma minuciosa recriação visual da alta burguesia espanhola dos anos 20, complementada com um seletor vestuário e uma encenação impecável. Junto com a rodagem no Palacio de la Magdalena (Santander), a frequente participação de atores que se afirmaram em papéis secundários reforça a verossimilhança do retrato social apresentado.

Ambientada no mesmo período de *Gran Hotel*, a minissérie da La1, *La memoria del agua*, está baseada na novela homônima de Teresa Viejo e, embora cruze a intriga com as histórias pessoais dos donos, os criados e os hóspedes do balneário onde se situa a história, as diferenças com a série da Antena3 são visíveis – principalmente no que se refere à maior vocação didática que vem caracterizando as ficções da rede pública nos últimos anos, e que, nesta ocasião, intercala entre as cenas costumbristas numerosas referências às questões políticas e sociais mais candentes da ditadura de Primo de Rivera (1926-1929), o período retratado.

5.5. A transição

Os cortes orçamentários da TVE também afetaram muito a onerosa *Cuéntame cómo pasó*²⁹, cuja décima terceira temporada (transmitida entre janeiro e fevereiro) tem apenas quatro episódios. O câncer de mama de Merche, a quem se extirpa um seio, e o tratamento de quimioterapia a que é submetida depois disso configuram

²⁹ O custo aproximado de *Cuéntame cómo pasó* é de 853.039 euros por episódio, cerca de 12.186 euros por minuto, segundo a auditoria pública de CRTVE realizada em 2010 (<http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2012/02/10/tve-paga-12000-euros-por-cada-minuto-de-cuentame-aguila-roja-y-la-hora-de-jose-mota-92367/>).

a linha de argumento central da temporada mais dramática da série do Grupo Ganga, ambientada no início da década de 1980.

Cuéntame cómo pasó, a série mais costumbrista da La1, mas também a mais testemunhal, transformou-se, depois de 11 anos no ar, em uma espécie de enciclopédia audiovisual das novas gerações, um manual simplificado de política ilustrada que nos permite interpretar a história “*in the light of contemporary sensibilities and problems*” (Buonanno, 2012, p. 213).

5.6. A memória social do cotidiano

O primeiro seriado espanhol de época com periodicidade diária, *Amar en tiempos revueltos*, transmitido pela La1 entre setembro de 2005 e dezembro de 2012, inaugurou uma nova etapa na Antena3 em 14 de janeiro de 2013, com o título *Amar es para siempre*. A decisão da TVE de concluir o programa se ampara nos cortes orçamentários, por mais que, neste caso, o valor fosse baixo demais para uma produção ambientada no passado³⁰ e que deu à emissora pública extraordinários resultados de audiência e excelentes críticas.

Na linha das outras produções de época da Diagonal TV (*La senhora e 14 de abril. A República*), *Amar en tiempos revueltos* constitui um exemplo paradigmático do caráter didático que a ficção pode chegar a veicular. A violência de gênero, os vícios, a homossexualidade (masculina e feminina), a velhice ou as migrações são algumas das questões sociais abordadas no programa, ambientado entre 1936 e 1956, que também incorpora imagens abundantes do arquivo documental da TVE.

A renovação da maior parte das tramas e dos personagens em cada temporada explica o elevado número de atores, consolidados e iniciantes, que passaram pelo seriado ao longo de suas sete temporadas no ar (cerca de 1.200). *Amar en tiempos revueltos* também gerou

³⁰ Apesar de que os 68.210 euros por capítulo (1.364 euros por minuto) que custava a quinta temporada já tivessem sido reduzidos a 51.661 euros por capítulo (1.033 euros por minuto) na sexta, segundo a auditoria pública de CRTVE realizada em 2010 (<http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2012/02/10/tve-paga-12000-euros-por-cada-minuto-de-cuentame-aguila-roja-y-la-hora-de-jose-mota-92367/>).

diferentes *spin offs* (telefilmes para o horário nobre) e três novelas, e foi transmitido por Telemundo (Estados Unidos e México), Ecuavisa (Equador), Canal 7 (Argentina), Canal 6 (Honduras) e Televen (Venezuela).

O sucesso de *Amar en tiempos revueltos* induziu a Antena3 a confiar na Diagonal TV para remontar suas tardes televisivas, situadas entre o seriado da La1 e os *reality shows* sobre celebridades da Tele5, com duas produções diárias ambientadas no passado. A primeira, *Bandolera*, uma história protagonizada por uma jovem inglesa que se instala na Andaluzia de 1882 e acaba liderando uma quadrilha de bandidos como aquela que, de maneira tão brilhante, liderou o mítico Curro Jiménez entre 1976 e 1978³¹, cedeu seu lugar a *Amar es para siempre* no início de 2013. A segunda, *El secreto de Puente Viejo*, trata de uma jovem parteira que se estabelece na pequena localidade de Puente Viejo, em 1902, e cujo destino se cruza com o irmão do homem que a havia abandonado³².

Sem prejuízo das temáticas prototípicas do seriado, o fio condutor de *Bandolera* (a quadrilha de ladrões que rouba dos ricos para dar aos pobres) propicia a reflexão sobre questões como, por exemplo, a pobreza ou as injustiças sociais. Por sua vez, o papel da parteira em *El secreto de Puente Viejo* valeu à sua personagem, Pepa Balmes, o título de “parteira honorária” da Associação das Parteiras de Espanha.

5.7. Passado e história na ficção autonômica

A Guerra Civil espanhola volta às telas autonômicas com a minissérie *Tornarem* (TV3) e o telefilme *La conspiración* (ETB2). A primeira, ambientada na Segunda Guerra Mundial, está inspirada na história de um catalão que fez parte da companhia encarregada de liberar Paris em 1944 (“*La nueve*”), integrada majoritariamente

³¹ Na série homônima da La1.

³² Na conclusão de *Bandolera*, *El secreto de Puente Viejo* experimenta um salto temporal de 16 anos, com a conseguinte renovação de personagens, vestuário e *attrezzo* que implica.

por republicanos catalães e espanhóis veteranos da Guerra Civil. *La conspiración* remonta, por sua vez, às vésperas da sublevação militar de 1936 e tenta elucidar o papel do general Mola na sublevação que a provocou.

Concepción Arenal, la visitadora de presons (TV3) faz uma homenagem à primeira mulher encarregada de visitar as prisões femininas do século XIX com o objetivo de tentar melhorar a vida das presas. Trata-se de um filme biográfico que sobrepõe a história profissional e pessoal de uma mulher extraordinária à história social e, em certo modo, complementa essa história.

A proximidade da ficção autonômica com seus espectadores e sua capacidade para transformar o costumbrismo em uma marca de identidade ficam evidentes em *Libro de familia* (TVG) e *L'alqueria blanca* (Canal9). Construídas sobre o pano de fundo da luta pela terra e por melhorias sociais, as histórias familiares que narram vêm cativando os telespectadores desde 2005 e 2007, respectivamente.

Referências

BUONANNO, M. *Italian TV drama & beyond: stories from the soil, stories from the sea*. Bristol, Chicago: Intellect, 2012.

BURKE, P. *What is a cultural history?* Cambridge: Polity Press, 2004.

EDGERTON, G. Television as historian. In: EDGERTON, G.; ROLLINS, P. (Eds.). *Television stories*. Lexington: The University Press of Kentucky, 2001.

SILVERSTONE, R. *Why study the media?* London: Sage, 1999.

ESTADOS UNIDOS: EM BUSCA DE UM PÚBLICO JOVEM – O “REBRANDING” DA TELEVISÃO HISPÂNICA

Autor: Juan Piñón

Equipe: Linnete Manrique, Tanya Cornejo¹

1. O contexto audiovisual nos Estados Unidos

Pela primeira vez na história, os hispânicos foram um fator decisivo na eleição do presidente dos Estados Unidos. Em novembro de 2012, 71% do chamado voto latino foram para o Partido Democrata. Embora os temas da economia, da educação e da saúde sejam centrais para os eleitores hispânicos, foi o discurso anti-imigrantes do Partido Republicano que custou a presidência ao seu candidato. Um analista sugere que, se Mitt Romney tivesse obtido apenas 43% dos votos dos hispânicos em vez dos 29% que conquistou, teria vencido as eleições (Lapan, 2013). Considerando-se que as tendências demográficas do crescimento da população hispânica indicam que ela constituirá 26% da população total em 2030 (Taylor e Cohn, 2013), os partidos políticos mostrarão um interesse renovado nessa minoria social, pois já não conseguirão ganhar nenhuma eleição sem contar com o voto latino.

A importância comercial dos latinos já era evidente quando eles se transformaram, a partir de 2003, no grupo minoritário mais numeroso dos Estados Unidos e, desde 2007, na minoria com maior poder de compra. Mas o interesse político e comercial na população hispânica também se transformou em um interesse pelas mídias de

¹ Em nome do Obitel, queremos expressar nosso profundo agradecimento a Cecilia Masola, do setor de Solução para Clientes da Nielsen Media Research, por sua colaboração para a realização deste estudo e por sua contribuição valiosa ao campo da pesquisa sobre televisão hispânica. O capítulo sobre os Estados Unidos também foi possível graças à colaboração de Diana Kamin, estudante de doutorado do Departamento de Meios, Cultura e Comunicação da Universidade de Nova York.

massa e pelo idioma no qual ela é alcançada. Um relatório do Pew Hispanic Center (PHC) descreve que, para 38% dos latinos, o idioma principal é o espanhol, enquanto uma quantidade igual (38%) é bilíngue e o idioma principal de 24% deles é o inglês. Contudo, levando-se em conta exclusivamente os hispânicos nascidos no país, 51% têm o inglês como idioma principal (Taylor et al., 2012). Sua importância política e comercial, somada às competências linguísticas dessa população, reflete-se no entusiasmo mostrado no meio jornalístico, no qual, a partir do final de 2011 e durante 2012, os principais veículos contrataram pessoal e criaram portais especialmente dirigidos aos hispânicos anglófonos, como FoxLatino, Huffington-Post Voces, NBC Latino, ao que se soma o anúncio feito pela Univisión e pela ABC, no início de 2013, da criação da Fusión, uma rede de notícias de TV a cabo em inglês para latinos. Considerando-se que, desde 2000, os hispânicos nascidos nos Estados Unidos são o principal fator de crescimento da população latina, e não mais a imigração (Census, 2010), ficou claro para os executivos dos meios de comunicação hispânicos que seu futuro sucesso ou fracasso estará ligado à segunda e à terceira geração, bilíngue e anglófona.

1.1. Televisão aberta

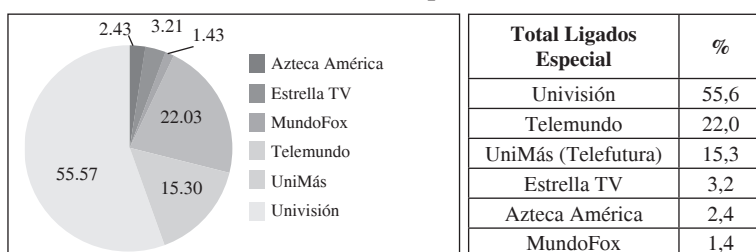
A televisão hispânica continua crescendo. Em 2012, é lançado MundoFox, uma nova rede de televisão aberta, que já no início atingiu 80% dos hispânicos e que se une a Azteca América, Estrella TV, Telemundo, UniMás (Telefutura), Univisión e V-me.

Gráfico 1. Emissoras nacionais de televisão aberta nos EUA

REDES PRIVADAS
Azteca América
Estrella TV
MundoFox
Telemundo
UniMás
Univisión
V-me
TOTAL DE REDES (7)

A Univisión continuará dominando o mercado, com 55% da audiência, em conjunto com os 15% da UniMás, do mesmo grupo. Assim, a matriz Univisión Communications dominará 70% da audiência da televisão aberta, enquanto a Telemundo está na segunda posição, com 22%. A Estrella TV consolida-se como a quarta rede, com 3% da audiência, e a Azteca América passa para o quinto lugar, com 2,4%.

Gráfico 2. Share por canal



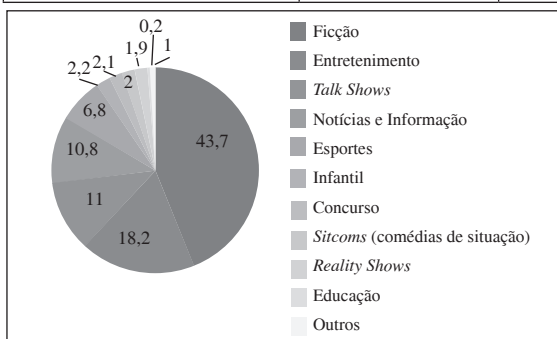
Fonte: Obitel EUA – Nielsen

O entretenimento, os programas de entrevistas (*talk shows*), as notícias e os esportes são os gêneros televisivos com mais presença na tela. Em particular, destaca-se a ficção, com uma presença importante, de 43,7% da oferta, da qual telenovelas, séries, minisséries e unitários representam 27,5%, e os restantes 16,1% são do cinema, que, como entidade separada, só perde para o entretenimento, que tem 18,2% da oferta.

Gráfico 3. Oferta de gêneros na programação de TV

Gêneros transmitidos	Horas de exibição	%
Ficção	14.906:37	43,7
Entretenimento	6.220:39	18,2
<i>Talk Shows</i>	3.750:06	11,0
Notícias e Informação	3.698:31	10,8
Esportes	2.328:12	6,8
Infantil	754:40	2,2
Concurso	727:43	2,1
<i>Sitcoms</i> (comédias de situação)	680:21	2,0
<i>Reality Shows</i>	654:46	1,9

Educação	85:15	0,2
Outros	326:09	1,0
Total	34.133:02	100



Fonte: Obitel EUA – Nielsen

Com penetração em, pelo menos, 85% dos domicílios de hispânicos que têm algum sistema de televisão por assinatura, cabo ou satélite, desde 1990 as grandes corporações vêm lançando canais em espanhol dirigidos aos latinos nos Estados Unidos, somando atualmente mais de 70 emissoras nacionais de televisão a cabo. As emissoras latinas desse tipo variam das que são apenas emissoras norte-americanas dubladas em espanhol às que têm uma produção original cada vez maior, entre as quais se destacam Galavisión (propriedade de Univisión), que foi líder do mercado hispânico por décadas, seguida por Fox Deportes, ESPN Deportes, Discovery en Español, Mun2 (propriedade de NBC-Telemundo), Gol TV, Tr3s, Nat Geo Mundo e Utilísima.

A necessidade de poder atrair as audiências mais jovens, reforçada pela nova demografia da população hispânica, provocou uma mudança de imagem e um processo de *rebranding* (reposicionamento de marca) das emissoras, no qual o objetivo é atrair de maneira mais agressiva os jovens latinos. A Telemundo anunciou em maio sua estratégia de renovação, ao trocar a logomarca do T azul por um T vermelho estilizado, com a frase “o poder de T”, que permite o jogo de palavras T-informa, T-conecta, T-inspira, T-emociona. A Univisión também trocou sua logomarca por uma tridimensional,

que evoca um coração com a frase “a batida do coração hispânico nos Estados Unidos”, a qual conota a transformação da companhia (Vega, 2012b). Mas a transformação mais radical foi apresentada pelo *rebranding* da Telefutura para se transformar em UniMás, no qual a emissora muda de nome, de logomarca e de perfil de público. A UniMás será dirigida a um telespectador jovem e masculino, com uma programação que é produto de suas alianças com a Caracol TV e a RTI-Colombia (Thielman, 2012). A transformação da emissora, além de ser uma resposta à recém-surgida MundoFox, transforma-se em um desafio para a Telemundo, que ocupa a segunda posição nas preferências do público e que tinha se beneficiado de sua relação com seus aliados colombianos. No final do ano, a Azteca América também divulgará sua nova programação visual, “na qual as cores e o *design* evocam a diversidade de seu público e de sua programação”, embora conserve seu lema, “a tua casa” (AzA Gazette, 2012). Essa onda de transformações encontra seu momento de pico quando, no início de 2013, a Univisión e a ABC anunciam a criação do Fusión, um canal de notícias em inglês para hispânicos, para o final de 2013.

O ano de 2012 foi o nono consecutivo em que a Univisión se estabeleceu na classificação como a quinta maior rede de televisão dos Estados Unidos, atrás apenas das quatro grandes redes nacionais (ABC, CBS, NBC e Fox), com uma média de 3,5 milhões de espectadores no horário nobre. E, pelo sexto ano consecutivo, a Univisión ficou em primeiro lugar nas noites das sextas-feiras entre o segmento demográfico de 18 a 34 anos, 31% à frente de sua concorrente mais próxima, a NBC. Mais do que isso, a Univisión superou uma ou mais das quatro grandes redes em 245 noites do ano entre os espectadores de 18 a 34 anos.

O sucesso da Univisión pode ser atribuído, em grande medida, às telenovelas produzidas pela Televisa, as quais são “à prova de DVR”² e “uma razão pela qual incríveis 93% do horário nobre da

² Gravadora de Vídeo Digital (DVR, na sigla em inglês).

Univisión são assistidos ao vivo”, de acordo com Marisa Guthrie. Por exemplo, os episódios finais de *Abismo de pasión* e de *La que no podía amar* atingiram 7,7 e 8 milhões de espectadores, respectivamente, posicionando a Univisión como a rede número dois no segmento de 18 a 34 anos, superando a ABC, a CBS e a Fox. Além disso, a estreia de *Amores verdaderos* atingiu mais de 5 milhões de espectadores e colocou a Univisión em quarto lugar no segmento de 18 a 34 anos, acima da CBS. Em geral, as telenovelas foram a programação não relacionada com as Olimpíadas com os índices de audiência mais altos em todas as noites dos dias de semana, entre os adultos de 18 a 49 e de 18 a 34 anos de idade. O futebol também deu os mais altos *ratings* à Univisión. A transmissão ao vivo da partida entre México e Brasil, em junho, posicionou a Univisión em primeiro lugar em tráfego e participação nas redes sociais. A partida amistosa entre México e Estados Unidos, em agosto, também atingiu 8,1 milhões de espectadores, o que colocou a Univisión em primeiro lugar no *prime time* entre os adultos de 18 a 34 anos e os homens de 18 a 34 e 18 a 49, à frente de NBC, CBS, ABC e Fox, bem como de todas as emissoras de TV a cabo, independentemente do idioma.

Além da maioria da programação do horário nobre da Univisión ser vista ao vivo, os comerciais têm um impacto maior porque não são evitados com o controle remoto – o que faz da Univisión uma força poderosa a ser levada em conta por seu público jovem, bilíngue e não duplicável. Univisión e UniMás são as emissoras com públicos mais jovens, sem importar o idioma, com uma média de idade de 36 anos no horário nobre. Desse público de horário nobre, 68% não se duplicam, ou seja, esses espectadores não estão assistindo a nenhuma das outras grandes emissoras em inglês. Segundo os dados da Nielsen, a Univisión apresentou 47 dos 50 programas de entretenimento mais populares entre os hispânicos bilíngues.

A UniMás concluiu a pesquisa de cobertura nacional em maio (*sweeps*) com um crescimento anual em todos os horários de programação, incluindo o horário nobre. Além disso, a emissora se posicionou como a número dois em espanhol, no final das pesquisas

de novembro, nos horários de início da manhã, noturno e diurno durante a semana, entre o segmento de 18 a 34 anos, superando a Telemundo. A Galavisión, por sua vez, continuou em primeiro lugar no segmento de TV a cabo em espanhol, graças a uma programação diversificada, que inclui comédias como *Los héroes del norte*, o terceiro programa mais visto aos domingos, entre hispânicos de 18 a 49 anos de idade, na televisão a cabo, sem importar o idioma, e em função do aumento de dois dígitos na audiência do noticiário *Primero noticias*.

A Azteca América, emissora de propriedade da TV Azteca, mexicana, concluiu as pesquisas de novembro com um crescimento anual de dois dígitos em grupos demográficos fundamentais no horário nobre dos dias de semana. A emissora teve 35% de aumento entre os adultos de 18 a 34 anos de idade e 37% entre o grupo demográfico de 2 a 17 anos no período que vai das 20h às 21h, devido ao sucesso de seu *reality show* *La isla* (uma versão de *Survivor*). O mais impressionante é que as quartas de final do futebol de *La liga mexicana* levaram a Azteca América a ocupar o segundo lugar entre as redes hispânicas nos grupos demográficos de homens de 18 a 49 anos e no segmento de 25 a 54 anos no horário nobre, em novembro.

O aumento da visibilidade do futebol – um esporte tradicionalmente ignorado nos Estados Unidos – confirma que a cara da televisão do país está mudando e se adaptando para poder atrair a jovem e crescente população hispânica. Os analistas também sugerem que os esportes dirigidos aos hispânicos são um dos poucos segmentos da televisão destinados a crescer (Crupu, 2012), e as outras emissoras estão dando atenção a isso. Por exemplo, a NBC desembolsou a impressionante quantia de 600 milhões de dólares pelos direitos de transmissão, na Telemundo, das Copas do Mundo de 2018 e 2022, comparados com os 325 milhões que gastou em 2005, a última vez em que negociaram um contrato para a Copa do Mundo (Thielman, 2012). A Univisión, por sua vez, lançou uma rede dedicada aos esportes, criativamente chamada Univisión Deportes, que está pronta para transmitir todos os eventos da FIFA em 2014 e apresentará

mais partidas de futebol mexicanas do que qualquer outra rede de televisão nos Estados Unidos. Nas palavras do presidente da Univisión Deportes, Juan Carlos Rodríguez, “o verdadeiro negócio [da Univisión] é o futebol”.

A rede Telemundo, propriedade da NBC-Comcast, depois de celebrar seu 25º aniversário em dezembro de 2012, lançou seu novo logo. Abandonou o “T” azul e agora é representada por um “T” vermelho e com o texto “*Brave New Telemundo*” (Vega, 2012b). A Telemundo cresceu em seu bloco do horário nobre, especificamente com a transmissão de *Pablo Escobar: el patrón del mal*, baseada na história de vida do narcotraficante conhecido como czar da cocaína na Colômbia. A Telemundo consolidou-se no segundo lugar do setor, com um crescimento de audiência nos últimos três anos, que passou de 1,01 milhão em 2010 para 1,19 milhão em 2012, enquanto a UniMás decresceu, no mesmo período, de 847 mil para 634 mil telespectadores, em média. Contudo, em 2012, nenhuma das produções originais da Telemundo conseguiu impacto de audiência e todas ficaram muito longe dos *ratings* obtidos por *La reina del sur* em 2011; por isso, a emissora se envolveu em uma nova aliança com a Argos para a produção de *El señor de los cielos*. Este ano, a Telemundo se aventurou na produção de um programa de concursos, *Yo me llamo*, mas o programa teve resultados muito ruins em termos de *ratings*. Em sua apresentação da programação para este ano (*up front*), incluiu várias séries de televisão do tipo *reality*, como *La voz kids*, um derivado (*spin-off*) do *The Voice*, da NBC, e *Todos somos héroes*, uma programação especial que contará as histórias de pessoas comuns sendo heróis dentro de suas comunidades.

A Estrella TV, emissora de propriedade da Liberman Broadcasting, continua oferecendo programação que visa tirar espectadores de outras (*counter programming*), colocando no horário nobre programas de concurso, *Reality TV*, comédias, shows musicais, seguindo a filosofia de que alguns hispânicos preferem essa programação às habituais telenovelas românticas. Quase todos os programas da Estrella TV são produzidos no Burbank Studios, na Califórnia, que

tem cerca de 500 trabalhadores, tanto em jornada integral quanto parcial. A Estrella TV está crescendo em termos de lucros: em 2012, teve receitas líquidas de publicidade em torno de 21,8 milhões de dólares, muito acima dos 17,1 milhões que entraram em 2011. Com 59 estações afiliadas, em dois anos a emissora conseguiu ultrapassar a rede Azteca América, consolidando-se na quarta posição, com uma audiência média de 200 mil espectadores no horário nobre (Strauss, 2012).

A V-me abandonou o serviço de medição de *ratings* da Nielsen, razão pela qual não aparecerá na seção de análise do ano em nosso capítulo. O grupo espanhol Prisa, sócio majoritário, golpeado pela longa crise econômica espanhola, congelou os planos de investimento e crescimento da emissora. A V-me não tem produção original e a maior parte de sua programação vem do exterior, especificamente da Espanha. A programação da emissora inclui programas de jogos, minisséries e reprises de séries de sucesso, como *Los Kennedy*, transmitida originalmente no ReelzChannel. Embora seja um canal privado, a V-me é distribuída por estações de propriedade pública da PBS (Public Broadcast System). Por isso, seguindo uma filosofia de serviço público, a emissora tem que cumprir certas regras e regulamentações, ou seja, não pode aceitar determinados anunciantes/clientes.

Em janeiro de 2012, a News Corporation anunciou que lançaria a MundoFox, uma nova emissora de televisão, em associação de 50% com o grupo televisivo Radio Cadena Nacional (RCN) da Colômbia. A RCN tinha sido a fornecedora de conteúdos para a Univisión e a UniMás, emissora do mesmo grupo, mas, quando os acordos expirarem no futuro próximo, a programação da RCN aparecerá de maneira exclusiva na MundoFox. Usando o lema corporativo “Entretenimento latino, atitude americana” e promovendo o slogan “Americano como você”, a MundoFox estabeleceu sua marca em contraste com as outras redes, ao promover uma programação “inovadora e audaz”, dirigida a um público mais jovem e masculino. Para se diferenciar das outras emissoras televisivas, a

MundoFox enfatiza a importância do formato das telesséries dentro de sua estratégia de programação. Em contraste com o formato mais tradicional das telenovelas, séries como *El Capo 2* têm menos capítulos, melhores padrões de produção e tramas de ação, sendo elaboradas para atrair públicos masculinos. As séries da RCN, com altos valores de produção e centradas na lógica das séries de ação e crime, reforçam a marca da MundoFox como “atitude americana”.

No momento de seu lançamento, em agosto, a emissora tinha 50 afiliadas, que lhe permitiam alcançar aproximadamente 80% dos lares hispânicos, com presença em 24 dos 25 mercados hispânicos mais importantes dos Estados Unidos. Em comparação com a cobertura de 80% da MundoFox, a Univisión alcança 96% do mercado, enquanto a Telemundo chega a 94%, o que ainda limita a possibilidade de atingir altos números de *rating*. A partir de agosto, a emissora passou a ter uma média de 70 mil espectadores no horário nobre, ocupando o sexto lugar depois da Azteca América, que tem uma média de 120 mil espectadores nessa faixa horária.

1.2. Televisão e meios de comunicação digitais

Levando em consideração o índice de uso de tecnologias móveis por hispânicos – 45% dos hispânicos com telefones móveis têm smartphones, comparados com 34% do mercado em geral (Guthrie, 2012) –, a Univisión continua avançando em sua expansão no mundo digital. Em outubro, lançou a UVideos, uma emissora digital por assinatura, que apresenta o conteúdo da Univisión (incluindo a programação da Televisa) em espanhol e com legendas em inglês. A emissora está disponível em diferentes dispositivos, os quais incluem tablets, consoles de videogame (como Xbox), smartphones e aparelhos de TV habilitados com conexão à internet. A webnovela *Te presento a Valentín*, primeira coprodução entre Univisión e Televisa, teve sua estreia exclusiva na UVideos. Há outras duas webnovelas em processo de produção, que serão dirigidas pela popular atriz mexicana Kate del Castillo. Os projetos digitais da Univisión também incluem uma associação com Facebook e YouTube

para fornecer informação exclusiva e interessante sobre as eleições, e com YaSabe.com para oferecer conteúdo original bilíngue para consumidores que queiram fazer negócios pela internet, como a mencionada associação com a ABC. Os esforços da Univisión para expandir seus serviços digitais foram reconhecidos no final do ano, quando a revista especializada *Broadcasting & Cable* a nomeou “Transmissor Multiplataforma do Ano”.

Em setembro, a Telemundo também lançou a webnovela *Se-creteando*, protagonizada por Sonya Smith. A novela pode ser vista no YouTube, e os fãs podem participar da evolução da trama por Facebook, Twitter, Google+, Pinterest e Instagram. Em outubro, a Telemundo organizou um *hang out*³ para os fãs da telenovela através do Google+, para seu capítulo final. A emissora também tem usado ativamente seus convênios de telefonia celular para diferentes processos de votação em programas como *Yo me llamo* e o concurso de *Miss Universo*.

A MundoFox oferece episódios completos de vários de seus principais programas, postos à disposição por meio do site MundoFox.com, no canal da MundoFox no YouTube e na página da MundoFox no Facebook. Em agosto, a Verizon acrescentou a MundoFox à sua programação de FiOS. A emissora aproveita as oportunidades de marketing possibilitadas pelas redes sociais ao pedir que os usuários “curtam” a MundoFox no Facebook para poder acessar o conteúdo oferecido sob demanda.

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

Este ano, houve uma redução dos títulos novos que foram ao ar, tanto nacionais quanto ibero-americanos, passando de um total de 58 estreias em 2011 para apenas 44 em 2012. A produção nacional caiu de 11 para 10 títulos novos, e a ibero-americana diminuiu de 47 estreias para apenas 34. A Telemundo consolida-se como principal produtora hispânica dos Estados Unidos, com nove títulos novos

³ *Hang out* é uma expressão em inglês que quer dizer passar o tempo, sair e estar com os amigos.

este ano, em um esquema de coprodução que incluiu Sony Picture Internacional, RTI, Argos e US. Imagina-Promofilm. O segundo produtor importante no cenário da produção original é a Venevisión, a qual, em coprodução com a Univisión, traz o décimo título da lista da produção nacional.

Enquanto a soma de estreias nacionais e ibero-americanas foi de 44 títulos, registrou-se um maior número de repetições, com a apresentação de 54 reprises. A UniMás foi a emissora que mais recorreu às reprises como estratégia na programação de ficção, com 24 títulos, seguida pela Univisión, com 13, Telemundo, com nove, Azteca América, com cinco, e Estrella TV, com dois. As reprises de títulos de ficção na UniMás e na Univisión constituíram quase 70% dessa estratégia de programação na televisão hispânica nacional. Essas reprises incluíam 37 títulos mexicanos, 11 hispânicos dos Estados Unidos, cinco colombianos e um brasileiro.

Tabela 1. Ficções exibidas em 2012

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 10	TÍTULOS DE REPRISES – 54
Telemundo	Azteca América
1. <i>La casa de al lado</i> (telenovela)	1. <i>Cambio de vida</i> (série – México)
2. <i>Corazón valiente</i> (telenovela)	2. <i>El milagro de los santos</i> (unitário – México)
3. <i>Decisiones extremas</i> (unitário)	3. <i>Lo que la gente cuenta</i> (série – México)
4. <i>Flor salvaje</i> (telenovela)	4. <i>La vida es una canción</i> (série – México)
5. <i>Historia de la virgen morena</i> (unitário)	5. <i>Ni una vez más</i> (unitário – México)
6. <i>Relaciones peligrosas</i> (telenovela)	
7. <i>Rosa diamante</i> (telenovela)	Estrella TV
8. <i>El rostro venganza</i> (telenovela)	6. <i>Historias delirantes</i> (série – México)
9. <i>Una maid en Manhattan</i> (telenovela)	7. <i>El shaka</i> (série – México)
Univisión	Telemundo
10. <i>El talismán</i> (telenovela)	8. <i>Amarte así</i> (telenovela)
	9. <i>¡Anita, no te rajes!</i> (telenovela)
	10. <i>Decisiones juveniles</i> (unitário)
TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS – 34	11. <i>La diosa coronada</i> (telenovela)

	12. <i>Doña Bárbara</i> (telenovela)
Azteca América	13. <i>¿Dónde está Elisa?</i> (telenovela – Chile)
1. <i>Cielo rojo</i> (telenovela – México)	14. <i>La esclava Isaura</i> (telenovela – Brasil)
2. <i>Emperatriz</i> (telenovela – México)	15. <i>Más sabe el diablo</i> (telenovela)
3. <i>Lo que callamos las mujeres</i> (unitário – México)	16. <i>Sin senos no hay paraíso</i> (telenovela)
4. <i>Los rey</i> (telenovela – México)	17. <i>Victorinos</i> (telenovela)
5. <i>La verdad de mi vida</i> (série – México)	
	UniMás
Estrella TV	18. <i>Acorralada</i> (telenovela)
6. <i>Milagros</i> (unitário – México)	19. <i>Alma rebelde</i> (telenovela – México)
	20. <i>Bajo de las riendas de amor</i> (telenovela)
Telemundo	21. <i>El capo</i> (telenovela – Colômbia)
7. <i>Amor cautivo</i> (telenovela – México)	22. <i>Carita de ángel</i> (telenovela – México)
8. <i>Bella Ceci y el imprudente</i> (telenovela – Colômbia)	23. <i>Correo de inocentes</i> (telenovela – Colômbia)
9. <i>El secretario</i> (telenovela – Colômbia)	24. <i>El derecho de nacer</i> (telenovela – México)
10. <i>Pablo Escobar: el patrón del mal</i> (telenovela – Colômbia)	25. <i>El juego de la vida</i> (telenovela – México)
	26. <i>Gotita de amor</i> (telenovela – México)
UniMás	27. <i>Hasta que la plata nos separe</i> (telenovela – Colômbia)
11. <i>¡Qué clase de amor!</i> (telenovela – Venezuela)	28. <i>La hija del mariachi</i> (telenovela – Colômbia)
12. <i>Reto de mujer</i> (telenovela – Colômbia)	29. <i>La mentira</i> (telenovela – México)
13. <i>Se solicita príncipe azul</i> (telenovela – Colômbia)	30. <i>La usurpadora</i> (telenovela – México)
14. <i>Tres milagros</i> (telenovela – Colômbia)	31. <i>Las tontas no van al cielo</i> (telenovela – México)
15. <i>El último matrimonio feliz</i> (telenovela – Colômbia)	32. <i>Locura de amor</i> (telenovela – México)
	33. <i>María Isabel</i> (telenovela – México)
Univisión	34. <i>María Mercedes</i> (telenovela – México)
16. <i>Abismo de pasión</i> (telenovela – México)	35. <i>Marimar</i> (telenovela – México)
17. <i>Amor bravío</i> (telenovela – México)	36. <i>Misión S.O.S. aventura y amor</i> (telenovela – México)
18. <i>Amorcito corazón</i> (telenovela – México)	37. <i>Mujer, casos de la vida real</i> (unitário – México)

19. <i>Amores verdaderos</i> (telenovela – México)	38. <i>Muñecas de la mafia</i> (telenovela – Colômbia)
20. <i>Como dice el dicho</i> (unitário – México)	39. <i>Nunca te olvidaré</i> (telenovela – México)
21. <i>Corazón apasionado</i> (telenovela – Venezuela)	40. <i>Sñadoras</i> (telenovela – México)
22. <i>Corona de lágrimas</i> (telenovela – México)	41. <i>Tres mujeres</i> (telenovela – México)
23. <i>Dos hogares</i> (telenovela – México)	
24. <i>El encanto del águila</i> (série – México)	Univisión
25. <i>Esperanza del corazón</i> (telenovela – México)	42. <i>13 miedos</i> (série – México)
26. <i>La mujer perfecta</i> (telenovela – Venezuela)	43. <i>Al diablo con guapos</i> (telenovela – México)
27. <i>La rosa de Guadalupe</i> (unitário – México)	44. <i>Alma de hierro</i> (telenovela – México)
28. <i>Locas de amor</i> (série – México)	45. <i>Central de abasto</i> (telenovela – México)
29. <i>Ni contigo ni sin ti</i> (telenovela – México)	46. <i>Cuando me enamoro</i> (telenovela – México)
30. <i>Por ella soy Eva</i> (telenovela – México)	47. <i>Cuidado con el ángel</i> (telenovela – México)
31. <i>La que no podía amar</i> (telenovela – México)	48. <i>Hasta que el dinero nos separe</i> (telenovela – México)
32. <i>Te presento a Valentín</i> (telenovela – México)	49. <i>La fuerza del destino</i> (telenovela – México)
33. <i>Un refugio para el amor</i> (telenovela – México)	50. <i>Mañana es para siempre</i> (telenovela – México)
34. <i>Una familia con suerte</i> (telenovela – México)	51. <i>Mar de amor</i> (telenovela – México)
	52. <i>Muchachitas como tú</i> (telenovela – México)
	53. <i>Para volver a amar</i> (telenovela – México)
	54. <i>Sortilegio de amor</i> (telenovela – México)

Foram dez títulos de produção nacional e 34 ibero-americanos. O número de títulos nacionais de estreia cresceu de 19% em 2011 para 23% em 2012, enquanto os ibero-americanos caíram de 81% em 2011 para 73% em 2012. Em termos de porcentagem de horas, a produção nacional também cresceu, de 19% para 26%, enquanto, no sentido inverso, a ibero-americana caiu de 81% para 74%, de 2011 a 2012. A redução do número de títulos ibero-americanos se deu em

função de uma queda no número de ficções importadas dos países da região em geral. Em particular, o caso do México como provedor de ficção apresentou uma drástica redução, passando de 34 títulos em 2011 para 24 em 2012; mas, igualmente, no mesmo período, a Colômbia baixou de oito para sete títulos, a Venezuela de quatro para três e o Brasil foi a zero.

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

País	Títulos	%	Capítulos/ Episódios	%	Horas	%
NACIONAL (total)	10	22,7	906	28,9	836:30	26,4
IBERO-AMERICANA (total)	34	77,3	2.226	71,1	2.329:45	73,6
Argentina	0	0	0	0	0	0
Brasil	0	0	0	0	0	0
Chile	0	0	0	0	0	0
Colômbia	7	15,9	466	14,9	434:45	13,7
Equador	0	0	0	0	0	0
Espanha	0	0	0	0	0	0
EUA (produção hispânica)	10	22,7	906	28,9	836:30	26,4
México	24	54,6	1.621	51,8	1.774:05	56
Peru	0	0	0	0	0	0
Portugal	0	0	0	0	0	0
Uruguai	0	0	0	0	0	0
Venezuela	3	6,8	139	4,4	121:00	3,8
Latino-Americana (âmbito Obitel)	34	77,3	2.226	71,1	2.329:45	73,6
Latino-Americana (âmbito não Obitel)	0	0	0	0	0	0
Outras (produções e coproduções de outros países latino-am./ibero-am.)	(3)		(262.00)		(255:00)	
TOTAL	44	100	3.132.4	100	3.166:15	100

Fonte: Obitel EUA – Nielsen

No que se refere a faixas horárias, diferentemente do ano anterior, no qual não houve nenhuma produção nacional fora do horário nobre, este ano teve 14% da produção nacional programada para a tarde, enquanto os 86% restantes ficaram no horário nobre. A inclusão de programação de estreia no horário da tarde foi resultado da inserção de dois títulos nesse horário: a produção da Imagina US para a Telemundo *Historias de la virgen morena* e a telenovela *El talismán*, coproduzida por Univisión e Venevisión, que mudou para o horário da tarde. Na produção ibero-americana, há estreias em todas as faixas horárias, mas também estão mais concentradas no horário nobre, com 47%, e na tarde, com 38%. Dos 17 títulos de estreia ibero-americanos programados para o horário nobre, 14 foram originários do México e três, da Colômbia.

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

Faixas horárias	Nacionais				Ibero-Americanas				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (6:00-12:00)*	0	0	0	0	224	10	236:50	10,2	224	7,2	236:50	7,5
Tarde (12:00-19:00)	129	14,2	130:00	15,5	853	38,3	830:45	35,7	982	31,3	960:45	30,4
Horário nobre (19:00-22:00)	777	85,8	706:30	84,5	1.053	47,3	1.159:40	49,8	1.830	58,4	1.866:10	58,9
Noturno (22:00-6:00)	0	0	0:00	0	96	4,3	102:30	4,4	96	3,1	102:30	3,2
TOTAL	906	100	836:30	100	2.226	100	2.329:45	100	3.132	100	3.166:25	100

Fonte: Obitel EUA – Nielsen

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais						Ibero-Americanas					
	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%
Telenovela	8	80	838	92,5	769:00	91,9	27	79,4	2.050	92,1	2.155:40	92,5
Série	0	0	0	0	0	0	2	5,9	32	1,4	31:55	1,4
Minissérie	0	0	0	0	0	0	1	2,9	7	0,3	3:30	0,2
Telefilme	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unitário	2	20	68	7,5	67:30	8,1	4	11,8	137	6,2	138:40	5,9
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Outros (soap opera etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	10	100	906	100	836:30	100	34	100	2.226	100	2.329:45	100

Fonte: Obitel EUA – Nielsen

As telenovelas continuam sendo o gênero preferido na produção de ficção, sendo 36 estreias do total de 44, seguidas por seis unitários e três séries. Do total de dez produções nacionais, houve oito telenovelas, dois unitários, *Decisiones extremas* e *Historias de la virgen morena*, mas nenhuma série. Dos 34 títulos da produção ibero-americana, 28 foram telenovelas, quatro unitários, *Lo que callamos las mujeres*, *Milagros*, *Como dice el dicho* e *La rosa de Guadalupe*, duas séries, *La verdad de mi vida* e *Locas de amor*, e uma minissérie, *Encanto del águila*.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional por faixa horária

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Horário nobre	%	No-turno	%	Total	%
Telenovela	0	0	0	0	8*	88,9	0	0	8	80
Série	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Minissérie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unitário	0	0	1	100	1	11,1	0	0	2	20
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Outros (soap opera etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	0	0	1	100	1	100	0	0	10	100

*Uma telenovela estreou no horário nobre, mas depois foi mudada para o horário da tarde devido aos baixos números de *ratings*. Porém, nós a classificamos como programa em horário nobre para os propósitos desta tabela.

Fonte: Obitel EUA – Nielsen

A grande maioria das telenovelas foi situada no tempo presente. Houve apenas duas que poderiam ser consideradas históricas: *Pablo Escobar: el patrón del mal* e *El encanto del águila*. A primeira era sobre a vida do narcotraficante Pablo Escobar, e a segunda, sobre a Revolução Mexicana.

Tabela 6. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	42	95,5
de Época	0	0
Histórica	2	4,5
Outra	0	0
TOTAL	44	100

Fonte: Obitel EUA – Nielsen

A lista das dez produções mais assistidas mostra claramente o domínio hegemônico da Televisa, com suas produções transmitidas através da Univisión, mas também mostra, mesmo que timidamente, a entrada na lista das realizações hispânicas nos Estados Unidos. Por sua vez, seja através da produção ou da coprodução, a Colômbia vai se consolidando como uma importante fonte de produção bem-sucedida para o mercado do país. Em 2012, a Univisión transmitiu nove das dez produções mais vistas, e a Telemundo transmitiu a telenovela que ocupou o décimo lugar, enquanto a Televisa gerou oito das nove produções de maior sucesso transmitidas pela Univisión, sendo que a nona telenovela foi uma coprodução da Univisión com a Venevisión-Miami. A novidade do ano é que a telenovela que ocupou o décimo lugar e foi transmitida pela Telemundo não foi produzida pelo canal hispânico, mas pela colombiana Caracol TV.

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

	Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	Canal	Nome do roteirista ou autor da ideia original	<i>Rating</i>	<i>Share</i>
1	<i>La que no podía amar</i>	México	Televisa	Univisión	Delia Fiallo – ideia original Ximena Suarez – roteiro	18,73	29,59
2	<i>Abismo de pasión</i>	México	Televisa	Univisión	Juan Carlos Acalá	18,24	28,3

3	<i>Amores verdaderos</i>	México	Televisa	Univisión	Enrique Estébanez Marcela Citterio Kary Fajer	18,16	28,27
4	<i>Por ella soy Eva</i>	México	Televisa	Univisión	Pedro Rodríguez Alejandra Romero Humberto Robles	15,82	25,46
5	<i>Amor bravío</i>	México	Televisa	Univisión	María Zarrattini Martha Carrillo Cristina García	15,56	25,56
6	<i>Una familia con suerte</i>	México	Televisa	Univisión	Jorge Fons	14,78	24,49
7	<i>Un refugio para el amor</i>	México	Televisa	Univisión	Ignacio Sada Madero	13,07	22,73
8	<i>Corona de lágrimas</i>	México	Televisa	Univisión	Manuel Cancero Noriega Jesús Calzada Janelly E. Lee	10,9	18,53
9	<i>El talismán</i>	EUA	Univisión/ Venevisión	Univisión	Verónica Suárez	8,62	19,79
10	<i>Pablo Escobar: el patrón del mal</i>	Colômbia	Caracol TV	Telemundo	Juan Camilo Ferrand	8,54	8,54
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros:			
100%				90%			

Fonte: Obitel EUA – Nielsen

As dez ficções mais vistas foram telenovelas, e todas foram ao ar no horário nobre. *Una familia con suerte* foi uma telenovela que começou no ano anterior, em outubro de 2011, mas continuou durante 2012, até maio, enquanto *Amores verdaderos*, *Corona de lágrimas* e *Pablo Escobar: el patrón del mal* começaram a ser transmitidas em 2012, mas continuaram seus episódios em 2013. Na lista

das dez produções mais vistas, a Televisa ocupou oito lugares em 2008, dez em 2009, nove em 2010, oito em 2011 e, agora, oito em 2012.

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

	Título	Formato	Gênero	Nº de cap./ep. (em 2012)	Datas da primeira e da última transmissão (em 2012) (*)	Faixa horária
1	<i>La que no podía amar</i>	telenovela	drama	157	02/01 a 10/08	Horário nobre
2	<i>Abismo de pasión</i>	telenovela	drama	161	12/03 a 02/11	Horário nobre
3	<i>Amores verdaderos</i>	telenovela	drama	36	07/11 a 26/12	Horário nobre
4	<i>Por ella soy Eva</i>	telenovela	drama	114	16/07 a 22/11	Horário nobre
5	<i>Amor bravío</i>	telenovela	drama	90	13/08 a 22/11	Horário nobre
6	<i>Una familia con suerte</i>	telenovela	drama	76	06/02 a 23/05	Horário nobre
7	<i>Un refugio para el amor</i>	telenovela	drama	164	24/05 a 22/11	Horário nobre
8	<i>Corona de lágrimas</i>	telenovela	drama	20	03/12 a 28/12	Horário nobre
9	<i>El talismán</i>	telenovela	drama	98	12/03 a 15/06	Tarde/ Horário nobre
10	<i>Pablo Escobar: el patrón del mal</i>	telenovela	drama	114	09/07 a 28/12	Horário nobre

Fonte: Obitel EUA – Nielsen

Tabela 9. Temáticas nos dez títulos mais vistos

	Títulos	TEMÁTICAS DOMINANTES (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)	TEMÁTICAS SOCIAIS (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)
1	<i>La que no podía amar</i>	Egoísmo, relações de classe, romance.	Adoção, deficiência.
2	<i>Abismo de pasión</i>	Adultério, vingança.	Violência, abandono, sequestro.

3	<i>Amores verdaderos</i>	Adulterio, amor, família e disfunção.	Transtornos de alimentação, falência.
4	<i>Por ella soy Eva</i>	Amor, decepção e redenção.	Política de gênero, mães solteiras.
5	<i>Amor bravío</i>	Conspiração e vingança.	Eutanásia, depressão e violência.
6	<i>Una familia con suerte</i>	Relações de classe, romance.	Mobilidade social.
7	<i>Un refugio para el amor</i>	Fraude, romance e relações de classe.	Abandono, deficiência, adaptação à vida urbana.
8	<i>Corona de lágrimas</i>	Valores familiares, relações de classe.	Mobilidade social, mães solteiras.
9	<i>El talismán</i>	Rivalidade, vingança, romance.	Orfandade, imigração ilegal, câncer, jogo de azar.
10	<i>Pablo Escobar: el patrón del mal</i>	Narcotráfico e contrabando.	Corrupção e violência.

Fonte: Obitel EUA – Nielsen

Em termos do gênero dos espectadores, em geral a audiência foi majoritariamente feminina, com uma porcentagem acima dos 60%. Contudo, a telenovela *Pablo Escobar: el patrón del mal*, produzida na Colômbia pela Caracol TV, foi assistida por um número igual de homens e mulheres, enquanto *El talismán*, uma coprodução da Univisión e da Venevisión, foi a telenovela que apresentou o mais alto contraste de público, com 65% de mulheres para apenas 35% de homens. A idade dos públicos na lista das telenovelas mais vistas está majoritariamente concentrada no público de mais de 25 anos de idade. Especificamente, o público de 35 a 49 anos representou o grupo com maior porcentagem de audiência, enquanto outro grupo com um alto número de espectadores foi o de mais de 55 anos.

**Tabela 10. Perfil de audiência dos dez títulos mais vistos:
gênero e idade**

Títulos		Canal	Gênero %		Faixas etárias %						
			Mul-heres	Ho-mens	2-11	12-17	18-24	25-34	35-49	50-54	55+
1	<i>La que no podía amar</i>	Univisión	61,6	38,4	13,8	5	10	18,6	23,7	7,1	21,7
2	<i>Abismo de pasión</i>	Univisión	62,9	37,1	13	5,7	9,7	17,2	24	7	23,5
3	<i>Amores verdaderos</i>	Univisión	61	39	15	7	8,7	18	26	6	19,4
4	<i>Por ella soy Eva</i>	Univisión	63,2	36,8	14	6	8,7	18,2	26,9	5,8	20,4
5	<i>Amor bravío</i>	Univisión	63,4	36,6	12	5	8,3	17,2	26,1	6,7	24,6
6	<i>Una familia con suerte</i>	Univisión	58,6	41,4	17,3	5,6	10,4	20,2	22,7	5,4	18,3
7	<i>Un refugio para el amor</i>	Univisión	64,6	35,4	13,1	5,8	7,9	16,3	23,6	6,7	26,6
8	<i>Corona de lágrimas</i>	Univisión	62,8	37,2	14,9	5,4	6,5	16,4	24,9	6,2	25,7
9	<i>El talismán</i>	Univisión	65	35	14,9	4,2	10,1	16,7	20,7	6,6	26,8
10	<i>Pablo Escobar: el patrón del mal</i>	Tele-mundo	50,2	49,8	7,8	4,3	7,9	18,6	33,6	8,3	19,5

Fonte: Obitel EUA – Nielsen

3. A recepção transmidiática

O fenômeno das redes sociais continua sendo um lugar para divulgar informação e promover as ficções e, à medida que a tecnologia vai avançando, também melhoram os formatos para atingir os públicos. Há três elementos centrais que destacam o papel que as redes sociais cumpriram na produção de televisão em 2012. O primeiro foi que as redes sociais não apenas conectam os fãs com a programação, mas que agora eles também se conectam entre si para participarem de discussões e compartilhar o que curtem no Facebook, Twitter, Instagram, etc. O segundo, *TV Everywhere*⁴, é que,

⁴ *TV Everywhere*, ou TV em toda parte, é uma tentativa da indústria da televisão de responder à demanda do público por mais conteúdo em outras telas, como tablets, computadores e telefones celulares.

agora, as grandes corporações conseguirão medir a audiência por meio das diferentes plataformas. O terceiro, que os fãs se transformaram em embaixadores da informação que ajudam as emissoras a divulgar e promover suas ficções como nunca havia acontecido antes. As redes sociais transformaram-se na principal fonte de notícias. As pessoas têm mais probabilidades de receber notícias mundiais através dos seus amigos no Facebook que do Huffington Post.

Ficção escolhida	Emissora	Páginas de internet	Tipos de interação transmidiática	Níveis de interatividade	Práticas dominantes dos usuários
<i>El talismán</i>	Univisión	Página oficial	Visualização	Passiva	Comentário Interpretação Remix Paródia Recomendação Imitação Celebração Crítica Coleção Compartilhamento Discussão
		Facebook	Visualização transmidiática	Ativa	
		Twitter	Interativa em tempo real	Ativa	
		YouTube	Visualização transmidiática	Ativa	

A ficção escolhida para o capítulo dos Estados Unidos é *El talismán*. A equipe estadunidense queria que essa seção refletisse uma produção criada no país, levando em conta que muitos dos títulos no *top ten* são produções da Televisa no México. *El talismán* teve seu grande final na semana de 11 de junho a 15 de junho. A página de internet escolhida para a análise desta seção se baseou no tráfego acumulado durante o final. O Facebook foi o local que teve mais interação nessa última semana de programação. O perfil foi criado em 28 de outubro de 2011 e a telenovela foi lançada em 30 de janeiro de 2012. A página obteve um total de 12.382 “curtir” e 32 comentários. Aproximadamente 25 comentários foram publicados antes da estreia de *El talismán*, junto com alguns comentários de promoção sobre outras telenovelas da Univisión. Na última semana

de *El talismán*, de 11 de junho a 15 de junho, houve um total de 20 comentários postados pelo representante da Univisión. A interação do público aumentou à medida que se aproximava o episódio final. De segunda a quarta-feira, entre 15 e 30 pessoas “curtiram”, e na sexta-feira, dia 15, mais de cem “curtiram” dois dos comentários. Durante toda a semana, houve um total de 766 “curtidas”, 112 comentários do público e 14 compartilhamentos.

O Twitter não teve tanta interação quanto o Facebook, nem por parte da Univisión nem por parte do público, e sobre a página oficial não há comentários de usuários. A pesquisa mostra que os hispânicos têm mais acesso à tecnologia móvel, com os smartphones, do que qualquer outra minoria (Guthrie, 2012), mas, em comparação com o mercado geral, ainda estão abaixo. Como também foi mencionado anteriormente, a Univisión, sem dúvida, continua ampliando sua presença na mídia por meio da internet, não apenas através de Facebook, Twitter, Instagram etc., mas também através da criação de webnovelas – mais recentemente com atrizes e atores conhecidos em todo o hemisfério, como Kate del Castillo.

4. O mais destacado do ano

Dois grandes eventos preencheram a cobertura e as grades de programação de 2012: as Olimpíadas de Londres e as eleições presidenciais dos Estados Unidos. A NBC, empresa proprietária da Telemundo, obteve os direitos de transmissão das Olimpíadas de Londres, o que deu a oportunidade à rede hispânica de mobilizar uma cobertura de 173 horas durante as competições. A emissora autointitulada “A Casa dos Jogos Olímpicos em Espanhol nos Estados Unidos” formulou uma estratégia ampla de cobertura que incluía transmissões, tanto na emissora de televisão aberta quanto na Mun2, sua emissora de TV a cabo, em diferentes plataformas digitais e móveis e em suas plataformas dentro das redes sociais. A cobertura teve a participação de mais de 20 apresentadores, anfitriões e comentaristas (NBC-U, 2012). A Telemundo dobrou a audiência em comparação com a que teve nas Olimpíadas de Pequim entre

espectadores de 18 a 49 anos. A cobertura da emissora deu a ela uma audiência de 19,3 milhões de espectadores, 29% a mais do que em Pequim. O jogo do Brasil contra o México trouxe um total de 3,6 milhões de espectadores, transformando-se na partida de futebol transmitida em um dia de fim de semana mais assistida na história da emissora (NBC-U Sports, 2012).

A eleição para presidente dos Estados Unidos ofereceu uma oportunidade única para que as emissoras em espanhol se posicionassem como fonte original de informação, tanto para seus públicos hispânicos quanto para o grande público anglófono do país. Sabendo da posição estratégica que ocupa a população hispânica na escolha do novo presidente, Univisión e Telemundo conseguiram fazer várias entrevistas e programas especiais com os dois candidatos presidenciais. A estratégia de se fazer presente no panorama eleitoral também era crucial para atrair investimentos publicitários para as emissoras dentro dos 3 bilhões de dólares que se calcula ter sido o investimento em campanhas publicitárias na mídia. Em 2008, as emissoras de televisão hispânicas teriam conseguido apenas 100 milhões de dólares dos 2 bilhões investidos (James, 2012). Contudo, estudos sobre o investimento publicitário nas emissoras hispânicas em dez dos Estados mais importantes (Arizona, Califórnia, Colorado, Flórida, Illinois, Nova York, Novo México, Texas, Nevada e Virginia) demonstraram que o investimento constituiu apenas 6,2% do total investido nas campanhas de 2012, em contraste com os 10% que representou a votação dos latinos para a presidência (Vega, 2012a).

Naquele ano, havia uma grande expectativa acerca do potencial da indústria da ficção hispânica nos Estados Unidos, depois do sucesso das produções *La reina del sur* e *Eva Luna* em 2011. Contudo, não houve essa continuidade em 2012. Esperava-se que *El talismán*, uma coprodução da Univisión e da Venevisión, na qual, de alguma maneira, repetia-se a fórmula usada em *Eva Luna*, gerasse altos índices de audiência. *El talismán* não apenas era uma coprodução das duas produtoras de *Eva Luna*, mas também repetia a mesma equipe

de produtores-executivos da Venevisión, Peter Tinoco, e da Univisión, Carlos Sotomayor, com direção-executiva de Arquímedes Rive-ro e Blanca Soto como atriz principal. *El talismán* estreou no horário das 20h (segundo o fuso horário do leste dos Estados Unidos) e foi vista por mais de 5 milhões de espectadores, transformando-se no lançamento mais assistido da história para uma produção hispânica nos Estados Unidos (Univisión Corporativo, 2012). No entanto, a telenovela logo começaria a perder audiência e pontos de *rating*, obrigando a Univisión a alterar seu horário para as 13h. A mudança acabaria baixando de maneira ainda mais drástica o *rating*, e o número projetado de capítulos da novela foi reduzido de 120 para apenas 98. Enquanto a telenovela alcançava em torno de 14 pontos de *rating* no horário nobre, ao mudá-la de horário a pontuação baixou para apenas seis pontos de *rating*. Foi assim que *El talismán* ocupou o nono lugar na tabela dos mais vistos, com uma média de apenas 8,62 pontos de *rating*.

Por sua vez, as produções originais da Telemundo saíram da lista das mais assistidas. Uma produção da Caracol TV colocará a Telemundo na lista, não como produtora, mas como canal emissor. A telenovela *Pablo Escobar: el patrón del mal*, da Caracol TV, obteve 8,54, apenas um décimo a menos que *El talismán*. A telenovela colombiana é um exemplo da continuada relevância do tema do narcotráfico na ficção, como foi *La reina del sur* em 2011. Uma prova do quanto a temática e a conexão com a Colômbia como país produtor são estratégicas é a produção da narconovela *El señor de los cielos*, com a Caracol TV e Argos. Porém, também revela a importância do revés sofrido pela Telemundo quando sua produtora independente RTI-Colômbia e a Caracol TV anunciaram suas alianças com Televisa e Univisión durante o ano.

O mais importante do ano não é uma produção em particular, mas o reordenamento de forças no interior da indústria hispânica dos Estados Unidos. A RCN deixará a Univisión e a UniMás para se associar com a NewsCorp/Fox em sua nova emissora, MundoFox. A RTI-Colômbia e a Caracol TV abandonarão a Telemundo, por

acordos de produção e programação com Televisa e Univisión. A Telemundo buscará novas alianças de produção com Cadena Tres (México) e Televen (Venezuela), enquanto reforça sua relação com a Argos Comunicación, do México.

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

O ataque direto lançado pelo ex-presidente Felipe Calderón contra o narcotráfico e as disputas territoriais entre os cartéis abriu caminho para uma incomparável onda de violência e assassinatos brutais, incluindo decapitações, no México, há mais de seis anos. Estima-se que tenha havido aproximadamente 50 mil mortos desde 2006, e os assassinatos ainda não diminuíram (Malkin, 2012). Uma certa impotência pelo fato de que aqueles que estão no poder não têm a habilidade ou a disposição de lutar contra o narcotráfico e a corrupção que o mantém caracteriza o estado de ânimo da nação. Ter que testemunhar como o México se transforma na Colômbia dos anos 80 contribui para a desesperança e a ansiedade dos cidadãos mexicanos.

A Colômbia está localizada em uma das melhores regiões geográficas para produção e distribuição de drogas (Cadena, 2010). O aumento da demanda pela maconha, particularmente nos Estados Unidos, no fim da década de 1970, foi responsável pela proliferação do cultivo e permitiu que a Colômbia se transformasse no principal produtor dessa droga no mundo. Na verdade, o mais infame narcotraficante, Pablo Escobar, chegou a ser um dos homens mais ricos em 1980, com uma fortuna de 25 bilhões de dólares, tendo até se oferecido para pagar a dívida externa da Colômbia. Escobar também foi responsável pela morte de 4 mil pessoas, incluindo três candidatos presidenciais, e por introduzir táticas terroristas, como o uso de explosivos em lugares públicos (Cadena, 2010, p. 47). O reinado dos cartéis colombianos terminou quando as autoridades dos Estados Unidos restringiram as rotas do narcotráfico no Caribe e no sul da Flórida, permitindo, assim, que os cartéis mexicanos se apoderassem do negócio da distribuição (Archibold, 2009). A proximidade

do México com os Estados Unidos, seu consumo desenfreado de drogas e suas permissivas leis de armas fortaleceram os cartéis.

José Luis Cadena (2010) argumenta que o narcotráfico representou para a Colômbia um novo tipo de crime organizado e uma mudança cultural, na qual o dinheiro substituiu os antigos valores e tradições do país. O termo “*traquetos*” apareceu para designar quem está envolvido com o tráfico de drogas, que vivia uma vida intensa e só acreditava no poder do dinheiro (2010, p. 50). As atividades ilícitas e a cultura do narcotráfico em países como Colômbia e México (os termos “*sicários*” e “*buchones*”, semelhantes a “*traquetos*” em termos de sua filosofia, agora são bastante comuns) são tão ubíquas que capturaram o imaginário nacional, e suas representações na cultura popular são proeminentes, tanto na música (*narcocorridos*) quanto em romances e telenovelas. A dificuldade de reconstruir o passado na cultura popular é um reflexo do conflito ao se tentar compreender e esclarecer o presente. A reconstrução do passado envolve três aspectos principais: o processo de seletividade, no qual alguns eventos são ressaltados e outros, omitidos, a questão da autoridade e a inclusão de um juízo moral, seja implícito ou explícito (Meyers, 2007).

A televisão, sendo a mídia mais popular e com mais alcance entre os hispânicos, tem sido especialista em narrar o passado e, assim, influenciar a maneira em que o público pensa a história por meio de suas telenovelas, as quais são um fenômeno cultural na América Latina, onde mais de 50% da população se considera espectador fiel (Miller, 2010). A telenovela é um gênero populista que cria um espaço público e unido para que espectadores de diversos status socioeconômicos compartilhem uma experiência comum e participem das discussões da nação. Mauro Porto (2011) comenta que o público tende a estabelecer um paralelo entre as representações das telenovelas e as realidades políticas e sociais da nação. O melodrama que caracteriza as telenovelas redefine a relação entre o que é político e o que é pessoal por meio da adaptação dos problemas políticos em termos pessoais e familiares, que são significativos na vida cotidiana.

na (Hamburger, 2000). Como observa Ana López (1995), “viver” a nação por meio das telenovelas é uma possibilidade tangível para os espectadores.

A moda atual na televisão hispânica é o subgênero da telenovela conhecido como “narconovela”, que se baseia no mundo sinistro do narcotráfico. O escritor colombiano Gustavo Bolívar, autor do livro *Sin tetas no hay paraíso*, que foi adaptado na bem-sucedida telenovela de mesmo nome, declara que “estamos assistindo ao sepultamento do esquema da Cinderela, ao menos por um bom tempo”. Ou seja, os paradigmas do melodrama tradicional, no qual a bela e pobre protagonista casa com um homem honesto e rico, estão se dissolvendo para abrir caminho à representação da realidade crua da América Latina e dos Estados Unidos.

A crítica contrária às narconovelas é que elas pintam uma imagem atraente da vida dos traficantes e servem como apologia às suas atividades. O escritor Mario Fernando Prado, do jornal *El Espectador*, contra-argumenta que uma análise do desenvolvimento dessas telenovelas indica que o resultado do narcotráfico sempre é prisão, morte ou destruição. “O resultado é uma sequência tão grande de desastres e misérias que ninguém vai querer seguir esse caminho.” O psicólogo José Antonio Garcíandía concorda, observando, na revista colombiana *Semana*, que “as telenovelas não estão legitimando nada, simplesmente mostram algo que já está informalmente legitimado na cultural nacional”.

Em meio ao panorama atual, no qual as narconovelas são rainhas da telinha e o descontentamento real com a chamada “guerra contra as drogas” continua crescendo, chega a nova produção original da Telemundo, *El señor de los cielos*. Essa telenovela enfoca o mito de Amado Carrillo, considerado um dos narcotraficantes mexicanos mais poderosos e infames da década de 1990. As notas à imprensa que precederam a estreia da telenovela alardeiam que ela é a produção mais ambiciosa do ano na televisão hispânica, com efeitos especiais de alto nível – em suas tantas explosões de carros e tiros –, e prometem uma história cheia de “ação, emoções, paixões

desenfreadas, luxo, miséria, intriga e suspense”. Tanta publicidade valeu a pena. *El señor de los cielos* foi a segunda estreia com mais *rating*, sem levar em conta a faixa horária, na história da Telemundo, atrás apenas de *La reina del sur*, atraindo aproximadamente 3 milhões de espectadores.

Levando-se em conta o sucesso incomparável de *La reina del sur*, não surpreende que a Telemundo continue explorando o mundo do tráfico de drogas em sua mais recente produção. *El señor de los cielos* utiliza todos os termos disponíveis da narcocultura em um período de meia hora. A abertura da telenovela apresenta o protagonista com sua vestimenta nortista (botas bicudas, chapéu, joias de ouro em excesso), intercalando com imagens de drogas, armas e dinheiro, enquanto a canção, no estilo de um *corrido* mexicano, descreve-o como “tão abusado e perverso como o diabo/tão amado quanto desonesto...”. Aurelio Casillas (conhecido como *señor de los cielos*) é, por um lado, um macho com uma fraqueza pelo álcool e pelas mulheres, e, por outro lado, um homem de família que vai à igreja. O niilismo que caracteriza o mundo do narcotráfico, por sua proximidade com a morte, é demonstrado na última cena do primeiro episódio, na qual Casillas comenta com seu empregado fiel: “Foi pra morrer que a gente nasceu” – antes de balear seus inimigos.

A fórmula da narconovela demonstrou ser bastante bem-sucedida, e produzir esse tipo de programa é uma decisão sensata em termos econômicos por parte da Telemundo. Por exemplo, *La reina del sur* atraiu uma grande parcela do cobiçado grupo demográfico masculino de 18 a 34 anos e elevou acima de 40% os *ratings* da emissora em 2011. Além disso, as narconovelas dão à Telemundo uma vantagem sobre sua rival Univisión e suas novelas, a maioria produzida pela Televisa, que continua se baseando no esquema da Cinderela. Uma grande parte da estratégia de marketing da Telemundo é se apresentar como voz autorizada dos latinos e afirmar que dá ao público o que ele quer. Jacqueline Hernández, executiva da empresa, comenta que “nossa audiência reflete a população hispânica dos Estados Unidos... o que todos os nossos espectadores

têm em comum é uma paixão por sua cultura, e eles recorrem à Telemundo para estabelecer uma conexão com conteúdos que são exclusivamente hispano-americanos” – criticando a programação da Univisión, que tende a ser feita para os imigrantes mexicanos de primeira geração. Hernández comenta que *La reina* é um exemplo da programação original da Telemundo, que é incomparável na televisão de hoje em dia. “[*La reina*] é um programa inteligente e provocador, mas, ao mesmo tempo, é tradicional pelo fato de que a personagem principal luta com seus valores pessoais” (Brock, 2011).

Uma vez estabelecida sua autoridade, a Telemundo pode afirmar o direito de representar o passado e a realidade dos hispânicos por meio de suas telenovelas, as quais enfatizam as atribuições pessoais de seus personagens. O público da Telemundo se identifica até certo ponto com a história de Teresa Mendoza ou de Aurelio Casillas, hispânicos de segunda ou terceira geração cujos pais emigraram para os Estados Unidos com o objetivo de alcançar o “sonho americano” – de obter uma ascensão socioeconômica e o sucesso, e, portanto, a felicidade (conforme a lógica do capitalismo). Como esses personagens de telenovelas, os imigrantes são muitas vezes considerados como rebeldes e párias que devem se manter à margem da sociedade. O juízo moral dessas telenovelas é paradoxal, porque, enquanto os personagens são ameaçados com prisão e morte em consequência de suas atividades ilícitas, passa-se uma imagem atraente de suas vidas intensas e de seu consumo conspícuo de álcool, mulheres e armas (o que possuem é desejável). Mais do que isso, ao enfatizar os efeitos especiais de alta qualidade e prometer uma história cheia de cenas de ação, como fazem as notas à imprensa da Telemundo, e o fato de que as explosões de carros e enfrentamentos a bala são esterilizados a ponto de não haver sangue, fazem com que a violência que rodeia o narcotráfico seja sedutora, para cativar o público e manter os *ratings*.

Referências

ARCHIBOLD, R. Mexican drug cartel violence spills over, alarming U.S. *New York Times*, 2009. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2009/03/23/us/23border.html?pagewanted=1&r=0>>. Acessado em: 23 de abril de 2013.

AZA GAZETTE. *The AzA Gazette*. Azteca América Corporate. Nov-Dez. 2012. Edição 14. Disponível em: <http://www.aztecaamericacorporate.com/Reportes.aspx?p=azagazetteen&tipo=8>. Acessado em: 18 de abril de 2013.

BROCK, G. Full Spectrum Television. *Brandweek*, 52, 2011.

CADENA, J. L. Geopolítica del narcotráfico. México y Colombia: la equivocación en el empleo de las fuerzas militares. *Revista Mexicana de ciencias políticas y sociales*, 52, 2010, p. 45-58.

GARCIANDÍA, J. A. “Narco televisión”. *Semana*, 2009. Disponível em: <<http://www.semana.com/nacion/articulo/narco-television/108510-3>>. Acessado em: 23 de abril de 2013.

HAMBURGER, E. Politics and intimacy: the agrarian reform in a brazilian telenovela. *Television & New Media*, 1, 2000, p. 159-178.

JAMES, M. Election raising stakes for Spanish-language TV. *Los Angeles Times*, 28 de julho de 2012. Disponível em: <http://articles.latimes.com/2012/jul/28/business/la-fi-ct-spanish-tv-election-20120728>. Acessado em: 24 de abril de 2012.

LOPEZ, A. (1995). Our welcomed guests: telenovelas in latin america. In: ALLEN, R. (Ed.). *To be continued...soap operas around the world*. London and New York: Routledge, 1995. p. 256-275.

LAPAN, T. GOP tough talk on immigration turned off hispanic voters in 2012. *McClatchy – Tribune Business News*. [Washington], 23 de janeiro de 2013.

MALKIN, E. In the crossfire of the mexican war on drugs. *New York Times*, 2012. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2012/01/15/movies/gerardo-naranjos-miss-bala-reflects-mexican-drug-war.html>>. Acessado em: 22 de abril de 2013.

MEYERS, O. *Narrating the 1960s via The ‘60s*: television’s representation of the past between history and memory. Artigo para conferência, 2007. Disponível em: <<http://hevro.haifa.ac.il/~comm/he/files/oren/Meyers%20-%20film&history.pdf>>.

MILLER, J. Ugly Betty goes global: global networks of localized content in the telenovela industry. *Global Media and Communication*, 6, 2010, p.198-217.

NBC SPORTS. London Olympics on NBC is most-watched television event in U.S. history. *NBC Sports Group*. Press Releases, 14 de agosto de 2012. Disponível em: <http://nbcspportsgrouppressbox.com/2012/08/14/ondon-olympics-on-nbc-is-most-watched-television-event-in-u-s-history/>. Acessado em: 24 de abril de 2013.

NBC-U, (2012). Telemundo unveils London 2012 plan for most extensive spanish-language Olympic coverage ever. *NBCUniversal*. Nota à imprensa, 21 de junho de 2012. Disponível em: <http://www.nbcuni.com/corporate/newsroom/telemundo-unveils-london-2012-plan-for-most-extensive-spanish-language-olympic-coverage-ever/>. Acessado em: 24 de abril de 2013.

PRADO, M. F. En defensa de las ‘narco-novelas’. *El Espectador*, 2009. Disponível em: <<http://www.elespectador.com/columnal70654-defensa-de-narco-novelas>>. Acessado em: 23 de abril de 2013.

PORTO, M. Telenovelas and representations of national identity in Brazil. *Media, Culture and Society*, 33, 2011, p. 53-69.

STRAUSS, B. Burbank-based Estrella TV a rising star in spanish-language broadcasting. *Daily News*. Los Angeles, California, 1º de setembro de 2012: A.1. Acessado em: 18 de abril de 2013, em ProQuest Database.

TAYLOR, P.; COHN. A milestone en route to a majority minority nation. *Pew Research Center*, 2013. Disponível em: <http://www.pewsocialtrends.org/2012/11/07/a-milestone-en-route-to-a-majority-minority-nation/>. Acessado em: 18 de abril de 2013.

TAYLOR, P.; LÓPEZ, M.; HAMAR, J.; VELASCO, G. *When labels don't fit: hispanic and their views of identity*. Disponível em: <http://www.pewhispanic.org/2012/04/04/when-labels-dont-fit-hispanics-and-their-views-of-identity/>. Acessado em: 18 de abril de 2012.

THIELMAN, S. *Hispanic networks rebrand in masse*: all the cool demographics were doing it. *Adweek*, 10 de dezembro de 2012. Disponível em: <http://www.adweek.com/news/television/hispanic-networks-rebrand-en-masse-145833>. Acessado em: 18 de abril de 2012.

TELEMUNDO. Telemundo inicia grabaciones en México de su nueva producción original ‘El Señor de los Cielos’ con el reconocido actor Rafael Amaya. *Telemundo.com*. Nota à imprensa, 16 de janeiro de 2013. Disponível em: <<http://www.nbcumv.com/mediavillage/networks/telemundo/pressreleases?pr=contents/press-releases/2013/01/16/telemundoinicial1358349546000.xml>>. Acessado em: 18 de abril de 2013.

VEGA, T. A rare quiet zone during the presidential election: spanish-language media. *New York Times*, Media Decoder, 16 de novembro de 2012

(2012a). Disponível em: <http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2012/11/16/a-rare-quiet-zone-during-the-presidential-election-spanish-language-media/>. Acessado em: 14 de abril de 2013.

VEGA, T.. Univision rebrands 2nd largest network. Telefutura to be UniMas in latest challenge of rival. *New York Times*, 3 de dezembro de 2012 (2012b). Disponível em: <http://www.bostonglobe.com/business/2012/12/03/univision-rebrands-spanish-language-network-telefutura/E6icvJIopF6KcI-khK0vqkO/story.html>. Acessado em: 18 de abril de 2013.

UNIVISION CORPORATE. “El Talismán” delivers highest U.S. produced novela premiere. *Univision Corporate*, 31 de Janeiro de 2012. Disponível em: <http://corporate.univision.com/2012/press/el-talisman-delivers-highest-u-s-produced-novela-premiere/#axzz2RUTf5Wnk>. Acessado em: 25 de abril de 2013.

MÉXICO: O PODER DA TV NA MIRA. A FICÇÃO TELEVISIVA ENTRE ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS E A ATIVAÇÃO DAS AUDIÊNCIAS

Autores:

Guillermo Orozco, Francisco Hernández, Darwin Franco
Gabriela Gómez, Adrien Charlois¹

1. O contexto audiovisual do México

O ano de 2012 deve ser lembrado como aquele em que uma boa parte dos mexicanos, especificamente os jovens, uniu-se no Movimento #Yosoy132, tendo colocado pela primeira vez na agenda pública o papel que têm os meios de comunicação na sociedade. O centro de suas demandas se concentrou em evidenciar “a imposição midiática”, que, a partir das emissoras Televisa e TV Azteca, se construiu para levar Enrique Peña Nieto, representante do hegemônico Partido Revolucionário Institucional (PRI)², à presidência do México.

Como nunca antes, foi posta em questionamento a aparente neutralidade e objetividade dos meios de comunicação, e denunciou-se de múltiplas maneiras a ingerência que estes tinham nas decisões político-econômicas do país. A sociedade organizada e o #Yosoy132 apresentaram diversas iniciativas de lei, para dar fim aos grandes monopólios midiáticos na radiodifusão e nas telecomunicações do país, e tratar de conseguir o que chamaram de: “A democratização de meios”.

¹ Agradecemos à Nielsen Ibope México por proporcionar a informação de audiências e programação para este capítulo. As opiniões sobre as mesmas são de responsabilidade do Obitel. Agradecemos a Sofía Padilla por sua colaboração editorial.

² Esse partido é, exceto por um período de 12 anos (2000-2012), o que ocupou a presidência do México por 71 anos.

Os meios, ou pelo menos boa parte deles, tiveram que incorporar a suas agendas essas temáticas, e, inclusive, pela primeira vez, foi realizado um debate presidencial organizado pela sociedade, e não pelas emissoras ou autoridades eleitorais – um fato histórico memorável.

Porém, a iniciativa cidadã não foi capaz de reverter a tendência, e o candidato Peña Nieto, do histórico PRI, ganhou as eleições imerso na polêmica, acompanhado de Angélica Rivera, sua atual esposa e ícone das novelas mexicanas, mais conhecida como a “Gaivota”, pelo seu papel em *Destilando amor*, versão mexicana da atual novela colombiana *Café com aroma de mulher*.

Este também foi o ano em que mais se acirrou a disputa pelo controle das telecomunicações. Sem fiscalização governamental e com aberto apoio do governo do presidente Felipe Calderón, membro do Partido Acción Nacional (*panista*), à Televisa, o resto dos competidores (liderados por Carlos Slim, o homem mais rico do mundo, segundo a revista *Forbes*) representou uma defesa legal sem precedentes, conseguindo reter a voracidade da Televisa em tomar conta do mercado da convergência tecnológica. Ao final do ano, a disputa parecia não acabar, ainda que, para surpresa de todos, esse debate tenha facilitado uma reforma de telecomunicações (a desenvolver-se em 2013).

A ficção foi coadjuvante de ambos os processos políticos: as eleições e a luta pelo *Triple play* (oferta de televisão digital, telefonia e internet pelo mesmo provedor), que serviu como palco para potencializar mensagens político-eleitorais e evidenciar, ao menos simbolicamente, a fusão dos interesses comerciais das emissoras. Nessa mesma estrutura, a “ficção à la carte” (televisão via internet) se consolidou como uma estratégia de marketing política e ajudou o novo governo a manter, pelo menos na tela, a esperança de que suas forças armadas estavam ganhando a guerra contra o crime organizado do qual o México padece desde 2006 e que custou a vida de mais de 80 mil pessoas e o desaparecimento de outras 25 mil.

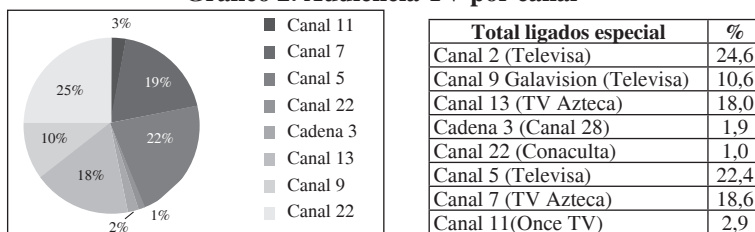
1.1. A televisão aberta no México

Gráfico 1. Redes nacionais de televisão aberta no México

REDES PRIVADAS (3)	REDES PÚBLICAS (2)
Televisa (Canais 2, 5 e 9)	Once TV (Canal 11)
TV Azteca (Canais 7 e 13)	Conaculta (Canal 22)
Cadenas Tres (Canal 28)	
TOTAL REDES = 5	

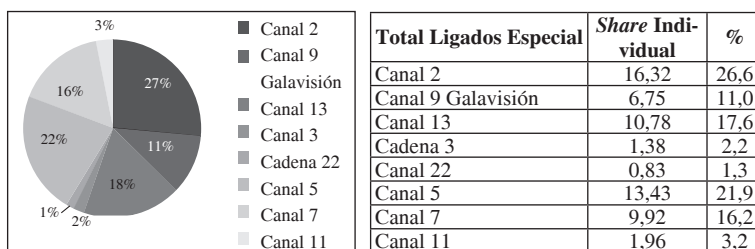
Fonte: Obitel México.

Gráfico 2. Audiência TV por canal³



Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México.

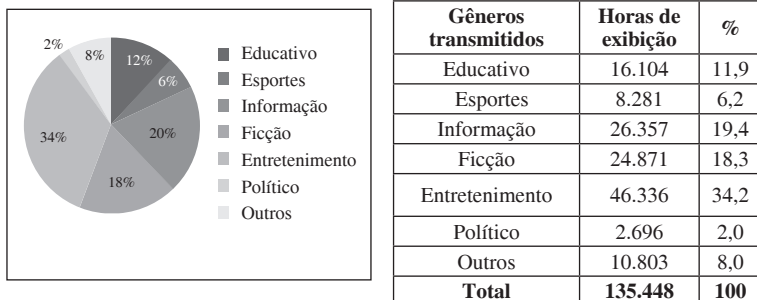
Gráfico 3. Share por canal



Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México⁴.

³ DIREITOS RESERVADOS IBOPE AGB MÉXICO, S.A DE C.V. Bruno Traven 60, General Pedro Ma. Anaya, 03340, México, D.F., 2013. A presente página contém materiais de propriedade industrial e intelectual de Ibope AGB México, S.A de C.V., que foram postos à disposição do Obitel para fins de investigação e análises próprias deste projeto, pelo que se proíbe sua reprodução por terceiros permanente ou temporária, total ou parcial, sem nenhuma permissão escrita desta empresa. A violação estará sancionada como dispõem as leis da matéria.

⁴ DIREITOS RESERVADOS IBOPE AGB MÉXICO, S.A DE C.V. Bruno Traven 60,

Gráfico 4. Oferta de gêneros na programação televisiva

Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México⁵.

1.2. Tendências da audiência no ano de 2012

O crescimento na aquisição de novas TVs nos lares mexicanos e a maior conectividade destes à internet estão começando a gerar processos de recepção múltipla que mudam as dinâmicas das audiências mexicanas. Apesar dos dispositivos serem cada vez mais pessoais, as audiências não estão se separando ou individualizando; pelo contrário, os conteúdos – independentemente do suporte – continuam confluindo.

A recepção da televisão em dispositivos móveis para 2012 cresceu em 58% na sua conexão à internet através dos smartphones, e de acordo com o *Estudo de consumos digitais entre internautas mexicanos* (IAB México et al., 2012), cerca de 50% dos internautas

General Pedro Ma. Anaya, 03340, México, D.F., 2013. A presente página contém materiais de propriedade industrial e intelectual de Ibope AGB México, S.A de C.V., que foram postos à disposição do Obitel para fins de investigação e análises próprias deste projeto, pelo que se proíbe sua reprodução por terceiros permanente ou temporária, total ou parcial, sem nenhuma permissão escrita desta empresa. A violação estará sancionada como dispõem as leis da matéria.

⁵ DERECHOS RESERVADOS IBOPE AGB MÉXICO, S.A DE C.V. Bruno Traven 60, General Pedro Ma. Anaya, 03340, México, D.F., 2013. A presente página contém materiais de propriedade industrial e intelectual de Ibope AGB México, S.A de C.V., que foram postos à disposição do Obitel para fins de investigação e análises próprias deste projeto, pelo que se proíbe sua reprodução por terceiros permanente ou temporária, total ou parcial, sem nenhuma permissão escrita desta empresa. A violação estará sancionada como dispõem as leis da matéria.

nacionais assistem televisão on-line enquanto navegam. Os vídeos musicais são os conteúdos audiovisuais que mais consomem (44%), seguido de notícias (29%), seriados de televisão (28%) e filmes (29%). Cerca de 18% seguem a transmissão de algum canal de televisão pela internet.

A indústria do *Vídeo on Demand* (VoD) no México está em pleno desenvolvimento, e, sem dúvida, o crescimento da banda larga e os dispositivos conectados à internet estão modificando os hábitos de consumo audiovisual. Portanto, filmes e outros conteúdos audiovisuais já não somente se consomem nas salas de cinema, senão no próprio lar ou através de plataformas como Netflix, Totalmovie e Vudu. Um em cada quatro internautas mexicanos se conecta à Netflix (*El economista*, 29/01/2013⁶), que atualmente ocupa o 16º lugar entre os sites mais visitados do México (segundo o site www.alexa.com), tendo iniciado operações no país somente em 2011. No final de 2012 surgiram outras plataformas que competem com as anteriores: Claro Vídeo e Cinépolis Klic, as quais oferecem cotas mensais mais econômicas.

De acordo com o *Informe Anual 2012* da Televisa (p. 38), sob um contrato de licença realizado com a Netflix, a partir de 12 de Julho de 2011, a Televisa pôs à disposição dos assinantes Netflix, de maneira não exclusiva, cerca de 3 mil horas de novelas e séries ao ano, assim como diversos programas de entretenimento geral de sua grade de escolhas para os territórios do México, América Latina e Caribe. Esse acordo aumenta a disponibilidade de programação da companhia na América Latina e no Caribe, zonas onde a Netflix lançou diversas assinaturas ao final de 2011, constituindo uma estratégia para capitalizar sua grade de opções de aproximadamente 50 mil horas de conteúdo via distribuição digital. As expectativas de consumo estão crescendo e as ofertas também.

⁶ Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2013/01/29/cada-cuatro-internautas-mexico-usa-netflix>

1.3. Investimentos publicitários do ano: na TV e na ficção

De acordo com a revista *Merca 2.0* (abril, 2013), o investimento publicitário na América Latina segue com uma tendência de alta. Para este 2012, a região teve um incremento de 8% em relação ao ano anterior. No México investiu-se 5,296 milhões de dólares, o que representa 5% de um investimento referente ao ano de 2011. A televisão aberta continua com a média de comunicação favorita dos publicitários, já que ocupa 52% do investimento total, enquanto a televisão fechada (a cabo) recebeu somente 7,3% de investimento publicitário. O investimento em meios digitais chegou a 6,8%, superando os jornais, que, apesar de uma leve melhoria, somente alcançaram 6,6%.

Entre os investimentos no âmbito da ficção, está o estabelecimento das chamadas “novelas de marca”, produções feitas através do modelo reconhecido como “publicidade narrativa”, o que significa fazer da marca um elemento narrativo a mais na trama, isto é, uma personagem. Esse modelo vem operando nas novelas da Televisa desde 2009 dentro de um horário específico (20h) e através de um formato reconhecido como “Novelas populares ou cômicas”.

Hasta que el dinero nos separe (Televisa, 2009) se desenvolveu em uma agência de carros Ford. Em 2011, *Una familia con suerte* foi gravada na fábrica de cosméticos Avon, nas mesmas instalações que foram utilizadas para realizar em 2012 *Porque el amor manda*.

Conforme os dados da própria empresa Avon, sua participação nas novelas com a publicidade integrada permitiu-lhes alcançar o máximo de intenção de compra com o público exposto às integrações, com 89% antes de ver o anúncio e 100% depois de vê-lo. Em entrevista para a revista de negócios *Expansión*, a mesma diretora executiva da Avon, Andrea Jung, reconheceu a criatividade de sua equipe de marketing no México, presumindo os resultados que o seu presidente fictício “Pancho López” (personagem principal de *Una familia con suerte*) lhes deu. Foram tão bons os resultados desse modelo que, como referimos anteriormente, não somente patrocinaram a novela *Porque el amor manda* como também fizeram nela o

primeiro *crossover* nas novelas mexicanas ao trazer de novo à tela o personagem de “*Pancho López*”, que, muito além de um argumento de transmidialidade narrativa, é um esquema mercadológico que nós denominamos: “Ator/Personagem/Franquia”.

1.4. *Merchandising e Merchandising social*

O *merchandising* está se naturalizando cada vez mais, fazendo parte das histórias e vidas cotidianas dos personagens. Como exemplo, na novela *Amores verdaderos*, a protagonista é dona de uma agência de publicidade líder, pelo que assim se justifica que em determinado momento apareçam dentro da trama anúncios de alguns produtos (fraldas ou iogurte), mencionando suas qualidades.

Outro exemplo constitui *Te presento a Valentin*, na qual seus patrocinadores (de sucos, produtos para o cabelo, purificadores de água, cremes para o corpo e um banco) não somente se anunciaram dentro da história, fazendo parte da mesma, mas, inclusive, abriram contas no Facebook e no Twitter com o nome dos produtos, a fim de interagir através dessas redes sociais com as audiências, incentivando o consumo das mesmas.

O resultado dessa tendência de naturalizar produtos na mesma narrativa da ficção constitui uma maior garantia de que a audiência “veja” e se conecte com os produtos e marcas comerciais, já que não deixam a alternativa de trocar para outro canal enquanto permanecem os anúncios, que, além disso, podem seduzi-los “sutilmente” ao consumo.

Porém, nem todo o *merchandising* é de caráter comercial. Também existe aquele que se refere a programas ou iniciativas sociais que buscam a conscientização sobre diversos problemas. Esse tipo de “publicidade social” esteve presente em diversas ficções mexicanas durante todo o ano de 2012.

Contudo, como apontaremos, mais que um fim social, o que se perseguiu foi um objetivo político, como na série *La teniente*⁷, a

⁷ Em 2011, a Televisa produziu a série *El equipo* a pedidos da Secretaria de Segurança Pública do governo federal. Nela se mostrava a luta que empreendeu essa corporação

qual foi utilizada para a dramatização das ações empreendidas contra o narcotráfico. Na série, obviamente se mostrou a cara positiva e triunfalista da guerra.

Outras produções, na mesma estrutura, focalizaram na difusão dos programas sociais de determinados governos; por exemplo, destaca-se a novela *Mucho corazón*, produzida pelo Sistema Chiapaneco de Rádio, Televisão e Cinematografia. Essa ficção já é um ícone ao ser a primeira novela que se produz em um canal público municipal. Nela se promoveram diversas políticas sociais derivadas do governo deste Estado durante o período 2006/2012.

No mesmo âmbito da televisão pública, porém a nível social, o Canal Once coproduziu duas séries: *Paramédicos* e *Kipatla*. A primeira delas foi baseada em depoimentos reais do pessoal da Cruz Vermelha mexicana; a segunda é uma série que o canal realizou com o Conselho Nacional para Prevenir a Discriminação (Conapred).

Paramédicos procurou gerar consciência sobre o trabalho do pessoal da Cruz Vermelha, evidenciando as carências com que trabalham. Ao final de cada emissão, enfatizava-se a importância de que as pessoas contribuíssem com suas colaborações à coleta econômica que anualmente organiza essa instituição.

Por outro lado, na série de contos infantis *Kipatla: para tratar-nos igual*, editada pelo Conapred, propôs-se como objetivo apelar para a realidade das crianças e a partir daí convidá-las a refletir sobre sua própria atuação. Sua premissa inicial foi promover a igualdade, a tolerância e a rejeição à discriminação.

À diferença dos outros modelos de *merchandising* social, o que se promoveu na televisão pública do México foi uma aposta interessante sobre como se pode pôr a ficção a serviço de programas ou ações sociais sem que estes desmereçam ou comprometam a qualidade narrativa ou visual da ficção televisiva.

contra o crime organizado. Em *La teniente*, o papel principal não é dos policiais, senão da milícia.

1.5. Políticas de comunicação (leis, reformas, incentivos, TV digital)

“Democratizar o sistema de meios e impedir a imposição midiática” foram as alternativas do Movimento #Yosoy132, que surgiu em 11 de maio, depois da visita que o então candidato do PRI e atual presidente do México, Enrique Peña Nieto, fez nas instalações da Universidade Ibero-Americana da capital do país. Os jovens então o interrogaram sobre sua atuação na repressão que sofreram os habitantes da comunidade de San Salvador Atenco⁸, quando ele foi o governador do Estado do México. As respostas parcas e evasivas do candidato presidencial causaram contrariedade nos jovens universitários, dando origem ao Movimento #YoSoy132⁹.

Esse emergente movimento se espalhou nas redes sociais, como Twitter e Facebook, gerando assim um movimento de nível nacional, o qual considerou relevante, frente às eleições presidenciais, denunciar o aberto favoritismo que as emissoras faziam a Peña Nieto e, como consequência, exigir do governo que legislasse a favor de um sistema de meios mais democráticos.

Este ressurgir cidadão e o despertar de alguns jovens – alheios até então à política – marcaram o cenário das eleições presidenciais de 2012, em meio à suspeita de uma imposição midiática e da compra massiva de votos, ação que se constatou em milhares de provas que os cidadãos arrecadaram e deram a conhecer através da internet no dia das eleições.

O ímpeto cidadão não desistiu e seguiu denunciando as irregularidades e a falta de informação dos meios a respeito. Não obstante, Peña Nieto foi declarado ganhador das eleições, e no dia 1º de dezembro, nas imediações do Congresso da União, lugar onde foi eleito presidente, milhares de pessoas foram reprimidas, agredidas

⁸ Nessa localidade as pessoas protestaram contra a construção de um novo aeroporto, cuja resposta por parte do então governador do Estado do México, Enrique Peña Nieto, foi o envio de forças policiais para reprimir os manifestantes.

⁹ Número de estudantes que baixaram no YouTube seu vídeo para desmentir a opinião da equipe de campanha do candidato Peña Nieto.

e presas; entre eles, afiliados ao #Yosoy132. Apesar da repressão, esse movimento apresentou ao Congresso iniciativas de leis nas matérias de telecomunicações e radiodifusão.

1.5.1. A guerra midiática e o “Pacto pelo México”

Essa disputa cidadã se deu em um cenário midiático igualmente violento, já que as grandes corporações disputaram com todo o seu poder para se inserir no grupo que comandaria o negócio da convergência tecnológica digital.

A Televisa parecia estar à frente, ainda que a princípios de 2012 a Comissão Federal de Competência (CFC) rejeitasse a fusão que esta pretendia realizar com a companhia de telefonia celular Iusacell, propriedade de seu concorrente, a TV Azteca. A compra desta garantiria à emissora sua introdução no mercado da telefonia, dominado pelas empresas de Carlos Slim.

Ao não fecharem tal negociação, a Televisa pressionou o governo para obter as garantias necessárias e entrar no mercado das telecomunicações. Em resposta a isso, as autoridades decidiram iniciar um processo de reorganização e resgate da sintonia 2.5 GHz, que possuía o grupo multimídia MVS Comunicações; a justificativa foi a substituição do espectro por parte da empresa. A MVS demandou ao governo a restituição de seu espectro. No entanto, este não desistiu, e meses mais tarde anunciou que o mesmo seria licitado e que a Televisa era a empresa que encabeçava o processo.

Diante da incapacidade do governo em matéria de regulamentação de meios, 2012 foi um ano em que as grandes corporações impuseram sua lei. O que mostra isso é que a Televisa e a TV Azteca ofereceram ao governo a possibilidade de se abrir a concorrência e permitir um terceira cadeia nacional de televisão aberta se fosse permitido a elas entrar no mercado das telecomunicações. Telmex e Telcel, por sua parte, foram inflexíveis em relação às tarifas de interconexão que estas cobram para as outras companhias para permitir que elas se conectem não somente a sua rede, mas também a milhões de usuários. As autoridades não conseguiram que as tarifas

baixassem, tampouco impediu que Televisa e TV Azteca cobrassem nos sistemas de TV a cabo e satélite um custo pelos sinais que ambas possuem de maneira aberta no país. Muitos desses sistemas, especificamente a Dish (empresa vinculada à Telmex), tiveram que encerrar os canais de sinal aberto que, em restrito cumprimento ao direito, deveriam ser gratuitos.

Confirmado o triunfo de Peña Nieto, a guerra entre os consórcios se deteve, e de maneira surpreendente os três magnatas das telecomunicações, Emílio Azcárraga (Televisa), Carlos Slim (Telmex/Telcel) e Ricardo Salinas (TV Azteca/Iusacell) apareceram sentados juntos no dia em que se apresentou a iniciativa conhecida como “Pacto pelo México”, convênio que reúne as principais forças políticas, econômicas, empresariais e midiáticas para estabelecer e aprovar medidas que levariam o país a um melhor desenvolvimento.

1.6. TV aberta

À diferença dos anos anteriores, a produção de ficção em canais abertos não se concentrou na capital do país, mas também se diversificou em outras localidades. Prova disso foi a mencionada novela *Mucho corazón*, que além do *merchandising* social que manifestava seu conteúdo, também apresentou um novo plano de representação, pois foi produzida com atores e cenários locais, e buscou erradicar o estereótipo do personagem indígena submisso e ignorante, comum na ficção comercial e que tanto contribuiu para a sua discriminação.

Por sua parte, o Canal Once continuou, apesar da redução do seu orçamento, com a produção de séries. Durante o ano de 2012, apresentou três: *Tiro de gracia*, *Paramédicos* e *Kipatla*, sendo a primeira uma aposta arriscada por ser uma ficção que se referia de maneira crítica às ações que o governo realizava para combater o crime organizado.

1.7. TV paga

O que realmente constituiu um fenômeno em crescimento foram as produções de ficção realizadas para a TV paga. Continua

notável o caso da Cadena Tres (que é transmitida em sinal aberto só em Valle de México), que produziu e coproduziu cinco ficções em 2012: *Infames* (novela), *La ruta blanca* (novela), *El albergue* (seriado), *Dulce amargo* (novela) e *La clinica* (seriado). Essas produções não conseguiram decolar em questão de audiência, pois a que teve mais êxito delas, *Infames*, somente alcançou um ponto no *rating*. As hipóteses, em relação às ficções da Cadena Tres, é que estas se direcionam a um espectador que precisa estar em dia com a informação política e social, o que não é do gosto dos espectadores acostumados a novelas que não supõem uma informação prévia.

Outro ator novo na produção de ficções em 2012 foi a 52mx (MVS), canal de televisão fechada que realizou as séries *Los súper Pérez* e *Roomies*, ficções produzidas com narrativa cômica, que busca simular o estilo dos seriados norte-americanos, mas com um toque muito local. *Los súper Pérez* são um grupo de super-heróis mexicanos que combatem o crime organizado; *Roomies*, ao contrário, retrata a vida dos jovens em um estilo da famosa série *Friends*.

Um canal a cabo que, pelo segundo ano consecutivo, apresentou uma ficção é o Telehit (Televisa), que produziu a série *Hoy soy nadie, thriller* onde se convida o espectador a reconhecer quem poderia ser o *serial killer* que gosta de selecionar suas vítimas através das redes sociais. Essa série resultou num produto gratificante, pois é a primeira em seu estilo que utiliza as narrativas e formas de comunicação que são preponderantes nas redes sociais.

1.8. Tendências das TICs (internet, celular, TV digital, VoD)

Segundo a AMIPCI (2012), no México há 40,6 milhões de usuários de internet, o que representa, em relação aos dados de 2011, 5,7 milhões a mais de internautas. Os contratos de telefones celulares para 2011 somavam 94,565 milhões, dos quais 45% se concentravam nas 12 principais cidades do país, sendo a capital a região onde estava uma quarta parte desse percentual (Cofetel, 2011).

O apagão analógico se iniciou, e espera-se concluí-lo ao final de 2015. A cidade de Tijuana, no norte do país, foi a escolhida para

começar os trabalhos de transição para a Televisão Digital Terrestre (TDT). No entanto, a meta é muito grande, já que mais de 70% da população mexicana carece de equipes para receber transmissões com qualidade digital (*El Financiero*, 15/02/2013)¹⁰.

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

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

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS: 28	TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS: 18
Televisa: 16 títulos nacionais 1. <i>Abismo de pasión</i> (telenovela) 2. <i>Un refugio para el amor</i> (telenovela) 3. <i>Por ella soy Eva</i> (telenovela) 4. <i>Amor bravío</i> (telenovela) 5. <i>Cachito de cielo</i> (telenovela) 6. <i>Mis XV</i> (telenovela) 7. <i>Amores verdaderos</i> (telenovela) 8. <i>Corona de lágrimas</i> (telenovela) 9. <i>La mujer del vendaval</i> (telenovela) 10. <i>Qué bonito amor</i> (telenovela) 11. <i>Porque el amor manda</i> (telenovela) 12. <i>La familia peluche</i> (serie cómica) 13. <i>Cloroformo</i> (série) 14. <i>El diez</i> (série) 15. <i>Los héroes del norte 2</i> (série) TV Azteca: 6 títulos nacionais 16. <i>La mujer de Judas</i> (telenovela) 17. <i>Quererte así</i> (telenovela) 18. <i>Amor cautivo</i> (telenovela) 19. <i>Los Rey</i> (telenovela) 20. <i>La otra cara del alma</i> (telenovela) 21. <i>La teniente</i> (série) 22. <i>Pinche Pancho</i> (série) OnceTV México: 3 títulos nacionais	Televisa: 11 títulos importados 29. <i>Marina</i> (telenovela-EUA) 30. <i>Amor sincero</i> (telenovela-Colômbia) 31. <i>Chepe fortuna</i> (telenovela-Colômbia) 32. <i>Rosa diamante</i> (telenovela- EUA) 33. <i>Una maid en Manhattan</i> (telenovela-EUA) 34. <i>Corazón valiente</i> (telenovela- EUA) 35. <i>El alma herida</i> (telenovela- EUA) 36. <i>El fantasma de Elena</i> (telenovela-EUA) 37. <i>Los herederos del monte</i> (telenovela-Colômbia) 38. <i>Rosario Tijeras</i> (série-Colômbia) 39. <i>Héroes</i> (minissérie-Chile) TV Azteca: 4 títulos importados 40. <i>Acorralada</i> (telenovela-Venezuela) 41. <i>Corazón apasionado</i> (telenovela-Venezuela) 42. <i>Ángel rebelde</i> (telenovela-Venezuela) 43. <i>Estoy en la banda</i> (série-EUA) Cadena Tres: 2 títulos importados 44. <i>La ruta blanca</i> (telenovela-Colômbia/México) 45. <i>La Pola</i> (telenovela-Colômbia)

¹⁰ <http://www.elfinanciero.com.mx/component/content/article/53-nuestras-historias/4953-los-retos-de-la-digitalizacion-de-tv-en-mexico.html>. Data de consulta: 16 de março de 2013.

23. <i>Paramédicos</i> (série) 24. <i>Estado de gracia</i> (série) 25. <i>Kipatla</i> (série) Cadena Tres: 3 títulos nacionais 26. <i>Infames</i> (telenovela) 27. <i>El albergue</i> (série) 28. <i>La clínica</i> (série)	Canal 22: 1 título 46. <i>Los archivos del cardenal</i> (série-Chile) TÍTULOS REPRISES: 6 Televisa: 6 títulos 47. <i>María la del barrio</i> (telenovela) 48. <i>María Mercedes</i> (telenovela) 49. <i>El clon</i> (telenovela-EUA) 50. <i>Una familia de diez</i> (série cômica) 51. <i>Vecinos</i> (série cômica) 52. <i>Que madre tan padre</i> (série cômica) TOTAL DE TÍTULOS EXIBIDOS: 52
--	--

Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México¹¹.

O primeiro elemento a se destacar é o aumento na produção de ficção nacional, já que passou de 23 a 28 títulos em relação ao ano de 2011. A Televisa continua sendo a empresa líder, ainda que sejam de destaque os canais Once TV e Cadena Tres, que conseguiram consolidar um *stock* de produção; no entanto, sua nova estética visual e narrativa não tem conseguido penetrar nas audiências, e suas produções não conseguem obter mais de dois pontos de *rating*. Isso contrasta amplamente com os *ratings* que alcançaram as reprises (retransmissões), como as clássicas *María la del barrio* e *María Mercedes* (ambas dos anos 1990), as quais obtiveram mais de dez pontos, número que nenhuma das telenovelas da TV Azteca (a segunda produtora mais importante) conseguiu alcançar.

¹¹ DIREITOS RESERVADOS IBOPE AGB MÉXICO, S.A DE C.V. Bruno Traven 60, General Pedro Ma. Anaya, 03340, México, D.F., 2013. A presente página contém materiais de propriedade industrial e intelectual de Ibope AGB México, S.A de C.V., que foram postos à disposição do Obitel para fins de investigação e análises próprias deste projeto, pelo que se proíbe sua reprodução por terceiros permanente ou temporária, total ou parcial, sem nenhuma permissão escrita desta empresa. A violação estará sancionada como dispõem as leis da matéria.

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

País	Títulos	%	Capítulos/ Episódios	%	Horas	%
NACIONAL	28	61	2.136	62	2.020	56
IBERO-AMERICANA	17	37	1.336	38	1.556	44
Argentina	–	–	–	–	–	–
Brasil	–	–	–	–	–	–
Chile	2	4	88	3	126:35	4
Colômbia	5	11	477	14	554:00	15
Equador	–	–	–	–	–	–
Espanha	–	–	–	–	–	–
EUA (produção hispânica)	7	15	462	13	585:40	16
MÉXICO	28	61	2.136	62	2.020	56
Peru	–	–	–	–	–	–
Portugal	–	–	–	–	–	–
Uruguai	–	–	–	–	–	–
Venezuela	3	7	219	6	205:35	6
Coprodução Nacional (*)	1	2	90	2	85:50	3
OUTRAS (produções e coproduções de outros países latino-americanos – âmbito não Obitel	–	–	–	–	–	–
TOTAL	46	100%	3.472	100	3.576	100%

Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México.

Um dado importante é que em 2012 se diversificaram os países dos quais se importaram títulos, sendo a presença do Chile e o retorno da Venezuela elementos a serem destacados. A produção de ficção dos Estados Unidos e as novelas da Colômbia mantiveram sua presença no México, ainda que, diferente de 2011, nenhum de seus títulos tenha se colocado entre os mais vistos do ano.

Tabela 3. Capítulos/Episódios e horas emitidos por horário

Franjas horarias	Nacionais			Ibero-Americanas			Total		
	C/E	%	H	%	C/E	H	%	C/E	H
Manhã (6:00-12:00)	—	—	—	—	313	322:30	20	313	9
Tarde (12:00-19:00)	510	24	389:05	19	648	867:30	56	1.158	33
<i>Prime Time</i> (19:00-22:00)	1.563	73	1.568	78	30	32:15	3	1.593	46
Noite (22:00-6:00)	63	3	63:30	3	345	334:10	21	408	12
TOTAL	2.136	100	2.020	100	1.336	1.556	100	3.472	100

Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México¹².

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais					Ibero-Americanas				
	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	Título	%	Cap./Ep.	%	Horas
Novela	17	61	1.703	80	1.627	81	14	78	1.215	91
Série	11	39	433	20	393:20	19	3	17	63	5
Minissérie	—	—	—	—	—	1	5	58	4	94:40
Telefilme	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Unitário	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Docudrama	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Outros (<i>soap opera</i> etc.)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
TOTAL	28	100	2.136	100	2.020	18	100	1.336	100	1.556

Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México.

¹² DIREITOS RESERVADOS IBOPE AGB MÉXICO, S.A DE C.V. Bruno Traven 60, General Pedro Ma. Anaya, 03340, México, D.F., 2013. A presente página contém materiais de propriedade industrial e intelectual de Ibope AGB México, S.A de C.V., que foram postos à disposição do Obitel para fins de investigação e análises próprias deste projeto, pelo que se proíbe sua reprodução por terceiros permanente ou temporária, total ou parcial, sem nenhuma permissão escrita desta empresa. A violação estará sancionada como dispõem as leis da matéria.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional por horário

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Prime Time	%	Noite	%	Total	%
Novela	2	100	15	83	11	61	3	38	31	67
Série	–	–	2	11	7	39	5	62	14	30
Minissérie	–	–	1	6	–	–	–	–	1	3
Telefilme	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Unitário	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Docudrama	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Outros (soap opera etc.)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
TOTAL	2	100	18	100	18	100	8	100	46	100

Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México¹³.

O *prime time* segue sendo o horário predileto para a transmissão das ficções (Tabela 3). O formato mais programado nesse horário foi a novela, com 17 títulos, seguido de 11 séries e uma minissérie (Tabela 4). No total se transmitiram 31 telenovelas, 14 séries e uma minissérie (Tabela 5), o que aumentou a produção de ficções, passando de 28 para 46 títulos.

Tabela 6. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	43	93
de Época	–	–
Histórica	3	7
Outra	–	–
TOTAL	46	100

Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México.

¹³ DIREITOS RESERVADOS IBOPE AGB MÉXICO, S.A DE C.V. Bruno Traven 60, General Pedro Ma. Anaya, 03340, México, D.F., 2013. A presente página contém materiais de propriedade industrial e intelectual de Ibope AGB México, S.A de C.V., que foram postos à disposição do Obitel para fins de investigação e análises próprias deste projeto, pelo que se proíbe sua reprodução por terceiros permanente ou temporária, total ou parcial, sem nenhuma permissão escrita desta empresa. A violação estará sancionada como dispõem as leis da matéria.

O que antigamente era uma marca da indústria mexicana ficou no esquecimento, pois nenhum dos 28 títulos nacionais foram produções históricas ou de época. Títulos importados, como *Héroes* e *La Pola* (Colômbia), assim como *Los archivos del Cardenal* (Chile) são as únicas produções que trouxeram a memória histórica às telas mexicanas. Os demais títulos, como apontamos, colocam-se em um presente que se descontextualiza a propósito ou se tergiversa de acordo a intenção política, como aconteceu com a série *La Teniente*, que contou o lado positivo da guerra contra o narcotráfico no México. Outras produções, como *Infames* ou *La ruta blanca* (Cadena Tres), que realmente oferecem uma perspectiva crítica, não chegam a gerar maior interesse nas audiências mexicanas.

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

Título		País de origem da ideia original ou roteiro	Casa produtora	Canal	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Rating	Share
1	<i>Abismo de pasión</i>	México	Televisa	2	Caridad Bravo Adams	25,83	37,25
2	<i>Amores verdaderos</i>	Argentina	Televisa	2	Marcela Citterio	25,64	38,96
3	<i>Porque el amor manda</i>	Colômbia	Televisa	2	Jörg Hiller	24,15	37,02
4	<i>Por ella soy Eva</i>	Colômbia	Televisa	2	Elkim Ospina	23,60	35,46
5	<i>Qué bonito amor</i>	Colômbia	Televisa	2	Mónica Agudelo	18,24	30,19
6	<i>Amor bravío</i>	México	Televisa	2	María Zarattini	17,91	29,56
7	<i>Un refugio para el amor</i>	Venezuela	Televisa	2	Delia Fiallo	16,94	32,21
8	<i>La familia peluche</i>	México	Televisa	2	Eugenio Derbez	16,87	27,65
9	<i>La mujer del vendaval</i>	Venezuela	Televisa	2	Ángel del Cerro	15,76	28,99
10	<i>Cachito de cielo</i>	México	Televisa	2	Mario Schajris	15,05	27,56
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros: 6			
100%				60%			

Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México¹⁴.

¹⁴ DIREITOS RESERVADOS IBOPE AGB MÉXICO, S.A DE C.V. Bruno Traven 60,

A melhoria no número de títulos de ficção no México parece não andar junto com a regeneração da criatividade, pois, para 2012, seis dos dez títulos mais vistos possuem temas estrangeiros; dois a mais que em 2011.

Em relação aos países de origem dos roteiros, é de se destacar o impulso que este ano teve a Colômbia, que conseguiu superar a Argentina como o país que mais provê roteiros ao México, que neste ano somente teve um entre o *top ten*. A Venezuela, com dois roteiros e com três produções transmitidas este ano, parece que quer recuperar o terreno perdido no México.

Algo que é vital destacar é a escalada do *rating* no *top ten*, pois o título com maior audiência em 2011 alcançou 20,61 pontos; para este ano, *Abismo de pasión* obteve 25,83. Essa tendência também é visível no resto das posições, já que, do segundo ao quarto lugar, os títulos conseguiram mais do que 20 pontos. Em média, o *rating* no *top ten* 2012 se produziu em volta de 3,5 pontos por título.

Tabela 8. Os dez títulos mais vistos: formato, duração e horário

	Título	Formato	Gênero	Nº de cap./ep. em 2012	Datas da primeira e última emissão	Horário
1	<i>Abismo de pasión</i>	Novela	Ficção	161	23/01/12 02/09/12	Prime
2	<i>Amores verdaderos</i>	Novela	Ficção	86	03/09/12	Prime
3	<i>Porque el amor manda</i>	Novela	Ficção	62	08/10/12	Prime
4	<i>Por ella soy Eva</i>	Novela	Ficção	167	20/02/12 07/10/12	Prime
5	<i>Qué bonito amor</i>	Novela	Ficção	51	22/10/12	Prime
6	<i>Amor bravío</i>	Novela	Ficção	166	05/03/12 21/10/12	Prime

7	<i>Un refugio para el amor</i>	Novela	Ficção	165	06/02/12 23/09/12	Tarde
8	<i>La familia Peluche</i>	Série	Ficção	26	07/08/12 23/12/12	Prime
9	<i>La mujer del vendaval</i>	Novela	Ficção	36	12/11/12	Tarde
10	<i>Cachito de cielo</i>	Novela	Ficção	110	11/06/12 09/11/12	Tarde

Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México¹⁵.

Em relação à Tabela 8, o fator determinante para a sequência do *rating* é o *prime time*, especificamente aquele que ocupa o horário das 20h às 22h, pois novelas como *Amores verdaderos*, *Porque el amor manda*, *La mujer del vendaval* e *Qué bonito amor* (Televisa), com a metade de títulos que outras produções, conseguiram obter *ratings* mais altos devido a ocuparem o lugar de um título com êxito. Um exemplo disso é *Amores verdaderos*, que tomou o lugar de *Abismo de pasión*.

Tabela 9. Temáticas nos dez títulos mais vistos

Títulos		TEMÁTICAS DOMINANTES (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)	TEMÁTICAS SOCIAIS (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)
1	<i>Abismo de pasión</i>	- Amor - Conflitos familiares - Revelação de paternidade - Ascensão social	- Problemas agrários - Conflitos ecológicos - Orfandade
2	<i>Amores verdaderos</i>	- Infidelidade - Amor - Conflitos familiares	- Insegurança - Violência intrafamiliar - Crime organizado
3	<i>Porque el amor manda</i>	- Reivindicação masculina - Amor e desamor - Conflitos laborais	- Discriminação - Violência de gênero - Crime organizado

¹⁵ DIREITOS RESERVADOS IBOPE AGB MÉXICO, S.A DE C.V. Bruno Traven 60, General Pedro Ma. Anaya, 03340, México, D.F., 2013. A presente página contém materiais de propriedade industrial e intelectual de Ibope AGB México, S.A de C.V., que foram postos à disposição do Obitel para fins de investigação e análises próprias deste projeto, pelo que se proíbe sua reprodução por terceiros permanente ou temporária, total ou parcial, sem nenhuma permissão escrita desta empresa. A violação estará sancionada como dispõem as leis da matéria.

4	<i>Por ella soy Eva</i>	- Identidade - Amor - Conflitos familiares	- Diversidade sexual - Violência de gênero - Discriminação
5	<i>Qué bonito amor</i>	- Folclore mexicano - Amor e desamor - Rivalidade familiar	- Alcoolismo - Violência intrafamiliar - Crime organizado
6	<i>Amor bravío</i>	- Conflitos familiares - Vingança - Restituição da identidade	- Conflitos sobre a posse da terra - Violência intrafamiliar - Discriminação
7	<i>Un refugio para el amor</i>	- Conflitos familiares - Amor - Ascensão social	- Chefias - Violência de gênero - Julgamentos
8	<i>La familia peluche</i>	- Problemas familiares - Aceitação e identidade - Comédia e sátira	- Corrupção - Violência intrafamiliar
9	<i>La mujer del vendaval</i>	- Romance - Conflitos Familiares - Ascensão social	- Corrupção política - Posse da terra - Insegurança social
10	<i>Cachito de cielo</i>	- Amor e romance - Comédia - Valores familiares	- Identidade religiosa - Violência intrafamiliar - Insegurança social

Fonte: Ibope AGB México, de segunda a domingo, das 2h às 0h, de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Base de dados *ratings* TV 5 Domínios, Hogares nacional, Media Smart Station. Elaboração Obitel México.

Como especificávamos na Tabela 6, o fato de a maioria das novelas ou séries do *top ten* se enquadrar no presente não significa que façam alusão a temáticas sociais conjunturais; pelo contrário, na Tabela 9 as temáticas sociais que se apresentam seguem sendo questões gerais que talvez não ajudem a pensar na realidade a partir da ficção, ou se o fazem, é de maneira descontextualizada e desterritorializada. A violência, como tema recorrente na Tabela 9, se apresenta sem enfatizar a problemática da insegurança nacional vivida em função da guerra que o governo ainda mantém com o narcotráfico.

3. A recepção transmidiática

Como se vem antecipando em anuários anteriores do Obitel, as emissoras têm começado a se renovar frente aos novos cenários transmidiáticos e diante do risco que implicaria não fazê-lo, pois po-

deriam perder audiências. Ao final de 2012, a Televisa difundiu sua primeira webnovela *Te presento a Valentín*, produto para ser visto através de diversos dispositivos (PC, laptop, celulares, smartphone etc.) e para ser acompanhado nas diversas redes sociais, para assim interagir com o público, que é o que implica uma narrativa transmidiática.

Na sua primeira webnovela, a Televisa decidiu contar uma história de amor, tema que tem sido protagonista no resto de suas produções ao longo de mais de 60 anos. Um argumento romântico, com certa dose de comédia e, poderíamos dizer, breiguice. A trama conta as aventuras de Valentín em busca de sua mulher ideal; ele a encontra, não sem antes atravessar diversos obstáculos. Com um total de cinco personagens principais, as cenas acontecem principalmente nas instalações da editora onde ele trabalha como repórter de uma revista (na realidade é o edifício da Editora Televisa). A webnovela começou a ser transmitida no dia 29 de outubro de 2012, contou com 15 capítulos de sete minutos de duração aproximada cada um e foi concluída no dia 30 de novembro do mesmo ano. Foi transmitida três vezes por semana (segunda, quarta e sexta) ao meio-dia, através de seu site oficial.

3.1. Em busca da audiência jovem

Dados do INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) indicam que no México 49,5% dos usuários de internet são jovens¹⁶. Portanto, a aposta dos empresários midiáticos é precisamente captá-los como público. Além disso, o produtor Eugenio Cobo afirma que os escritores de *Te presento a Valentín* são menores de 30 anos, conhecem como manejar a web e sabem contar histórias em poucos minutos.

Para interagir e conhecer a opinião das audiências em ditas novelas, criou-se uma página oficial, assim como contas no Facebook, YouTube e Twitter. Nessas plataformas, a audiência teve um tipo de

¹⁶ Consultar dados em <http://www.inegi.org.mx/>

participação diferenciada. Dessa forma, a empresa pôde conhecer (e provar) não só a opinião e tipo de informação da audiência sobre o conteúdo, senão também promover os produtos que patrocinaram a webnovela. Cremes, xampus, sprays, água, sucos e um banco foram os patrocinadores e protagonistas também, pois fizeram parte da trama.

Cada uma das redes permitiu e provocou um tipo de interação diferente (que vai desde a visualização até a visualização transmi-diática) e uma interatividade passiva ou ativa (ver Tabela 11). Na sequência se apresentará uma breve descrição da participação da audiência nos sites mencionados.

3.2. A ficção no YouTube

Nesse portal encontramos um tipo de interação “visualização interativa na rede” e um tipo de participação da audiência “passiva”. Os produtores abriram um canal chamado *Te presento a Valentín*, o qual conta com 62 pessoas inscritas, 69 vídeos e um total de 11.851 reproduções. Nesse site, além dos 15 capítulos da webnovela, estão entrevistas de todos os atores, além dos maquiadores e da equipe de produção. O vídeo mais visto foi o do capítulo 1, (4.496 reproduções) tendo uma drástica baixa depois, já que o segundo vídeo somente teve 438 reproduções. Quanto à participação da audiência fora do canal oficial, encontramos uma participação mais ativa, pois alguns usuários postaram a webnovela no YouTube (que eles mesmos gravaram), tendo sido esses capítulos mais “vistos” que os do canal oficial.

3.3. Facebook

Nessa rede social a webnovela contou com 7.200 “curtir”, e um tipo de interação “visualização interativa na rede”. A grande maioria das mensagens postadas nessa rede social proveio da própria empresa, a fim de promover os capítulos do dia (663 “curtir”). A categoria em que a audiência participou com mais “curtir” foi nas imagens do elenco/atores que se baixaram (491), sendo seu tipo de participação “ativa”.

3.4. Twitter e os conselhos do amor...

Apesar de a webnovela já ter terminado, a conta @TepresentoaV continuou ativa até dezembro de 2012, e quem a administrava continuou demandando a participação a seus seguidores (17.659), com um total de 589 *tweets*. O que mais se destaca do tipo de participação é que a conta @TepresentoaV assumiu o papel de um “conselheiro do amor”, dando assim sugestões a seus seguidores para encontrar pares, ou definindo as práticas do que significa estar apaixonado. Como aqueles famosos baralhos de *El Amor es...*, que circularam nos anos 1980.

Tabela 11¹⁷. A ficção transmidiática: tipos de interação e práticas dominantes

Ficção Escolhida	Emis-sora	Páginas de internet	Tipos de interação transmidiática	Níveis de interati-vidade	Práticas dominantes dos usuários
<i>Te pre-sento a Valentín</i>	<i>Televi-sa</i>	Página oficial http://televisa.esmas.com/entretenimiento/telenovelas/te-presento-a-valentin/	Visualização	Passiva	Comentário Celebração Coleção Armazenamento
		Página do Facebook https://www.facebook.com/TePresentoaValentin	Visualização interativa em rede	Ativa	Armazenamento Crítica
		Página do Twitter @TepresentoaV	Visualização transmidiática	Ativa	Comentário Discussão Recomendação Imitação
		Página do YouTube http://www.youtube.com/user/tepresentoavalentin	Visualização interativa em rede	Passiva/ Ativa	Compartilha-mento Armazenamento Comentário

Fonte: Obitel México

¹⁷ Este capítulo México não inclui a Tabela 10 devido a que não se contou com a informação para elaborar dita tabela.

Nessa fase exploratória, a Televisa incursionou nas webnovelas obtendo pouca resposta transmidiática por parte das audiências. Se compararmos os seguidores e a participação que têm outras novelas que contam com sites nas redes sociais, como *Amores verdaderos* (184.880 seguidores no Facebook e 72.300 no Twitter) ou *La mujer del vendaval* (50.128 no Facebook e 21.036 no Twitter), *Te presento a Valentín* teve pouca aceitação e seguidores. Deve apontar-se que em algumas plataformas não foi permitida e/ou promovida uma participação por parte dos seguidores além de um “curtir” nos conteúdos ou onde respondessem algumas enquetes. Quando a participação foi mais ativa, isso ocorreu devido ao convite para encontrar conselhos associados ao amor.

4. O mais destacado do ano

4.1. A “ficção à la carte” como tendência

O vínculo crescente entre a ficção e o marketing político aumentou em 2012. Continua o fenômeno da “ficção à la carte”, denominação daquelas novelas ou séries que se realizam com o patrocínio do governo e que são utilizados para fins de propaganda. Isso se apresentou em 2011 com *El equipo* (Televisa), que destacou o trabalho da Polícia Federal na sua luta contra o narcotráfico.

Em 2012 foi produzida uma nova “ficção à la carte” denominada *La teniente* (TV Azteca), com o fim de destacar as ações do exército. No entanto, conforme a declaração do produtor Roberto González, *La teniente* não foi um produto televisivo “por encomenda”, como é o caso de *El equipo*¹⁸. Pelo contrário, *La teniente*, longe de interesses políticos, nunca procurou “limpar” a imagem da marinha, já que “o essencial não foi a instituição, senão a história dos homens que a compõem” (Notimex, 2012).

Sob essa postura, *La teniente*, e a utilidade política que teve, supõe um risco importante para um gênero televisivo que começa a se

¹⁸ Nessa série, a Secretaria de Segurança Pública pagou à Televisa 118 milhões de pesos para sua produção e transmissão.

politizar pela falta de uma legislação que regule ou proíba a inserção e/ou naturalização da propaganda política, governamental e eleitoral dentro de séries e novelas.

La teniente é um caso a mais desse vazio legislativo, já que seus 24 capítulos serviram para marcar uma agenda e um *priming* (um enfoque) específico que colocou a milícia como os únicos agentes de segurança que são confiáveis e verossímeis, pois eles, ao contrário dos policiais federais (seus antagonicos dentro e fora da ficção), são os verdadeiros heróis da guerra contra o narcotráfico.

4.2. A ficção e a publicidade eleitoral do coração

Como já foi colocado, o candidato que ganhou as eleições presidenciais no México, Enrique Peña Nieto, casou-se com uma das atrizes-ícone das telenovelas mexicanas, Angélica Rivera, melhor conhecida como “Gaivota”. Essa relação sentimental, questionada por muitos como uma estratégia eleitoral, permitiu que ambos estivessem presentes no mundo do espetáculo; no entanto, isso nunca foi considerado como uma falta, por ser de um âmbito mais privado que político. O “casal feliz” se promoveu em diversos programas, mas se destacou mais no *reality show* que Angélica Rivera protagonizou no YouTube durante toda a campanha eleitoral.

Lo que mis ojos ven y mi corazón siente foi uma “produção caseira” em que a chamada “Gaivota” aproveitou seus dotes teatrais e a conexão que como atriz tem com os mexicanos para relatar “o por detrás das câmeras” da campanha de seu marido e expor assim o ser humano que se escondia atrás do candidato.

Essa série de vídeos buscou aproximar Enrique Peña Nieto aos cidadãos, não através de suas propostas de campanha, senão em função de sua história pública de amor, e, como se fosse uma novela, essa história trasladou a narrativa dos atos públicos de campanha nos diversos Estados do país a um espaço mais íntimo e privado, onde se expôs de “forma natural” e casual como o candidato interagia com sua família para relatar a vivência em sua campanha.

Lo que mis ojos ven... foi a inauguração de um *reality show* político em que as propostas de campanha foram trocadas pelo amor e pela promessa que a atriz fazia no final dos vídeos, quando assegurava que “seu marido cumpriria cada um de seus compromissos porque é um homem de palavra”. Isso significou em termos políticos e fictícios a ida e volta da atriz ao personagem, já que nesses atos políticos as pessoas se referiam a ela como “A Gaivota”, nome de sua personagem de ficção mais conhecida. A ficção então foi usada como trampolim em ambos os sentidos. No total se postaram no YouTube 23 vídeos, os quais tiveram mais de 1 milhão de visualizações; em média, cada vídeo foi visualizado por 45 mil usuários por emissão.

4.3. A disputa pelo *rating* e a mudança de sua medição

O ano de 2012 é um divisor de águas nacional e internacional na medição e seguimento das audiências. Os parâmetros tradicionais para avaliar o poder da televisão em casa requerem inovações para capturar o fenômeno contemporâneo. Onde está agora a audiência de ficção? Para onde vão? Como você compartilha sua visão com outros interesses na internet e redes sociais? Como é “preso” em diálogos com sites? E, acima de tudo, o que mais consome além de televisão e filmes? São muitas perguntas, expressões das recentes preocupações em seguir adequadamente públicos cujas rotas, estações e cenários de conectividade de mídia mudaram e se multiplicaram como nunca antes.

Nessa tentativa de encontrar novas metodologias e ferramentas de monitoramento televisivo da audiência e fornecer novas informações ao mercado, no México a clássica empresa Ibope AGB encerrou suas operações em 31 de dezembro, após 20 anos de produção de informações sobre os *rating* no país. Foi inaugurada uma nova empresa, Ibope Nielsen, que, ademais de situações específicas mexicanas, deve integrar-se nessa corrente mundial em que as empresas internacionais de medição de audiências foram fundidas: Nielsen, a mais antiga delas, vinculou-se primeiro com a europeia Sofres,

e em 2012 com o Ibope latino-americano. O Ibope, por sua vez, juntou-se à GSK, empresa alemã. E, na Inglaterra, Nielsen e Sofres fizeram o mesmo (entrevista com Ruben Jara em *Zocalo Magazine*, 2013). Essa fusão ou concentração mundial ensaia novas maneiras de exploração do público como consumidores, relacionando (o que já é tecnicamente possível) os consumos televisivos e de mídia com os consumos reais em um *shopping center*, onde o público costuma comprar. Sem dúvida, essa é uma nova fase na produção de conhecimento sobre o público, o que terá grande impacto no Obitel como um projeto.

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

Ao longo de 2012, a ficção mexicana manteve uma relação com o passado, que foi constituindo-se como um elemento central no curso da história da telenovela mexicana: o passado como tradição, o passado como um lugar onde os valores fundamentais são evidentes e visíveis. Nesse sentido, apesar das mudanças na indústria da ficção televisiva mexicana, como a compra de roteiros de sucesso comprovado em vez de sua própria geração, a televisão vem mantendo a ordem das estruturas do passado já mapeada por Nora Mazziotti (1996) na década de 1990. O passado é moldado como uma fonte constante de narrativa e matrizes temáticas.

Visto dessa perspectiva, as novelas mexicanas de 2012 continuaram construindo um passado que tem, basicamente, dois eixos narrativos principais: a vida das fazendas/povos e uma mistura etérea de referências à idade de ouro do cinema mexicano. Na base dessas impressões, a ficção (e sua base melodramática onipresente) se constitui como o drama da transição entre os mundos rural e urbano.

Fazendo uma seleção das novelas mais vistas neste ano, tanto da Rede Televisa quando da TV Azteca, é possível ver a persistência desses temas construídos, tanto visualmente quanto na narrativa. Esta seção irá levantar alguns desses elementos que denotam a negociação constante entre passado e presente.

5.1. A fazenda como núcleo da vida rural

Diferentes novelas das mais vistas em cada uma das redes de transmissão de TV aberta colocaram sua atenção para a fazenda como tema central para o desenvolvimento de tramas tradicionais. Enquanto a televisão mexicana foi abrindo a filmagem ao ar livre (ao contrário da natureza funcionalista de seus cenários), as emissoras têm encontrado na vida rural uma inesgotável fonte de temas e cenários que são mesclados com as histórias típicas do melodrama nacional.

Juntamente com um movimento de resgate do patrimônio rural, as emissoras nacionais, em parte apoiados pelos próprios governos locais, têm atraído visualidade rural com típicos dramas familiares de construção da identidade nacional do México, apresentada pelo cinema da “idade de ouro” dos anos 1940.

Nesse sentido, a vida rural, centrada na família e na aldeia/cenário, é o protagonista vital nas novelas. Isso é demonstrado em *Amor bravío* e *Abismo de pasión*, da Televisa, ou *Los Rey* e *La mujer de Judas*, da TV Azteca. Em diferentes graus, nessas novelas (entre as melhores posicionadas em ambas as emissoras) a fazenda sempre implica retornar à origem rural das famílias ricas. Essa vida no campo, seja como fonte de riqueza ou fonte simbólica de prestígio, está presente na memória social.

5.2. A música rancheira, do início ao fim

No mesmo sentido de resgate do patrimônio rural, o fazendeiro tornou-se praticamente onipresente nas novelas do ano de 2012. A constante visualização e sonoridade nos permite ver o retorno deste elemento: vestimenta rancheira e música de mariachi. Ambos os elementos têm sido fundamentais para o cinema mexicano ao longo do século XX e constantemente ressignificados pela indústria cultural (especialmente a televisiva).

As novelas a que nos referimos não são imunes a esses movimentos. Em primeiro lugar, isso pode contribuir para uma musicalidade que retorna aos antigos elementos do *star system* mexicano,

como Vicente Fernández, com o tema “Cuando manda el corazón”, da telenovela *Amor bravío*. Da mesma empresa, *Abismo de pasión* dispara com o tema musical central “Solo um suspiro”, interpretado com o acompanhamento clássico de mariachis. Por outro lado, temos o exemplo da TV Azteca com duas de suas telenovelas, *La mujer de Judas* e *Los Rey*, que utilizam, como trilha sonora, misturas de música rancheira e corridos nortenhos (“Amor de leyenda” e “El imperio de Los Rey”, respectivamente).

Com esses exemplos das duas empresas hegemônicas na produção de ficção mexicana, temos uma ideia clara da importância que, em conjunto com o elemento rural representado pelas fazendas como o espaço central da trama, tem a temática rancheira. Os eixos mencionados até agora mostram um passado construído sobre um México ficcional, ou, o que é melhor, uma ficção que gera a própria memória.

Ambos os elementos temáticos são acompanhados por uma visualização básica representada com a vestimenta rancheira, que surge e padroniza a indústria cinematográfica emergente nos anos 1940 e 1950 no México: o clássico traje de gala do *Charro*. Agora incorporados em um diário ficcional, esse vestido normalmente reservado para festas tradicionais é incorporado para contrastar os mundos urbano e rural em que as personagens vivem na novela.

Sob essa perspectiva, não pode haver exemplo mais claro do que a telenovela *Amor bravío*. Aproveitando um ambiente que tem a ver com o tema “touradas” (com referências visuais claras do toureio espanhol), as personagens vestem os trajes de *Charro* usados em ocasiões especiais.

Sobre esse movimento orientado ao fazendeiro, Florence Tousseint (2013) resalta um passado em que a riqueza estava firmemente ancorada nas terras de cultivo. Poderíamos dizer que as novelas habitam uma espécie de “outros tempos” cautelosamente similares ao México pré-revolucionário. A própria autora estende esse movimento das novelas até 2013, com *Corazón indomable*, *Amores verdaderos* ou *La mujer del vendaval* (as três da Televisa).

Dentro desse ambiente “de terra natal”, as histórias clássicas do melodrama mexicano, amplamente recorrentes no tema da unidade familiar ampliada, movem-se muito bem. Os dramas que enfrenta a família rural em face da vida moderna do país (drogas, aborto, homossexualidade etc.) levam ao ápice o drama da identidade nacional, representada na família. Nesse sentido, o passado e a memória construída em relação aos produtos da própria indústria cultural nacional são um elemento central da ficção em 2012, não marcada por ficções de estilo histórico, mas sim trazendo para o presente um ambiente “de época” que redefine as experiências do México atual.

6. Referências

AMIPCI. *Hábitos de los usuarios de internet en México 2012*. Disponível em: <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos>. Acesso em: 10 de abril de 2012.

COFETEL. *Suscripciones a teléfonos móviles*. Série Anual, 2011. Disponível em: <http://siem.ctf.gob.mx/SIEM/#!prettyPhoto/45/>. Acesso em: 15 de abril de 2013.

IAB México et al. *Estudio de consumo de medios entre internautas mexicanos*. 2012. Disponível em: http://www.iabmexico.com/Estudio_Consumo_Internautas_2013_Mexico. Acesso em: 10 de abril de 2013.

MAZZIOTTI, Nora. *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina*. Buenos Aires: Paidós, 1996.

MERCA 2.0 (2013, abril). Inversión en medios, 134.

NOTIMEX. *Se inspira La Teniente en hechos reales*, 2012. Disponível em: <http://www.veracruzanos.info/se-inspira-la-teniente-en-casos-reales-de-mexico/>. Acesso em: 20 de setembro de 2012.

REVISTA ZÓCALO (2013, Fevereiro). *Cambios en medición de rating, no en contenidos*. entrevista de Guillermo Orozco a Rubén Jara.

TELEvisa (2013). *Informe Anual 2012*. Televisa. México.

TOUSSAINT, Florence (2013, 2 de março). *Amores rancheros. Proceso*, 1896.

PERU: UMA FICÇÃO DE EMPREENDEDORES¹*Autores:*

James A. Dettleff, Giuliana Cassano,
Guillermo Vásquez F.

Equipe:

Rogger Vergara, Tatiana Labarthe,
Thalia Dancuart, Nataly Vergara

1. O contexto audiovisual do Peru

Introdução

Depois da campanha eleitoral presidencial de 2011², a televisão peruana retomou em 2012 uma linha de produção mais ativa, que se traduziu em programas de ficção, de concurso e *reality shows* que eram emitidos em quatro dos seis canais de alcance nacional.

A ficção via nas minisséries e telenovelas os formatos mais utilizados, com produções realizadas principalmente por empresas independentes. Isso consolidou um grupo de empresas realizadoras de programas tanto de ficção como de *realities*, que permitem falar de uma pequena indústria audiovisual, além dos próprios canais de televisão. Das 13 ficções nacionais que estrearam no Peru em 2012, sete delas foram realizadas por empresas produtoras independentes, sendo a Del Barrio Producciones a mais ativa, com quatro ficções.

As temáticas continuavam apontando uma população que até uma década atrás era praticamente inexistente nas telas nacionais:

¹ Para a elaboração deste capítulo contamos com o apoio de Ibope Media Peru, que gentilmente nos proporcionou a informação de audiência utilizada neste estudo.

² Essa campanha gerou uma polarização de propostas, criando uma incerteza nos diferentes setores políticos e econômicos que levou a uma diminuição de investimento em diferentes âmbitos, inclusive na televisão.

a classe emergente. Dessa forma, 46% das produções tinham como personagens centrais peruanos de escassos recursos que, tendo por base o trabalho, o esforço, a dedicação, a constância e bastante sofrimento em seu caminho, conseguiam triunfar e surgir no final da história. Isso era intrínseco à imagem do peruano trabalhador e empreendedor que se foi construindo no país na última década, quando surgiu de maneira formal uma classe de pequenos empresários que passaram a movimentar a economia nacional³. Dessa maneira, a presença de temas e ficções que refletem ou mostram essa empreendedora classe emergente também se relaciona com a valorização do poder aquisitivo e hábitos de consumo que esse público possui. Mas, ao mesmo tempo, se relaciona com as empresas independentes de realização televisiva que começaram a surgir na última década, com base no esforço e empreendedorismo de seus donos e trabalhadores audiovisuais.

Breve história da televisão peruana

A televisão nasceu no Peru em 1958, quando a estatal Canal 7 iniciou suas transmissões. A partir desse ano criaram-se diversos canais privados⁴, cujos donos eram na sua maioria empresários de emissoras de rádio. Dessa maneira, foram fundados a América Televisión, a Panamericana Televisión, o Canal 9, o Canal 2 e, em 1967, o Canal 11⁵. Em 1968 ocorre o golpe militar, encabeçado pelo general Juan Velasco, que em 1971 expropria os canais, fazendo com que a produção de ficção se reduza notoriamente sem desaparecer totalmente.

Em 1980 retorna a democracia, e nesse momento havia apenas três dos canais pioneiros: Canal 7, América e Panamericana. Nos

³ O Peru conseguiu o terceiro lugar na taxa de atividade empreendedora mundial em 2011, com 22,9%. Fonte: <http://latierraesflat.wordpress.com/2012/06/01/emprendimiento-en-el-peru/>. Consultado em: 20/2/2013.

⁴ Os dados foram extraídos principalmente do livro de Fernando Vivas, indicado na bibliografia.

⁵ Deve-se indicar que todos esses canais foram fundados em Lima. Entretanto, em 1959 fundou-se também, ao sul, na cidade de Arequipa, o canal Televisora Sur Peruana.

anos seguintes são fundadas Frecuencia Latina, ATV, RBC e Global Televisión, iniciando a produção de ficções, ainda que afetada pela grande crise econômica que atravessou o país no final da década. Nos anos 90, durante o governo de Alberto Fujimori, ocorre um ressurgimento das produções, mas no início do século XXI, com a queda do governo e com a comprovação de que os donos dos canais haviam recebido dinheiro e vendido suas linhas editoriais ao regime fujimorista, gera-se uma crise que desemboca em batalhas legais, prisão ou fuga do país de vários dos donos, e a transferência de propriedade ou administração dos canais de televisão.

A televisão aberta no Peru

Atualmente existem seis canais de televisão aberta na frequência VHF que têm alcance em boa parte do Peru. Todos eles são emitidos via satélite da capital – Lima – através de repetidoras nas principais cidades do país. Destes, cinco são privados: Frecuencia Latina, América Televisión, Panamericana Televisión, Andina de Televisión (ATV) e Global TV (que pertence também ao consórcio ATV, propriedade do empresário mexicano Ángel Gonzáles). O sexto canal, TV Peru, é de propriedade do Estado peruano.

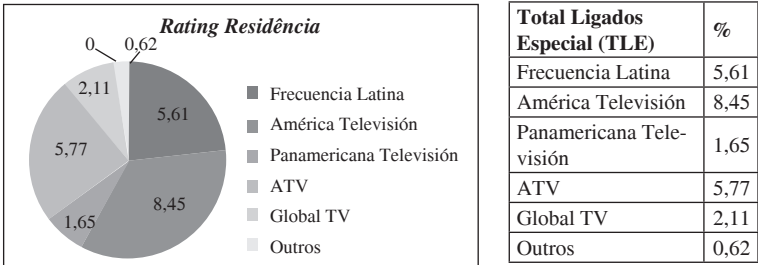
Gráfico 1. Cadeias nacionais de televisão aberta

Canais privados (5)	Canais públicos (1)
Frecuencia Latina	TV Peru
América Televisión	
Panamericana Televisión	
ATV	
Global TV	
Total de canais nacionais = 6	

Fonte: Obitel Peru

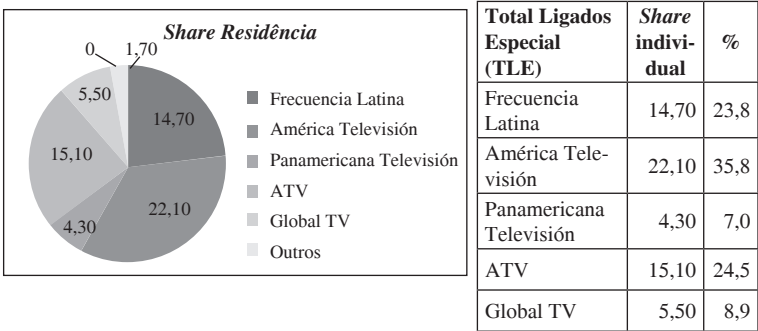
Tendências da audiência

Gráfico 2. Audiência TV por canal (por residência)



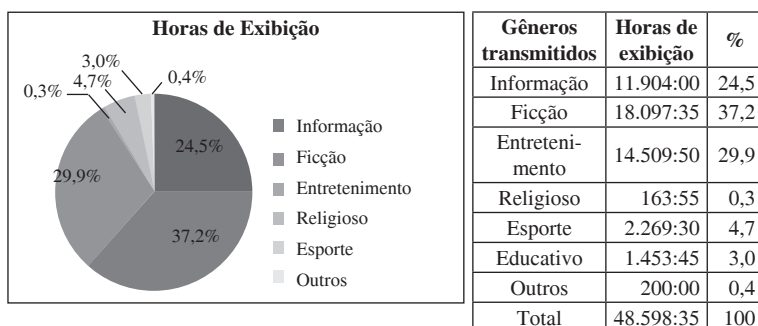
Fonte: Ibope Media Peru

Gráfico 3. Share por canal



Fonte: Ibope Media Peru

Os Gráficos 2 e 3 mostram a grande aceitação obtida pela América Televisión, que possui as ficções de maior audiência, como veremos mais adiante. O domínio desse canal é tal que nem sequer somando os canais ATV e Global TV – ambos do mesmo consórcio – eles conseguem obter a mesma audiência da América Televisión. A Frecuencia Latina ocupa o terceiro lugar geral de sintonia, enquanto a Panamericana – canal cuja programação em grande parte está ocupada com séries dos anos 70 – encontra-se num lugar muito abaixo. Deve-se considerar também que já há vários anos a TV Peru solicitou que não fosse considerada nas medições de sintonia, e por isso não constam dados de sua audiência.

Gráfico 4. Gêneros de programas oferecidos pela TV

Fonte: Obitel Peru

Observando o Gráfico 4, vemos que a ficção obteve em 2012 uma grande presença na televisão peruana, seguida pelos programas de entretenimento e os de informação. Dos programas de entretenimento, 24% são conhecidos em geral como *reality shows*, tendo se tornado muito populares nos últimos quatro anos⁶.

O tema informativo ocupa quase 25% da grade, onde abundam noticiários e magazines jornalísticos. Tem-se mostrado um interesse marcado por notícias do *showbiz* e imprensa sensacionalista, enquanto que temas políticos e de interesse nacional cederam presença.

A ficção ocupa 37,2% das horas de emissão⁷, e essa importante presença é intrínseca aos resultados de audiência e conseguinte investimento da publicidade, tal como veremos posteriormente.

Investimentos publicitários do ano

Segundo dados do Ibope Media Peru, o investimento publicitário no Peru foi de 4.321 milhões de dólares⁸ em 2012, mas se obser-

⁶ Deve-se ressaltar que, para a televisão peruana, diferente do que ocorria no passado, os formatos dos *realities* foram comprados dos donos das franquias.

⁷ Deve-se indicar que para a contagem não se consideraram as horas repetidas de emissão, que são comuns nas madrugadas. Se tivessem sido consideradas, a porcentagem de ficção seria ainda maior.

⁸ A partir dos montantes de tarifa impressa bruta que possuem os meios.

vou uma diminuição percentual na maioria dos meios com relação a 2011. A televisão e os diários foram os únicos que aumentaram sua participação – para 6,88%, sendo que em 2011 essa participação foi de 5,3%. A TV a cabo foi o segundo meio com maior participação publicitária em 2012, obtendo 14,37% dos ingressos publicitários (1,3% menos que em 2011). O rádio obteve uma participação publicitária de 5,12%, enquanto que as revistas e suplementos tiveram 1,6%. Essas porcentagens se referem aos montantes de investimentos e não à quantidade de publicidade que cada meio obteve. Neste sentido, não se pode esquecer que os custos de emissão de um *spot* publicitário na televisão são muito mais altos que no rádio, ou mais que um aviso num jornal, o que deve ser considerado ao ver a diferença tão marcada a favor da televisão.

Merchandising e merchandising social

As produções televisivas no Peru viram no *merchandising* e no *product placement* (colocação de produtos) formas de conseguir maiores recursos para os canais e para as empresas produtoras independentes. Dessa maneira, vários programas geram produtos com imagens de seus personagens, os quais são vendidos no mercado local: cadernos, bonecos, álbum de figurinhas, lancheiras, produtos alimentícios etc. Além disso, é comum que se organizem shows e apresentações do grupo de atores em diferentes partes do país, ou que, durante a época de festas nacionais, haja circos – data em que é tradicional sua chegada à capital – com o nome dos programas, nos quais se apresentam os atores. Igualmente, durante os diferentes capítulos mostram-se nas telas cartazes, relógios, calendários nas casas dos personagens levando de forma muito visível o nome dos produtos das empresas que patrocinam os programas, e também aparecem personagens consumindo ou recomendando os diferentes produtos e serviços que patrocinam o programa.

O *merchandising* social se deu através de menções de serviços em alguns programas que tratam de problemas sociais, tais como violência contra a mulher, discriminação, pedofilia ou alguma defi-

ciência. Isso esteve presente principalmente nas ficções *Solamente milagros* (temporada 1 e 2) e em *Conversando con la luna*, que possuíam uma clara temática social.

Políticas de comunicação

Em abril de 2009 o Peru optou pelo sistema brasileiro de televisão digital, e em 31 de março de 2010 iniciaram-se as emissões de televisão em alta definição. A escolha desse sistema (e da transição à TDT em geral) se fez sob a premissa de que os canais digitais e a maior quantidade de frequências disponíveis permitiriam uma democratização da televisão e uma concessão de maneira mais plural nas diferentes regiões do país: “A TV digital é uma grande oportunidade para democratizar o sistema de mídia peruano, dando-lhe maior diversidade e pluralismo e, dessa forma, colocá-lo em plena sintonia com as principais recomendações internacionais em matéria de liberdade de expressão” (Gómez, 2012)⁹.

Atualmente trabalham-se os mecanismos para o processo de concessão das licenças digitais, mas os grandes canais de Lima já conseguiram contar com várias frequências para transmitir simultaneamente em alta definição e em sinal digital padrão, mesmo que nem todos se utilizem das vantagens possibilitadas por isso.

Através da Lei de Telecomunicações do ano de 2004, criou-se o Conselho Consultivo de Rádio e Televisão (CONCORTV), que impulsiona atividades cidadãs, monitoramentos, enquetes sobre a televisão etc., mesmo que suas opiniões e recomendações não sejam vinculantes. Em seus anos de funcionamento, o CONCORTV realizou diversas audiências públicas em diferentes partes do Peru, colocando em agenda temas como infância, gênero, igualdade etc., apesar de não se ter necessariamente conseguido políticas específicas com respeito a esses temas.

⁹ <http://www.concortv.gob.pe/index.php/noticias/992-como-fortalecer-la-pluralidad-en-la-transicion-a-la-tv-digital-en-el-peru.html>

Televisão pública

“TV Peru” é o nome com que atualmente se conhece o canal do Estado¹⁰, que apesar de ter de comportar-se como um canal público, tem sido operado como um canal ao serviço dos diferentes governos de turno¹¹, como meio de propaganda, com frequentes interrupções de sua programação para emitir algum ato oficial dos membros do Poder Executivo. O caso que mais sobressaiu – no que se refere a essa observação – foi a interrupção do capítulo final da única ficção produzida em 2012 pela TV Peru (*Conversando con la luna*) para emitir uma intervenção ao vivo por parte do presidente Humala. Depois de finalizada essa interrupção, a programação retornou com o noticiário, sendo omitidos os dez minutos finais do capítulo.

Sua programação é eminentemente de não ficções, mas em 2012 apostou na ficção *Conversando con la luna*. Abordando temas sociais como a discriminação ou a inclusão social, o projeto contou com quatro ficções de cinco capítulos cada uma, que eram emitidos de segunda a sexta. Depois do mês de estreia, foram repetidas por mais três vezes. Anunciou-se então que se realizará um segundo grupo de histórias, com estreia em 2013.

TV paga

Existe um grande número de empresas que oferecem sistema de televisão paga no Peru, mesmo que muitas delas funcionem de maneira informal ou em localidades menores. As três principais empresas que oferecem televisão paga em grande parte do território peruano são MovistarTV, DirecTV e ClaroTV. Nelas se podem encontrar (além de uma oferta de canais internacionais) os canais peruanos de sinal aberto em VHF, alguns que se transmitem em UHF e canais exclusivos de TV a cabo. Destes últimos, a MovistarTV conta com sete canais peruanos¹² exclusivamente

¹⁰ Existem também canais públicos locais em mãos de municipalidades. Entretanto, esse é o único canal público de alcance nacional.

¹¹ O Conselho Consultivo de Rádio e Televisão (CONCORTV) iniciou uma campanha para promover a necessidade de contar com um canal realmente público no Peru.

¹² CMD, Plus TV, Canal N, RPP TV, Willax, Canal JCP e Tele Juan. Este último é um

para TV a cabo, enquanto que a ClaroTV emite um exclusivamente seu e também conta com um dos emitidos pela MovistarTV. A programação principal da metade desses oito canais é informativa, enquanto que dois são canais de esportes, um é de entretenimento e outro é religioso.

Quanto à audiência dos canais emitidos por cabo, depois dos canais peruanos de alcance nacional, que também são oferecidos por esse meio, o TL Novelas é o que possui maior audiência, com um *share* de 3,7, que é apenas 0,6 menor do que o obtido pela Panamericana Televisión. Atrás do TL Novelas encontram-se Cartoon Network, Discovery Kids e Disney XD.

Momento atual da TDT e internet

Os principais canais de Lima conseguiram que o governo lhes concedesse sinais digitais, mesmo que nem sempre eles sejam utilizados para transmitir programação diferente à do seu sinal padrão. Dessa maneira, a Frecuencia Latina (que possui um canal digital), a América e a Panamericana (que possuem dois cada uma) emitem a mesma programação que em suas transmissões regulares analógicas. A TV Peru, ao contrário, utiliza três canais digitais, onde emite programação diferenciada, enquanto que o grupo ATV possui quatro canais, nos quais emite a programação da ATV num deles e o seu canal informativo ATV+ em outro, sendo que no seu terceiro emite a programação da GlobalTV e no quarto a de seu canal de UHF, La Tele.

A tecnologia da TDT permite também receber o sinal em telefonia móvel. Nesse sentido foi a América Televisión quem esteve na frente, pois transmite sua programação digital num formato que pode ser recebido pelos telefones móveis que tenham sintonizador digital incorporado.

Todos os canais que aqui trabalhamos contam com páginas web, onde postam capítulos de seus diferentes programas, e em al-

canal religioso que emite sinal aberto via UHF, mas o canal a cabo mistura seu sinal com outros sinais religiosos a cabo.

guns casos há transmissões ao vivo de sua programação. A ATV possui uma plataforma que dá acesso aos quatro canais liminhos do grupo, oferecendo informação, possibilidade de ver qualquer um dos seus programas – tanto no momento que estão sendo emitidos como posteriormente –, fóruns, comentários e *links* para sua página do Facebook e do Twitter. As páginas da América Televisión e da Frecuencia Latina oferecem as mesmas possibilidades que as antes descritas, incorporando, além disso, *chats* com os atores de suas produções, a possibilidade que os usuários da página carreguem suas fotos com as diferentes figuras do canal e a opção de baixar *wallpapers* do canal e suas produções. Entretanto, a organização das páginas não facilita o acesso e é difícil chegar às diferentes opções, pois não são aproveitadas todas as possibilidades que elas possuem. No caso da Panamericana Televisión e da TV Peru, predomina a parte informativa nas suas páginas web, onde se podem encontrar os diferentes segmentos de seus programas jornalísticos junto com a emissão ao vivo de sua programação.

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

Apesar da aparição em massa dos *realities* na televisão peruana, foi a ficção – especialmente a peruana – que obteve uma grande presença e aceitação de sintonia por parte do público. Exceto por alguns eventos esportivos, ela ocupou os primeiros lugares de sintonia. Durante o ano de 2012, estrearam 13 ficções peruanas (emitidas em quatro dos seis canais de cobertura nacional) e foram emitidas novamente 11 ficções peruanas realizadas nos anos anteriores.

Tabela 1. Ficções exibidas em 2012

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 13	TÍTULOS DE REPRISES – 61
América Televisión – 9 títulos nacionais 1. <i>Al fondo hay sitio</i> (novela) 2. <i>Gamarra</i> (minissérie) 3. <i>La AKdemia</i> (série) 4. <i>La faraona</i> (minissérie) 5. <i>La reina de las carretillas</i> (minissérie) 6. <i>Mi amor el wachimán</i> (minissérie) 7. <i>Solamente milagros</i> (série) 8. <i>Solamente milagros 2ª temporada</i> (série) 9. <i>Yo no me llamo Natacha 2</i> (minissérie) Frecuencia Latina – 2 títulos nacionais 10. <i>La bodeguita</i> (série) 11. <i>La Tayson</i> (novela) TV Peru – 1 título nacional 12. <i>Conversando con la luna</i> (minissérie) ATV – 1 título nacional 13. <i>Corazón de fuego</i> (novela)	Frecuencia Latina 1. <i>Clave uno</i> (série) 2. <i>Demasiada belleza</i> (novela) 3. <i>El encantador</i> (novela – Colômbia) 4. <i>Graffiti</i> (novela) 5. <i>La paisana Jacinta</i> (série) 6. <i>Los Barriga</i> (novela) 7. <i>Pataclaun</i> (série) 8. <i>Tiempo final</i> (novela – Colômbia) 9. <i>Virgenes de la cumbia</i> (minissérie) América Televisión 10. <i>Amar otra vez</i> (novela – México) 11. <i>Apuesta por un amor</i> (novela – México) 12. <i>Así es la vida</i> (novela) 13. <i>Blancanieves y los churi churin chunflais</i> (telefilme – México) 14. <i>Chespirito</i> (série – México) 15. <i>Contra viento y marea</i> (novela – México) 16. <i>Destilando amor</i> (novela – México) 17. <i>El chapulín colorado</i> (série – México) 18. <i>El chavo del ocho</i> (série – México) 19. <i>Fuego en la sangre</i> (novela – México) 20. <i>Hasta que el dinero nos separe</i> (novela – México) 21. <i>María la del barrio</i> (novela – México) 22. <i>María Mercedes</i> (novela – México) 23. <i>Marimar</i> (novela – México) 24. <i>Mi destino eres tú</i> (novela – México) 25. <i>Mujer casos de la vida real</i> (série – México) 26. <i>Nacida para triunfar</i> (minissérie) 27. <i>Rosalinda</i> (novela – México) 28. <i>Sueña conmigo</i> (novela – Argentina) Panamericana Televisión 29. <i>1000 oficios</i> (novela) 30. <i>Augusto Ferrando de pura sangre</i> (minissérie) 31. <i>Doña Bella</i> (novela – Brasil) 32. <i>Esposos pero tramposos</i> (série) 33. <i>Gata salvaje</i> (novela – Venezuela/EUA)

ATV – 10 títulos importados

12. *Corazón valiente* (novela – EUA)
13. *Decisiones extremas* (série – EUA)
14. *El secretario* (novela – Colômbia)
15. *Grachi* (novela – EUA)
16. *Herederos del monte* (novela – Colômbia)
17. *Insensato corazón* (novela – Brasil)
18. *La reina del sur* (novela – EUA)
19. *Oye bonita* (novela – Colômbia)
20. *Pasiones* (novela – Brasil)
21. *Una maid en Manhattan* (novela – EUA)

Frecuencia Latina – 3 títulos importados

22. *Calle luna calle sol* (novela – Venezuela)
23. *Los caballeros las prefieren brutas* (série – Colômbia)
24. *Pasión morena* (novela – México)

Panamericana Televisión – 2 títulos importados

25. *La viuda joven* (novela – Venezuela)
26. *Luna roja* (novela – Portugal)

Global TV – 1 título importados

27. *Génesis* (série – Espanha)

34. *Los exitosos Pérez* (novela – México)
35. *Pantanal* (novela – Brasil)
36. *Salvador de mujeres* (novela – Venezuela/Colômbia)
37. *Taxista ra ra* (série)
38. *Xica da Silva* (novela – Brasil)

ATV

39. *Cada quien su santo* (série – México)
40. *Decisiones de mujeres* (série – EUA)
41. *Desastres de la guerra* (série – España)
42. *Hay alguien ahí* (série – España)
43. *Historias de sexo, gente común* (série – Argentina)
44. *La hija del mariachi* (novela – Colômbia)
45. *La mujer en el espejo* (novela – Colômbia)
46. *La vida es así* (novela – Colômbia)
47. *Lo que llamamos las mujeres* (série – México)
48. *Lo que la gente cuenta* (série – México)
49. *Mujeres asesinas* (série – México)
50. *Pasión de gavilanes* (novela – Colômbia)
51. *Sangre fría* (miniserie – Argentina)
52. *Séptima puerta* (série – Colômbia)

Global TV

53. *A cada quien su santo* (série – México)
54. *Casado con hijos* (série – Argentina)
55. *Decisiones* (série – EUA)
56. *En los tacones de Eva* (novela – Colômbia)
57. *La bella Ceci y el imprudente* (novela – Colômbia)
58. *La hija del jardinero* (novela – México)
59. *La niñera* (série – Argentina)
60. *Lo que la gente cuenta* (série – México)
61. *Toda una dama* (novela – Venezuela)

TOTAL GERAL DE TÍTULOS EXIBIDOS – 101

Esta produção de ficção nacional significa um aumento de 44% com respeito a 2011, quando estrearam nove ficções peruanas. No caso das ficções estrangeiras inéditas, em 2012 estreou mais um título referente ao ano anterior.

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

País	Títulos	%	Capítulos/ Episódios	%	Horas	%
NACIONAL (total)	13	32,5	733	24,3	552:25	23,3
IBERO-AMERI- CANA (total)	27	67,5	2.279	75,7	1.820:00	76,7
Argentina	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0
Brasil	2	5,0	247	8,2	189:55	8,0
Chile	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0
Colômbia	4	10,0	153	5,1	127:10	5,4
Equador	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0
Espanha	1	2,5	17	0,6	14:20	0,6
EUA (produção hispânica)	5	12,5	482	16,0	381:55	16,1
México	12	30,0	1.152	38,3	916:35	38,6
PERU	13	32,5	733	24,3	552:25	23,3
Portugal	1	2,5	22	0,7	17:50	0,8
Uruguai	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0
Venezuela	2	5,0	206	6,9	172:05	7,3
Latino-Americana (âmbito Obitel)	33	82,5	2.492	82,7	1.958:10	82,5
Latino-Americana (âmbito não Obitel)	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0
Outras (produções e coproduc. de outros países latino-am./ ibero-am.)	7	17,5	520	17,3	414:05	17,5
TOTAL	40	100	3.012	100	2.372:15	100

Fonte: Obitel Peru

As ficções nacionais são as que encabeçam o número de estreias durante 2012, ocupando quase a terceira parte da ficção de estreia emitida durante esse ano, seguidas pelas provenientes do México, sobretudo pela grande quantidade de ficções desse país emitidas

pela América Televisión¹³. Seguem também a produção em língua espanhola dos EUA e a ficção colombiana, graças à presença que tiveram na ATV. Devemos esclarecer que a presença de uma ficção portuguesa na listagem se deve à emissão da novela *Luna Roja* na Panamericana Televisión. Entretanto, a programação desse canal foi muito instável, modificando-se constantemente. Dessa novela foram emitidos apenas 22 capítulos, tendo sido logo retirada do ar sem explicação.

¹³ Dos seis canais observados, a América Televisión é o único em que as horas de ficção emitidas ao ano superam às de não ficção, com uma diferença de mais de dois pontos percentuais.

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

Faixas horárias	Nacionais				Ibero-Americanas				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (6h-12h)	0	0,0	00:00	0,0	73	3,2	58:30	3,2	73	2,4	58:30	2,5
Tarde (12h-18h)	39	5,3	30:50	5,6	1.021	44,8	791:10	43,5	1.060	35,2	822:05	34,7
Prime (18h-23h)	695	94,7	521:00	94,4	763	33,5	527:20	29,0	1.458	48,4	1.048:15	44,2
Noturno (23h-6h)	0	0,0	00:00	0,0	421	18,5	442:55	24,3	421	14,0	442:55	18,7
Total	733	100	551:50	100	2.279	100	1.819:55	100	3.012	100	2.371:45	100

Fonte: Obitel Peru

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais					Ibero-Americanas				
	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%	Títulos	%	Cap./Ep.	%
Novela	3	23,08	482	65,67	360:50	65,31	22	81,48	1.918	84,15
Série	4	30,77	93	12,64	73:20	13,27	5	18,52	361	15,85
Minissérie	6	46,15	159	21,69	118:20	21,42	0	0,0	0	0,0
Telefilme	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0	0	0,0	0	0,0
Unitário	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0	0	0,0	0	0,0
Docudrama	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0	0	0,0	0	0,0
Outros	0	0,0	0	0,0	00:00	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	13	100	733	100	552:30	100	27	100	2.279	100

Fonte: Obitel Peru

Quanto à ficção Obitel, o formato mais frequente ainda é a novela (62,5% do total de títulos), seguido pela série (22,5%) e a minissérie (15%). Em particular no Peru, a minissérie é o tipo de formato mais comum, por seus custos de produção e duração, que reduzem os riscos de investimento. Quase a metade das ficções nacionais optou por esse formato. Ocorreu que, durante a emissão de uma minissérie que tinha bons resultados de audiência, decidiu-se modificar o final para que se pudesse realizar uma nova temporada. Desta forma se anunciou que três das seis minisséries transmitidas em 2012 teriam uma segunda temporada, enquanto que outras das minisséries transmitidas naquele ano eram já a segunda temporada de uma minissérie emitida em 2011.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional por faixa horária

FORMATOS	MANHÃ	%	TARDE	%	PRIME TIME	%	NOTURNO	%	TOTAL	%
Novela	0	0,0	0	0,0	3	25	0	0,0	3	23,1
Série	0	0,0	1	100	3	25	0	0,0	4	30,8
Minissérie	0	0,0	0	0,0	6	50	0	0,0	6	46,2
Telefilme	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Unitário	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Docudrama	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Outros	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	0	0,0	1	7,7	12	92,3	0	0,0	13	100

Fonte: Obitel Peru

A ficção nacional no Peru é apresentada principalmente em *prime time*, competindo com programas de maior audiência da televisão. Durante 2012, as ficções dessa faixa horária competiram contra *realities* de concurso, programas de espetáculo e de entretenimento, conseguindo finalmente liderar a audiência, sendo que no ano anterior apenas uma ficção havia alcançado esse feito. Das ficções nacionais com estreia em 2012, 12 foram transmitidas em *prime time*, demonstrando a confiança que se obteve em aceitação de audiência.

Já a ficção ibero-americana está presente nas tardes e em *prime time*. Entretanto, é interessante observar que alguns canais se interessaram em estreiar ficções em horário noturno, inclusive depois da meia-noite, sendo uma porcentagem bem maior que as estreias durante as manhãs, que é um horário mais dedicado à notícia e a alguns programas de espetáculos.

Tabela 6. Época da ficção

Tempo	Nacional		Ibero-Americana		TOTAL	
	Títulos	%	Títulos	%	Títulos	%
Presente	13	100,0	27	100,0	40	100,0
de Época	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Histórico	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Outro	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	13	100	27	100	40	100

Fonte: Obitel Peru

A época da ficção mostrada durante 2012 no Peru é totalmente contemporânea. As histórias se desenvolvem na época atual ou num passado muito recente. Algumas ficções podem conter cenas que comecem com a história dos personagens no passado, mas logo o resto da história se desenvolve contemporaneamente.

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

	Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Casa produtora	Canal	Nome do roteirista autor da ideia original	<i>Rating</i>	<i>Share</i>
1	<i>Al fondo hay sitio</i> (4ª temporada)	PERU	América Televisión	América Televisión	Gigio Aranda	16,56	53,82
2	<i>Mi amor el wachimán</i>	PERU	Del Barrio Producciones	América Televisión	Víctor Falcón	15,42	46,11

3	<i>La reina de las carretillas</i>	PERU	Del Barrio Producciones	América Televisión	Víctor Falcón	14,11	43,37
4	<i>La faraona</i>	PERU	América Televisión	América Televisión	Rosa Gutiérrez	11,88	35,13
5	<i>La que no podía amar</i>	México	Televisa	América Televisión	Delia Fiallo/ Ximena Suárez	11,64	35,10
6	<i>Solamente milagros (2ª temporada)</i>	PERU	América Televisión	América Televisión	Rosa Gutiérrez	9,96	35,64
7	<i>Gamarra</i>	PERU	Del Barrio Producciones	América Televisión	Victor Falcón/ Eduardo Adrianzén	9,47	31,38
8	<i>La reina del sur</i>	EUA	Telemundo/ RTI	ATV	Adaptação do romance de Arturo Pérez-Reverte	8,90	29,28
9	<i>Yo no me llamo Natacha 2</i>	PERU	Del Barrio Producciones	América Televisión	Victor Falcón	7,99	30,92
10	<i>Corazón de fuego</i>	PERU	Grupo ATV	ATV	Kathy Cárdenas/Mariana Silva/ Bruno Ascenzo/ Natalia Parodi	6,23	22,52
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros: 2			
100 %				20 %			

Fonte: Obitel Peru/Ibope Media Peru

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

	Título	Formato	Gênero	Nº de cap./ep. (em 2012)	Data da primeira e última emissão (em 2012) (*)	Faixa horária
1	<i>Al fondo hay sitio</i> (4ª temporada)	Novela	Comédia	211	27/02-14/12	<i>Prime</i>
2	<i>Mi amor el wachimán</i>	Minissérie	Comédia	43	01/10-09/11	<i>Prime</i>
3	<i>La reina de las carretillas</i>	Minissérie	Drama	22	12/11-(cont.)	<i>Prime</i>
4	<i>La faraona</i>	Minissérie	Drama	22	27/08-28/09	<i>Prime</i>
5	<i>La que no podía amar</i>	Novela	Drama	166	11/01-24/08	<i>Prime</i>
6	<i>Solamente milagros</i> (2ª temporada)	Série	Drama	11	17/12-(cont.)	<i>Prime</i>
7	<i>Gamarra</i>	Minissérie	Drama	9 (iniciou em 2011)	02/01-10/01	<i>Prime</i>
8	<i>La reina del sur</i>	Novela	Drama-ação	82	02/01-10/04	<i>Prime</i>
9	<i>Yo no me llamo Natacha 2</i>	Minissérie	Comédia	22	02/01-27/01	<i>Prime</i>
10	<i>Corazón de fuego</i>	Novela	Drama	146	02/01-17/07	<i>Prime</i>

Fonte: Obitel Peru/Ibope Media Peru

O predomínio das produções emitidas pela América Televisión em 2012 pode ser observado na Tabela 7, onde as sete ficções de maior audiência pertencem a esse canal, que possui , além disso, oito dos dez títulos de programas mais vistos. Somente duas produções emitidas pela ATV conseguiram estar entre os dez títulos mais vistos, que são em sua maioria nacionais. Unicamente as novelas *La que no podía amar* (América) e *La reina del sur* (ATV) são ficções estrangeiras que conseguiram estar entre as ficções mais vistas no Peru.

A programação da *América Televisión* no *prime time*, entre 20h e 22h, foi principalmente de ficções nacionais, que obtiveram grande resposta do público. Enquanto que o horário das 20h está dedicada à bem-sucedida *Al fondo hay sitio*, para as 21h está programada uma outra ficção, obtendo uma boa resposta por parte do público.

Tabela 9. Temáticas nos dez títulos mais vistos

Títulos		TEMÁTICAS DOMINANTES (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)	TEMÁTICAS SOCIAIS (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)
1	<i>Al fondo hay sitio</i> (4ª temporada)	– Segredos do passado – Ascensão social – Infidelidade – Relações familiares – Romance	– Inclusão social – Racismo – Migração
2	<i>Mi amor el wachimán</i>	– Homenagem a vigilantes particulares – Diferenças sociais – Lealdade – Romance	– Superação – Empreendimento – Valores familiares
3	<i>La reina de las carretillas</i>	– Cozinha peruana – Lealdade – Maternidade – Infidelidade	– Valores familiares – Empreendimento – Superação – Violência contra a mulher – Solidariedade
4	<i>La faraona</i>	– Música popular – Minissérie biográfica – Traição	– Empreendimento – Superação – Valores familiares
5	<i>La que no podía amar</i>	– Romance – Desintegração familiar – Sacrifício	– Violência de gênero – Deficiência
6	<i>Solamente milagros</i> (2ª temporada)	– Lar – Família – Religiosidade	– Valores familiares – Corrupção – Pedofilia – Drogas
7	<i>Gamarra</i>	– Relações familiares – Traição – Vingança	– Empreendimento – Superação – Solidariedade
8	<i>La reina del sur</i>	– Morte – Traição – Amizade	– Narcotráfico – Identidade cultural
9	<i>Yo no me llamo Natacha 2</i>	– Romance – Lealdade – Cozinha peruana	– Empreendimento – Superação – Solidariedade
10	<i>Corazón de fuego</i>	– Segredo do passado – Infidelidade – Traição	– Pisco peruano

Fonte: Obitel Peru/Ibope Media Peru

A superação dos personagens através do trabalho honrado, o sucesso graças à perseverança apesar das frustrações constantes, a lealdade e solidariedade frente às traições e situações adversas foram temáticas recorrentes em várias das ficções nacionais. Como foi mencionado algumas linhas acima, apostou-se na imagem do empreendedor, aquele que, a partir de um início muito humilde, vai surgindo e superando obstáculos, desgraças, maldades, até conseguir uma ascensão, o sucesso e a realização, tanto profissional quanto pessoal. Esses personagens tiveram sempre uma qualidade que os relaciona a atividades identificadas como peruanas: serem bons cozinheiros de pratos peruanos, serem confeccionistas e negociantes de roupa, cultivar vinhedos e elaborar pisco, ou serem cantores de música popular. Nessas atividades é que deverão se envolver, competir e triunfar os personagens, uma vez que resolvam seus problemas familiares e amorosos.

O romance entre personagens de classes diferentes esteve também presente, e, longe de representar as relações amorosas como formas de ascensão social¹⁴, estabelecem-se como formas de afirmação de identidades, em que o amor supera as barreiras e preconceitos da sociedade peruana, e finalmente faz com que os casais principais se aceitem em suas condições e características próprias.

Dessa forma, as ficções nacionais nos falam de um imaginário peruano e um desejo de sociedade que ainda não é real, que às vezes parece que está se configurando na televisão. Esse imaginário mostra uma possibilidade na qual as diferenças possam ser superadas, assim como podem fazer os próprios indivíduos que não desistem da sua luta diária. É importante indicar que duas das ficções presentes nessas tabelas (*Gamarra* e *La faraona*) estão baseadas em fatos reais; assim, as histórias de sucesso não ficam apenas nas ficções prováveis, mas também se concretizam em realidades existentes, o que reafirma um otimismo de uma sociedade possível.

¹⁴ Isso no caso dos protagonistas. Essa opção pode estar presente para os antagonistas e vilões das ficções nacionais.

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

Títulos	Canal	Gênero		Faixa etária						Nível socioeconômico		
		Mulhe- res	Ho- mens	3-10	11- 17	18-25	26-37	38- 49	50- 99	AB	C	DE
<i>Al fondo hay sitio</i> (4ª temporada)	América Televisión	59,18	40,82	13,63	16,54	16,86	17,99	14,49	20,49	21,35	37,13	41,52
<i>Mi amor el wachimán</i>	América Televisión	56,71	43,29	18,47	16,38	15,67	17,63	13,62	18,24	13,63	34,59	51,78
<i>La reina de las carretilas</i>	América Televisión	60,86	39,14	17,04	18,85	14,45	19,60	14,85	15,22	10,69	35,63	53,68
<i>La faraona</i>	América Televisión	60,44	39,56	16,96	17,25	12,12	18,57	15,12	19,99	9,27	33,98	56,75
<i>La que no podía amar</i>	América Televisión	65,11	34,89	14,17	15,16	14,89	17,30	18,28	20,21	12,92	31,44	55,64
<i>Solamente milagros</i> (2ª temporada)	América Televisión	63,00	37,00	18,10	21,43	14,22	15,29	13,56	17,39	9,51	33,77	56,72
<i>Gamarra</i>	América Televisión	57,45	42,55	13,66	16,10	12,00	20,88	13,58	23,79	14,65	31,90	53,45
<i>La reina del sur</i>	ATV	62,35	37,65	10,83	8,63	17,87	22,08	17,66	22,94	14,49	40,50	45,01
<i>Yo no me llamo Natacha 2</i>	América Televisión	59,11	40,89	19,89	15,00	12,16	19,65	12,62	20,67	15,41	34,28	50,32
<i>Corazón de fuego</i>	ATV	63,72	36,28	15,85	12,68	14,09	16,86	14,07	26,45	9,14	38,38	52,49

Fonte: Ibope Media Peru

A Tabela 10 mostra que a ficção segue sendo mais vista pelas mulheres do que pelos homens, pois, em todos os títulos, a porcentagem de mulheres é maior que a dos homens, apesar de chegarem a um importante 40%, sendo a diferença mais visível na novela *La que no podía amar*, em que quase se duplica a audiência feminina em relação à masculina.

A maior audiência em todos os casos pertence ao nível socioeconômico DE, sendo *La faraona* e *Solamente milagros* onde a sua presença é mais notória. Também é interessante ver que a maior presença de audiência do setor AB encontra-se na composição de *Al fondo hay sitio*, setor que na série é parodiado e mostrado de maneira estereotipada.

3. A recepção transmidiática

É inegável a relação que a televisão e a internet vêm desenvolvendo nestes últimos anos. Trata-se de dois meios que se alimentam mutuamente e cuja vinculação pode ser muito proveitosa: “[...] as tecnologias da Internet produzem um impacto tanto nos processos de produção como nos de distribuição de conteúdos e sua influência nos modelos empresariais de corte tradicional baseados no broadcast se desenvolve de diversas maneiras” (Igarza, 2008, p. 128).

Para observar as características de transmidiação nas ficções nacionais de estreia durante o ano de 2012 no Peru, escolheu-se a novela *Al fondo hay sitio* (AFHS), por ser a produção local que obteve os maiores índices de audiência entre as ficções de estreia nesse período¹⁵, e porque vem fazendo isso durante quatro anos consecutivos.

¹⁵ Ver Tabelas 7 e 8 do presente relatório.

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

Ficção	Emissora	Páginas na internet	Tipos de interação transmidiática	Níveis de interatividade	Práticas dominantes de usuários
<i>Al fondo hay sitio</i>	América Televisión	Página Oficial	Visualização transmidiática	Ativa	Comentar Interpretar Recomendar Parodiar Criticar Discutir
		Página de Facebook	Visualização interativa em rede	Ativa	
		Página de Twitter	Interativa	Ativa	
		Página de YouTube	Visualização interativa em rede	Ativa	

Fonte: Obitel Peru

Para a leitura desses resultados, levaram-se em conta somente as páginas oficiais. O período de observação escolhido é a semana final de transmissão da quarta temporada, compreendida entre a segunda-feira do dia 10 e o domingo do dia 16 de dezembro de 2012. *AFHS* fez-se presente na internet na forma de uma página web, uma página no Facebook, uma conta no Twitter e um canal no YouTube. Apesar das características que a Tabela 11 apresenta quanto aos tipos de interação e níveis de interatividade, a oferta transmidiática da *AFHS* revela algumas limitações. Em primeira instância, a página web oficial da *AFHS* funciona como uma extensão pertencente à página web oficial da América Televisión, canal que a transmite. Tal canal segue a mesma lógica com o resto de suas produções próprias, as quais se moldam às características que sua página web possui. Podem-se encontrar capítulos, sinopses, galeria de imagens, conteúdo das séries, entre outros, mas não há uma forma clara de conectar essa página ao Facebook, Twitter ou YouTube oficiais de suas próprias produções. Eis aí uma opção que se deve trabalhar. Por outro lado, há um *design* que congestiona a leitura das seções oferecidas na página desse canal de televisão, não permitindo a fácil localização de cada um dos *links* que podem nos levar àquilo que nos interessa acessar como usuários.

Centramo-nos no Facebook por ser a rede social preferida entre os internautas peruanos¹⁶. Em seu Facebook, *AFHS* mostra 12.794 pessoas que curtem a página, com 1.729 pessoas falando sobre essa produção. Essas discretas cifras, que não refletem os níveis de sintonia de *AFHS*, podem ser explicadas, por exemplo, pela pouca facilidade em conectar a página web da América Televisión com o espaço oficial no Facebook dessa novela. Isso é aproveitado por poucas contas não oficiais dessa rede social que aparecem como uma opção atrativa para os seguidores de *AFHS*. Como veremos mais adiante, suas cifras globais superam as da conta oficial por uma considerável margem.

Deve-se ressaltar a distribuição geral dos *posts*, “curtir”, “comentários” e “compartilhar” durante a semana de observação escolhida:

	Seg 10	Ter 11	Qua 12	Qui 13	Sex 14	Sáb 15	Dom 16	TOTAL
<i>Posts</i>	0	1	1	4	3	2	1	12
Curtir	0	7	52	113	398	252	40	862
Comentários	0	13	4	25	206	97	10	355
Compartilhar	0	0	13	16	4	34	0	67

Nas postagens, a tendência foi crescente à medida que se aproximava o capítulo final da temporada 2012, emitido na sexta-feira, 14 de dezembro. Na quinta-feira, 13, obteve-se um maior número de postagens para gerar a expectativa do capítulo final do dia seguinte. Deve-se destacar, ainda que não favorecesse a *AFHS*, a falta de atividade que se registrou na segunda-feira, 10, apesar de ser o início da última semana de transmissão. Caso similar ocorreu com o número de “curtir”: a sexta-feira foi o dia com maior atividade nesse sentido, e a cifra produzida chegou a 41 pontos de *rating* nes-

¹⁶ Segundo dados da empresa de investigação de mercado Ipsos APOYO Opinión y Mercado, 98% dos usuários de internet em Lima que pertencem a uma rede social preferem o Facebook. O mesmo ocorreu com os usuários de internet no interior do país, onde a cifra chegou a 95%.

sa data¹⁷. Os resultados dos “comentários” confirmam tal número. Quanto à quantidade de “compartilhamentos” durante essa semana, foram resultado do impacto do episódio final, com um pico no sábado depois da sua transmissão.

Quanto à dúzia de *posts* publicados na semana de observação, a maioria era em relação à possibilidade de rever o episódio do dia ou com a proximidade do final da temporada. Ressalta-se, neste caso, um dos *posts* publicados no sábado, 15 de dezembro, pois se promoveu o breve retorno de *AFHS*, com a nova temporada logo no dia seguinte de ter sido transmitido o episódio final da quarta temporada. Essa promessa foi combinada com imagens que remetem a tramas que não foram resolvidas no último episódio, para aumentar assim o interesse dos seguidores dessa novela observada; a maioria dos 64 “comentários” que anuncia o dito *post* são positivos em relação à *AFHS*. Os seguidores inclusive redigem seus textos apropriando-se das frases típicas de alguns personagens. Os outros “comentários” podem ser considerados como negativos, na medida em que se relacionam mais com a duração dessa produção (quatro anos seguidos), ou com a antipatia em relação a algum dos personagens ou tramas, embora este último revele uma audiência pelo menos regular dessa novela.

Finalmente, não podemos deixar de mencionar a oferta transmediática que aparece de maneira não oficial. Em dezembro de 2012, havia no Facebook 343 resultados relacionados à *AFHS*, enquanto que sites com conteúdo crítico sobre essa novela não chegavam a 20. O site mais popular e a favor dessa ficção contava com 1.504.574 seguidores, enquanto o site contrário à *AFHS* mais popular tinha 7.152 seguidores. Deve-se considerar também que as contas não oficiais nessa rede social permitem os *posts*, “comentários” e “compartilhamentos” de temas não necessariamente relacionados à *AFHS*, coisa que não acontece na conta oficial. Essa produção televisiva poderia aproveitar esse espaço não oficial a seu favor para a sua promoção ou para medir as opiniões de seus seguidores e detratores.

¹⁷ Fonte: *elcomercio.pe*. Em: <http://elcomercio.pe/espectaculos/1511035/noticia-final-al-fondo-hay-sitio-llego-41-puntos-rating>

Entretanto, seria melhor que explorasse e fortalecesse seus espaços oficiais na internet: conteúdo exclusivo, promoções, concursos, espaço para criações dos fãs – *fanfiction* e seus derivados – podem ajudar na aproximação dos seguidores da AFHS com as instâncias que o transmidiático contempla.

4. O mais destacado do ano

A primeira coisa a se destacar em 2012 é a alta porcentagem que ocupa a ficção do total de horas transmitidas pelos diferentes canais. A ficção geral alcança 37,2% de toda a programação nas telas peruanas, o que é pouco. É importante também salientar que, dessa ficção geral, 44,3% corresponde a ficções do âmbito Obitel, sendo as produções mexicanas as que encabeçam a lista de títulos ibero-americanos.

Quatro dos seis canais observados em 2012 programaram a estreia de ficção local: a Frecuencia Latina programou dois títulos, *La Tyson* – nova versão de *Muñeca brava* – e *La bodeguita*; a TV Peru – numa aventura em que parecia que o Estado reconhecia o elemento essencial que há no meio televisivo em geral e na ficção em particular para a reflexão – realizou *Conversaciones con la luna*, projeto que buscou propor quatro problemáticas sociais para a reflexão: o racismo, a exclusão, a deficiência e a violência. A ATV apostou em *Corazón de fuego*, relato com atores estrangeiros que mostrava as paisagens do deserto costeiro e a denominação do pisco como licor nacional. Finalmente, a América Televisión resultou ser o canal que mais horas de ficção programou ao longo do ano, estreando nove produções nacionais, todas elas com grande aceitação da audiência. Neste sentido, um aspecto que se destaca é que a ficção peruana está sendo propagada no *prime time* com 94,7%, ocupando espaço de grande importância, e fazendo da ficção um produto central na grade de programação.

As minisséries durante 2012 foram os relatos de ficção que mais se consolidaram nas telas e no gosto do público no Peru. As minisséries em que a televisão peruana apostou e suas diferentes

audiências têm características bem estabelecidas: relato curto (entre 20 e 40 capítulos), aspecto melodramático muito presente, narrativa biográfica do(a) protagonista, uso de linguagem com forte sotaque local, práticas e gostos dos personagens, conflitos, intrigas, medos, conquistas e sonhos alcançados, final feliz ou pelo menos esperançoso. O eixo central que articula a narrativa é a luta de um(a) empreendedor(a), que corre atrás de seus sonhos com honestidade e esforço numa realidade que lhe é adversa. Esse eixo é o que faz da minissérie uma narrativa em que simbolicamente se reconhecem e visibilizam as histórias dos imigrantes na capital – um relato ficcional efetivo para entender as dimensões complexas da sociedade peruana, onde as diferenças e as brechas socioeconômicas se mantêm vigentes no tempo.

A minissérie se torna um eixo central na pequena indústria audiovisual peruana, dinamizando-a, não apenas devido ao fato que a produção contínua gera treinamento e emprego, mas porque criaram-se diferentes dinâmicas ao redor do audiovisual propriamente dito. As empresas realizadoras há alguns anos¹⁸ se converteram em empresas maiores, que organizam até três equipes de filmagem simultaneamente. A Del Barrio Producciones, por exemplo, realizou neste ano quatro dos seis projetos de minissérie da televisão peruana, além de organizar outros projetos documentais. Nesse impulso da produção de ficção também organizaram-se empresas de *casting* e preparação de atores, aluguel de equipamentos (luz, gruas, cenografia), equipe técnica, gerando especializações em todas essas áreas.

Tudo isso significa, também, uma mudança no processo da realização em si. Até o ano de 2005, eram principalmente os canais de televisão que produziam e realizavam seus próprios projetos de ficção. Hoje são as produtoras independentes que realizam indistintamente e para diferentes canais. Em vez de deixar as realizações a

¹⁸ Até o ano de 2005, essas casas realizadoras independentes que preparavam projetos para os canais de televisão eram muito poucas e utilizavam um mínimo de equipamentos de rodagem. No mercado peruano não chegavam a uma dezena, e muitas delas não mantinham uma produção contínua.

produtoras independentes, a América Televisión mantém uma divisão dedicada à realização de ficções, que se encarrega de seus próprios projetos televisivos: *Al fondo hay sitio*, *Solamente milagros 1*, *Solamente milagros 2* e *La faraona*, enquanto o grupo ATV também tem apostado nos últimos dois anos numa novela anual.

Destaca-se também neste ano a continuidade e a consolidação de *Al fondo hay sitio*, a ficção com maior sintonia, cujos finais de temporada acertaram os 50 pontos de audiência. Desde seu início, em 2009, ela ocupou um lugar de sintonia de ficção. Sua presença está assegurada nas telas até 2014, pelo menos, e ao final de sua quarta temporada, em 2012, estava perto de alcançar os 800 episódios, algo pouco comum no Peru. O sucesso dessa ficção fez com que, até a data, se vendesse direitos de transmissão em mais cinco países da América Latina.

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social¹⁹

“A memória ativa o passado no presente.” Paul Ricoeur

Pensar a memória social a partir da nossa ficção televisiva significa buscar as reconstruções de nossa história, identidades e manifestações culturais nos relatos televisivos peruanos em seus mais de 50 anos, já que “abordar memórias envolve referir-se a lembranças e esquecimentos, narrativas e atos, silêncios e gestos” (Jelin, 2012, p. 51).

Para Halbwachs (2004), a memória não se reduz ao âmbito individual, mas há uma dimensão da memória que é a coletiva, a que construímos e compartilhamos com outros; esta é sustentada por diferentes marcos sociais: “estes marcos são, precisamente, os instrumentos que a memória coletiva se utiliza para reconstruir uma imagem do passado de acordo a uma época e em sintonia com os pensamentos dominantes da sociedade” (Halbwachs, 2004, p. 10).

¹⁹ Os dados históricos dos últimos anos do século XX e do início do século XXI foram tomados, em partes, do texto de Giuliana Cassano: “Las miniseries biográficas como posibilidad de reconocimiento en la diversidad”.

No entanto, é necessário observar que numa sociedade existem múltiplas memórias sociais cuja convivência gera tensões e diálogos, convergência e conflito. Essas memórias sociais são as que permitem construir narrativas sobre a existência dos diferentes grupos, dando-lhes coerência e continuidade.

No caso peruano, a evocação do passado esteve em função de obras literárias, personagens e fatos da história oficial e popular, todas estas adaptadas a teleteatros, unitários, séries e minisséries. Nos anos iniciais da televisão peruana, as adaptações de obras literárias, presentes no imaginário nacional, são a aposta dos produtores limeños. Em 1959 ocorre a estreia de *Tradiciones peruanas*, teleteatro de meia hora adaptado da obra de Ricardo Palma. Em seu formato original, essa obra reúne um conjunto de tradições que dão conta do passado histórico dos anos da colônia, a independência e a jovem república peruana. Se pensamos em termos de relatos fundacionais, a obra de Palma é central na construção da idiossincrasia nacional; incorporada ao currículo escolar, essa que forma cidadãos e cidadãs, esses relatos construíram durante grande parte do século XX um olhar ficcional hegemônico do nosso passado. Em 1964 é levada às telas a obra de Enrique López Albújar, *Matalaché*, relato que conta um amor inter-racial, evocando o Peru da escravidão, uma sociedade estruturada em função das diferenças de raça e classe social.

Nessas produções há um olhar ao passado mais longínquo, e o interessante é o contexto de onde se olha: no Peru, os anos 50 são tempos de mudança, as maiores migrações do campo à cidade ocorrem nessa época, e nas cidades se aposta na modernidade. Nesses relatos aparecem conflitos e contradições que nos ajudam a entender processos e práticas sociais que chegam até nossos dias.

Posteriormente, no contexto do centenário da guerra com o Chile, a televisão peruana aposta em *Nuestros héroes de la guerra del Pacífico* (1979), série que estreia num cenário político e social que experimentou transformações estruturais levadas a cabo por políticas de Estado da Junta Militar que governou o Peru desde outo-

bro de 1968 até julho de 1980²⁰. Nessa série o olhar ao passado traz ao presente os personagens de nossa história que encarnam valores de honra, lealdade, sacrifício, cavalheirismo e integridade. Diante do fato concreto da derrota no campo de batalha, a história oficial peruana construiu uma narrativa ancorada nesses valores. A ficção não escapa da história, acentuando nacionalismo e glória para nossos heróis no marco social e político de um governo militar que se autodenominava revolucionário.

Nos anos 80, com o retorno da democracia ao Peru e a devolução dos canais aos anteriores donos, busca-se retomar a continuidade da produção de ficção. Nessa década, podemos observar que o exercício da memória social na ficção televisiva está marcado pela tensão entre olhar um passado recente e interpretar um passado remoto.

Em 1983, a Panamericana estreia *Gamboa*, série policial que retratava – de forma dramática – alguns casos extraídos dos próprios arquivos da Polícia de Investigações do Peru. No final de 1985, a produtora PROA e a ATV apostam na incorporação de suas novelas iniciais – *Bajo tu piel* (1986) e *Malahierba* (1987) –, com temáticas sociais como a negligência médica, responsabilidades jornalísticas e o narcotráfico, que se encontra em seu auge.

Nesses relatos encontramos indicadores das preocupações sociais da época que foram incorporadas de maneira ainda tímida à ficção peruana, retratando alguns personagens marginais – prostitutas, homossexuais, delinquentes –, sendo as temáticas mais cotidianas e próximas à experiência dos limenhos – drogas, tráfico de influências, corrupção e violência. Mas é nas minisséries que melhor podemos estabelecer o vínculo entre memória e ficção televisiva. Entre 1987 e 1991, realiza-se praticamente uma minissérie por ano, pondo em evidência essa vocação por imaginar o passado ancorado

²⁰ Nesses anos, a reforma agrária é levada a cabo, assim como a reforma da educação. Nacionalizam-se os recursos naturais e a sua exploração – petróleo, mineração, mar. Acaba-se com o sistema latifundiário e a terra passa às mãos dos que ali trabalham. Expropriam-se os meios de comunicação. Outorga-se cidadania aos indígenas, a população analfabeta tem acesso ao voto para eleger autoridades, o quechua e o aymaná são reconhecidos como idiomas oficiais junto ao castelhano.

nos personagens históricos, relatos míticos e experiências emblemáticas. Em 1992 a dupla Gómez-Adrianzén realiza *La Perricholi*, uma produção que traz ao presente Micaela Villegas, famosa atriz do século XVIII que foi amante do vice-rei Amat. Nesse relato se apresentam personagens, situações e conflitos que retratam bem o enfrentamento de índios e espanhóis, os sonhos de independência dos crioulos, a hipocrisia da capital do Vice-Reino do Peru. E especialmente a frivolidade e a dupla moral das altas classes sociais.

Em 1993 Luis Llosa realiza *El ángel vengador*, história centrada num criminoso limenho cujo assassinato ainda segue sem resolução. O ano de 1994 foi bastante produtivo: a dupla Gómez-Adrianzén nos traz *Tatán*, relato centrado em Luis D'unian Dulanto, ladrão dos anos 50 convertido em Robin Hood nacional pela imprensa local; a Panamericana realiza *El espajo de la vida*, em que relata a vida de Felipe Pinglo Alva, importante compositor de música folclórica; e a América trouxe *La captura del siglo*, minissérie que recria para a ficção o processo de investigação e captura do líder terrorista Abimael Guzmán por parte do Grupo Especial de Inteligência, reproduzindo a explosão de um carro-bomba em pleno centro urbano de classe média limenha, fato que simbolizou a presença da guerra terrorista no coração da capital do Peru.

Essas produções conservam a tensão entre rememorar o passado próximo frente ao passado mais distante. Fantasia-se a violência urbana no caso de *El ángel vengador* e *Tatán*, se observa com nostalgia um passado do crioulo de um tempo distante na série de *Pinglo*, e com *La captura del siglo* se recria um cerco ao terrorismo, no início do fim de uma etapa dolorosa na história recente do Peru. Esse produto trazia um texto ao final de seus créditos iniciais em que fazia alusão à necessidade de não esquecer-se desses feitos. Mais que uma reflexão sobre o ocorrido, é uma homenagem e reconhecimento para o grupo policial que com esforço e sacrifício conseguiu capturar o terrorista²¹.

²¹ A captura do chefe terrorista se dá durante o governo de Alberto Fujimori. Quando isso ocorre, muitos buscaram ser reconhecidos como membros desse grupo de elite.

No mesmo 1994 se dá um fato importante na televisão peruana, pois o país retratado hegemonicamente nas ficções muda de rosto, de classe social e de origem. A novela *Los de arriba y los de abajo* nos mostra outro Peru, um país cultural e socialmente diferente do construído em relatos anteriores, relatos que manteriam a estrutura social e econômica dos setores dominantes. Por isso é necessário nos determos nesse produto, que, mesmo não evocando um passado, fala de marcos sociais diferentes. *Los de arriba y los de abajo*, da dupla Gómez-Adrianzén:

[...] oferece-nos um retrato de uma cidade mais completa e menos idílica, uma Lima onde convive a tradição com a modernidade, uma Lima de imigrantes que teceram suas próprias redes para sobreviver, mas também uma Lima onde se mantém uma ordem de hierarquização econômica, política e social que impede ver as mudanças sofridas pela sociedade [...] os personagens da história buscam alcançar seus sonhos numa realidade que lhes é hostil. Imigrantes e filhos de imigrantes que chegam à cidade em busca de um lugar para morar (Cassano, 2012, p. 23).

Essa novela nos traz um retrato da pobreza e da exclusão, mas também da força e do temperamento desses novos limenhos. O Peru dos anos 90 sintetiza os diferentes processos de mudança vividos nos últimos 40 anos, impulsionados pelas reformas do Estado, migrações, crises econômicas e conflitos sociais que ocorreram no país. No final dos anos 80 e início dos 90, no Peru se experimenta o que Appadurai (2001) denomina de “diásporas do terror”: populações rurais e urbanas das províncias da serra e da selva peruana que transladam em direção à costa fugindo do terrorismo do Sendero Luminoso e do MRTA²². Nos anos 90, Lima se converte numa cida-

²² Os ataques terroristas no Peru começaram no dia 18 de maio de 1980. A guerra interna durou pouco mais de 20 anos no país. Segundo cifras da *Comisión de la Verdad y la Re-*

de que supera os 6 milhões de habitantes²³. Esses processos mudam ao longo das décadas o rosto da capital. Em Lima ocorrem transformações culturais importantes em relação à música, à comida, à vestimenta, às festas e às formas arquitetônicas de urbanização.

Embora *Los de arriba y los de abajo* nos proponha mudanças importantes na representação, trazendo-nos uma cidade imersa em muitas contradições, esse não será o caminho que seguem os últimos projetos de ficção do século XX. Provavelmente as mudanças sejam muito intensas para a própria televisão de ficção, e esta volta a se refugiar no passado longínquo.

A América Producciones (sendo nesse momento a casa realizadora de conteúdos da América Televisión) estreia duas novelas: *Luz María* (1998) e *Isabella, mujer enamorada* (1999). Em ambos os casos, evoca-se o tempo passado em apogeu e institucionalmente ordenado. É apenas com o novo século que as mudanças anunciadas irão se consolidar.

5.1. O novo *boom* das minisséries e a memória recente

No caso peruano, as minisséries produzidas no século XXI são, mais que um fenômeno televisivo, manifestações culturais que conformam campos onde as experiências coincidem, as histórias se reconhecem, os personagens parecem próximos. O folhetim é, em termos de Jesús Martín Barbero (1993), o primeiro texto escrito em formato popular. Com as minisséries peruanas do século XXI, encontramos-nos diante de um fenômeno similar. Com uma produção contínua, a indústria de ficção se mobilizou, mantendo uma audiência cativa e altos índices de audiência, demonstrando que a televisão peruana soube observar transformações sociais, culturais e econômicas do país, frente às quais a própria televisão mudou suas dinâmicas de produção, buscou atualizar suas formas de posiciona-

conciliación Nacional, o número de mortos e desaparecidos supera as 70 mil pessoas. A maioria das vítimas era da população indígena.

²³ Fonte: Perfil Sociodemográfico do Peru. Em: <http://www.inei.gob.pe/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0007/caP0105.htm>

mento e atualizou a pesquisa de histórias para oferecer aos seus telespectadores. Os personagens resgatados para a ficção são homens e mulheres imigrantes – na maioria dos casos –, sujeitos subalternos que lutaram honradamente para sobreviver na cidade. Muitos deles vinculados à indústria cultural da música folclórica, da festa, da gastronomia peruana e da celebração em espaços populares.

Entre 2005 e 2012 são produzidos até quatro títulos por ano, muitos dos quais evidenciam tensões entre a existência e o reconhecimento dos personagens subalternos envolvidos, manifestando uma forte necessidade em reafirmar subjetividades diferentes que compartilham emoções, saberes e relações particulares na sociedade peruana. Essas produções de ficção parecem encarnar a ideia de Eliza Bachega (2010) de que “as sociedades que experimentam mudanças bruscas tendem a sentir a obrigação de recordar” (Bachega, 2010, p. 153), além de evidenciar reformas interessantes em função de quem se recorda e como se evoca o passado. Os relatos locais peruanos atuais estão falando de diferentes experiências de peruanos e peruanas empreendedores, reconhecendo o pertencimento e uma diversidade que, vinda do passado, é essencial para nossa vida presente e futura.

Referências

APPADURAI, Arjun. *La modernidad desbordada: dimensiones culturales de la globalización*. Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2001.

BACHEGA, Eliza. Maurice Halbwachs e Marc Bloch em torno do conceito de memória coletiva. *Revista Espaço Acadêmico*, n° 108, Maio, 2010. Disponível em: <http://eduemojs.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/download/9678/5607>

CALDERÓN, Bruno. El emprendimiento en el Peru. *La tierra es plana*, 2012. Disponível em: <http://latierraesflat.wordpress.com/2012/06/01/emprendimiento-en-el-peru/>

CASSANO, Giuliana. Las miniseries biográficas como posibilidad de reconocimiento en la diversidad. In: DETTLEFF, James A. (ed.). *Representación e inclusión en los nuevos productos de comunicación*. Departamento Académico de Comunicaciones. Lima: PUCP, 2012.

COLACRAI, Pablo. *Releyendo a Maurice Halbwachs: una revisión del concepto de memoria colectiva*. Argentina: UNR editora, 2010.

COMISIÓN de la Verdad y Reconciliación. *Hatun Willakuy* : versión abreviada del Informe final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación. Peru, 2004.

GÓMEZ, Gustavo. Cómo fortalecer la pluralidad en la transición a la TV digital en el Peru? *CONCORTV*, 2012. Disponible em: <http://www.concortv.gob.pe/index.php/noticias/>

HOLBWACHS, Maurice. *Los marcos sociales de la memoria*. México: Anthropolos, 2004.

IGARZA, Roberto. *Nuevos medios: estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

IPSOS APOYO Opinión y Mercado. *Perfil del usuario de redes sociales 2012*. Lima, 2012.

JELIN, Elizabeth. *Los trabajos de la memoria*. Lima: IEP, 2012.

MARTÍN BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. 3 ed. México: Ediciones Gustavo Gili, 1993.

RICOEUR, Paul. *La lectura del tiempo pasado: memoria y olvido*. Espanha: Universidad Autónoma de Madrid, 1999. Disponible em: http://200.95.144.138.static.cableonline.com.mx/famtz/smr/index_archivos/cursos/

VIVAS, Fernando. *En vivo y en directo: una historia de la televisión en el Peru*. Lima: Fondo de desarrollo editorial de la Universidad de Lima, 2001.

10

PORTUGAL: FICÇÃO E AUDIÊNCIAS EM TRANSIÇÃO

Autoras:

Catarina Duff Burnay, Isabel Ferin Cunha

Equipe:

Fernanda Castilho, Bianca Faciola

1. O contexto audiovisual de Portugal

A situação de resgate financeiro que Portugal vive, com a intervenção de três instituições internacionais, designadas popularmente por Troika – Fundo Monetário Internacional (FMI), Banco Central Europeu (BCE) e União Europeia (UE) –, condicionou, no ano de 2012, não só a sociedade como o campo midiático.

Esse contexto de restrições financeiras, pautado por medidas de austeridade econômica, envolveu no campo dos media seis temáticas dominantes: as discussões em torno do destino do Grupo RTP, pertencente ao Estado; a intensidade e opacidade da entrada do capital angolano nos Media portugueses; a passagem para a TDT; a medição de audiências; o colapso da publicidade; e as utilizações do digital.

A diminuição dos gastos públicos com a empresa pública de Rádio e Televisão (RTP) faz parte quer dos compromissos assumidos pelo Estado português quando da assinatura do resgate financeiro, quer do programa do maior partido do governo, o Partido Social Democrata (PSD). Ao longo do ano de 2012, o governo discutiu os cenários, ou modelos de atuação da RTP, tendo em apreciação quatro modelos. O primeiro modelo previa uma concessão da RTP1 a privados por 20 a 25 anos, com a obrigatoriedade de “serviço público”, mas podendo emitir metade da publicidade dos outros privados

– isto é, cerca de 6 minutos/hora e não 12 minutos/hora – e recebendo em troca uma indenização de 140 milhões de euros referentes à taxa de audiovisual paga pelos portugueses na fatura de eletricidade. O segundo modelo sugeria a privatização da RTP1 e a subsequente distribuição pelos três canais de acesso aberto da função de “serviço público” acompanhada da permissão de emissão de 12 minutos/hora de publicidade. O terceiro cenário propunha a privatização da RTP1, que ficaria obrigada a prestar “serviço público”, receberia a taxa de audiovisual e autorização de emitir 12 minutos/hora de publicidade. Na quarta proposta – a única que previa a continuação da RTP2 na posse do Estado, sem publicidade e dirigida às minorias –, a RTP1 seria privatizada e concorreria com os outros operadores privados. No final do ano voltou-se a privilegiar a hipótese de implementar o Plano de Saneamento Económico e Financeiro, sugerido pela administração anterior, que previa o fechamento da RTP2, a passagem da RTP Madeira e Açores para a tutela das respectivas regiões e a manutenção de pelo menos um canal internacional, não estando determinado o futuro da RTP Notícias.

Ao longo do ano de 2012 aumentou a polémica em torno da entrada de capitais angolanos nos grupos portugueses dos media. No ano de 2011 tínhamos já assinalado essa tendência, que se acentuou, tornando-se um tema central do campo midiático. As especulações políticas e económicas que estão associadas a essa situação devem-se ao fato de os capitais pertencerem, direta ou indiretamente, à família do presidente de Angola – e aos seus correligionários – e estarem associados a escândalos de corrupção sob investigação judicial em Portugal. Por outro lado, a incapacidade de identificar os acionistas de empresas que manifestam interesse na candidatura às privatizações, nomeadamente da RTP, tem gerado algum desconforto no campo do Media. Entre esses grupos, salientamos a Newshold, que detém 96% do semanário “Sol”, 2% da Impresa, dona da SIC, e é o principal acionista do grupo Cofina, proprietário dos jornais *Correio da Manhã*, *Sábado*, *Jornal de Negócios* e *Record*. Em dezembro de 2012, a Comissão de Mercado de Valores Mobiliários, na

sequência da divulgação do interesse da Newshold em avançar para uma eventual privatização da RTP, solicitou ao grupo que divulgasse os seus acionistas diretos e indiretos. Álvaro Sobrinho, presidente da Newshold, também presidente do Banco Espírito Santo de Angola e acionista da Akoya Asset Management S.A. (acusada de lavagem de dinheiro no processo judicial designado “Monte Branco”), confirmou que esse grupo é da propriedade da Pineview Overseas, com sede no Panamá, e revelou os nomes dos seus acionistas, todos da sua família. No início de dezembro, o presidente da RTP, Alberto da Ponte visitou Luanda, onde se encontrou com Domingos Vunge, um dos acionistas da empresa Score Media, com ligações ao grupo Ongoing e Newshold. Esse empresário já manifestou abertamente interesses na compra dos diários portugueses *Diário de Notícias* (DN) e *Jornal de Notícias* (JN), bem como na RTP, através da participação na Cofina.

O terceiro tema que, no campo dos media, perpassou o ano de 2012 foi a passagem para a Televisão Digital Terrestre (TDT).

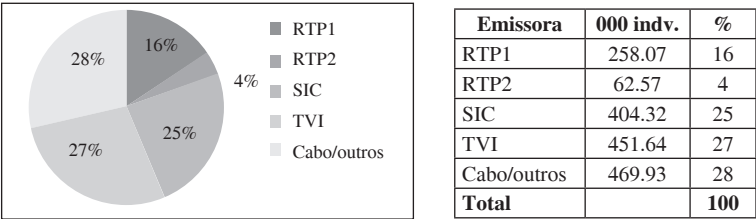
O título atribuído a este capítulo, em 2012, “Ficção e audiências em transição”, decorre das alterações no campo da ficção seriada televisiva nos canais abertos. Salientamos que este ano foi marcado pelo regresso das audiências às produções da Rede Globo na SIC (*Fina estampa*, *Gabriela e Avenida Brasil*), que fizeram essa estação conquistar o *prime time*, ultrapassando a posição conquistada pela ficção portuguesa da TVI. Assinalamos ainda que essas mudanças refletiram-se, também, no aumento de audiências em todas as televisões de sinal aberto em seriados internacionais. O título justifica-se, ainda, pelo fim da série juvenil da TVI *Morangos com açúcar*, que durante mais de uma década cativou os jovens no período de acesso ao *prime time*, na TVI.

1.1. A televisão aberta em Portugal

Gráfico 1. Emissoras nacionais de televisão aberta em Portugal

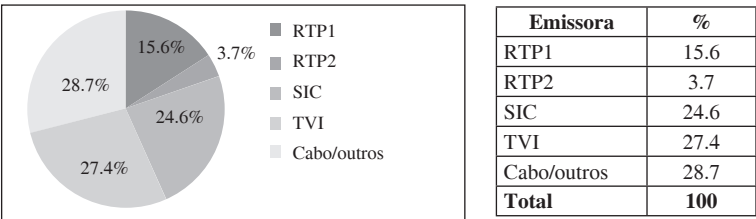
Emissoras públicas (2)	Emissoras privadas (2)
RTP1	SIC
RTP2	TVI
Total de emissoras = 4	

Gráfico 2. Audiência média (rating) de TV por emissora em 2012



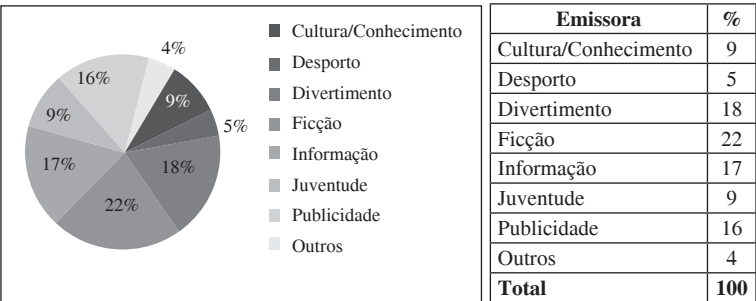
Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Audimetria/KantarMedia

Gráfico 3. Share por emissora em 2012



Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Audimetria/KantarMedia

Gráfico 4. Gêneros transmitidos em 2012



Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Audimetria/KantarMedia

Os grupos detentores de televisão aberta, em 2012, continuam sendo: o grupo Rádio e Televisão de Portugal (RTP, do Estado), que possui os dois canais públicos abertos, a RTP1 e a RTP2; o grupo IMPRESA, Sociedade Gestora de Participações Sociais, detentora da SIC, e o Grupo Media Capital SGPS, que incorpora a TVI. Todos esses grupos operam também no cabo, mantendo canais pagos temáticos, nomeadamente dedicados à informação.

1.2. Tendências da audiência no ano de 2012

Um concurso público efetivado em 2011 – pela Comissão de Análise de Estudos dos Meios a pedido das televisões, agências de meios e anunciantes – selecionou para a medição das audiências de televisão a empresa alemã GfK (Growth from Knowledge). Essa empresa iniciou em março as suas atividades experimentais e, desde o início da divulgação dos dados, mereceu críticas de todos os agentes interessados. Na base da contestação estão os resultados divulgados que correspondem a mudanças de metodologia de captação das audiências, nomeadamente os procedimentos tecnológicos de captação e análise de dados, bem como a constituição do painel audimétrico.

No site da GfK encontra-se descrita a tecnologia de medição de audiências fundada no processo de *audio-matching*, que permite medir todas as plataformas (analógica e digital, cabo, satélite, terrestre e IPTV), bem como o conteúdo *video-on-demand* e conteúdos “*time-shift*” até sete dias após a transmissão. A tecnologia *audio-matching* reconhece o canal visionado a partir da informação de áudio em qualquer plataforma, sendo que os programas com várias faixas de áudio podem ser divididos e medidos, assim como os espaços publicitários podem ser reportados separadamente. A informação gravada no audímetro é posteriormente enviada para uma central que compara as amostras de som recolhidas no lar com as amostras de som gravadas na central de gravação da empresa. As televisões, principalmente os canais que viram negativamente alteradas as audiências e subseqüentemente a diminuição dos valores

publicitários, exigiram uma auditoria dos procedimentos, tendo a empresa assumido o compromisso de rever os painéis em função do último censo geral à população portuguesa realizado em 2011. Contudo, em função da limitada qualidade das transmissões via satélite da Televisão Digital Terrestre, são possíveis lapsos e falhas nessas captações, como foram relatados pela GfK quando da auditoria realizada pela Pricewaterhouse.

As alterações nas metodologias de aferição das audiências vieram ressaltar o papel da televisão a cabo e aproximaram os *shares* e os *rates* das televisões privadas SIC e TVI, de acesso aberto. Salienciamos que a SIC ganhou peso no *prime time*, com a sequência das telenovelas *Dancing' days*, *Gabriela* e *Avenida Brasil*, enquanto a TVI aumentou as suas audiências no *day time*. A RTP1, pública, foi aquela que com base no novo painel audimétrico registrou uma maior queda nas audiências (cerca de 5%), enquanto a RTP2 manteve, aproximadamente, os seus valores habituais.

1.3. Intervenções publicitárias do ano: na TV e na ficção

Num ano em que o PIB encolheu cerca de 3,3%, somando-se ao 1,7% contabilizado em 2011, a publicidade nas televisões sofreu um decréscimo em torno dos 15%, independentemente de os portugueses terem despendido em casa, em média, cerca de 4 horas e 40 minutos vendo televisão. A análise realizada em relação à duração ou percentagem da emissão dos canais de sinal aberto (RTP, SIC e TVI) dedicados à publicidade (saturação publicitária) – que exclui autopromoções, autopromoções da estação e telecompras – face ao tempo de emissão total apresentou uma queda próxima dos 9%. Essa queda do tempo dedicado à publicidade não se deve à utilização de *spots* mais curtos, que continuam nos 18", mas sim à redução do número de inserções em cerca de 10%. No segundo semestre, essa queda acentuou-se de -3,8% para -14.1%, acompanhando o processo de contração do PIB e do investimento em Portugal, bem como o seu impacto no consumo privado e no índice de confiança dos consumidores. Destacamos que esse índice tem diminuído desde o

ano de 2011, atingindo em dezembro de 2012 o valor mais baixo já registrado (-59,8%), o que acompanha o indicador de clima econômico aferido junto às empresas. Contudo, comparada com o valor das inserções no cinema, na rádio, na imprensa, nos *outdoors*, a televisão mantém uma liderança indiscutível, com cerca de 75% da repartição do investimento publicitário. Entre os 20 maiores investidores publicitários encontram-se seis da grande distribuição, cinco empresas de telecomunicações, quatro de grande consumo e cinco de outros setores. Ainda no domínio do investimento publicitário, que caiu para níveis de 2002, a publicidade na internet aumentou em contraciclo. Segundo os analistas, esse crescimento está associado à crescente utilização dos meios digitais, bem como aos ainda pequenos investimentos realizados pelas empresas nesses meios. A crise financeira e as limitações das empresas a financiamentos têm, igualmente, potencializado essa tendência de crescimento que se situa nos dois dígitos.

1.4. *Merchandising e merchandising social*

No que respeita às ações publicitárias, *Dancin' days* é um caso paradigmático. Iniciadas com *Laços de sangue*, foram ampliadas nesse novo título com o *product placement* – colocação de produtos de grande consumo em locais de visível destaque – ou *soft sponsoring*. Essas ações aliam os produtos/locais à narrativa, tornando-os parte integrante da história, pelo que as marcas aderentes têm de aceitar a inserção das suas insígnias e das mensagens de atributo num contexto artístico, respeitando os tempos e o curso evolutivo dos títulos e das personagens.

Para além da diversificação de formatos e de temáticas com o objetivo de alcançar audiências de forma transversal, a RTP desenvolveu dois projetos que se destacaram face à oferta geral de conteúdos de ficção – o ciclo de 12 telefilmes intitulado *Grandes histórias: toda a gente conta* e a série *Contos de Natal*. O primeiro projeto assentou numa ação integrada entre ficção e informação através da exploração de um tema social, como a toxicodependên-

cia, o *bullying* ou o abandono de idosos. Ao longo de 12 meses, durante uma semana, programas de informação exploraram esses temas sob diferentes perspectivas em articulação com a apresentação de um telefilme. O segundo projeto, *Contos de Natal*, resultou de uma parceria entre o canal estatal e universidades portuguesas para a produção de contos subordinados a um conceito de final feliz. Essas iniciativas potenciaram a relação entre gêneros televisivos, entre a televisão e o público, assim como entre a academia e o mercado.

1.5. Políticas de comunicação (leis, reformas, incentivos, TV digital...)

Em 2012 fez-se a passagem definitiva para a Televisão Digital Terrestre (TDT), sendo que as últimas transmissões analógicas tiveram lugar em 26 de abril. Essa realização, que teve início em maio de 2011, culminou um processo que se atrasou cerca de dez anos e cujo modelo suscitou muitas críticas, não só dos especialistas como da sociedade civil. Entre os primeiros salientamos o presidente da Vodafone Portugal, que considerou a introdução da TDT no mercado português “um modelo falhado” por ter facilitado a “penetração da televisão por subscrição” e não alargado o número de canais de sinal aberto, tal como aconteceu em todos os países europeus. Na mesma linha vai o trabalho realizado pelo pesquisador da universidade do Minho, que garante ter existido indícios de corrupção no processo de implementação, no qual a Portugal Telecom (PT) foi a principal beneficiada, tendo conseguido 715 mil novos clientes para o pacote MEO. Segundo o investigador, isso ocorreu porque não convinha à PT, com participação do Estado e com interesses políticos envolvidos, que a oferta gratuita de canais abertos aumentasse, bem como a sua qualidade de recepção. Assim, Portugal perdeu a oportunidade de aumentar a oferta e introduzir maior qualidade tecnológica na visualização. A Associação Nacional de Municípios Portugueses tem uma opinião idêntica que expressa publicamente ao considerar “escandaloso e vergonhoso” o fim da televisão analógica e o processo de implantação da TDT, que privou muitos cidadãos, sobretudo dos

municípios do interior do país, de “acesso à informação” numa altura em que muitos “não têm condições para comprar um aparelho”. A mesma associação denuncia os interesses envolvidos com vistas a privilegiar uma empresa. Num balanço realizado em fins do mês de outubro, a Autoridade para a Comunicação (Anacom) fez publicamente um balanço positivo do processo, apesar de salientar que foram registradas 8 mil queixas, na maioria de pessoas e famílias que, não tendo subscrição paga, mas tendo comprado aparelhos, não conseguem ter acesso à programação dos canais abertos por falta de qualidade do sinal.

1.6. TV paga

Assinalamos que neste ano de 2012 foi inaugurado, em outubro, um canal de ficção televisiva pela TVI (TVI Ficção, posição 11), em parceria com a empresa de telecomunicações MEO, com o objetivo de reemitir telenovelas apresentadas por aquela estação.

1.7. Tendências das TICs

Em Portugal, a internet é utilizada por 62,8% dos indivíduos com mais de 15 anos, sendo que a percentagem mais elevada pertence aos homens e aos jovens entre os 18 e 24 anos residentes na Grande Lisboa, pertencentes à classe alta, a quadros médios e superiores. Os grupos que apresentam um consumo mais reduzido são as mulheres e os idosos residentes no Interior Norte, bem como as classes baixas e as domésticas¹. Como refere a Marktest² – num estudo longitudinal que realizou sobre o número de utilizadores da internet nos últimos dezesseis anos –, os internautas não têm parado de subir, aumentando nesse período cerca de 10% (de 6,3% em 1997 para 62,3% em 2012). Salientamos que os mais jovens, os pertencentes às classes sociais mais elevadas e os estudantes constituem

¹ Cf.: Marktest lança Bareme Internet 2012. *Marktest/Bareme Internet*, 28 de outubro de 2012. Disponível em: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1a6a.aspx>.

² Cf.: Internet aumenta dez vezes em 16 anos. *Marktest/Bareme Internet*, 30 de outubro de 2012. Disponível em: (<http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1a70.aspx>).

os grupos sociodemográficos com taxas de utilização mais elevadas. Em média os utilizadores de redes sociais dedicam a esses sites 88 minutos por dia, oscilando entre os 62 minutos junto dos indivíduos entre os 35 e os 44 anos e os 116 minutos junto dos jovens entre 15 e 24 anos. A maior atividade situa-se nos horários pós-laboral e escolar (54,7%), principalmente no Facebook.

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

Tabela 1. A ficção exibida em 2012 (nacionais e importadas; estreia e reprise; coproduções)

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 26	TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS – 9
RTP1 – 13 títulos nacionais 1. <i>4-Portugal hoje</i> (unitário) 2. <i>A rapariga da máquina de filmar</i> (minissérie) 3. <i>A sagrada família</i> (sitcom) 4. <i>Barcelona, cidade neutral</i> (minissérie) 5. <i>Contos de Natal</i> (série) 6. <i>Grandes histórias: toda a gente conta</i> (telefilme) 7. <i>Liberdade 21</i> (série) 8. <i>Maternidade</i> (série) 9. <i>Os compadres</i> (sitcom) 10. <i>Pai à força</i> (série) 11. <i>Perdidamente Florbela</i> (minissérie) 12. <i>Sangue do meu sangue</i> (minissérie) 13. <i>Velhos amigos</i> (sitcom)	RTP1 – 2 títulos importados 1. <i>O direito de nascer</i> (telenovela-Brasil) 2. <i>Vidas em jogo</i> (telenovela-Brasil)
SIC – 4 títulos nacionais 14. <i>A família Mata</i> (sitcom) 15. <i>Cenas de um casamento</i> (sitcom) 16. <i>Lua vermelha</i> (série) 17. <i>Rosa fogo</i> (telenovela)	SIC – 7 títulos importados 3. <i>Avenida Brasil</i> (telenovela-Brasil) 4. <i>Dance!</i> (série-Uruguaí) 5. <i>Fina estampa</i> (telenovela-Brasil) 6. <i>Gabriela</i> (telenovela-Brasil) 7. <i>Insensato coração</i> (telenovela-Brasil) 8. <i>Morde e assopra</i> (telenovela-Brasil) 9. <i>O Astro</i> (telenovela-Brasil)
TVI – 9 títulos nacionais 18. <i>Anjo meu</i> (telenovela) 19. <i>Casos da vida</i> (unitário) 20. <i>Doce tentação</i> (telenovela) 21. <i>Doida por ti</i> (telenovela) 22. <i>Filmes TVI</i> (telefilme) 23. <i>Louco amor</i> (telenovela)	TÍTULOS EM REPRISE – 20 RTP1 1. <i>Poder paralelo</i> (telenovela-Brasil) 2. <i>Revelação</i> (telenovela-Brasil) 3. <i>Ribeirão do tempo</i> (telenovela-Brasil) 4. <i>Cidade despida</i> (série) SIC 5. <i>Perfeito coração</i> (telenovela) 6. <i>Podia acabar o mundo</i> (telenovela) 7. <i>Rebelde way</i> (série) 8. <i>Floribella</i> (série) 9. <i>Páginas da vida</i> (telenovela-Brasil) TVI 10. <i>Campeões e detectives</i> (série)

24. <i>Morangos com açúcar IX: segue o teu sonho</i> (série) 25. <i>Morangos com açúcar IX: férias de verão</i> (série) 26. <i>Remédio santo</i> (telenovela)	11. <i>O bando dos 4</i> (série) 12. <i>Detective maravilhas</i> (série) 13. <i>Clube das chaves</i> (série) 14. <i>Ilha dos amores</i> (telenovela) 15. <i>Inspector Max</i> (série) 16. <i>Jardins proibidos</i> (telenovela) 17. <i>Olhos de água</i> (telenovela) 18. <i>Filha do mar</i> (telenovela) 19. <i>Tempo de viver</i> (telenovela) 20. <i>Sonhos traídos</i> (telenovela) COPRODUÇÕES – 2 RTP1 – 1 título em coprodução 1. <i>Barcelona, cidade neutral</i> (Portugal/Espanha) SIC – 1 título em coprodução 2. <i>Dancin' days</i> (Portugal/Brasil) TOTAL GERAL DE TÍTULOS EXIBIDOS: 57
---	--

Fonte: Obitel Portugal

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

País	Títulos	%	Capítulos/ Episódios	%	Horas	%
NACIONAL (total)	27	71	1.504	55,5	1.164:15	58
IBERO-AMERICANA (total)	11	29	1.205	44,5	835:50	42
Argentina	–	–	–	–	–	–
Brasil	9	23,7	1.191	44	814:35	40,7
Chile	–	–	–	–	–	–
Colômbia	–	–	–	–	–	–
Equador	–	–	–	–	–	–
Espanha	1	2,6	4	0,1	03:00	0,2
EUA (produção hispânica)	–	–	–	–	–	–
México	–	–	–	–	–	–
Peru	–	–	–	–	–	–
PORTUGAL	27	71,1	1.504	55,5	1.164:15	58,2
Uruguai	1	2,6	10	0,4	18:15	0,9
Venezuela	–	–	–	–	–	–

Latino-Americana (âmbito Obitel)	–	–	–	–	–	–
Latino-Americana (âmbito não Obitel)	–	–	–	–	–	–
Otras (produções e coproduc. de outros países latino-am./ibero-am.)	2	–	14	–	21:15	–
TOTAL	38	100	2.709	100	2.000:05	100

Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Markttest Audimetria e GfK

Em 2012 observa-se a diminuição da oferta de ficção nacional e ibero-americana em apenas um título, embora o número de capítulos/episódios e o número de horas de transmissão tenha aumentado ligeiramente. Numa divisão por canais, constata-se a permanência de um padrão de oferta por parte do canal de serviço público (RTP1) e do canal comercial SIC, mas uma diminuição em 30% da oferta da TVI face a 2011. Apesar dessa situação, esse canal comercial continua liderando o mercado da ficção televisiva nacional, em número total de horas e capítulos/episódios, fruto da produção continuada do formato telenovela para o horário nobre. Os conteúdos ibero-americanos são de origem brasileira em 73% (8 títulos), e os restantes 27% distribuem-se por três títulos: *Dance!* (SIC), uma série uruguaia destinada ao público juvenil, e duas coproduções – a telenovela *Dancin' days* (SIC/SP Televisão/TV Globo) e a minissérie *Barcelona, cidade neutral* (Stopline Films, RTP/Prodigious Cinema, TV3). Os conteúdos transmitidos no canal de serviço público são produzidos pela Record e pelo SBT, enquanto que os conteúdos transmitidos na SIC são, exclusivamente, da TV Globo. À semelhança dos anos passados, não se verifica a transmissão de produtos de origem ibero-americana no canal comercial TVI.

As reprises e as repetições são estratégias de programação recorrentes, permitindo o preenchimento de *slots* horários marginais, como a manhã, a tarde e o *late night*. Em 2012 contabilizaram-se 20 títulos em reprise, com a TVI liderando a tabela (11 títulos), seguida pela SIC, com cinco, e pela RTP1, com quatro. Os títulos reexibi-

dos pela TVI, de origem nacional, são séries para um público infantojuvenil e telenovelas marcantes da estação, como *Filha do mar* (2001/2002), que teve um final escolhido pelo público, ou *Tempo de viver* (2006/2007), na qual a revelação da identidade do criminoso “Tubarão” deixou o público em suspenso até o último capítulo, à semelhança dos enredos desenvolvidos no Brasil, como a telenovela *A próxima vítima* (1995/TV Globo).

O horário nobre continua sendo o *slot* horário mais preenchido com ficção nacional, verificando-se um aumento de 37,5% no número de capítulos/episódios e de horas face a 2011. Nos restantes momentos do dia, permanece a taxa de incidência, com a tarde ocupando o segundo lugar, a manhã, o terceiro e o noturno ficando em último. Dentro da faixa horária tarde situa-se o “pré-horário nobre”, período compreendido entre as 19h e as 20h, usado em programação para a transmissão de produtos fortes que permitam um efeito de arrastamento de audiências para o horário nobre.

Não obstante a manutenção de um padrão, é de se realçar a queda em 81,4% na transmissão de títulos em estreia para o público mais novo no período da manhã, com o aproveitamento e a rentabilização de produtos em *stock* e a sua transmissão em *reprise*. Os conteúdos ibero-americanos continuam ocupando de forma mais expressiva o período tarde, seguindo-se o horário nobre, com a transmissão das telenovelas mais recentes da TV Globo pela SIC, como *O Astro*, *Gabriela* ou *Avenida Brasil*. Embora esses conteúdos se iniciem dentro do principal *slot* do dia, a transmissão da maior parte do capítulo ocorre já no período noturno.

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

Faixas horárias	Nacionais				Ibero-Americanas				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (6:00-13:00)	18	1,2	14:15	1,2	10	0,8	18:15	2,2	28	1	32:30	1,6
Tarde (13:00-20:00)	234	15,6	172:25	14,8	636	52,8	527:50	63,2	880	32,4	700:15	35
Prime Time (20:00-24:00)	1.245	82,8	975:00	83,8	559	46,4	289:45	34,6	1.804	66,5	1.264:45	63,3
Noturno (24:00-06:00)	7	0,4	2:35	0,2	—	0	—	0	7	0,1	2:35	0,1
TOTAL	1.504	100	1.164:15	100	1.205	100	835:50	100	2.709	100	2.000:05	100

Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria e GfK

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais					Ibero-Americanas				
	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%	Títulos	%	Cap./Ep.	%
Telenovela	7	25,9	1.071	71,2	853:10	73,3	9	81,8	1.191	98,9
Série	7	25,9	260	17,3	192:35	16,5	1	9,1	10	0,8
Minissérie	4	14,8	12	0,8	10:40	0,9	1	9,1	4	0,3
Telefilme	2	7,4	20	1,3	26:30	2,3	—	—	—	—
Unitário	2	7,4	6	0,4	4:45	0,4	—	—	—	—
Docudrama	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Outros (sitcom)	5	18,6	135	9	76:35	6,6	—	—	—	—
TOTAL	27	100	1.504	100	1.164:15	100	11	100	1.205	100

Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria e GfK

Em 2010 e em 2011 a série foi o formato mais explorado pelos canais generalistas nacionais, seguido pela telenovela. Em 2012, observa-se um equilíbrio entre a série e a telenovela, com sete títulos para cada formato. A telenovela é um formato adotado apenas pelos canais comerciais, com a TVI produzindo cinco títulos e a SIC, dois, enquanto o formato série é, majoritariamente, produzido pela RTP1 (quatro títulos), seguido pela TVI (dois títulos) e pela SIC (um título). As séries produzidas pelo canal de serviço público são orientadas para um público adulto, ao versarem sobre temáticas profissionais (por ex. *Liberdade 21* e *Maternidade*) e ao serem transmitidas em horário mais tardio (pré-horário nobre, horário nobre e noturno), enquanto as séries produzidas pelos canais privados abordam questões mais próximas do público infantojuvenil e são transmitidas nos períodos manhã e tarde (*Lua vermelha*, SIC; *Morangos com açúcar*, TVI). A *sitcom* continua sendo um formato adotado tanto pelo canal público como pelos canais privados, totalizando cinco títulos em 2012. A sua duração curta face a outros formatos ficcionais, assim como as suas características-base – enredos domésticos de caráter humorístico, elenco diminuto, *decors* fixos, entre outras –, permitem uma produção a baixo custo e a criação de uma bolsa de ativos disponível para o preenchimento de *slots*.

O formato minissérie foi explorado pela RTP1, mantendo a tendência verificada em anos anteriores. As características desse formato em articulação com a natureza pública da estação permitiram a apresentação de quatro títulos – *Barcelona*, *Cidade Neutral*, uma coprodução Portugal/Espanha com a duração de quatro capítulos, e três longas-metragens transformados em minissérie com uma duração oscilante entre dois e quatro capítulos (*A rapariga da máquina de filmar*, *Sangue do meu sangue* e *Perdidamente*). A passagem de longas-metragens para minisséries é feita por adaptação, incluindo, por vezes, cenas não passadas no cinema, o que permite a circulação do cinema português no pequeno écran e, como tal, o aumento do número de espectadores.

O formato telefilme assumiu um papel de destaque em 2012, fruto das iniciativas distintas da RTP1 (*Grandes histórias: toda a gente conta*) e da TVI (*Filmes TVI*), levando ao grande público, durante todo o ano e de forma regular, histórias inspiradas na realidade.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional por faixa horária

Formatos	Ma-nhã	%	Tar-de	%	Prime Time	%	No- turno	%	To- tal	%
Telenovela	–	–	–	–	7	41,2	–	–	7	25,9
Série	1	100	4	50,0	1	5,9	1	100	7	25,9
Minissérie	–	–	1	12,5	3	17,6	–	–	4	14,8
Telefilme	–	–	–	–	2	11,8	–	–	2	7,4
Unitário	–	–	1	12,5	1	5,9	–	–	2	7,4
Docudrama	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Outros (sitcom)	–	–	2	25,0	3	17,6	–	–	5	18,6
TOTAL	1	100	8	100	17	100	1	100	27	100

Fonte: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria e GfK

Todos os formatos explorados pelos canais generalistas portugueses estão presentes no horário nobre, com um claro predomínio da telenovela, seguindo-se o período tarde e, *ex aequo*, com um título, o período manhã e o período noite. O período manhã é ocupado com um conteúdo destinado a um público juvenil (*Dance!*, SIC), e o período noite por uma série (*Contos de Natal*, RTP1).

Tabela 6. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	24	88,9
de Época	1	3,7
Histórica	2	7,4
Outra	–	–
TOTAL	27	100

Fonte: Obitel Portugal

A época predominante é o presente, com a exploração de temáticas ancoradas na contemporaneidade (24 títulos). Em 2012 encontramos, ainda, dois títulos históricos – *Barcelona*, *Cidade Neutral* (RTP1), que conta a história de Barcelona como cidade neutral durante a Primeira Guerra Mundial, e *Perdidamente Florbela* (RTP1), a história íntima da poetisa portuguesa Florbela Espanca (século XIX). Por fim, consideramos a telenovela *Anjo meu* (TVI) um conteúdo de época, ao ser ambientado em Portugal na década de 70 do século XX.

Tabela 7. Os dez títulos mais vistos: origem, *rating*, *share*³

	Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	Canal	Nome do roteirista ou autor da ideia original	<i>Rating</i>	<i>Share</i>
1	<i>Dancin'days</i>	Brasil/Portugal	SIC/SP Televisão/TV Globo	SIC	Pedro Lopes (adaptado de Gilberto Braga)	15,1	30,9
2	<i>Louco amor</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	TVI	Tozé Martinho	13,0	29,2
3	<i>Doce tentação</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	TVI	Sandra Santos	11,1	28,3
4	<i>Rosa fogo</i>	Portugal	SIC/SP Televisão	SIC	Patrícia Müller	9,6	26,6
5	<i>Remédio santo</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	TVI	Antonio Barreira	9,4	28,6
6	<i>Doida por ti</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	TVI	Maria João Mira	8,4	22,0

³ Como acontece em anos anteriores, nota-se a repetição de títulos na tabela devido ao fato de as estreias ocorrerem quase sempre no meio do ano e após o verão europeu, o que implica uma repartição dos dados das audiências (a monitorização Obitel refere-se ao ano de 2011).

7	<i>Morangos com açúcar IX: segue o teu sonho</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	TVI	Casa da Criação (Cláudia Sampaio, Irina Gomes, Mafalda Ferreira, Marina Ribeiro, Pedro Cavaleiro)	7,6	21,9
8	<i>Anjo meu</i>	Portugal	TVI / Plural Entertainment	TVI	Maria João Mira	6,9	28,3
9	<i>Os compadres</i>	Portugal	RTP1/ Cinecool	RTP1	Nicolau Breyner	6,4	19,8
10	<i>A família Mata</i>	Espanha	SIC/SP Televisão	SIC	David Bermejo	6,3	19,1
Total de Produções: 10				Roteiros Estrangeiros: 2			
80%				20%			

Fonte: Obitel Portugal

O retorno das ficções brasileiras, em especial as produções da Rede Globo, foi um dos principais destaques do ano de 2012 em termos de audiências televisivas dos canais de sinal aberto em Portugal. Ao longo do ano, a presença intercalada de títulos nacionais e estrangeiros, nomeadamente do Brasil, gerou comportamentos diferentes das audiências. Os títulos portugueses com maior destaque noticioso foram, respectivamente, *Dancin'days* (SIC), *Louco amor* (TVI), *Doce tentação* (TVI) e *Doida por ti* (TVI). Entre as brasileiras, três ficções da Rede Globo estiveram disputando os índices de audiências com as nacionais, a saber: *Gabriela*, *Avenida Brasil* e *Fina estampa*.

Apesar de terminar o ano liderando as audiências gerais (relativamente a todos os programas), a TVI, em anos anteriores, ocupava confortavelmente os primeiros lugares do *ranking* desse gênero. No entanto, em 2012, a TVI perdeu espaço para as produções ficcionais da SIC e da Globo no horário nobre. Aliás, como se referiu e como podemos observar na Tabela 7, a SIC conseguiu desalojar a TVI do primeiro lugar do *top ten*. Esses dados, por outro lado, revelam que, apesar de saltar algumas posições, a TVI continua marcando forte presença, ocupando 60% da tabela do *top ten*. A SIC termina o ano com 30%, e a RTP1 apenas com 10% de presença nessa lista.

As notícias sobre possíveis demissões nas produtoras nacionais SP Televisão e Plural deixaram claro que, em tempos de crise e cumprimento de medidas de austeridade, a produção de ficção também se viu afetada.

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

Título		Formato	Gênero	Nº de cap./ep. (em 2012)	Data da primeira e última emissão (em 2012)	Faixa horária
1	<i>Dancin' days</i>	Telenovela	Drama, suspense, comédia	146	04/06 a 31/12 (cont.)	Horário nobre
2	<i>Louco amor</i>	Telenovela	Drama, suspense, tragédia, comédia	189	06/05 a 31/12 (cont.)	Horário nobre
3	<i>Doce tentação</i>	Telenovela	Comédia, drama, romance	284	08/01 a 31/12 (cont.)	Horário nobre
4	<i>Rosa fogo</i>	Telenovela	Drama, suspense, tragédia, comédia	143	02/01 a 30/06	Horário nobre
5	<i>Remédio santo</i>	Telenovela	Comédia, drama, suspense, romance	192	02/01 a 15/09	Horário nobre
6	<i>Doida por ti</i>	Telenovela	Comédia, drama, romance	44	24/10 a 31/12 (cont.)	Horário nobre
7	<i>Morangos com açúcar IX: segue o teu sonho</i>	Série	Juvenil, romance, drama, comédia, musical	123	02/01 a 15/09	Tarde, acesso ao horário nobre
8	<i>Anjo meu</i>	Telenovela	Histórica, drama, romance	94	02/01 a 05/05	Horário nobre
9	<i>Os compadres</i>	Série	Comédia	8	07/01 a 31/12 (cont.)	Horário nobre
10	<i>A família Mata</i>	Série	Comédia	21	11/07 a 31/11	Horário nobre

Fonte: Obitel Portugal

Em termos de audiências e repercussão noticiosa, os principais destaques do ano foram *Dancin'days* (SIC) e *Louco amor* (TVI). A primeira, para além da liderança no *top ten* de ficção nacional, esteve entre os programas televisivos mais vistos de 2012. É importante referir que essa telenovela é um *remake* ou adaptação do roteiro originalmente brasileiro e segue o modelo de coprodução, que se tem observado também em anos anteriores entre as duas empresas, Rede Globo e SIC. Algumas semelhanças aproximam as duas narrativas. Grande parte dos enredos ambienta-se em espaços de diversão noturna. Em ambas, as duas personagens principais estiveram na prisão durante muitos anos e procuram, por um lado, a reinserção social e, por outro, a reconciliação familiar. Já *Doce tentação* (TVI), tanto em termos de trama como de estética, revela elementos inspirados em fábulas ou contos de fadas. Ao clássico contraste entre as personagens principais – a menina doce e feminina e o rapaz artesão e selvagem – somam-se as imagens exteriores, como as paisagens bucólicas e misteriosas da serra e o palácio da vila de Sintra. *Rosa fogo*, *Remédio santo*, *Anjo meu* e *Morangos com açúcar* (temporada IX: *segue o teu sonho*), todas da TVI, migraram do *ranking* 2012 para 2013, permanecendo em destaque. *Doida por ti* (TVI) também não inova, mas conquista o público com a temática amorosa e uma trama urbana.

Por último, *Os compadres* (RTP1) e a *A família Mata* (SIC), *sitcoms*⁴, alcançaram protagonismo apostando no ambiente familiar e nas peripécias do quotidiano.

⁴ Comédia de situação.

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

Títulos		TEMÁTICAS DOMINANTES (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)	TEMÁTICAS SOCIAIS (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)
1	<i>Dancin'days</i>	– Relações familiares – Vingança e ambição – Revelação de identidade	– Reinserção social – Alcoolismo – Homossexualidade
2	<i>Louco amor</i>	– Resolução de crimes – Relações amorosas – Relações familiares	– Velhice – Amor na terceira idade – Reinserção social
3	<i>Doce tentação</i>	– Mistérios – Relações amorosas – Assassinatos – Bastardia	– Orfandade – Religiosidade
4	<i>Rosa fogo</i>	– Relações amorosas – Resolução de crimes – Bastardia	– Infertilidade – Câncer de mama – Prática de lutas ilegais
5	<i>Remédio santo</i>	– Misticismo – Vingança – Bastardia	– Religiosidade – Deficiência auditiva – Crítica social
6	<i>Doida por ti</i>	– Relações amorosas – Infidelidade – Revelações de segredos e de identidades	– Desemprego – Crise econômica
7	<i>Morangos com açúcar IX: segue o teu sonho</i>	– Juventude – Conflitos e rivalidades – Mundo da moda – Inveja	– Reciclagem – Protagonismo feminino – Terceira idade no ensino superior
8	<i>Anjo meu</i>	– Resolução de crimes – Triângulo amoroso – Vingança e ambição	– Movimentos sociais e históricos – Conflitos políticos
9	<i>Os compadres</i>	– Relações familiares – Relações entre vizinhos – Amizade	– Crise financeira – Nostalgia – Preceitos morais
10	<i>A família Mata</i>	– Relações familiares – Adultério e traições – Conflito de gerações	– Crise financeira – Pequenos furtos – Preceitos morais

Fonte: Obitel Portugal

Em termos de temáticas sociais, o principal destaque do ano foi a tendência da produção nacional para o investimento em tramas (em especial séries) com histórias protagonizadas e vocacionadas para a terceira idade. Desenvolvido de diferentes formas, o tema esteve presente em *Louco amor* (TVI), com o amor a acontecer na

terceira idade, *Os compadres* (RTP1) e em *Velhos amigos*⁵ (RTP1), com incidentes e peripécias familiares e entre vizinhos. A presença de personagens desempregados e diversos diálogos sobre as dificuldades financeiras revelaram outra tendência – a preocupação da ficção nacional em abordar, mesmo que suavemente, as questões da crise econômica.

Tabela 10. Perfil de Audiência dos dez títulos mais vistos: gênero, idade⁶, nível socioeconômico⁷

	Títulos	Canal	Gênero %		Faixa etária %							Nível socioeconômico %			
			Mu- lheres	Ho- mens	4- 14	15- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65+	A/B	C	D	E
1	<i>Dan cin'days</i>	SIC	62,0	38,0	8,0	16,6	17,4	16,7	15,6	10,4	15,2	18,0	19,9	35,9	26,2
2	<i>Louco amor</i>	TVI	63,6	36,4	6,2	7,3	8,1	9,6	13,0	19,6	36,3	9,4	13,2	44,8	32,6
3	<i>Doce tentação</i>	TVI	64,1	35,9	8,0	9,4	9,3	10,8	13,7	18,0	30,8	7,4	17,8	39,8	35,0
4	<i>Rosa fogo</i>	SIC	61,7	38,3	7,8	12,2	18,5	16,9	15,8	12,7	16,1	13,8	22,2	37,5	26,5
5	<i>Remédio santo</i>	TVI	64,4	35,6	6,5	9,1	9,2	9,5	13,7	18,5	33,5	6,9	18,6	38,0	36,5
6	<i>Doida por ti</i>	TVI	64,2	35,8	11,8	12,8	8,7	10,8	11,1	15,7	29,2	11,2	10,3	44,1	34,4

⁵ Esse título ficou fora do *ranking*, mas obteve algum sucesso junto ao público, com 5,1% *rating* e 14,8% *de share*.

⁶ Em virtude da alteração do sistema de medição de audiências televisivas, em vigor a partir de março de 2012, a equipe do Obitel Portugal necessitou adaptar as tabelas e as metodologias de análise ao novo sistema adotado pela atual empresa responsável pela medição das audiências, a GfK (Growth from Knowledge). Nos anos anteriores e até fevereiro de 2012, a Marktest estabelecia a divisão de 64 ou mais anos, enquanto a GfK estabelece 65 ou mais.

⁷ O mesmo ocorre relativamente ao nível socioeconômico. A Marktest estabelece a seguinte divisão: Classe A/B, Classe C1, Classe C2, Classe D. Já a GfK: Status A/B, Status C, Status D, Status E. A equipe Obitel Portugal optou por ajustar os dados ao modelo GfK, tendo em vista que os dados fornecidos pela GfK são quantitativamente superiores (correspondem a dez meses de medição, contra dois da Marktest).

7	<i>Morango com açúcar IX: segue o teu sonho</i>	TVI	63,3	36,7	17,6	17,2	10,0	12,4	12,8	9,8	20,2	8,9	17,7	40,5	32,9
8	<i>Anjo meu</i>	TVI	62,4	37,6	5,5	8,6	9,5	10,5	13,6	18,2	34,1	8,5	21,5	36,7	33,4
9	<i>Os compadres</i>	RTP1	58,0	42,0	0,9	6,3	3,9	6,9	13,1	18,8	50,1	17,4	14,8	41,3	26,6
10	<i>A família Mata</i>	SIC	54,7	45,3	13,9	13,7	19,1	19,3	14,6	9,1	10,2	13,5	19,2	45,1	22,3

Fonte: Obitel Portugal MediaMonitor/Marktest Audimetria e GfK

Como em anos anteriores, o perfil das audiências das ficções da SIC e da RTP1 permaneceu mais equilibrado relativamente aos telespectadores da TVI, com algumas diferenças condicionadas aos títulos. Em *Dancin'days* (SIC), por exemplo, essa divisão mais uniforme observa-se na faixa etária e no nível socioeconômico. O perfil das audiências de *Os compadres* (RTP1) e a *A família Mata* (SIC) permaneceu mais equilibrado em termos de gênero. No entanto, a faixa etária dos públicos da RTP1 é bastante superior aos da SIC, com 50,1% dos telespectadores de *Os compadres* com mais de 65 anos. De modo geral, as mulheres continuam sendo o grande público das ficções, bem como as pessoas mais velhas (exceto as produções emitidas na SIC, vistas por pessoas de todas as idades) e as classes menos favorecidas, como D e E. Esses dados apontam para a ideia de que as novelas da SIC/Globo conseguem atingir públicos mais diversificados.

3. A recepção transmidiática

O universo de circulação das ficções televisivas vem sendo ampliado de modo significativo nos últimos anos. Através de diferentes plataformas, as produções ficcionais e os seus públicos relacionam-se de forma mais participativa, estabelecendo novas dinâmicas transmidiáticas.

Nesta seção, pretende-se realizar uma análise da oferta transmidiática dos produtores e das práticas dos usuários da telenovela *Dan-*

cin' days (SIC), primeiro lugar entre o *top ten* de maior audiência do último ano em Portugal. Como plataforma de análise, selecionou-se o Facebook, tendo em conta que essa rede social proporciona uma maior interatividade entre os produtores e fãs do título em questão. No entanto, é preciso salientar a existência de uma ação concertada entre a página oficial da telenovela no *website* da SIC e o seu Facebook oficial.

A observação englobou a semana de 8 a 14 de abril de 2013, correspondente aos episódios 212 a 217. Normalmente exibida de segunda a sexta-feira em horário nobre, nesse período houve um capítulo especial no domingo, 14, no mesmo horário em que a emissora concorrente TVI estreava a sua nova telenovela, *Mundo ao contrário*.

A respeito da monitorização da rede social Facebook, a contabilização dos dados foi feita diariamente, obtendo-se ao final da semana da amostra o número total em cada categoria observada. Assim, o número de fãs, ou seja, os que “curtem/gostam” da página, equivale ao montante de 48.004. Já o volume dos falantes da página contabiliza 3.145 usuários. Acerca do número de *posts* inseridos no mural pelos produtores da ficção, a soma resulta em 28 publicações, as quais receberam 2.885 “curtidas” por parte dos fãs. Verificou-se ainda que os usuários publicaram 619 comentários e compartilharam o conteúdo do Facebook oficial 119 vezes.

3.1. Oferta transmidiática de uma ficção do *top ten*

No que tange ao tipo de interação transmidiática ofertada pelos produtores da telenovela, destaca-se a visualização transmidiática. Nesse sentido, essa plataforma permite a visualização de vídeos da ficção, o *download* de fotos, a interação dos usuários em tempo real, o compartilhamento dos conteúdos postados e, inclusive, a interação direta com os atores e atrizes da telenovela por meio de *chat*. Tal dinâmica, de periodicidade semanal, é intitulada “Hora Facebook”, em que um ator ou atriz conversa com os usuários da rede diretamente, respondendo às suas perguntas e comentários. Após o *chat*,

os administradores da rede social disponibilizam um vídeo gravado pelo ator/atriz, dando o seu depoimento a respeito da experiência de interagir com os fãs.

Uma média de quatro a seis *posts* são publicados diariamente. Normalmente, os moderadores da rede social referem cenas que irão ao ar nos próximos capítulos, lançam inquéritos sobre a trama e disponibilizam *links* para o *website* oficial da telenovela, onde o participante tem acesso a resumos, episódios anteriores inteiros e vídeos com visão prévia de algumas cenas. O último *post* do dia é publicado poucos minutos antes do início da transmissão de *Dancin' days*. Os administradores procuram atrair a atenção dos fãs e produzir expectativa quanto ao capítulo que será exibido a seguir. Porém, não se pronunciam durante a emissão propriamente dita, deixando a cargo dos usuários os comentários que decorrem ao longo da exibição da ficção, o que pode indicar uma estratégia para possibilitar uma interação mais livre e espontânea entre os participantes.

3.2. Interatividade e práticas dos usuários

Verifica-se que em relação à interatividade (Tabela 11), o nível predominante é a interação ativa dos usuários, e não a criativa. A carência de conteúdo criado pelo próprio fã da ficção talvez possa apontar para a ausência de propostas dos produtores do Facebook e do *website* oficial, no intuito de disponibilizarem estratégias nessas plataformas que possibilitem uma apropriação mais criativa da ficção.

Nesse sentido, é válido referir a iniciativa transmidiática da página oficial da série televisiva *A família Mata*, exibida pela SIC em 2012 e décimo lugar no *top ten*, que organizou uma ação denominada “Uma família portuguesa, com certeza”. Tal estratégia solicitava que os telespectadores enviassem um pequeno vídeo de 30 segundos com imagens, testemunhos e cenas caricatas de suas famílias. Os vídeos mais cômicos eram selecionados para exibição em antena ao final dos episódios da série, além de serem disponibilizados no Facebook e no *website* dessa produção.

Assim, tendo como base a ficção portuguesa *Dancin' days*, entende-se que a recepção transmidiática se encontra parcialmente desenvolvida, já que a participação se dá mais em termos de resposta e interação com o conteúdo proposto – através de práticas de recomendação, discussão, crítica e compartilhamento – do que propriamente na transformação do consumidor em produtor de novos conteúdos postos em circulação. Além disso, nota-se a moderada produção de material de narrativa ficcional destinado exclusivamente a essas outras plataformas, de forma independente do que é veiculado através da televisão.

Tabela 11. Tipos de interação e de práticas dominantes

Ficção escolhida	Emisora	Páginas da internet	Tipos de interação transmidiática	Níveis de interatividade	Práticas dominantes dos usuários
<i>Dancin' days</i>	SIC	Página do Facebook	Visualização transmidiática	Ativa	Comentário Celebração Recomendação Compartilhamento Interpretação Crítica Coleção Armazenamento Discussão

Sobre o conteúdo dos comentários, os usuários tendem a utilizar a rede para expressar a sua opinião acerca do comportamento das personagens e enredo, bem como para celebrar a qualidade da ficção e o bom desempenho de atores e atrizes. É comum comentarem os enunciados uns dos outros, expressarem expectativa pelo início da telenovela e relatarem, em tempo real, que estão prontos para assistir ao episódio.

Cabe mencionar a ocorrência de uma crítica ao conteúdo *on-line* ofertado pelos produtores de *Dancin' days*. Desse modo, um certo *post* em que os administradores da rede social revelam antecipadamente o desfecho de uma determinada situação causou desagrado a alguns fãs. Tal fato é passível de indiciar uma problemática

que se coloca aos produtores entre a estratégia de disponibilizar o máximo de conteúdo na rede social e o desejo de alguns usuários de não saberem de tudo o que se irá passar de antemão por priorizarem, nesse caso, o suspense e uma experiência inédita na televisão.

Com base nessa semana de análise, identifica-se a participação majoritária de um público jovem, apesar de os índices estatísticos revelarem que a audiência de *Dancin' days* perpassa várias faixas etárias. Os comentários de usuários femininos mostraram-se mais frequentes, numa razão de aproximadamente 2/3 em relação aos masculinos, o que aponta para um maior consumo dessa ficção por parte do público feminino, porém, ainda assim, com considerável contingente de fãs do sexo masculino.

4. O mais destacado do ano

O ano de 2012 foi um ano de transição. O número de títulos por canal, o perfil da ficção oferecida e as audiências sofreram alterações, levando ao estabelecimento de um novo estágio de produção, oferta e consumo face a anos anteriores. O canal de serviço público, não obstante a incerteza do seu futuro, fruto da crise econômica, transmitiu o mesmo número de títulos do ano anterior (12). O canal comercial SIC destacou-se no panorama nacional com a relação com a TV Globo. A adaptação da telenovela *Dancin' days* à realidade portuguesa contemporânea foi uma aposta de coprodução na senda do sucesso de 2011, *Laços de sangue*, permitindo ao título e ao canal situar-se em primeiro lugar do *top ten*. À semelhança do título vencedor do Emmy para melhor telenovela 2011, *Dancin' days* conseguiu cativar audiências oriundas de todas as classes etárias e sociais, contrariando a tipologia do espectador de telenovela (mulheres, de classe baixa e com mais de 64 anos de idade). Essa conquista pode estar relacionada com o perfil do espectador-tipo do canal (indivíduos mais novos e com um nível de interatividade superior), mas também com o roteiro, com as condições de produção, nomeadamente a formação dos atores (*coaching*), o que permite o desenvolvimento de personagens consistentes, assim como com as

estratégias de construção/transmissão do conteúdo e com as ações publicitárias. Essas estratégias diferenciam-se da forma de fazer ficção dos outros canais, em especial da TVI, o concorrente diário.

Das estratégias de construção/transmissão salientamos a apresentação diária em horário fixo, a duração preestabelecida e não flexível, assim como a utilização dos ganchos no final de cada capítulo. Esses elementos permitem o estabelecimento de uma ligação entre o conteúdo e o público, criando, por um lado, uma rotina de visionamento e, por outro lado, momentos de expectativa e de “necessidade” de assistir ao capítulo seguinte. Nos últimos anos, a crescente competitividade levou ao alinhamento dos tempos de transmissão dos conteúdos ficcionais com os imperativos comerciais, pelo que passou a ser regular a apresentação de capítulos com durações diferentes, finais de capítulos abruptos ou mesmo a não transmissão diária dos mesmos.

O outro destaque desse canal foi o regresso das audiências das telenovelas brasileiras, tendo contribuído, para tal, a transmissão dos *remakes* de *Gabriela* e de *O Astro*, telenovelas transmitidas em Portugal na década de 70 e que permanecem no imaginário do público português. De forma a dar mais destaque a esses títulos, as estreias foram em pré-horário nobre e foram transmitidos capítulos especiais com as designações “primeira semana”, “apresentação” ou “momentos finais”. Esse regresso das telenovelas brasileiras também se fez com a reprise do sucesso de audiências *Páginas da vida*, em horário noturno, assim como a estreia de *Avenida Brasil* quando estava terminando no Brasil. O impacto dessa história chegou a Portugal através das revistas de sociedade e de programas de televisão que acompanham a vida dos famosos e os bastidores do mundo da ficção portuguesa e brasileira, contribuindo para o aumento da curiosidade por parte do público nacional.

A TVI, canal que tem liderado a oferta de ficção nos últimos anos, assim como o mercado televisivo, manteve a produção continuada de telenovelas para o horário nobre e a transmissão do título *Morangos com açúcar* em pré-horário nobre para o público juvenil.

Esse último título manteve-se no ar durante nove anos consecutivos e já foi anunciado que estava na última temporada. Para fechar a série, foi produzido um filme para o grande ecrã com personagens de todas as temporadas, tendo sido o filme português mais visto de todos os tempos. O maior destaque da estação foi, no entanto, o projeto *Filmes TVI*, uma série de 26 telefilmes produzidos e realizados por equipas diferentes. Durante 26 semanas foram transmitidas histórias baseadas em temas ancorados na realidade sob gêneros diferenciados, como a comédia, o *thriller* ou o drama.

As especificidades identificadas em 2012 introduzem rupturas na tipologia de oferta e consumo, pelo que as *Velhas estratégias para novos tempos* (2011) deram lugar a um ano de transição e abriram espaço para novos desenvolvimentos da ficção televisiva nacional.

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

Produzir e consumir conteúdos televisivos no século XXI é um desafio. Os ecrãs multiplicam-se, as tecnologias de suporte desenvolvem-se, a possibilidade de interação aumenta e as práticas de consumo tornam-se mais plásticas e adaptadas aos quotidianos (Ganito *et al.*, 2012). Dentro dessa realidade, o segmento mais dinâmico é, sem dúvida, a ficção, pois, decorrente da sua natureza serial e da sua estrutura narrativa, tem a capacidade de *agendar* temas da sociedade na sociedade, de *alinhar* os tempos sociais e de criar um tempo coletivo. Recorrendo a formatos variados (telenovela, série, telefilme) e a múltiplos gêneros (comédia, *thriller*, romance), as histórias apresentadas no pequeno ecrã funcionam, em simultâneo, como espelho que reflete e que projeta, ou seja, como forma de apresentar, produzir e reproduzir identidade(s).

As sociedades vivem sob a égide da atualidade, sob o imperativo da urgência e da emergência de valores alternativos que competem com as instituições e com o instituído. Nessa encruzilhada, os indivíduos sentem, ciclicamente, a vontade e a necessidade de criar, reforçar ou romper os laços identitários que construíram ou que assumiram. Perante esse cenário, os intelectuais são chamados

a definir cada momento, numa tentativa de catalogar as realidades e de oferecer um porto seguro a quem vagueia pela *modernidade líquida* (Bauman, 2001), a quem se cruza diariamente com os *lugares*, com os *não lugares* (Augé, 1994) e com os *novos lugares* (Monteiro, 2003).

A vigência desse padrão de vida, em que se diluem fronteiras, faz com que se encontre o “outro” com mais facilidade. Se esse fator pode ser entendido como um passo para uma convivência de largo espectro, também pode ser uma fonte de promoção de um afastamento do eixo e da desvalorização do “eu” e do “nós” enquanto coordenadas orientadoras. Assim, há que se atentar às duas faces de Jano: conhecer quem somos e conhecer o que nos diferencia do “outro” (Bhabha, 2006). Para além disso, é necessário não cair na *amnésia* nem no *excesso de memória* (Martins, 2007, p. 13), de modo a evitar ressentimentos e de modo a fomentar a aprendizagem através da experiência.

O *trabalho da memória* (Martins, 2007, p. 14) é essencial para o (auto)conhecimento e para o reconhecimento, ao funcionar como um dos elementos ativos da identidade, especialmente numa altura em que se exploram os conceitos de globalização e de europeização, para além dos conceitos de nacionalização e de regionalização.

Direta ou indiretamente, todos os indivíduos praticam esse exercício através dos ritos socialmente instituídos, assumindo uma dimensão quase totêmica. Através da festa, há uma (re)construção das *múltiplas camadas de tempo e de espaço* que compreendem o “eu” e o “nós” (Feldman-Bianco, 1995, p. 76), apresentando-se como símbolos por excelência da dramatização da saudade. Com o desenvolvimento dos media, a “festa” passa a ocorrer diariamente e no espaço privado, assistindo-se a um adensar da mediação, e mesmo da mediatização da memória, levando a que os aparatos, como a televisão, passem a ser encarados como dispositivos mnemônicos ou memoriais por excelência (Sobral, 2006, p. 6). Para cumprir essa missão, a televisão olha o(s) passado(s), funcionando como uma *made-for-TV history* (Edgerton, 2010), um fenómeno global

que começa a ganhar corpo na década de 90 do século XX, com o aparecimento de canais especializados no(s) passado(s), como o Canal História, assim como com o desenvolvimento de narrativas ficcionais. A (re)construção da História em histórias tem de acontecer de forma honesta e documentada, uma vez que, para muitos telespectadores, essa é a única ligação entre a memória individual e a coletiva, funcionando como a representação simbólica por excelência (Yeste, 2009).

Esses exercícios de proximidade cultural (Rueda, 2011) ganham dimensão diversa de acordo com o tema abordado, assim como com o espaço de produção e transmissão. Nesse sentido, se os canais internacionais exploram, acima de tudo, revisitações de momentos épicos da história geral da humanidade, como por exemplo nas séries *Roma* (2005) ou *Os Borgias* (2011), os canais nacionais têm de procurar no seu passado acontecimentos, momentos ou personalidades que dão espessura ao imaginário local. Dentro dessa linha de pensamento, e olhando para a experiência portuguesa, tem sido recorrente, nos últimos anos, a revisitação de momentos importantes da história político-social com títulos como *O dia do regicídio* (2007), que trata da queda da Monarquia, *Noite sangrenta* (2010), que apresenta a Primeira República, *A vida privada de Salazar* (2008), que explora a vida íntima de Oliveira Salazar, *Conta-me como foi* (2007-2012), que trata da vivência familiar e social durante o período do Estado Novo ou, mais recentemente, como *Depois do adeus* (2012/2013), que retrata o regresso dos portugueses das ex-colônias. Este último título representa um corte na tendência de produção ficcional histórica em Portugal, dado que desenvolve um tema ocorrido há menos tempo, permitindo, por um lado, desafiar a necessidade de distância do passado para refletir (Sobchack, 1996) e, por outro lado, reforçar o papel da televisão como *historiador autorizado* (Dayan & Katz, 1992).

Se olharmos para a produção ficcional televisiva portuguesa considerada histórica nas últimas duas décadas (1990-2012) – títulos desenrolados num tempo passado e/ou sobre temas e personali-

dades reais –, encontramos 35 títulos. Desses títulos, 40% situam-se, de fato, num passado recente (entre 1930 e 1970), seguindo-se, com uma taxa de incidência de 26%, a adaptação de obras de autores canônicos do século XIX e, com 20%, as duas primeiras décadas do século XX (Primeira República e consequente instabilidade governamental). Os restantes 14% dos títulos estão espalhados por épocas indiferenciadas (Torres & Burnay, 2013).

Numa divisão por canais, percebe-se que o serviço público faz uma aposta continuada nesse tipo de conteúdo (27 títulos), enquanto que os canais privados fazem-no de forma irregular e no cumprimento de outros objetivos, como a criação de momentos fantásticos no ecrã (*Equador*, TVI) ou a exploração da vida privada de personalidades (*A vida privada de Salazar*, SIC) (Burnay & Lopes, 2013).

Em 2012, foram identificados dois títulos considerados históricos – *Perdidamente Florbela* e *Barcelona, cidade neutral* (RTP1) – e um de época – *Anjo Meu* (TVI). *Perdidamente Florbela* apresenta a vida da poetisa portuguesa Florbela Espanca durante o princípio do século XX. Realizada por Vicente Alves do Ó, o longa-metragem, que passou a uma minissérie de três episódios, percorreu salas de cinema e festivais nacionais e internacionais (Rio de Janeiro, Bissau, Espanha, Estados Unidos), acumulando nomeações e prêmios. *Barcelona, cidade neutral*, também minissérie, mas, nesse caso, produzida diretamente para a televisão, retrata a vivência em Barcelona durante a Primeira Guerra Mundial, como cidade neutral. Mais uma vez, o canal de serviço público participou na produção mediante investimento financeiro, permitindo não só a presença de atores portugueses, mas também a possibilidade de transmissão na televisão. O último título evocado é uma telenovela. A trama de *Anjo meu* aproveitou a década de 70 do século XX como pano de fundo e temático para o desenvolvimento da história, não se verificando a presença de enredos reais situados historicamente.

A instabilidade do futuro do canal de serviço público, principal impulsionador de conteúdos dessa natureza, deixa também em aberto o futuro desse gênero de ficção.

Referências

- AUGÉ, M. *Não Lugares*: introdução a uma antropologia da sobremodernidade. Lisboa: Bertrand Editora, 1994.
- BAUMAN, Z. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- BHABHA, H. *Nation and Narration*. Nova York: Routledge, 2006.
- BURNAY, C. D.; LOPES, P. History into Stories: portuguese memories and television fictional narratives. *Revista VIA*, Centre d'Estudis Jordi Pujol, Barcelona, 2013 [no prelo].
- DAYAN, D., KATZ, E. *Media events: the live broadcasting of history*. Cambridge: Harvard University Press, 1992.
- EDGERTON, G. R. "Where the past comes alive?": television, history and collective memory. In: WASKO, J. (ed.) *A companion to television*. United Kingdom: Blackwell, 2010, pp. 361-378.
- FELDMAN-BIANCO, B. Reconstruindo a saudade portuguesa em vídeo: histórias orais, artefatos visuais e a tradição de códigos culturais na pesquisa etnológica. *Horizontes Antropológicos*, ano 1, n.º 2, Porto Alegre: UFRGS, 1995, pp. 73-86.
- GANITO, C.; BURNAY, C.D.; FERREIRA, C. Serialized Participatory Culture: The Digital Transformation of Youth Audiences. *Observatório (OBS*) Journal Obercom*, 2012, pp. 51-78.
- JENKINS, R. *Social Identity*. London: Routledge, 1996.
- MARTINS, G. O. *Portugal*: identidade e diferença. Lisboa: Gradiva, 2007.
- MONTEIRO, P. Espaço público no centro comercial: o Amoreiras como porta de entrada. *Trajectos – Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, n.º 3, Lisboa: ISCTE, 2003, pp. 9-19.
- RUEDA, J. C. Esta tierra es mía. Espacios históricos y geografía de la memoria en la ficción televisiva española. *Haol*, 26, pp. 27-39, 2011.
- SOBCHACK, V. *The persistence of history: cinema, television and the modern event*. Nova York / Londres: Routledge, 1996.
- TORRES, E. C.; BURNAY, C. D. The subject-matter of audiovisual historical fiction in Portugal (1909-2010). In: Cabecinhas, R. & Abadia, L. (eds.). *Narratives and social memory: theoretical and methodological approaches*. Braga: University of Minho, 2013. pp. 190-201.
- YESTE, E. Los medios revisitando el pasado: los límites dela memoria. *Análise*, 38, pp. 71-84, 2009.

URUGUAI: PROCURANDO UM MODELO SUSTENTÁVEL

Autora:

Rosario Sánchez Vilela

Equipe:

Paula Santos, Lucía Allegro,
Eugenia Armúa, Isabel Dighiero

1. O contexto audiovisual no Uruguai

Introdução

A produção audiovisual no Uruguai sempre teve que enfrentar o problema dos altos custos em relação a um mercado pequeno. As exigências de políticas de estímulo e fomento e de tempo de televisão para a produção nacional têm sido recorrentes ao longo do tempo, enquanto os empresários costumam insistir nas dificuldades para recuperar o investimento. Assim sendo, a sustentabilidade da produção é um dos determinantes para os diversos atores, e seu peso é ainda maior quando se trata de ficção televisiva. Ao mesmo tempo, iniciativas para legislar sobre os serviços audiovisuais e a chegada da televisão digital terrestre desencadeiam posições diversas e geram expectativas a respeito da transformação da televisão. Contudo, a caminhada tem sido em zigue-zague, isso quando a ação não foi deixada em suspenso. Enquanto isso e apesar de tudo, a produção audiovisual mostra alguns sinais de vitalidade e persistência: o cinema nacional estreou 15 títulos em 2012, com uma bilheteria correspondente a 72.274¹ entradas vendidas; em torno de 150 produtoras de audiovisuais ativas diversificam suas linhas de trabalho;

¹ Fonte: dados proporcionados por Icau (Instituto del Cine y del Audiovisual).

a televisão aberta volta a oferecer três produções de ficção televisiva, embora nenhuma delas tenha chegado a integrar o *top ten*.

As alianças estratégicas dirigidas à exportação das produções nacionais são uma constante entre diversos atores vinculados tanto a produtoras independentes quanto às áreas de produção dos canais. Nesse sentido, a Saeta Canal 10, emissora que mais tem se dedicado à produção de ficção nos últimos anos, desenvolve diversas associações com recursos estrangeiros (produtoras, roteiristas, diretores), ao mesmo tempo em que vem criando instâncias de *pitching* dentro do canal para detectar novos produtos e que comercializa suas produções por meio de acordos com a Telemundo Internacional ou a Flor Latina. Outro sinal desse olhar dirigido à internacionalização da produção nacional é o fato de que a OZ Media, ao festejar seus dez anos, tenha organizado um evento, o MonTV, cujo eixo temático foram os novos modelos de negócios televisivos, a criação de novos formatos e sua comercialização e distribuição nos mercados internacionais. Além da OZ Media, nos últimos anos, várias produtoras independentes (Microtime, Nepal Films, Contenidos TV, entre outras) se apresentam em feiras internacionais e festivais com a finalidade de vender seus formatos².

1.1. A televisão aberta

O sistema de televisão aberta no Uruguai é composto por 28 emissoras privadas e 33 públicas, concedidas à Televisión Nacional Uruguay (TNU, Canal 5)³. A televisão aberta privada está composta por três frequências localizadas em Montevidéu e ligadas a três grupos econômicos: De Feo-Fontaina, proprietário do Canal 10, Romay-Salvo/Romay-Eccher, proprietário do Canal 4, e Cardoso-Pombo-Scheck, proprietário do Canal 12. Das outras 25 emissoras

² <http://elobservador.com.uy/noticia/237518/productoras-van-tras-las-ideas-con-audien-cia-global/>

³ Fonte: Unidad Reguladora de Servicios Comunicacionales (Ursec). Lista de emissoras disponível em: http://www.ursec.gub.uy/scripts/templates/portada.asp?nota=Contenidos/Operadores/Radiodifusion/AM%20%20FM/DATOS%20TECNICOS%20EMISORAS&Despliegue=DATOS_big.asp

privadas, sete são de propriedade de algum desses grupos ou de sua associação na Rutsa⁴. Por meio dessa empresa, fornecem conteúdos para outros dez canais do interior do país⁵.

Apesar de não serem redes nacionais, a programação dos canais metropolitanos privados, assim como a da televisão pública (também sediada em Montevidéu), expandem-se para outras regiões do país. Por outro lado, os canais locais do interior produzem alguns programas, principalmente noticiários, mas não fazem ficção. O estudo da equipe Obitel Uruguai tem seu foco nos quatro canais que estão registrados no Gráfico 1. Além das razões que se identificam na descrição exposta, é relevante o fato de que Montevidéu e a área metropolitana concentrem metade da população do país. Por sua vez, as medições de audiência do Ibope também são realizadas com essa população⁶.

Gráfico 1. Emissoras nacionais de televisão aberta no Uruguai

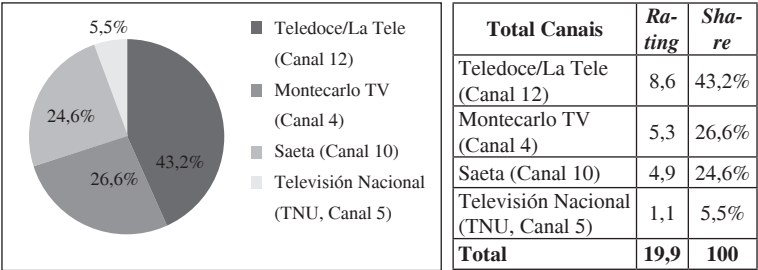
EMISSORAS PRIVADAS (3)	EMISSORAS PÚBLICAS (1)
Montecarlo TV (Canal 4)	Televisión Nacional (TNU, Canal 5)
Saeta (Canal 10)	
Teledoce/La Tele (Canal 12)	
TOTAL DE EMISSORAS = 4	

⁴ Red Uruguaya de Televisión S. A., também chamada “La Red”.

⁵ Os detalhes sobre a concentração de propriedade e controle sobre o sistema geral de televisão podem ser consultados em: LANZA, Edison; BUQUET, Gustavo. *La televisión privada comercial en Uruguay: caracterización de la concentración de la propiedad, las audiencias y la programación*. Montevidéu: Fesur, 2011. Ver gráficos nas páginas 14 a 21.

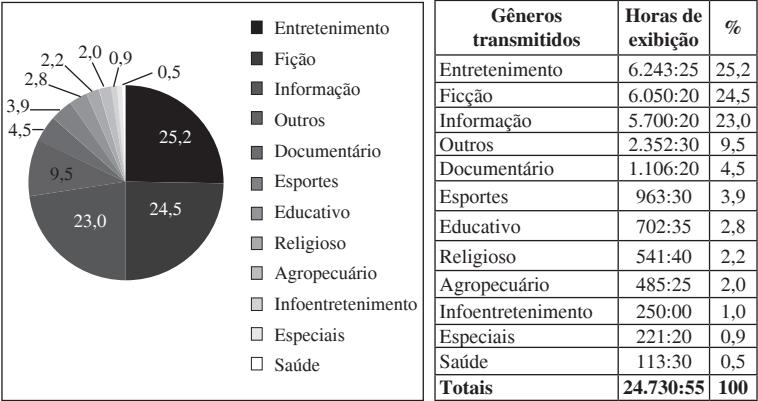
⁶ O Ibope realiza suas medições sobre um universo constituído por domicílios particulares de Montevidéu com, pelo menos, um televisor, abarcando indivíduos maiores de 4 anos que vivem nesses domicílios. Em 2012, o universo de domicílios foi de 438.822. Um ponto de *rating* equivale a 1% do universo de referência.

Gráfico 2. Audiência e share por canal



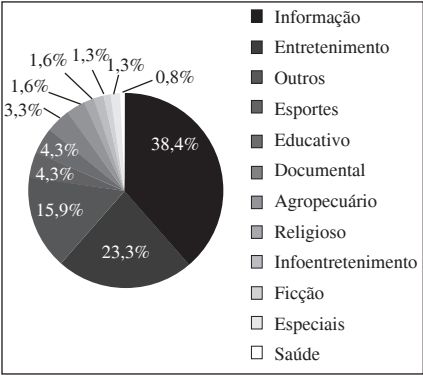
Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

Gráfico 3. Oferta de gêneros na programação da TV



Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

Gráfico 4. Oferta de produção nacional por gênero



Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

A oferta de programação da televisão aberta revela que Entretenimento, Ficção e Informação concentram as maiores porcentagens do tempo de emissão: 72,7% do total. A programação de origem nacional ocupou 14.810:15 horas, ou seja, representa quase 60% do total do tempo de emissão. Ao analisar sua composição, observa-se que 38% da produção nacional foi dedicada a gêneros informativos, e 23,3%, a entretenimento, enquanto a ficção nacional representou 1,3% do total de horas.

1.2. Investimentos publicitários do ano: na TV e na ficção

Estabelecer com exatidão qual foi o investimento publicitário na ficção televisiva em 2012 não é uma tarefa fácil. A informação disponível é parcial e dispersa. Contudo, procuramos diferentes fontes, visando a uma aproximação ao tema.

O investimento publicitário global no Uruguai, em 2012, está estimado em 263 milhões de dólares, segundo um relatório do Cinve⁷. No documento, assinala-se que: “Em 2012, manter-se-iam estáveis as participações da TV aberta (56%) e do rádio (14%), enquanto haveria uma queda na participação do investimento na imprensa escrita (9%). No entanto, observa-se um leve aumento da participação pública (14%). Por fim, destaca-se que, embora ainda represente porcentagens muito baixas, a participação do investimento em internet (5%) continua crescendo sistematicamente.” Segundo esses dados, então, o investimento publicitário em televisão estaria próximo dos 147 milhões de dólares.

Quanto desse investimento esteve concentrado na ficção televisiva? Pode-se ter uma ideia aproximada a partir dos dados de segundos de propaganda. Em 2012, o total de segundos destinados à propaganda em televisão foi de 13.324.208⁸, e o total da ficção foi

⁷ Relatório do Cinve (Centro de Investigaciones Económicas) para a Audap (Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad), de dezembro de 2012, <http://comunicacionpublicitaria.com.uy/la-industria-publicitaria-y-su-impacto-en-la-economia-uruguaya/>.

⁸ Fonte: dados proporcionados pelo Ibope Uruguai, a partir de Monitor Evolution, de janeiro a dezembro de 2012, incluindo todo o tipo de comerciais transmitidos em sequência.

de 2.557.177 segundos. Na ficção ibero-americana de estreia, foram emitidos 1.546.056 segundos de propaganda. Já no que se refere às ficções nacionais, as três tiveram uma distribuição desigual de espaços publicitários: *Bienes gananciales* teve 31.542 segundos, *Somos* teve 6.241 e *REC*, 859. Não é possível transformar esses dados em investimento econômico preciso com a informação que está disponível. É possível usar como referência as tarifas dos canais⁹, mas o custo final por segundo de propaganda é fruto de uma negociação com cada cliente. Realizadas diversas consultas a agências de publicidade e de mídias, os agentes assinalam que ao fim o preço do minuto de televisão oscila entre os 600 e os 2.500 dólares.

1.3. Políticas de comunicação

Em 11 de maio de 2012, o Poder Executivo aprovou o decreto referente ao marco regulatório da televisão digital¹⁰, que estabelece que, para Montevidéu e área metropolitana, existirão seis canais públicos (um deles fica reservado para a TNU, um para a Intendência Municipal de Montevidéu, outro para difundir canais públicos da região) e sete privados (deles, um será “espelho” dos canais privados 4, 10 e 12, e outros três poderão ser concedidos a cada um desses sinais, para que ampliem seus serviços no formato digital). Existirão também outros sete canais comunitários, sem fins lucrativos, que serão concedidos após licitação pública. Para o resto do país, serão concedidos três canais públicos (dos quais um será para a TNU), três privados e três comunitários.

O decreto estabelece a obrigação de destinar 15 minutos para campanhas de interesse público, sejam estatais ou não, e a exigência de promover produtos nacionais. Além disso, os serviços digitais devem oferecer, progressivamente, acessibilidade para pessoas com deficiências visuais e auditivas.

⁹ O segundo em horário central custa \$3.429; em horário noturno, \$1.649, e \$ 1.008 à tarde, segundo a lista de preços da Saeta Canal 10, de 1/01/2013, à qual tivemos acesso.

¹⁰ Decreto original: http://archivo.presidencia.gub.uy/sci/decretos/2012/05/miem_585.pdf

Também se estabelece uma série de condições para a concessão dos sinais àqueles que se apresentem à licitação pública. Entre as exigências mais relevantes, cabe mencionar a demonstração de capacidade econômica e solvência moral, além da apresentação de um plano de comunicação e de negócios que será submetido à avaliação de uma Comissão Honorária Assessora e Independente, não vinculante, criada pelo mesmo decreto. As autorizações serão concedidas por 15 anos, com opção de renová-las a cada dez, “sempre que não haja uma avaliação negativa do plano de comunicação e sempre que não existam novos interessados pré-qualificados para os quais não restem canais disponíveis dentro dos reservados”¹¹. Contudo, em 31 de dezembro de 2012, o governo modificou esse decreto e isentou as emissoras privadas do cumprimento dos requisitos descritos, uma vez que “se entende que é conveniente propiciar a continuidade dos atuais serviços de radiodifusão de televisão comercial no novo meio digital, em atenção ao cumprimento de objetivos de interesse geral e cultural que ofereceram até agora e, para isso, serão levados em consideração os seus antecedentes nos procedimentos que forem estabelecidos”¹². Dessa maneira, os canais privados de televisão aberta do país (4, 10 e 12) obtêm de modo automático um sinal digital por um período de 15 anos, sem apresentar nenhum dos documentos que são solicitados aos novos interessados. Essa modificação e a data em que foi realizada causaram mal-estar, principalmente na Comissão Honorária Assessora Independente, responsável por avaliar os projetos.

O decreto assinado em 31 de dezembro expressava que a data limite para a apresentação de propostas para a TV digital perante a Unidade Reguladora de Serviços de Comunicações (Ursec) era 25

¹¹ O artigo 8º, “e”, expõe em detalhes o conteúdo que o plano deve ter: programação, quantidade e tipo de gêneros a oferecer, política de pauta publicitária, quantidade e tipo de produção nacional e própria, acessibilidade a pessoas com deficiências visuais e auditivas, emprego que gera, são alguns dos aspectos exigidos.

¹² <http://www.presidencia.gub.uy/wps/wcm/connect/presidencia/portalpresidencia/comunicacion/comunicacionnoticias/ejecutivo-aprobo-plego-para-llamado-tv-digital-abierta>

de fevereiro de 2013, mas, dois dias antes dessa data, o presidente José Mujica suspendeu “temporariamente” a convocação a interessados, alegando “razões de oportunidade e conveniência”¹³. A retomada da convocação é esperada para abril de 2013.

O acompanhamento desse tema nos dois últimos anuários do Obitel tem evidenciado avanços e retrocessos, mudanças de rumo que continuaram ao longo de 2012. No momento do *fechamento deste capítulo, já avançado o ano de 2013, ainda* está pendente a realização da nova convocação, mas alguns passos concretos foram dados. Em agosto de 2012, começaram as emissões-piloto do canal público TNU para Montevidéu. Os canais privados também já fizeram testes, mas não estão transmitindo em seus sinais digitais¹⁴. A data para o “apagão analógico” aparentemente está mantida: 21 de novembro de 2015.

No que se refere à Lei de Serviços Audiovisuais, o projeto está sendo analisado pelo Poder Executivo. Seus conteúdos têm sido revelados parcialmente em notas à imprensa, a partir de diversas fontes do governo, mas seu texto completo ainda não foi publicado nem chegou ao Parlamento¹⁵.

Em agosto de 2012, somou-se a esses debates em torno da mídia a convocatória, pelo Poder Executivo, de um Comitê Técnico Consultivo sobre direitos de meninos, meninas e adolescentes, liberdade de expressão e meios de comunicação, com a tarefa de elaborar uma série de recomendações a partir de uma agenda de discussão¹⁶.

¹³ Fontes: http://www.180.com.uy/articulo/26133_Asi-sera-la-TV-digital-uruguay; <http://www.elobservador.com.uy/noticia/242125/mujica-freno-llamado-sobre-tv-digital-tras-pedido-de-los-canales/>;

<http://www.presidencia.gub.uy/wps/wcm/connect/presidencia/portalpresidencia/comunicacion/comunicacionnoticias/ejecutivo-aprobo-pliego-para-llamado-tv-digital-abierta>; http://180.com.uy/articulo/32687_TV-digital-La-antiguedad-da-prioridad-a-canales-privados; <http://historico.elpais.com.uy/130124/ultmo-690824/ultimomomento/postergan-llamado-para-operar-la-television-digital/>

¹⁴ http://www.180.com.uy/articulo/28114_La-television-digital-llego-a-medias

¹⁵ <http://brecha.com.uy/index.php/politica-uruguay/1111-el-modelo-uruguayo>; http://www.montevideo.com.uy/noticias_174665_1.html

¹⁶ As atas de cada sessão foram divulgadas e, junto com o relatório e as recomendações finais, estão em: <http://www.presidencia.gub.uy/wps/wcm/connect/presidencia/portal>

O trabalho da comissão gerou alguns debates na imprensa referentes à articulação entre autorregulação e regulação, a conveniência de haver uma regulação sobre conteúdos e propaganda durante os horários de proteção à infância e na programação infantil, entre outros temas.

1.4. TV por assinatura

O número de serviços de televisão por assinatura teve um crescimento constante de um ano para outro: em dezembro de 2012, o número de assinantes chegou a 592.699, representando 55.887 a mais que no ano anterior¹⁷. Quanto à programação, nos canais a cabo nacionais continuam as tendências de anos anteriores: são transmitidos programas produzidos para os canais de TV aberta e, entre aqueles gerados especificamente por essas emissoras, predominam os jornalísticos, com diversas temáticas. Porém, a novidade em 2012 foi que, no canal público a cabo, foram oferecidos dois títulos de ficção nacional: *Laboratorio en casa* e *Contámela en colores*. Este último título se refere a diferentes momentos da história nacional e, portanto, está vinculado ao tema do ano, que será aprofundado na sessão correspondente. Quanto a *Laboratorio en casa*, trata-se de um programa destinado ao público infantil e com caráter educativo. É uma ficção produzida pela OZ Media que, de certa maneira, reconhece como fonte de inspiração *El mundo de Beakman*¹⁸, mas que, diferentemente deste, tem maior desenvolvimento ficcional: variedade de personagens, situações humorísticas, espaço doméstico no qual está inscrita a ação dos personagens, entre outros. Os componentes ficcionais são usados, assim, como marco no qual é desenvolvido o conteúdo educativo.

presidencia/comunicacion/informes/comite-consultivo-sobre-ninez-y-medios

¹⁷<http://www.ursec.gub.uy/scripts/locallib/imagenes/Informetelecomunicaciones-dic2012.pdf>

¹⁸ Entrevista com o produtor-geral Pablo Arriola, publicada no *El País*, 8/09/2012.

1.5. Tendências das TICs

No mercado de telecomunicações, existem 580.669 usuários de banda larga fixa em todo o Uruguai (97% operados pela companhia estatal Antel) e 1.084.500 de banda larga móvel. A telefonia móvel continua crescendo e chegou a um total de 4.995.459 de usuários em dezembro de 2012, o que representa uma teledensidade móvel de 151,5 linhas para cada cem habitantes¹⁹.

O estudo sobre o Perfil do Internauta Uruguaio apresentado anualmente pelo Grupo Radar²⁰ mostrou que, em 2012, o país alcança praticamente 2 milhões de usuários de internet (17% dispõem de conexão em seus telefones celulares e a usam principalmente para acessar as redes sociais), havendo um total de 1,2 milhão de usuários do Facebook, dos quais mais da metade acessa a rede todos os dias, e cerca de 140 mil usuários de Twitter (43% acessam todos os dias ou a cada dois ou três dias). Além disso, existem aproximadamente 150 mil blogs uruguaioes que são desenvolvidos, em sua maioria (56%), por jovens de menos de 20 anos.

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

Tabela 1. Ficções exibidas em 2013

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS: 3 SAETA, Canal 10 1. <i>Bienes gananciales</i> (série) 2. <i>Somos</i> (unitário) TNU, Canal 5 (Televisión Nacional del Uruguay) 3. <i>REC. Una serie casera</i> (minissérie)	TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS: 44 SAETA, Canal 10 1. <i>Amor real</i> (telenovela, México) 2. <i>Búsqueda desesperada</i> (minissérie, Espanha/Colômbia) 3. <i>En terapia</i> (série, Argentina) 4. <i>La promesa</i> (minissérie, Colômbia)
--	---

¹⁹ <http://www.ursec.gub.uy/scripts/locallib/imagenes/Informetelecomunicacionesdic2012.pdf>;

http://www.180.com.uy/articulo/29534_El-42-de-los-uruguayos-tiene-banda-ancha;
http://www.180.com.uy/articulo/31678_Uruguay-tiene-la-mejor-banda-ancha-de-la-region

²⁰ <http://www.gruporadar.com.uy/01/wp-content/uploads/2012/08/El-Perfil-del-Internauta-Uruguayo-Resumen-ejecutivo.pdf>

5. *Los Sánchez* (telenovela, México)
6. *Mentes en shock* (série, Colômbia/Estados Unidos)
7. *Reparaciones* (unitário, Argentina)
8. *Super Pa* (serie, Colômbia)
9. *Una maid en Manhattan* (telenovela, Estados Unidos)

TELEDOCE, Canal 12

10. *Condicionados* (minissérie, Argentina)
11. *Cuchicheos* (telenovela, Brasil)
12. *Cuento encantado* (telenovela, Brasil)
13. *Daños colaterales* (unitário, Argentina)
14. *El astro* (telenovela, Brasil)
15. *Escrito en las estrellas* (telenovela, Brasil)
16. *Fina estampa* (telenovela, Brasil)
17. *Herederos de una venganza* (telenovela, Argentina)
18. *Insensato corazón* (telenovela, Brasil)
19. *Maltratadas* (unitário, Argentina)
20. *Passione* (telenovela, Brasil)
21. *Sos mi hombre* (telenovela, Argentina)
22. *Violetta* (telenovela, Argentina-Estados Unidos)

MONTECARLO, Canal 4

23. *40 y tantos* (telenovela, Chile)
24. *Abismo de pasión* (telenovela, México)
25. *Al fondo hay sitio* (telenovela, Perú)
26. *Amar y temer* (telenovela, Colombia)
27. *Amor bravío* (telenovela, México)
28. *Aquí mando yo* (telenovela, Chile)
29. *Dos hogares* (telenovela, México/Estados Unidos)
30. *Dulce amor* (telenovela, Argentina)
31. *El hombre de tu vida* (serie, Argentina)
32. *Graduados* (telenovela, Argentina)

33. *Herederos del monte* (telenovela, Colômbia/Estados Unidos)
34. *La dueña* (telenovela, Argentina)
35. *La fuerza del destino* (telenovela, México)
36. *Los caballeros las prefieren brutas* (série, Colômbia/Estados Unidos)
37. *Pablo Escobar: el patrón del mal* (telenovela, Colômbia)
38. *Pasión de gavilanes* (telenovela, Colômbia/Estados Unidos)
39. *Triunfo del amor* (telenovela, México)
40. *Vecinos* (Telenovela, Colômbia)

TNU, Canal 5 (Televisión Nacional del Uruguay)

41. *Amar en tiempos revueltos* (série, Espanha)
42. *Cuéntame* (série, Espanha)
43. *El show de Alejandro Molina* (série, Argentina)
44. *Vientos de agua* (minissérie, Argentina/Espanha)

TÍTULOS IBERO-AMERICANOS REPETIDOS: 9

SAETA, Canal 10

1. *Ana y los 7* (série, Espanha)
2. *Trillizos* (telenovela, Argentina)
3. *La niñera* (série, Argentina)

TELEDOCE, Canal 12

4. *El chapulín colorado* (série, México)
5. *El Chavo* (serie, México)

MONTECARLO, Canal 4

6. *Casados con hijos* (serie, Argentina)
7. *Floricienta* (telenovela, Argentina)
8. *Supertorpe* (serie, Argentina)

TNU, Canal 5

9. *Ciega a Citas* (telenovela, Argentina)

REPETICIONES TÍTULOS NACIONALES: 1

1. *SAETA*, Canal 10

Na programação da televisão aberta, a ficção, em seu conjunto, representou 24,5% do total, e a ficção ibero-americana de estreia representou 8,9%, ocupando 2.224:35 do total de 24.730:55 horas. Os títulos de estreia são, em sua maioria, produções importadas: de um total de 47, apenas 3 são de produção nacional (Tabela 1). Ao observar a distribuição dos títulos em relação aos canais que os exibem, ficam claras algumas tendências persistentes: a Montecarlo é a emissora que oferece a maior quantidade de títulos (17) de diversas origens; a seguir, vem a Teledoce, com 12 títulos exclusivamente de origem argentina ou brasileira; a Saeta estreia dez títulos, entre os quais inclui duas produções nacionais; a TNU aumenta a oferta de títulos de ficção ibero-americanos em relação a outros anos: cinco títulos, um deles de produção nacional.

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

País	Títulos	%	Capítulos/ Episódios	%	Horas	%
NACIONAL (total)	3	6,4	82	2,6	36:35	1,6
IBERO-AMERICANA (total)	44	93,6	3.052	97,4	2.188:00	98,4
Argentina	12	25,5	658	21,0	514:00	23,1
Brasil	7	14,9	668	21,3	490:30	22,1
Chile	2	4,3	137	4,4	65:00	2,9
Colômbia	4	8,5	235	7,5	165:12:00	7,4
Equador	0	0	0	0	0	0
Espanha	2	4,3	557	17,8	405:20	18,2
EUA (produção hispânica)	1	2,1	61	1,9	46:05	2,1
México	6	12,8	372	11,9	252:10	11,3
Peru	1	2,1	28	0,9	16:40	0,7
Portugal	0	0	0		0	0
URUGUAI	3	6,4	82	2,6	36:35	1,6
Venezuela	0	0	0	0	0	0
Latino-americana (âmbito não Obitel)	0	0	0	0	0	0
Outras (produções e coproduc. de outros países latino-am./ibero-am.)	9	19,1	336	10,7	232:30	10,5
TOTAL	47	100	3.134	100	2.224:35	100

Fonte: Obitel-Urugui, a partir de dados do Ibope

A oferta de estreias manteve a tendência ao crescimento que se manifestou em 2011²¹. A composição dos 47 títulos segundo sua origem evidencia que as maiores porcentagens correspondem a ficções de origem argentina e brasileira, embora se tenha registrado um aumento das coproduções, que triplicaram com relação aos dois anos anteriores. Diminuiu a presença do México, e, por outro lado, apresenta-se a novidade da ficção de origem peruana, pouco habitual na tela nacional. A presença de ficção nacional se mantém nos mesmos termos dos últimos três anos: três títulos, 1,6% do total de tempo de emissão da ficção de estreia.

²¹ Ver Anuários 2011 e 2012: a oferta de estreias foi de 37 títulos em 2010 e passou a 46 em 2011.

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

Faixas horárias	Nacionais				Ibero-Americanas				Total			
	Cap./Ep.	%	H	%	Cap./Ep.	%	H	%	Cap./Ep.	%	H	%
Manhã (6:00-12:00)*	0	0	0	0	110	3,6	67:50	3,1	110	3,5	67:50	3,1
Tarde (12:00- 19:00)	0	0	0	0	1147	37,6	816:20	37,3	1147	36,6	816:20	36,6
Horário nobre (19:00-22:00)	76	92,7	31:45	86,7	1082	35,5	868:50	39,7	1158	37,0	900:30	40,5
Noturno (22:00-6:00)	6	7,3	4:50	13,3	713	23,4	434:30	19,9	719	22,9	439:20	19,8
TOTAL	82	100	36:35	100	3052	100	2.187:30	100	3134	100	2.224:00	100

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais						Ibero-Americanas					
	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%	Títulos	%	Cap./Ep.	%	Horas	%
Telenovela	0	0	0	0	0	0	29	65,9	2.266	74,2	1.641:20	75,0
Série	1	33,3	67	81,7	28:30	78,0	8	18,4	677	22,2	471:25	21,6
Minissérie	1	33,3	9	11,0	03:15	8,9	4	9,1	94	3,1	64:20	2,9
Telefilme	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unitário	1	33,3	6	7,3	04:50	13,1	3	6,6	15	0,5	10:25	0,5
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Outros (<i>soap opera</i> etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	3	100	82	100	36:35	100	44	100	3.052	100,0	2.187:30	100

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

Tabela 5. Formatos da ficção nacional por faixa horária

Formatos	Manhã	%	Tarde	%	Horário nobre	%	No- turno	%	Total	%
Telenovela	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Série	0	0	0	0	1	50,0	0	0	1	33,3
Minissérie	0	0	0	0	1	50,0	0	0	1	33,3
Telefilme	0	0	0	0	0	0	0	0		
Unitário	0	0	0	0	0	0	1	0	1	33,3
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Outros (<i>soap opera</i> etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	0	0	0	0	2	100	1	0	3	100

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

Tabela 6. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	41	87,2
de Época	5	10,6
Histórica	1	2,2
Outra	0	0
TOTAL	47	100

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

Mais de 70% dos capítulos de estreia estão distribuídos entre a tarde e o horário nobre, com uma escassa diferença a favor deste último. As ficções nacionais foram ao ar em horário central, três vezes por semana, no caso de *Bienes gananciales*, e aos sábados, no caso de *REC*; por sua vez, *Somos* foi ao ar no horário noturno. Com relação aos formatos, a telenovela continua sendo dominante, com 29 títulos e 75% do tempo de transmissão. Em segundo lugar, embora muito abaixo, estão as séries, com oito títulos e 21,6% de tempo de tela. Nas ficções nacionais, a série e o unitário são os formatos adotados pelas produções do Canal 10, e, apesar de *REC* se apresentar como série, optamos por classificá-la como minissérie, uma vez que a quantidade de capítulos se ajusta mais a esse formato. As histó-

rias das ficções situaram-se predominantemente no presente, cinco títulos desenvolveram ambientação de época, com maior ou menor precisão temporal, e apenas uma ficção, *Pablo Escobar: el patrón del mal*, pode ser situada na categoria de histórica.

2.1. Os dez títulos mais vistos

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

Título		País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	Canal	Nome do roteirista ou autor da ideia original	Rating	Share
1	<i>Insensato corazón</i>	Brasil	TV Globo	Teledoce	Gilberto Braga, Ricardo Linhares	20,7	32,0
2	<i>Sos mi hombre</i>	Argentina	Polka	Teledoce	Leandro Calderone	17,2	29,0
3	<i>Passione</i>	Brasil	TV Globo	Teledoce	Silvio de Abreu	14,8	29,0
4	<i>El Astro</i>	Brasil	TV Globo	Teledoce	Baseada na telenovela (1977) homônima de Janete Clair, foi escrita por Alcides Nogueira e Geraldo Carneiro, com colaboração de Tarcisio Lara Puiati e Vitor de Oliveira. Produção: Mauro Mendonça Filho	14,8	25,0
5	<i>Escrito en las estrellas</i>	Brasil	TV Globo	Teledoce	Elizabeth Jhin	14,5	28,0
6	<i>Cuchi-cheos</i>	Brasil	TV Globo	Teledoce	Roteiro de Maria Adelaide Amaral. Baseada na novela <i>Ti-ti-ti</i> , de Cassiano Gabus Mendes	14,2	27,5
7	<i>Herederos de una venganza</i>	Argentina	Polka	Teledoce	Leandro Calderone	14,2	24,0

8	<i>Fina estampa</i>	Brasil	TV Globo	Teledoce	Aguinaldo Silva	14,1	28,0
9	<i>Dulce amor</i>	Argentina	L.C. Acción Producciones e Telefé	Montecarlo	Quique Estevanez, Marcelo Nacci, Laura Barneix	12,3	20,0
10	<i>Maltratadas</i>	Argentina	Flor Latina	Teledoce	Esther Feldaman, Alejandro Maci	11,4	25,0
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros: 10			
100%				100%			

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

A liderança na audiência é disputada entre ficções brasileiras e argentinas. Pelo segundo ano consecutivo, uma produção brasileira ocupa o primeiro lugar, mas, além disso, cresce a presença de ficções com origem nesse país: seis entre as dez mais vistas, o dobro de 2011. Repetem-se dois títulos do *ranking* de 2011: *Passione* e *Herederos de una venganza*, que começaram a ser transmitidos naquele ano e voltam a captar a atenção das audiências.

Os dez títulos estão situados no horário nobre e no pré-horário nobre, além do horário noturno, como é o caso de *Maltratadas* ou *Herederos de...* Um aspecto interessante a destacar é que o primeiro lugar é ocupado por *Insensato corazón*, que recupera para a telenovela brasileira um horário que lhe era tradicional, depois do noticiário principal.

Ao contrário dos últimos três anos, em 2012 nenhuma das produções nacionais conseguiu ficar entre os dez títulos mais vistos. Das três ficções uruguaias, a que ficou mais próxima foi *Bienes gananciales*, com 10 pontos de *rating* e 15 de *share* (a pouco mais de um ponto de *Maltratadas*, mas com uma diferença de dez pontos no *share*); *Somos* obteve 8,7% de *rating* e 16% de *share*, enquanto *REC. Una série casera* teve 1% de *rating* e 2% de *share* – porcentagens que estão entre as posições mais elevadas que os programas do canal público costumam obter.

A liderança da Teledoce foi quase absoluta: apenas um título não é emitido pela emissora, com o que confirma sua posição de 2011, enquanto, em 2010, a Saeta havia conseguido situar cinco de seus títulos nos dez primeiros lugares. O Canal 12 é o que menos ficção nacional produziu: depois de *La oveja negra*, em 2007, e *Las novias de Travolta*, em 2009, transmitiu *Adicciones*, em 2011, que obteve o segundo lugar nos dez primeiros desse ano, embora não se tratasse de uma produção do canal, e sim da Contenidos TV, produtora que gera vários de seus programas. Deve-se assinalar que *Maltratadas* surgiu originalmente como uma coprodução argentino-uruguaia com participação da Teledoce. A investigação sobre casos de violência doméstica, temática abordada por essa ficção, realizou-se na Teledoce, e o piloto (que depois foi o primeiro capítulo) foi rodado no Uruguai. Finalmente, o projeto foi financiado com fundos do Instituto del Cine de Argentina e foi desvinculado da participação da Teledoce, razão pela qual o projeto de ficção nacional desse canal, do qual se vinha falando há anos, não pôde ser concretizado como tal.

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

	Título	Formato	Gênero	Nº de Cap/ Ep. (em 2012)	Datas da primeira e da última emissões (em 2012) (*)	Faixa horária
1	<i>Insensato corazón</i>	Telenovela	Drama Romance	146	10/04/2012 a 25/12/2012	Horário nobre
2	<i>Sos mi hombre</i>	Telenovela	Melodrama	55	24/09/2012 a 27/12/2012	Noturno
3	<i>Passione</i>	Telenovela	Drama Romance	117	02/01/2012 a 12/06/2012	Horário nobre
4	<i>El Astro</i>	Telenovela	Drama	50	23/07/2012 a 31/12/2012 (cont.)	Horário nobre

5	<i>Escrito en las estrellas</i>	Telenovela	Drama Romance	105	13/06/2012 a 06/11/2012	Tarde
6	<i>Cuchicheos</i>	Telenovela	Romance Comedia	107	02/01/2012 a 20/07/2012	Tarde
7	<i>Herederos de una venganza</i>	Telenovela	Melodrama	48	02/01/2012 a 22/03/2012	Horário nobre
8	<i>Fina estampa</i>	Telenovela	Melodrama	66	01/10/2012 a 31/12/2012 (cont.)	Horário nobre
9	<i>Dulce amor</i>	Telenovela	Melodrama	231	13/02/2012 a 31/12/2012 (cont.)	Horário nobre
10	<i>Maltratadas</i>	Unitário	Drama	13	02/09/2012 a 25/11/2012	Noturno

Fonte: Obitel Uruguai

Tabela 9. Temáticas nos dez títulos mais vistos

Títulos		TEMÁTICAS DOMINANTES	TEMÁTICAS SOCIAIS
1	<i>Insensato corazón</i>	Rivalidade entre irmãos, amor e vingança.	Gravidez indesejada, homossexualidade, discriminação, corrupção.
2	<i>Sos mi hombre</i>	Amor/triângulo amoroso, relações familiares e de bairro, o box e seu mundo.	Justiça e impunidade, homossexualidade, combate à homofobia, igualdade de gênero e esporte.
3	<i>Passione</i>	Disputa pelo poder no mundo empresarial, amor e vingança, adultério, troca de identidade, bastardia.	Trabalho infantil, abandono, adoção, gravidez na adolescência, aborto, drogadição, pedofilia, inclusão social de cegos.
4	<i>El Astro</i>	Ilusionismo, amor, crime, mundo empresarial.	Violência doméstica, delinquência, discriminação.
5	<i>Escrito en las estrellas</i>	Morte e vida após a morte, ambição, identidade secreta, diferenças de classe.	Inseminação artificial, relações intergeracionais, inclusão social, diversidade cultural.
6	<i>Cuchicheos</i>	Mundo da moda, ambição, inveja e vingança, amnésia, identidade oculta e revelação.	Homossexualidade, prevenção/tratamentos de doenças, diversidade cultural.

7	<i>Here-deros de una venganza</i>	Sociedades secretas, salvadores e malditos, profecias e castigos, amor e vingança, incesto.	Alcoolismo, homossexualidade, ordem baseada em princípios de justiça <i>versus</i> justiça pelas próprias mãos, corrupção, justiça e impunidade.
8	<i>Fina estampa</i>	Maternidade, relações, identidade secreta, diferenças de classe e confronto.	Fecundação <i>in vitro</i> , disputa pela guarda de filhos, novas configurações da família, violência doméstica.
9	<i>Dulce amor</i>	Amor, triângulos amorosos, bastardia, segredo, relações familiares, diferenças sociais.	Transtornos obsessivo-compulsivos.
10	<i>Maltratadas</i>	Amor, relações de trabalho e familiares.	Violência doméstica, assédio sexual, proxenetismo.

Fonte: Obitel Uruguai

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

Títulos		Ca-nal	Gênero %		Faixas etárias %								Nível socioeco-nômico %				
			Mul-heres	Ho-mens	4-11	12-17	18-24	25-34	35-49	50-59	60+	A+ A-	M+	M	M-	B+ B-	
1	<i>Insensato corazón</i>	Tele-doce	63	37	5	5	5	9	22	16	38	16	20	22	17	25	
2	<i>Sos mi hombre</i>	Tele-doce	62	38	6	8	10	15	24	12	24	22	15	19	16	27	
3	<i>Passione</i>	Tele-doce	70	30	4	5	6	11	19	13	42	10	20	21	20	29	
4	<i>El astro</i>	Tele-doce	72	28	6	6	7	10	20	16	35	10	18	28	18	27	
5	<i>Escrito en las estrellas</i>	Tele-doce	73	27	6	5	7	12	16	14	38	9	15	28	20	27	

²⁴ Fonte: Obitel-Uruguai a partir de dados do IBOPE.

²⁵ *El Baño del Papa* teve 156 mil espectadores, seguido por *La Sociedad de la Nieve*, com 141 mil e *Pepita la Pistolera*, com 133.500. São dados do IBOPE publicados na nota de “Nunca se vio tanto cine nacional como en 2011”. Portal 180, 28/12/2011, www.180.com.uy

²⁶ Ver Lucía Ibiñete, *Producción de ficción nacional en televisión*, Memoria de Grado, Universidad Católica del Uruguay, Montevideo, 2007.

6	<i>Cuchi-cheos</i>	Tele-doce	71	29	6	7	6	10	18	14	40	7	19	22	21	32
7	<i>Here-deros de una venganza</i>	Tele-doce	67	33	6	8	9	14	20	13	29	15	14	17	25	29
8	<i>Fina estampa</i>	Tele-doce	73	27	5	5	6	10	20	13	41	13	15	23	22	27
9	<i>Dulce amor</i>	Mon-tecar-lo	73	27	7	4	9	14	21	16	30	18	15	22	16	29
10	<i>Maltrata-das</i>	Tele-doce	61	39	3	5	8	17	27	13	27	21	15	19	16	28

Fonte: Obitel Uruguai, a partir de dados do Ibope

A composição da audiência mostra uma alta porcentagem feminina: entre 61% e 73% do público dos dez títulos mais vistos são mulheres. O público masculino nunca supera 39%, e sua maior presença é registrada em títulos que vão ao ar entre o horário nobre e o noturno. O perfil etário volta a constatar o predomínio da população de mais de 60 anos: entre 38% e 42% da audiência desses títulos corresponde a essa faixa etária. Outra faixa na qual se registram porcentagens altas é entre 35 e 49 anos. Crianças, adolescentes e jovens compõem a menor porção da audiência. Não obstante, pode-se observar que, em uma faixa que vai de um mínimo de 3% até 7% da audiência, encontram-se espectadores que têm entre 4 e 11 anos; também entre 4% e 9% da audiência corresponde à faixa etária de 12 a 17 anos, e nenhum desses títulos está especificamente destinado a essa população.

Com relação ao nível socioeconômico, a maior porção da audiência está situada nos três segmentos correspondentes ao nível médio. Os setores baixo e muito baixo compõem entre 25% e 32% da audiência, mas, em todos os casos, a soma dos três segmentos médios supera essas porcentagens. Entre os setores altos, os títulos que concentraram maior atenção foram *Sos mi hombre* e *Maltratadas*, com 22% e 21%, respectivamente.

3. A recepção transmidiática

Diferentemente de 2011, quando o Uruguai contou com uma ficção televisiva dirigida ao público adolescente²², o que implicou uma grande mobilização de recursos transmidiáticos, a oferta de programas com extensões na internet em 2012 é escassa. Por outro lado, em 2012, nenhuma das ficções nacionais conseguiu ficar entre os dez títulos mais assistidos. Das três produções nacionais do ano, escolheu-se estudar o caso de *REC. Una serie casera*, por se tratar de uma produção nacional que, por suas personagens, sua temática e o perfil de seus realizadores, parecia destinada a um público jovem e, portanto, mais inclinado a participar e usar a internet.

A série foi emitida pela primeira vez no canal público (TNU) no mês de outubro de 2012, e, enquanto esteve no ar (um total de nove episódios de frequência semanal), contou com um espaço definido dentro da página da TNU na internet. Ali era possível encontrar uma breve descrição do argumento da ficção, os nomes de criadores e protagonistas e o horário em que a série ia ao ar. Os capítulos de *REC* podiam ser vistos em www.tnu.com.uy no mesmo horário em que eram transmitidos pelo canal, mas os episódios não eram postados para serem assistidos posteriormente, nem estão agora dentro do material de arquivo. A página do canal não ofereceu um espaço determinado para fazer comentários nem um local onde a audiência pudesse trocar ideias e opiniões. Contudo, a série contou com uma página oficial no Facebook²³, que teve um total de 1.450 “Curtir”. Além da página oficial, há um grupo no Facebook chamado “serie rec!”²⁴, que é aberto e onde se convida qualquer interessado a participar como extra, fala-se sobre as locações nas quais a série é filmada, os *castings* e são respondidas perguntas técnicas. O grupo conta com 87 membros.

²² *Dance! La fuerza del corazón*, emitida pela Saeta Canal 10.

²³ <http://www.facebook.com/serieREC?fref=ts>

²⁴ <http://www.facebook.com/#!/groups/390347437649601/?fref=ts>

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

Ficção escolhida	Emissora	Páginas na internet	Tipos de interação transmidiática	Níveis de interatividade	Práticas dominantes dos usuários
REC	TNU-Canal 5	Página oficial da emissora	Visualização no momento da transmissão	Passiva	Nenhuma
		Página no Facebook	Interativa	Ativa	Comentário Celebração
		Grupo do Facebook	Visualização interativa	Ativa	Comentário

Fonte: Obitel Uruguai

Como mostra a Tabela 11, há atividade tanto na página quanto no grupo do Facebook, e a prática dominante consiste na realização de comentários. A página oficial da emissora só permite uma interatividade passiva e limitada no tempo, de modo que não há possibilidade de identificar práticas dos usuários.

O Facebook foi a rede social escolhida para a observação, que abrangeu todos os comentários realizados desde que foi criada a página na rede social. Com um número de 1.450 amigos, o Facebook registra cinco pessoas que falaram da página, enquanto os *posts* publicados foram 113. O número de “curtidas” dos *posts* foi de 1.361, os comentários feitos sobre esses *posts* foram 122, e o número de “compartilhamentos” chegou a 1.011. A maioria dos comentários realizados é de pedidos de esclarecimento sobre onde é possível encontrar os episódios já transmitidos, o que demonstra o interesse pela série e a crescente demanda por disponibilidade do produto em outros formatos. Em resposta a isso, os administradores da página (que provavelmente são os mesmos criadores ou produtores) explicam que os capítulos não podem ser postados em função de um problema de direitos sobre a música. Também há perguntas sobre a repetição de determinados episódios, mas a resposta, mais uma vez, é negativa. Isso pode estar relacionado com a possibilidade de que a

série seja novamente transmitida em sua totalidade pelo canal a cabo Tevé Ciudad, embora, até o momento, não haja notícias nem data estipulada para transmissão.

Os demais comentários que podem ser encontrados na página são felicitações aos criadores da série. Os comentários expressam entusiasmo e referências ao fato de que é possível fazer produtos de qualidade sem repetir fórmulas usadas anteriormente nem recorrer a personagens reconhecidos do meio:

“Uma prova de que podem ser feitas coisas muito boas neste país, sem copiar e sem entrar na masturbação da fofoca e sem que apareça o Negro Rada. Um abraço a toda a equipe da *REC!*” (*Post* 1 – publicado em 23 de agosto de 2012)

Outros comentários, como o que ilustra o *post* 2, transcrito abaixo, estabelecem conexões com temas em debate vinculados aos jovens. Assim, ao festejar uma produção nacional desenvolvida por jovens, vinculam os conteúdos da ficção ao lema “ser jovem não é crime”, associado à oposição frente à campanha levada adiante para promover a redução da maioridade penal:

“É como ver a minha adolescência na TV, esses garotos são demais, viva as produções nacionais! – ou melhor, penharois! [jogo de palavras aos dois principais times de futebol do Uruguai, Nacional e Peñarol] P.S. Para todos os que acham que ser jovem não é crime, eu convido a sentarem para pensar por 5 minutos e verem se reduzir a maioridade penal é a forma de combater os problemas de segurança dos cidadãos. Evidentemente, é outra forma de continuar estigmatizando minorias políticas, neste caso, os jovens” (*Post* 2 – publicado em 8 de novembro de 2012).

Em toda a página, há cerca de 30 *posts*, e o único material disponível para assistir são os *trailers* do capítulo seguinte. Também é possível encontrar na página muitas fotos: das ações promocionais, de pontos de ônibus onde está a publicidade da série e outras do *making of*.

4. O mais destacado do ano

O mais destacado de 2012 poderia ser resumido em três acontecimentos: a presença de ficção televisiva na televisão pública, o surgimento da primeira *sitcom* uruguaia e a aposta na convergência entre literatura nacional e ficção televisiva em uma produção ambiciosa.

A televisão pública ofereceu uma ficção em TV aberta e duas no canal a cabo²⁵, o que constituiu uma novidade em relação aos anos anteriores. Depois de quase duas décadas sem presença de ficção televisiva nacional, a TNU transmitiu *REC*. Essa ficção se apresenta, em seu subtítulo, como *Una serie casera*. A expressão aponta para vários significados: dá conta da estratégia narrativa escolhida, assinala o tipo de histórias que contém, mas também remete à escassez de recursos de que dispõe. Em nove capítulos, o personagem Sebastián registra, com a câmara na mão, o que acontece dentro de sua casa, com sua família, as saídas com seus amigos, o cotidiano. Cada capítulo alterna histórias que se desenvolvem nesses dois âmbitos de relação: família e amigos. A estética dessa ficção simula a de um vídeo caseiro, com seus movimentos e imperfeições, além da aparente irrelevância de quase todas as circunstâncias gravadas. Como diz um de seus realizadores, é uma opção estética e narrativa, ao mesmo tempo em que surge por razões econômicas: “A série parte da ideia de que queremos fazer algo e sabemos que quase não temos dinheiro. O que podemos fazer com pouco dinheiro? Um vídeo caseiro.” Ao mesmo tempo, identifica-se a influência de séries de televisão como *The Office*: “Dali roubamos o formato semidocumentário, no qual a câmara participa da história, e o tom naturalista das atuações, que exploram a tensão gerada pelos momentos incômodos. Queremos levar a vida cotidiana para a televisão da maneira mais fiel possível.”²⁶

Um aspecto a se destacar é que se trata de uma produção de realizadores muito jovens, entre 25 e 26 anos, e um dos raros exem-

²⁵ *Contámela en colores* e *Laboratorio en casa*. Ver partes 1 e 5 deste capítulo.

²⁶ Declarações de um dos autores, Matías Ganz, transcritas na nota de Mariángel Solomita. “La tv quiere ficción. Otro cuento.” *El País*, 8/09/2012.

plos de ficção televisiva a partir de apoios de fundos de fomento: a série é premiada na segunda convocatória do Fundo de Fomento Cinematográfico e Audiovisual 2009-2010 do Instituto del Cine y el Audiovisual (Icau), na linha “Desenvolvimento de Roteiro, Série de TV”; em 2011, obtém o prêmio na primeira convocatória do Fundo de Fomento Cinematográfico 2011 do Icau, na categoria “Produção de Série de TV Ficção” e, finalmente, em 2012, o apoio do programa “MVD Socio Audiovisual”, segunda convocatória, na linha “Finalização Telessérie”²⁷.

Não obstante, a produção ficcional mais ambiciosa de 2012 foi a empreendida com *Somos*²⁸. Nela, conjugaram-se autores prestígio da literatura uruguaia com uma produção audiovisual cuidada e de corte cinematográfico. O ciclo consistiu na adaptação de uma novela e três contos, em um total de seis capítulos: “Cadáver se necesita”, de Milton Fornaro, “El vigilante”, de Henry Trujillo, “Terribles ojos verdes”, de Mario Delgado Aparain, “Elogio de la nieve”, de Hugo Burel²⁹. *Somos* foi um dos projetos de produção mais relevantes da Saeta Canal 10, em coprodução com a Agadu (Asociación General de Autores del Uruguay), com participação de profissionais vinculados ao cinema e atores que tiveram experiência cinematográfica e televisiva. A ambientação dos espaços nos quais

²⁷ REC. *Una serie casera*. Estreia em 13 de outubro de 2012. Transmitida aos sábados, às 21h30, pela TNU. Consistiu em nove capítulos de 25 minutos. Elenco: César Troncoso, María Elena Pérez, Agustín Pérez, Sol Regules, Mateo Altez e Alan Ortiz protagonizam a série como pais, irmãos e amigos de Sebastián, que aparece representado por Luis Sanguinetti. Escrita e dirigida por Matias Ganz (25 anos) e Rodrigo Lappado (26 anos). Nos créditos, aparece a assessoria de roteiro de Carlos Tanco. Coprodução de Negro Jefe e Buen Cine. As verbas destinadas foram de cerca de 120 mil dólares.

²⁸ Direção de Arte: Inés Olmedo. Vestuário: Ana Domínguez. Direção de fotografia: Milton Dujó. Coordenação, produção: Mirtha Molina, María Noel García. Produção: Virginia Altelri, Rossana Carrasco. Autora: Beatriz Carbajales. Assistente de Direção: Diego Soto. Produção Geral: Anabela Pinilla. Direção: Eduardo Rípari. Edição e musicalização: Martín Etchebehere, Katerina Gorbarán.

²⁹ Embora tenha sido apresentada como uma série de unitários, e assim tenha sido classificada aqui, não se ajusta totalmente às suas regras: tanto em “Cadáver se necesita” quanto em “El vigilante”, a ficção desenvolve-se em dois capítulos; por sua vez, “Terribles ojos verdes” e “Elogio de la nieve” são resolvidas em um capítulo cada uma e respondem, assim, cabalmente ao formato unitário.

se desenvolve a ação, a fotografia e a musicalização são alguns dos aspectos que revelam uma cuidadosa elaboração.

Bienes gananciales é a primeira ficção nacional na qual se aplicam as regras do gênero *sitcom*. Foi transmitida três vezes por semana, depois do noticiário principal do canal, e representou uma variedade de oferta transmidiática na internet, sendo apresentada no teatro durante as férias de inverno.

A ficção conta a história de Gaspar e Karina, dois comunicadores que compartilham um programa de televisão. Têm duas filhas, uma das quais nasce no primeiro capítulo e, desde aquele momento, apresenta-se como a responsável por contar a história. Os pais do casal, vizinhos e amigos, mais intervenções de convidados famosos, completam o espectro de personagens. O produto joga com as relações entre realidade e ficção de tal forma que chega quase na fronteira do *reality show*: os nomes dos personagens protagonistas são os mesmos dos atores, que são, também eles, um casal midiático que já realizou vários programas de televisão e acaba de ter sua segunda filha.

Das emissoras privadas de televisão aberta, o Canal 10 é a que nos últimos anos realizou apostas mais intensas em ficção. Entre as ações empreendidas nessa direção, destaca-se o investimento nas instalações do Palacio Sudamérica como espaço para o desenvolvimento dos projetos de ficção. Ali foi realizada uma atividade incommon para o contexto audiovisual uruguaio: faziam-se as gravações de *Bienes gananciales*, dava-se continuidade ao projeto de *Somos* e também eram gravados os capítulos de outra ficção, *Historias de diván*, que acabou não indo ao ar em 2012. O conjunto dos empreendimentos mostra estratégias diferenciadas em busca de um modelo de produção baseado em alianças com recursos estrangeiros, algumas vezes na modalidade de coprodução (como no caso de *Dance*, em 2011), outras vezes contratando roteiristas e diretores argentinos, como é o caso de Eduardo Rípari³⁰, que dirigiu *Somos* e *Bienes*

³⁰ Foi diretor de produções argentinas como *Los exitosos Pells* ou *Los Roldán* e, no âmbito nacional, dirigiu as duas temporadas de *Porque te quiero así*.

gananciales em 2012, mas que já vinha cumprindo esse papel nas produções do canal em anos anteriores.

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

O tema do ano, ficção televisiva e memória social, está inscrito em um problema que o engloba: o das relações entre ficção e realidade. A isso soma-se a complexidade das relações entre memória e história, e de ambas com a verdade. Carlo Ginzburg recorre a uma metáfora muito expressiva dessas relações: “A contiguidade entre ficção e história faz pensar nesses quadros de Magritte em que se representa, um junto ao outro, uma paisagem e seu reflexo em um espelho quebrado”³¹. Não é possível, aqui, dar conta das diversas abordagens teóricas nem da rede de discussões que essa temática já teve. Não obstante, consideramos relevante levar em conta a distinção aristotélica entre verdade e verossimilhança, da qual se concluem os limites do papel da ficção na configuração da memória social. Aristóteles diz que “não é ofício do poeta contar as coisas como aconteceram, e sim como deveriam ou poderiam ter acontecido, provável ou necessariamente; porque o historiador e o poeta não são diferentes por falar em verso ou em prosa [...] e a diferença consiste em que aquele conta as coisas como aconteceram e este como era natural que acontecessem”³². Dessa perspectiva, o relevante para a ficção é a verossimilhança, e ela não se refere à verdade, e sim à aparência: “contar fábulas com ares de verdade”, nas palavras de Aristóteles. O problema fica mais complexo com as ficções das quais tratamos porque muitas delas trabalham com o passado histórico, razão pela qual se desdobram em um duplo registro: o do verossímil, mas também o da relação com a verdade, ao menos no que se refere à ocorrência dos fatos.

A ficção, com sua exigência de verossimilhança, permite uma vivificação do passado, oferecendo ao receptor a possibilidade de

³¹ GINZBURG, Carlo. *El hilo y las huellas*: lo verdadero, lo falso, lo ficticio. Argentina: Fondo de Cultura Económica, 2010. p. 20.

³² ARISTÓTELES. *Poética*. Buenos Aires: Espasa Calpe, 1948. cap. IV, p. 43.

se colocar nas diferentes subjetividades dos personagens, inclusive aqueles que nos resultam condenáveis. Tudo isso integra o repertório simbólico pelo qual se configuram as memórias coletivas, em interação com outros relatos, como os da historiografia, do jornalismo, das memórias pessoais, dos testemunhos. Nesse sentido é que se pode considerar a ficção televisiva como parte de um processo de construção das memórias coletivas, já que elas não são fixas nem inamovíveis, e sim, como assinala E. Jelin, “o coletivo das memórias é o entretecido de tradições e memórias individuais, em diálogo com outros, em estado de fluxo constante”³³.

Entre as ficções exibidas em 2012 no Uruguai, quatro propuseram maneiras diferentes de relação com o passado: *Pablo Escobar: el patrón del mal*, *Cuéntame*, *Graduados* e *Contámela en colores*. De todas elas, só a última é uma produção nacional, transmitida pelo canal a cabo de televisão pública.

As duas primeiras desenvolvem suas histórias no passado e poderiam corresponder ao que a literatura sobre “a virada memorialista” designa como “a memória do trauma”, para se referir a todos aqueles relatos, ficcionais ou não, vinculados à vivência do extermínio (com o Holocausto como referência paradigmática), à guerra, às ditaduras, entre outros. Contudo, cada uma delas faz um trabalho distinto sobre o passado e propõe um diferente apelo à memória.

*Pablo Escobar: el patrón del mal*³⁴ recria a história do narcotraficante colombiano Pablo Emilio Escobar Gaviria em 113 capítulos. Nessa ficção, o apelo à memória se repete explicitamente no começo de cada capítulo: “Quem não conhece sua história está condenado a repeti-la” é a frase que se lê sobre fundo negro. A afirmação revela aspectos centrais da relação com os fatos traumáticos do passado:

³³ JELIN, Elizabeth. *Los trabajos de la memoria*. Madrid: Siglo XXI, 2002. p. 22.

³⁴ *Pablo Escobar: el patrón del mal*. Produção: Caracol Televisión. Direção: Carlos Moreno. Roteiristas: Juan Camilo Ferrand. Elenco: Andrés Parra, Angie Cepeda, Nicolás Montero, Cecilia Navia, Aldemar Correa, Germán Quintero, Helena Mallarino, Christian Tappan, Alejandro Martinez, Ernesto Benjumea, Carlos Marino, Marcela Gallego, Juancho Arango, Diana Hoyos, Vicky Hernández, Diana Neira. Transmitida por Montecarlo, canal 4, entre julho de 2012 e abril de 2013. Alcançou um *rating* de 7,1 e um *share* de 12.

por um lado, “o pânico ao esquecimento” experimentado no presente, no qual talvez se observem sintomas de desmemória, e, por outro lado, a preocupação com o futuro, algo assim como uma espécie de “colonização do futuro”³⁵ a partir da lembrança, que permita não voltar a viver o trauma. A canção que integra a abertura se desenvolve na mesma linha semântica da tensão passado-presente-futuro que se já assinalamos: “Contarei esta história um milhão de vezes. Nunca mais. Que não se apague da tua mente, em homenagem aos nossos mortos que caíram vilmente.”³⁶

As ficções como *Pablo Escobar: el patrón del mal* ou *Cuéntame*,³⁷ em que se representam acontecimentos históricos específicos de um país, mas que são exibidas em muitos outros, fazem parte de um repertório simbólico e interpretativo com o qual são formadas memórias coletivas que transcendem as fronteiras do país de origem. Imagens ficcionais, fragmentos documentais, vivência privada do acontecimento público, como a morte do diretor do jornal *El Espectador*, na primeira, ou o atentado a Carrero Blanco, ou a morte de Franco, na segunda, circulam nas ficções e ultrapassam fronteiras, no que Jean-Marc Ferry³⁸ define como “o espaço público ampliado”: um espaço fundamentalmente definido pelo marco midiático no qual os espaços públicos dos diferentes países se interpenetram, mas também seus passados e os debates que eles provocam. Embora os gêneros informativos e documentais sejam os que mais intensamente geram essa expansão do espaço público, as ficções não cumprem um papel menor nesse sentido. Assim, a teledramaturgia e o cinema sobre o Holocausto, a Segunda Guerra Mundial ou os atentados às Torres Gêmeas, entre outros fatos importantes da história, passam a integrar um universo de recursos compartilhados da memória. Essa circulação de representações do passado, com seus

³⁵ GUIDDENS, A. *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Ed. Península, 1997.

³⁶ A canção é “La última bala”, de Yuri Buenaventura.

³⁷ *Cuéntame*, série da Televisión Española. Criada por Miguel Ángel Bernardeu. Produção: Grupo Ganga. Elenco: Imanol Arias, Ana Duato, María Galiana, Juan Echanove. Transmitida por TNU. *Rating*: 1,9%. *Share*: 3%.

³⁸ FERRY, Jean-Marc. *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa, 1998.

correspondentes exercícios de memória (lembração e esquecimento, seleção e omissão) permite a construção imaginária dos “outros” que se mostram na ficção, e, ao mesmo tempo, o reconhecimento de um “nós” com proximidades e distâncias com relação àqueles. Nessa direção, Ferry diz que “o espaço público pode ser entendido como um meio privilegiado para a formação de uma identidade coletiva por meio da apropriação da história [...] uma sociedade encontra um acesso significativo para si mesma ou para outras na [...] memória dos povos. Atualiza seu passado, familiariza-se com o das outras e, portanto, pode aprender a reconhecer as identidades que parecem afastadas da sua. Disso resulta certa profundidade da comunicação social, profundidade que mal se poderia conceber sem esse espaço público historicamente ampliado e culturalmente enriquecido”.³⁹

Nas duas ficções de que estamos falando, propõe-se uma relação diferente com o passado histórico. Em *Pablo Escobar...*, a ficção se inicia com o personagem Escobar momentos antes de seu fim. A concretização de sua morte será vista apenas no último capítulo, mas nos primeiros trechos do primeiro capítulo se percorrem eventos de violência do cartel de Medellín, através de imagens documentais alternadas com a recriação ficcional: um compacto que concentra a história, para depois retomar o relato em um ponto inicial, 1959, com um Pablo Emilio criança. Aqui, o centro da narração é um personagem com existência histórica. No caso de *Cuéntame*, os eventos da história espanhola ocorridos durante os últimos anos da ditadura franquista e a transição para a democracia estão presentes nos diálogos, nas imagens que aparecem nos televisores da série, em fragmentos documentais, mas é a família Alcántara, seu bairro, os personagens que a ela se vinculam que constituem o centro do desenvolvimento narrativo. A ênfase está posta nos personagens de ficção e é no transcorrer de seu cotidiano que se encarna a recriação do passado. Há aqui um apelo a memórias conectadas: a que se refere ao drama nacional espanhol e a que se refere a algumas

³⁹ Idem, p. 20.

transformações das sociedades contemporâneas, como a chegada da televisão aos lares, a instalação do primeiro supermercado em um bairro e as mudanças que isso produz em práticas de consumo e relações sociais. Trata-se de evocações que atravessam distintos planos da vida cotidiana: tanto a escuta do rádio e seu lugar na rotina doméstica quanto o significado que tem a comida para quem viveu a guerra e o pós-guerra, bem como o sentido de autoridade do pai de família e o lugar das mulheres e filhos em transformação e conflito. A ficção funciona, então, como uma “vivificação” do passado: é vivenciada por seres comuns e normais, como provavelmente é o caso do espectador. É aí onde se conectam as diversas memórias, públicas e privadas: por exemplo, a memória constituída por uma série de imagens que evocam o anúncio da morte e do velório de Franco (componente de documentário) e a de como se viveu esse fato nos distintos lares e gerações (componente ficcional).

A memória é, além disso, o enquadramento narrativo de toda a série: a voz de um dos personagens, o Carlos adulto, evoca diferentes momentos da história que atravessa sua infância e sua adolescência. Porém, essa série tem a particularidade de colocar em jogo memórias que transcendem o local e que se conectam com as de outros povos, principalmente se eles tiveram forte presença de emigração espanhola, como é o caso do Uruguai. É aí que personagens como Herminia dialogam com a memória de nossos antepassados imigrantes, com suas histórias e seus costumes. Mas, ao mesmo tempo, também se estabelecem conexões com a lembrança do que era viver em ditadura, mas outras ditaduras: os medos, as práticas de resistência, a paróquia, espaço de refúgio para organizar um grupo para ir ao cinema e debater, ou um grupo de teatro.

No caso de *Graduados*⁴⁰, por sua vez, a ficção aponta mais a uma memória coletiva referente a um momento da trajetória pessoal

⁴⁰ *Graduados*. Produção: Underground Contenidos e Endemol. Direção: Miguel Colom, Pablo Ambrosini, Javier Pérez. Roteiristas: Ernesto Korovsky, Silvina Frejdes, Alejandro Quesada. Elenco: Nancy Dupláa, Daniel Hendler, Luciano Cáceres, Julieta Ortega, Isabel Macedo. Transmitida por Montecarlo. *Rating*: 11,1%. *Share*: 17%.

do que aos acontecimentos ou personagens históricos: através do grupo central de oito personagens (os graduados), evoca-se a adolescência, em permanente conexão com o presente dos personagens, porque ali se gestaram as relações amorosas que constituem o motor narrativo da ficção, assim como os laços de amizade e desencontro que se desenvolvem no presente.

A década de 1980 é o passado no qual se situam essas evocações, mas, diferentemente das outras duas ficções das quais nos ocupamos antes, nesses casos o contexto histórico só é apresentado com referências musicais e com a participação, em alguns capítulos, de Charly García, Fabiana Cantilo ou Fito Páez. Produz-se uma intervenção sobre o passado despolitizando-o. Os acontecimentos históricos dos anos 1980 são omitidos: não há nenhuma referência à ditadura, à política argentina nem aos processos de transição para a democracia. Os 80 são uma desculpa para situar a ficção em relação à idade dos personagens (e dos atores que os encarnam) no presente, mais do que um tempo em si mesmo, relevante para a narração. Não obstante, produz-se um apelo à memória do público no sentido de que conta com o reconhecimento, por parte do espectador, de algumas práticas adolescentes, um conjunto de tópicos consensuais e de referências musicais que ele pode identificar como parte de sua biografia. Os personagens evocam momentos compartilhados de sua adolescência: cenas da viagem a Bariloche, as aulas de coral, a festa de formatura, por exemplo, inserem-se na trama através do *flashback*.

*Contámela en colores. El Bicentenario visto desde Montevideu*⁴¹ é uma produção nacional em dez capítulos, que foi gerada a partir da comemoração do Bicentenário e que pretende fazer uma

⁴¹ É uma produção de dez capítulos, uma iniciativa conjunta de Tevé Ciudad e da Divisão de Informação e Comunicação da Prefeitura de Montevideu, com apoio da Comissão de Patrimônio do Ministério da Educação e Cultura e a Comissão do Bicentenário do Ministério de Educação e Cultura. Foi transmitida pelo canal público de TV a cabo em 2012. Roteiro: Pablo Vierci. Direção: Nico Soto. Produção: Tevé Ciudad. Elenco: Protagonista: Pablo Tate. Participação: Rafael Soliwoda, Graciela Gelós, Juan Saraví, César Troncoso, Nelson Lence, Rosa Simonelli, Santiago Sanguinetti, Nicolás Ballestrino, Ileana López e Darío Campalanz.

recriação ficcional de alguns marcos da história da emancipação, de 1806 a 1830.

Embora se enquadre no caráter de celebração e, portanto, de evocação que tiveram os eventos do Bicentenário, a relação com o passado não é tanto a da memória; seu vínculo é com a história. A série percorre as Invasões Inglesas, a Revolução de Maio e a Junta de Montevideú, o Grito de Asencio, a Batalha das Pedras, os dois cercos a Montevideú, o Êxodo e a Cisplatina, o Desembarque dos 33 Orientais e a Promulgação da Constituição de 1830 como acontecimentos centrais. Contudo, não se propõe a ser uma recriação desses momentos do passado nem trabalha com a memória do público, como nos casos de *Pablo Escobar* ou *Cuéntame*. Em todo caso, *Contámela en colores* provoca a evocação do relato histórico: a voz do narrador em cada capítulo, com frequência encarnada por algum dos personagens ou mais de um, reproduz um tipo de narração histórica que se costuma encontrar em um manual escolar clássico, enumerando acontecimentos, nomes e datas.

Por exemplo: o terceiro capítulo se desenvolve totalmente dentro do cenário de um armazém e o relato recai sobre o personagem do pregoeiro que, embora em diálogo com o dono do armazém, cumpre o papel de ir contando o Grito de Asencio ou a Batalha das Pedras, e o faz dizendo: “passo a lhes contar que, em 11 de janeiro de 1811, Francisco Javier de Elio chegou a Montevideú substituindo Buenos Aires como capital do Vice-reino e jurou fidelidade a Fernando VII como único rei da Espanha”. Mais adiante, continua a sequência de acontecimentos e diz: “em 28 de fevereiro, inicia-se a revolução oriental com o Grito de Asencio”. A linguagem e a forma de designar os eventos são as convencionais dos textos escolares, mesmo que a cada tanto sejam introduzidas algumas rupturas com intenção humorística. As vozes narrativas mudam a cada episódio, mas a retórica é a mesma, reforçada por letreiros com datas, nomes e ilustrações com aparência de antigas.

A ficção é o marco para a narração do acontecimento histórico, mas este, em si, não é recriado de maneira ficcional. Os componen-

tes ficcionais são os personagens⁴² e as situações nas quais se desenvolve o diálogo que permite a alusão ao passado histórico. Os fatos históricos transcorrem através da palavra, com alguma alusão visual geralmente constituída pela caracterização de algum personagem, o percurso pelos vestígios que restam na cidade dos lugares onde ocorreram os fatos, o uso de locações de época (como o Cabildo de Montevideú) ou a recriação de algum ambiente (como o armazém). Narram-se levantes, batalhas e invasões a partir de personagens que falam, muitas vezes em espaços fechados. Assim, a trajetória do Êxodo se resolve mediante o diálogo de um neto que lê para a avó as cartas da família que vai acompanhando Artigas, e toda a ficção transcorre entre as paredes do quarto dessa avó.

O humor é proposto como uma das características dessa produção, e é através dele que se rompe a uniformidade discursiva à qual nos referimos. Os recursos humorísticos se sustentam basicamente sobre o uso de anacronismos, seja a utilização de expressões ou modismos que não correspondem ao século XIX, sejam referências ao presente postas na boca de personagens daquele século ou o contraste entre personagens do passado e do presente dialogando no cenário de uma Montevideú atual. O anacronismo é, ao mesmo tempo, um recurso ficcional e humorístico no qual essa produção aposta. Esse traço se instala como chave de leitura desde o primeiro capítulo, no qual um personagem britânico do século XIX se encontra em meio à Montevideú atual e é guiado por um taxista que lhe relata o que aconteceu com os ingleses no Rio da Prata. Para isso, o recurso que utiliza é um rádio: o evento é contado como se fosse uma partida de futebol e rompe a solenidade da retórica de um discurso histórico. Os anacronismos se apresentam sob distintas modalidades, com maior ou menor justificação narrativa: assim, em um capítulo, uma professora dialoga com um personagem que sai do quadro de Juan Manuel de Blanes, sobre o desembarque dos 33 Orientais e, em ou-

⁴² Quase a totalidade dos personagens (exceto a representação de Miguel Barreiro e uma referência a Lord Ponsomby no último capítulo) são inventados para dar lugar à narração do fato histórico.

tros capítulos, personagens caracterizados como do passado usam uma Ceibalita (como são chamados os computadores do Plano Ceibal, concebido para entregar um computador para cada criança) para pesquisar informações⁴³.

Aqui, os recursos da ficção não se apegam a critérios de verossimilhança nem de veracidade. Aposta-se em produzir empatia com o espectador fazendo alusões ao presente. Sem a escolarização do público, o relato do acontecimento histórico que se pretende recriar não seria compreensível.

Referências

ARISTÓTELES. *Poética*. Buenos Aires: Espasa Calpe, 1948.

FERRY, Jean-Marc. *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa, 1998.

GINZBURG, Carlo. *El hilo y las huellas: lo verdadero, lo falso, lo ficticio*. Argentina: Fondo de Cultura Económica, 2010.

GUIDDENS, A. *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península, 1997.

HUYSEN, Andreas. *En busca del futuro perdido*. México: Fondo de Cultura Económica, 2002.

JELIN, Elizabeth. *Las políticas de la memoria*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2002.

RICOEUR, Paul. *La memoria, la historia y el olvido*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2004.

RILLA, José. *Historias en segundo grado: Pierre Nora y los lugares de la memoria*. 2008. Disponível em: <http://www.trilce.com.uy/pierre-nora-en-les-lieux-de-memoire.html>.

⁴³ XO, ou Ceibalita, são os computadores do programa Uno a Uno, aplicado no Uruguai desde 2007: Plano Ceibal.

VENEZUELA: DA FICÇÃO EM SUSPENSO À FICÇÃO ESTATIZADA

Autoras:

Morella Alvarado, Luisa Torrealba

Equipe:

Mabel Calderín, Carlos Arcila¹

Introdução

A ficção de estreia na Venezuela teve dois elementos cruciais: por um lado, os mais altos índices de audiência couberam ao canal público, que apresentou conteúdos nos quais o suspense e o mistério eram o componente estilístico principal. Junto com esse panorama, destaca-se a difusão do primeiro produto seriado que responde aos requisitos da “telenovela socialista” sugerida pelo presidente Hugo Rafael Chávez Frías (HRCF), em 2010. Este último caso permite que falemos da estatização da ficção. Por outro lado, o final do ano de 2012 esteve marcado pela incerteza política gerada pela doença do presidente. No dia 8 de dezembro, foi transmitida sua última fala em rede nacional, com uma duração de apenas 35 minutos e 54 segundos, na qual manifestou sua necessidade de submeter-se a uma intervenção cirúrgica. Na mesma fala, deu instruções ao povo venezuelano para que, em caso de ser ele inabilitado politicamente, elege-se o vice-presidente Nicolás Maduro como presidente. Esse

¹ Agradecimento especial aos estudantes da disciplina “Cultura e Mídias Massivas”, ministrada na Escola de Artes, Menção Cinematografia, da Universidade Central da Venezuela (2012-I), pela informação compilada. Da mesma maneira, à empresa AGB Nielsen Media Research por sua colaboração desinteressada, particularmente à senhorita Alejandra Cutton. Participaram nesta pesquisa como assistentes: Nazareth Soto (UCV), Andrea Abreu (UCAB) e Pedro de Mendonça (UCV). Especial agradecimento a Mabel Calderín e Carlos Arcila, que realizaram as análises das Tabelas 1 a 4 e da recepção transmidiática.

ato foi denominado por alguns como “a sucessão”. HRCF ganhou o pleito eleitoral de 7 de outubro, em uma campanha marcada por abuso, vantagem e iniquidade, expressados principalmente na desproporcional utilização de fundos públicos em seu favor. No final do ano, as informações vinculadas à saúde do presidente foram inexatas e contraditórias, o que provocou um longo período de opacidade informativa. Destaca-se, neste contexto, a quantidade de conteúdos audiovisuais que foram gerados com a finalidade de ressaltar episódios de vida e conquistas do comandante da revolução bolivariana². Conteúdos associados a uma estratégia de comunicação que, por um lado, buscava manter a conexão emotiva dos telespectadores com a figura do “líder” e, por outro, reforçar o compromisso político de seus seguidores. O Sistema Bolivariano de Mídias Públicas foi o encarregado de executar essa estratégia.

1. O contexto audiovisual da Venezuela

Gráfico 1. Redes nacionais de televisão aberta na Venezuela

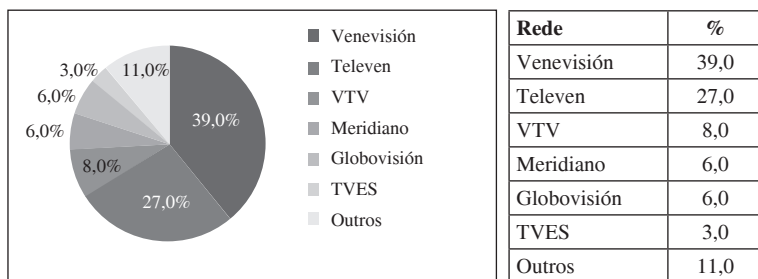
REDES PRIVADAS (8)	REDES PÚBLICAS (5)
Canal I	Fundación Televisora de la Asamblea Nacional de Venezuela. ANTV
Globovisión	Fundación Televisora Venezolana Social. Tves
La Tele	La Nueva Televisión del Sur C.A. Tele Sur
Meridiano Televisión	Compañía Anónima Venezolana de Televisión. VTV
Televen	COVETEL S.A. – Vive TV
TV Familia	
Vale TV	
Venevisión	
TOTAL DE REDES = 13	

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

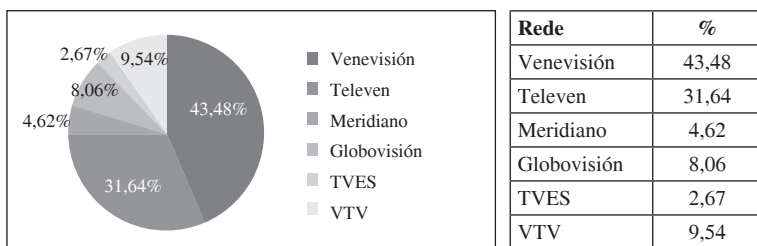
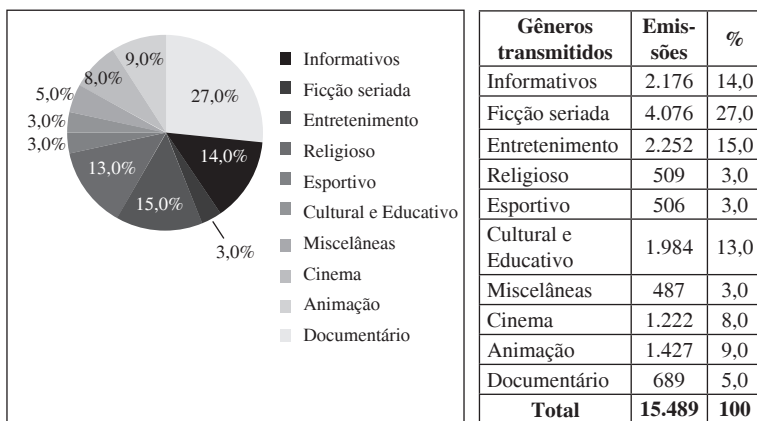
² No mês de dezembro, Vive TV estreou a série-documentário *Comandante Chávez*, realizada por essa rede, que foi transmitida de maneira simultânea por Venezolana de Televisión. Em sua primeira temporada foram transmitidos três capítulos: *El arañero de Sabaneta*; *La forja del soldado* e *La toma del cielo por asalto*. A série aborda de maneira cronológica diversos aspectos vinculados à vida do presidente Hugo Rafael Chávez Frías (1955-2013).

Um avanço que pode ser constatado na produção de ficção na Venezuela foi a incorporação da alta definição (HD, por sua sigla em inglês). Assim, Televen produziu a telenovela *Nacer contigo*, escrita e dirigida por José Simón Escalona. Essa foi a primeira produção dramática a usar essa tecnologia no país. Enquanto isso, Venevisión anunciou a produção da telenovela *Los secretos de Lucía*, em HD, em parceria com BE-TV e Univisión, e, contando com recursos públicos, foram produzidos os primeiros capítulos de *La precursora*. Outro fato destacado foi que Germán Pérez Nahím passou a integrar o *staff* do canal *La Tele*. Com isso, a grade de programação tornou-se mais leve e fresca, incorporando algumas telenovelas brasileiras e colombianas. *El color del pecado* (2004, Brasil), *Chocolate con pimienta* (2003, Brasil) e *Vecinos* (2008, Colômbia), conseguiram melhorar a audiência desse canal. A elas somam-se as produções da Coreia do Sul, apresentadas como estreias: *Mi adorable Sam Soom* (2005) e *Un deseo en las estrellas* (2007); e as reprises: *Otoño en mi corazón* (2000); *Sonata de invierno* (2003); *Todo sobre Eva* (2000) e *Una joya en el palacio* (2003).

Gráfico 2. Audiência de TV por canal³



³ Esses dados correspondem a aparelhos ligados, para o mês de novembro de 2012. Fonte: AGB, citada pelo site Mercadeo Interativo, disponível em: <http://www.slideshare.net/ImanComunicaciones/audiencias-noviembre>

Gráfico 3. Share por canal⁴**Gráfico 4. Oferta de gêneros na programação de TV**

As estimativas do último gráfico foram feitas a partir da análise da programação dos quatro canais que transmitiram ficção seriada. Foi observado um aumento na quantidade de programas de ficção difundidos, mas não do *rating*. Isso pode guardar relação direta com as preferências do público pela programação ofertada pela televisão por assinatura. Assim, enquanto o *rating* médio nos programas de ficção que compuseram o *top ten* em 2011 foi de 5,9%, em 2012 esse indicador ficou em 4,4%. Ao mesmo tempo, a emissão de espaços informativos aumentou, principalmente porque no ano 2012 ocorreram dois processos eleitorais: as eleições presidenciais, reali-

⁴ Os dados aqui citados correspondem à medição de segunda a sexta-feira, para o mês de novembro de 2012. Fonte: AGB, citada pelo site Mercadeo Interativo, disponível em: <http://www.slideshare.net/ImanComunicaciones/audiencias-noviembre>

zadas no dia 7 de outubro de 2012, e as eleições regionais, em 16 de dezembro de 2012. Ambos os processos, assim como o contexto de incerteza que havia no país devido à condição de saúde do mandatário, geraram muito interesse nacional e internacional.

Tendências da audiência no ano de 2012

Assim como em anos anteriores, os índices de audiência apresentam um comportamento similar, isto é, a preferência se manteve entre o gênero feminino, as faixas etárias são as de mais de 35 anos e os níveis socioeconômicos são aqueles que compõem as classes D e E. Confirmou-se que, no caso venezuelano, a telenovela tem uma grande importância entre os hábitos de consumo das mulheres; mas, apesar disso, não se pode afirmar que esse é um gênero exclusivo para elas, o que fica confirmado ao revisar os espaços de interação que são mostrados na internet – nos quais muitos dos comentários são feitos por homens – e pela observação direta dos telespectadores em espaços públicos, tais como cafés, bares, centros de recreação e outros (como guaritas de vigilância).

¡Válgame Dios! tem as porcentagens mais altas de audiência por gênero, apesar de não ter ficado com o primeiro lugar do *rating*. Uma provável explicação está associada à presença de uma certa dose de humor na trama. Dos quatro canais que transmitiram ficção seriada em 2012, a Venevisión mantém o protagonismo, ao captar 80% da audiência. As produções nacionais só conseguiram ocupar o 1º, o 3º e o 6º lugares no *top ten*. Preferem telenovelas no horário noturno 40% dos telespectadores, e é justamente nesse horário que são registrados os mais altos índices de audiência, dado coerente com o *share* mais alto (40,3%), que foi nessa faixa de horário.

Investimentos publicitários do ano: na TV e na ficção

Investimento publicitário na televisão durante o <i>top ten</i> em 2012				
Nº	Categoria	Quantidade de anunciantes	Valor total em BsF	Valor em US\$
1	Alimentos e serviços de alimentação	69	1.787.007.924,00	415.583.238,14
2	Vestuário e calçado	82	1.477.552.406,00	343.616.838,60
3	Produtos de beleza e cosméticos	23	1.135.942.008,00	264.172.560,00
4	Medicamentos e serviços de saúde	49	891.744.181,00	207.382.367,67
5	Governo bolivariano e atividades associadas	20	610.006.592,00	141.861.998,14
6	Eletrodomésticos e lar	44	584.736.797,00	135.985.301,63
7	Seguros	10	473.236.435,00	110.054.984,88
8	Brinquedos	6	463.840.048,00	107.869.778,60
9	Mídias, telefonia, comunicação e internet	28	432.825.619,00	100.657.120,70
10	Outros	41	331.073.463,00	76.993.828,60
11	Serviços financeiros	11	286.860.969,00	66.711.853,26
12	Redes comerciais	8	248.279.566,00	57.739.433,95
13	Bebidas	5	243.310.388,00	56.583.811,16
14	Artigos de limpeza	7	218.752.752,00	50.872.733,02
15	Partidos políticos	10	198.349.094,00	46.127.696,28
16	Indivíduos	17	126.175.449,00	29.343.127,67
17	Governos locais	18	109.194.918,00	25.394.166,98
18	Espectáculos ao vivo	24	101.897.285,00	23.697.043,02
19	Poder eleitoral	1	95.032.045,00	22.100.475,58
20	Veículos e meios de transporte	11	94.940.957,00	22.079.292,33
21	Apostas e jogos	2	77.072.358,00	17.923.804,19
22	ONGs	13	46.552.823,00	10.826.237,91
23	Religiosos	2	5.480.262,00	1.274.479,53
24	Indústria cinematográfica e ativ. associadas	4	4.194.826,00	975.540,93
	TOTAL	505	10.044.059.165,00	2.335.827.712,79

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

Como já foi registrado em oportunidades anteriores, a publicidade transmitida pelas televisões privadas (oito) mantém o mesmo

esquema: a promoção de produtos e serviços destinados a cobrir três das principais necessidades básicas: alimentação, vestuário e saúde. Os meios de comunicação estatais continuam não transmitindo publicidade paga e, em vez disso, transmitem conteúdos propagandísticos gratuitos, promoções dos programas dos próprios canais ou colocam alguns *spots* com mensagens culturais, educativas, informativas e preventivas, sob a forma de serviço público. Em alguns casos, estes últimos têm uma clara orientação favorável ao projeto político do governo.

As práticas corporais de beleza através da cosmética ocupam a terceira linha. Na Venezuela, são recorrentes as promoções de artigos e tratamentos de beleza, assim como de centros estéticos que realizam cirurgias plásticas. Isso sem que exista um rigoroso controle sobre as condições sanitárias dos serviços que são prestados por esses estabelecimentos. As más práticas têm resultado em danos corporais e, inclusive, em mortes⁵. No início do ano, permanecia como tema de discussão o caso de mais de 60 mil mulheres afetadas pelo uso de próteses mamárias defeituosas, provenientes da França e da China. Junto com o já exposto, destaca-se como elemento significativo o investimento publicitário que o governo bolivariano destina à sua autopromoção. Comparativamente, o montante destinado para a propaganda institucional equivale a 35,1% do orçamento do Ministério do Poder Popular para a Cultura no ano de 2012. Por outro lado, a proliferação de serviços de segurança e de seguradoras na publicidade reflete o impacto dos altos índices de criminalidade e violência que vive o país. A morte violenta é um tema de saúde pública não atendido de forma efetiva.

⁵ Um caso emblemático aconteceu em outubro de 2012, quando ocorreu o falecimento da magistrada e presidenta da Sala de Cassação Penal do Tribunal Supremo de Justiça (TSJ), máxima corte do país, Ninoska Queipo, devido a uma complicação derivada de uma cirurgia estética. Somente a partir desse fato foi promulgada a norma jurídica que proíbe o uso e aplicação de substâncias de preenchimento em tratamentos com finalidades estéticas (Gaceta Oficial, Nº 40.065, de 05 de dezembro de 2012).

Merchandising e Merchandising social

Cabe destacar que, segundo o art. 8 da Lei de Responsabilidade Social em Rádio, Televisão e Mídias Eletrônicas (2010), a inserção de publicidade está limitada “à difusão ao vivo de programas recreativos sobre eventos esportivos ou espetáculos, sempre que não perturbe a visualização dos mesmos e não ocupe mais do que uma sexta parte da tela”⁶. Essa é a razão de não se encontrar *merchandising* ou colocação de produto (*product placement*) na produção nacional de ficção seriada. Vemos que, nos espetáculos esportivos, os principais anunciantes são: bebidas, serviços financeiros e telecomunicações. O *merchandising* social é realizado por duas vias. A primeira é por meio das campanhas de responsabilidade social que promovem as emissoras; a outra é por meio da inserção de conteúdos nas tramas. No que se refere às campanhas de responsabilidade social, estas somente são realizadas de maneira explícita por Televen, Venevisión e TV Familia. *Lo bueno se pega, ponte a valer* é a denominação da campanha de valores da Televen.

No mês de maio do ano 2011, a Venevisión iniciou sua campanha de responsabilidade social denominada *Somos lo que queremos*. Concebida sob diferentes formatos, destacam-se as microrreportagens, a dramatização de situações cotidianas e os videoclipes. No caso da TV Familia, a campanha é realizada através de “microinformativos” denominados *Tú decides* (pequenas dramatizações sobre o consumo de álcool e sobre o tabagismo), *Cápsulas de salud* e *Noticias verdes* (pequenos informativos). A Vale TV assume que toda a sua programação se inscreve dentro da responsabilidade social, e o resto das redes não menciona nada a esse respeito.

Políticas de comunicação

Ao longo do ano não foram aprovadas leis específicas que se aplicassem ao setor da televisão. As regulamentações que continuaram vigentes para o setor são as contidas na Lei de Responsabilida-

⁶ Segundo a Gaceta Oficial, N° 39.610, de 07 de fevereiro de 2011.

de Social em Rádio, Televisão e Mídias Eletrônicas (LRSRTVME, 2010), que contém disposições que poderiam gerar censura prévia, e na Lei Orgânica de Telecomunicações (2000). O Ministério do Poder Popular para Relações Interiores e Justiça gerou a “Missão Segurança”, uma iniciativa para enfrentar os altos índices de criminalidade e violência que afetam a Venezuela. Em seu terceiro item, a proposta era regular os conteúdos emitidos nas televisões, por considerar que os meios de comunicação social são responsáveis pela violência que está sendo registrada no país. Isso gerou preocupação entre jornalistas, acadêmicos e defensores dos direitos humanos, que consideraram que a proposta derivaria, mais uma vez, em censura e controle da informação. Apesar de não ter se concretizado uma regulamentação específica que estabelecesse censura sobre os meios de comunicação, foram registradas ações judiciais e administrativas que estabeleceram censura a conteúdos vinculados à cobertura de fatos violentos ou de outros assuntos de interesse público que evidenciavam a ineficiência da ação estatal e prejuízo à saúde e à integridade dos cidadãos⁷.

Da mesma maneira, o canal Globovisión, dedicado à difusão de informação 24 horas por dia, teve que pagar uma multa superior a 2 milhões de dólares devido à cobertura que realizou de um enfrentamento violento ocorrido em julho de 2011, no presídio El Rodeo, localizado na periferia de Caracas⁸. Essa ação representou um prejuízo econômico para o canal afetado.

⁷ Por exemplo, no dia 22 de março de 2012, o Tribunal 25 de Controle da Área Metropolitana de Caracas proibiu os meios de comunicação de emitirem informações vinculadas com contaminação de fonte de fornecimento de água potável, a menos que contassem com um relatório técnico. A Fiscal Geral da República advertiu que as mídias que não cumprissem essa decisão do tribunal poderiam ser sancionadas, e lembrou que o Código Penal estabelece sanções pela difusão de informação falsa, como prisão de dois a cinco anos. Essa medida surgiu depois de os principais meios de comunicação do país terem informado sobre um vazamento de petróleo ocorrido no rio Guarapiche (Oriente do país), que abastece de água potável as populações próximas, e depois que organizações civis do Estado de Carabobo (Centro do país) denunciassem a contaminação dos rios que abastecem de água as cidades dessa província.

⁸ Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela, 2012b, s/n.

Outra medida de censura relevante foi registrada durante a campanha eleitoral. O Conselho Nacional Eleitoral (CNE), máximo órgão eleitoral do país, censurou a difusão de uma propaganda de um partido político de oposição cujo mote era “A segurança é o caminho”, que se referia ao tema da insegurança no país⁹. Essas restrições foram seguidas por um discurso, vindo de altos funcionários do governo nacional, de crítica aos conteúdos de programas televisivos que exibiam fatos violentos.

TV pública

No que se refere à ficção transmitida por sinal aberto na TV pública, destaca-se o interesse por incluir conteúdos de ficção seriada provenientes de contextos diversos. Assim, a Televisora Venezolana Social (TVES) transmitiu as estreias *Desaparición misteriosa* (1994, Japão) e *Otoño en mi corazón* (2000, Coreia do Sul) e as reprises: *Adolescente por naturaleza* (2005, EUA, Canadá); *El príncipe del café* (2006, Coreia do Sul); *Perfume de verano* (2006; Coreia do Sul); *Sonata de invierno* (2003, Coreia do Sul); *Vals de primavera* (2006, Coreia do Sul); *Trópico Amargo* (2007, França) e *El último emperador* (1987, China, França, Itália e Reino Unido). Este último é um longa-metragem fracionado para a TV. A isso se soma a transmissão da única telenovela produzida nos últimos três anos com financiamento público. Através de uma empresa privada, Alter Producciones¹⁰, foi realizada *Teresa en tres estaciones* (2012), fato que nos permite falar neste relatório de uma estatização da ficção, mesmo tratando-se de uma porcentagem mínima. Por outro lado, os meios de comunicação públicos na Venezuela não mudaram sua condição de mídias do governo, uma vez que são utilizados como mecanismo aberto de propaganda.

Embora, do ponto de vista quantitativo, os meios de comunicação privados se destaquem em relação aos públicos, vemos que

⁹ Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela, 2012c, s/n.

¹⁰ Essa empresa produziu, nesse mesmo esquema, *Caramelo e chocolate* (2008), para a TVES.

do ponto de vista do alcance territorial essa relação se modifica. A isso se soma a quantidade e a variedade de televisões comunitárias (43 no total) que, apesar de estarem fora do escopo deste estudo, fazem parte do universo audiovisual venezuelano. Embora algumas contem com uma trajetória de mais de duas décadas, muitas se consolidaram nos últimos anos, a partir da promulgação da Lei Orgânica de Telecomunicações (2000) e do Regulamento de Radiodifusão Sonora e Televisão Aberta Comunitárias de Serviço Público, sem fins lucrativos (2002). As características do movimento de mídias comunitárias e alternativas na Venezuela contam com poucas referências no contexto latino-americano. Seu impacto sociopolítico e cultural é inegável, principalmente por três razões: 1. a formação de comunicadores populares; 2. os trabalhos de alfabetização midiática e empoderamento de indivíduos e coletivos; e 3. a infraestrutura e o equipamento que manejam. Além disso, há as denúncias que, a partir de diversos espaços, têm sido feitas por sua explícita adesão ao projeto político de HRCF e sua utilização como janela propagandística. As televisões comunitárias oferecem hoje um saldo organizativo, formativo e criativo que é necessário estudar e compreender.

TV por assinatura

A televisão por assinatura atingiu em 2012 uma penetração de 47,1%, equivalente a 7.209.370 lares. Esse serviço, prestado por um total de 181 empresas (Conatel, 2013c), representou um crescimento do setor de 7,6% em relação ao ano de 2011 (39,5%). Esse setor consolidou-se no país devido à ausência de uma oferta plural na televisão aberta, capaz de garantir conteúdos variados, especialmente os relacionados com a produção de ficção seriada. Em outubro de 2012, a direção da Comissão Permanente do Poder Popular e Meios de Comunicação da Assembleia Nacional (Poder Legislativo) anunciou sua intenção de regular os conteúdos, o funcionamento e os custos do serviço (tarifas). Da mesma maneira, a comissão regula a inclusão de programação nacional e, em particular, de Produções Nacionais Independentes (PNI), por meio do Projeto de Lei para a

Prestação de Serviço de Televisão por Assinatura, que foi incluído em sua agenda. Poucos dias depois, os próprios parlamentares desmentiram a elaboração da lei e explicaram que a responsabilidade de abordar a matéria das televisões por assinatura era da Comissão Nacional de Telecomunicações (Conatel), vinculada à Vice-Presidência Executiva da República.

Durante o período, o governo nacional continuou oferecendo o serviço de televisão paga, por meio da empresa CANTV. O serviço da CANTV Televisión Satelital é oferecido por um custo inferior ao de outras empresas do setor. Contudo, sua oferta de canais é menor e não inclui, por exemplo, a Globovisión, que mantém uma linha editorial crítica em relação à gestão governamental. Os canais de sinal aberto também estão incluídos na oferta de televisão por assinatura, sendo essa a razão pela qual os conteúdos de ficção nacional de estreita são transmitidos por essa via. É possível afirmar que a janela da ficção seriada produzida na Venezuela, com alcance internacional, corresponde a Venevisión plus +, que durante o ano de 2012 transmitiu *Ciudad bendita* (2006).

Tendências das TICs

A penetração da internet no fechamento do ano de 2012 atingiu a cifra de 42,1%¹¹, de acordo com os dados preliminares da governamental Comissão Nacional de Telecomunicações (Conatel). Isso implica um aumento de 1,7% em relação ao ano anterior, quando teve uma penetração de 40,4%. O crescimento do período foi inferior ao registrado entre os anos 2010 e 2011, quando foi de 2,8%¹². O próprio presidente da estatal Companhia Anônima Nacional de Telefones da Venezuela (CANTV), Manuel Fernández,

¹¹ Esse dado corresponde às cifras preliminares para o fechamento de 2012 da Comissão Nacional de Telecomunicações, que se baseia na Pesquisa Trimestral Agregada dos Principais Indicadores do Setor.

¹² Essa desaceleração no crescimento pode estar vinculada com as falhas do fornecimento do serviço no país, vinculadas à largura de banda. De acordo com o Next Index (<http://netindex.com/download/allcountries/>), a Venezuela está localizada na antepenúltima posição na América Latina devido à lentidão de sua conexão, abaixo do Haiti e acima apenas de Suriname, Nicarágua e Bolívia.

admitiu em maio de 2012 que o padrão de velocidade da internet no país é de 0,71 megabytes (MB)¹³. A penetração da internet chegou a uns 12.555.010 usuários (Conatel, 2013a) e não chegou a beneficiar sequer a metade da população venezuelana, que, segundo o Instituto Nacional de Estatísticas (INE), era de 29.718.357 pessoas em 2012 (INE, 2013). Em compensação, foi registrado um aumento no número de empresas que oferecem serviço de internet, as quais chegaram a ser 43 em 2012 (Conatel, 2013a). Do total de assinantes do serviço de internet, 54,9% (2.020.623) foram residenciais, 6,5% (239.499) foram não residenciais e 38,5% (1.419.754) conectam-se na modalidade de internet móvel (Conatel, 2013b). O maior número de usuários foi de residenciais, seguidos pelos que optaram pela conexão na modalidade de internet móvel, que vem crescendo no país.

Essa tendência é aproveitada pelas emissoras de TV venezuelanas, que incorporam conteúdos vinculados à ficção seriada de produção nacional em seus sites na internet. Assim, por exemplo, a telenovela *Mi ex me tiene ganas* conta, em seu portal¹⁴, com um espaço chamado “Exclusivo web”, no qual o público pode ter acesso, ao vivo e em transmissão gravada, à *Twittcam* com os protagonistas. Da mesma maneira, são ofertados: um “por trás da câmara” da estreia para a imprensa; um programa especial exclusivo transmitido antes do primeiro capítulo da telenovela; entrevistas exclusivas com os atores; “por trás das câmaras” das gravações e um espaço denominado “Fique em dia”, que apresenta resumos dos últimos capítulos transmitidos. Além disso, o canal incorporou os três finais alternativos que foram desenvolvidos para essa telenovela, com a finalidade de gerar maior intriga e atração pelo desenlace. Além disso, essa última constitui uma estratégia que permitiria comercializar a telenovela em diferentes países, oferecendo o valor agregado de que cada um pudesse escolher a identidade do assassino em série que constituía o fio central da trama, de acordo com a aceitação dos personagens e as preferências dos públicos locais.

¹³ Fernández, 2012, s/n.

¹⁴ <http://www.venevision.net/programa/mi-ex-me-tiene-ganas/exclusivo-web>

Em relação ao desempenho da telefonia celular, em 2012 esse segmento teve uma penetração de 106%. Isso indica que, na Venezuela, o número de linhas celulares (31.732.781, no total) é maior que o número de habitantes. Em novembro de 2012 foi contabilizada uma penetração de 32% de telefones inteligentes (mais de 6 milhões de aparelhos)¹⁵, o que deixa a Venezuela em primeiro lugar na América Latina.

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

Tabela 1. Ficções exibidas em 2012

	ESTREIAS: 48		REPRISES: 38
	VENEVISIÓN: 4 Títulos Nacionais		VENEVISIÓN: 2 Títulos Nacionais
1.	<i>El árbol de Gabriel</i> (Telenovela)	1.	<i>Corazones extremos</i> (Série)
2.	<i>Mi ex me tiene ganas</i> (Telenovela)	2.	<i>Mujeres con historia</i> (Série de Unitários)
3.	<i>Natalia del mar</i> (Telenovela)		
4.	<i>¡Válgame Dios!</i> (Telenovela)		VENEVISIÓN: 7 Títulos Importados
		3	<i>A corazón abierto</i> (Telenovela) Colômbia
	VENEVISIÓN: 13 Títulos Importados	4	<i>A mano limpia</i> (Telenovela) Colômbia
5	<i>Abismo de pasión</i> (Telenovela) México	5	<i>El Chapulín Colorado</i> (Série) México
6	<i>Amor bravío</i> (Telenovela) México	6	<i>El Chavo</i> (Série) México
7	<i>Amores verdaderos</i> (Telenovela) México	7	<i>La Rosa de Guadalupe</i> (Série de Unitários) México
8	<i>Carita de ángel</i> (Telenovela) México	8	<i>Mujeres al límite</i> (Série de unitários) Colômbia
9	<i>¿Dónde diablos está Umaña?</i> (Minissérie) Colômbia	9	<i>Pequeños gigantes</i> (Sketchs) México
10	<i>El laberinto</i> (Série) Colômbia		
11	<i>El secretario</i> (Telenovela) Colômbia		TVES: 5 Títulos Nacionais
12	<i>Emperatriz</i> (Telenovela) México	10	<i>Aprendiendo con la música</i> (Série)
13	<i>La teacher de inglés</i> (Série) Colômbia	11	<i>Caramelo e chocolate</i> (Telenovela)

¹⁵ Herrera, citado por Lozano, 2012, s/n.

14	<i>La traicionera</i> (Telenovela) Colômbia	12	<i>Crónicas extraordinarias</i> (Série de unitários)
15	<i>La que no podía amar</i> (Telenovela) México	13	<i>Historias del más acá</i> (Série de unitários)
16	<i>Los exitosos Pérez</i> (Minissérie) México	14	<i>La única opción</i> (Minissérie)
17	<i>Retrato de una mujer</i> (Telenovela) Colômbia		
			TVES: 1 Título Importado
	TVES: 3 Títulos Nacionais	15	<i>La oveja negra</i> (Série) Uruguai
18	<i>Hotel de locura</i> (Minissérie)		
19	<i>Nos vemos en el espejo</i> (Série)		TELEVEN: 3 Títulos Nacionais
20	<i>Teresa en tres estaciones</i> (Telenovela)	16	<i>Mi gorda bella</i> (Telenovela)
		17	<i>Rosas y espinas</i> (Telenovela)
	TVES: 1 Título Importado	18	<i>Toda una dama</i> (Telenovela)
21	<i>India, una historia de amor</i> (Telenovela) Brasil		
			TELEVEN: 9 Títulos Importados
	TELEVEN: 1 Título Nacional	19	<i>A cada quien su santo</i> (Série de unitários) México
22	<i>Nacer contigo</i> (Telenovela)	20	<i>Agua en la boca</i> (Telenovela) Brasil
		21	<i>Alguien te mira</i> (Telenovela) EUA
	TELEVEN: 12 Títulos Importados	22	<i>Amar de nuevo</i> (Telenovela) México
23	<i>Corazón Valiente</i> (Telenovela) EUA	23	<i>Amor, mentiras y videos</i> (Série) Colômbia
24	<i>Deseos de mujer</i> (Telenovela) Colômbia	24	<i>Cielo rojo</i> (Telenovela) México
25	<i>Dos hogares</i> (Telenovela) México	25	<i>Lo que llamamos las mujeres</i> (Série de unitários) Méx.
26	<i>El encantador</i> (Telenovela) México	26	<i>Padres e hijos</i> (Série) Colômbia
27	<i>La casa de al lado</i> (Telenovela) EUA	27	<i>Tu voz estéreo</i> (Série de unitários) Colômbia
28	<i>Los canarios</i> (Série) Colômbia		
29	<i>Luna roja</i> (Telenovela) Portugal		LA TELE: 4 Títulos Nacionais
30	<i>Mi corazón insiste en Lola Volcán</i> (Telenovela) EUA	28	<i>Emperatriz</i> (Telenovela)
31	<i>Por ella... soy Eva</i> (Telenovela) México	29	<i>La llaman Mariamor</i> (Telenovela)
32	<i>Relaciones peligrosas</i> (Telenovela) EUA	30	<i>La traidora</i> (Telenovela)
33	<i>Tres milagros</i> (Telenovela) Colômbia	31	<i>Sirena</i> (Telenovela)

34	<i>Un sueño llamado salsa</i> (Série) Colômbia		
			LA TELE: 2 Títulos Importados
	LA TELE: 5 Títulos Importados	32	<i>Frecuencia 04</i> (Série) Argentina
35	<i>Chocolate con pimienta</i> (Telenovela) Brasil	33	<i>Lalola</i> (Telenovela) Peru
36	<i>El color del pecado</i> (Telenovela) Brasil	34	<i>Los Roldán</i> (Telenovela) Argentina
37	<i>Historias de hombres sólo para mujeres</i> (Série) Col.		
38	<i>Las profesionales</i> (Série) Colômbia		COPRODUÇÕES – Reprises
39	<i>Vecinos</i> (Série) México		VENEVISIÓN: 1 Título
		35	<i>Mentes en shock</i> (Série) EUA-Colômbia
	COPRODUÇÕES – Estreias		
	VENEVISIÓN: 9 Títulos		TELEVEN: 3 Títulos
40	<i>Corazón apasionado</i> (Telenovela) Venezuela-EUA	36	<i>Decisiones</i> (Série de Unitários) EUA-Colômbia
41	<i>El talismán</i> (Telenovela) Venezuela-EUA		-México-Porto Rico
42	<i>Los años dorados</i> (Série) Venezuela-EUA	37	<i>ISA TK+</i> (Série juvenil) Venezuela-EUA-Colômbia
43	<i>Los caballeros las prefieren brutas</i> (Telenov) EUA-Col	38	<i>Los Barriga</i> (Série) Equador-Peru
44	<i>Si me miran tus ojos</i> (Telenovela) Venezuela-EUA		
	TELEVEN: 4 Títulos		TOTAL GERAL DE TÍTULOS
45	<i>Amor sin barreras</i> (Telenovela) EUA-México		EXIBIDOS: 86
46	<i>Dulce amargo, así es el amor</i> (Telenovela) Venezuela-EUA-México		
47	<i>Flor salvaje</i> (Telenovela) EUA-Colômbia		
48	<i>Rosa Diamante</i> (Telenovela) EUA-México		

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

A exibição de ficção televisiva na Venezuela ao longo do ano de 2012 limitou-se a um total de 86 títulos. Isso representou uma

diferença de 16 títulos, para menos, em relação ao ano anterior (102 títulos). Dos 86 títulos exibidos no país, 38 (41,1%) foram reprises e 48 (55,8%), estreias. Somente 22 títulos, ou 25,5% da ficção total exibida, foram produzidos na Venezuela. Desse número, apenas oito títulos correspondem a estreias. Os dados registrados na Tabela 1 dão conta de uma diminuição progressiva do investimento nacional destinado à produção de ficção. Venevisión e Televen, com 32 títulos cada, destacam-se como principais divulgadores da ficção seriada. No caso da Venevisión, somente quatro títulos (12,5% do total exibido no canal) correspondem à ficção de estreia nacional, enquanto a Televen exibiu apenas 1 (3,1%). A Televisora Venezolana Social (TVES) estreou somente três dos dez títulos de ficção que exibiu. E apesar de a La Tele ter exibido 12 títulos, nenhum foi estreia. Tampouco o número de produtos importados que foram exibidos em 2012 é muito significativo, embora supere a produção nacional de ficção. Assim, foram importados 31 títulos de estreia (36,0%) e 20 reprises (23,0%). Por outro lado, somente Televen e Venevisión exibiram coproduções, das quais nove foram estreias e quatro reprises. A TVES, um canal de serviço público que anuncia que 48% de sua programação vem de contribuições dos Produtores Nacionais Independentes (PNI), exibiu cinco títulos de ficção localizados no âmbito Obitel. Deles, quatro correspondem a estreias (um importado) e um a reprise, também importado. O tempo de transmissão de ficção seriada nacional da TVES foi de 17 horas e 30 minutos. Isso representa 2,1% do total de horas da produção nacional (783 horas).

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

País	Títulos	%	Capítulos/ Episódios	%	Horas	%
NACIONAL (total)	13	22,4	1.081	16,5	783:00	21,5
IBERO-AMERICANA (total)	45	77,5	3.862	83,5	2.874:10	78,5
Argentina	0	0	0	0	0	0
Brasil	3	5,2	260	5,9	145:00	3,9
Chile	0	0	0	0	0	0

Colômbia	15	26,3	1.349	30,8	1.039:00	28,4
Equador	0	0	0	0	0	0
Espanha	0	0	0	0	0	0
EUA (produção hispânica)	13	22,8	1.162	24,2	821:10	22,4
México	13	21,0	1.069	21,8	855:00	23,3
Peru	0	0	0	0	0	0
Portugal	1	1,7	22	0,5	18:00	0,3
Uruguai	0	0	0	0	0	0
VENEZUELA	13	22,8	1.081	16,5	783:00	21,4
Latino-americana (âmbito Obitel)	58	100	4.943	100,0	4.572:00	100
Latino-americana (âmbito não Obitel)	0	0	0	0	0	0
Outras (produções e coproduções de outros países latino-am./ ibero-am.)	0	0	0	0	0	0
TOTAL	58	100	4.943	100	3.657:00	100

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

A ficção que se exhibe na Venezuela segue o mesmo padrão de anos anteriores quanto a país de origem. Segundo é possível observar na Tabela 2, há clara preferência pela produção latino-americana, dado que 58 dos títulos (100%) vêm da parte dessa região circunscrita ao âmbito Obitel. Com respeito aos países nos quais se origina a ficção que se transmite na Venezuela, destaca-se, em primeiro lugar, a Colômbia, país vizinho, com 15 títulos. A seguir, aparecem o México, os EUA (produção hispânica) e a Venezuela, com 13 títulos cada país. Depois, há três produções brasileiras e uma de Portugal.

O número de coproduções em 2012 manteve-se em 13, igual a 2011. Delas, nove produções foram estreias. A Venezuela participou em cinco coproduções de estreia, quatro com os EUA e uma com os EUA e o México. Outras coproduções transmitidas na Venezuela vêm de EUA-Colômbia (duas estreias e uma reprise), EUA-México (uma estreia), EUA-Colômbia-México-Porto Rico (uma

reprise) e Equador-Peru (uma reprise). Aqui, torna-se evidente que o fluxo da transnacionalização dos mercados continua sendo liderado pelas indústrias norte-americana e colombiana. Países do âmbito Obitel, como Argentina, Chile, Equador e Espanha, não conseguiram introduzir suas produções no mercado venezuelano em 2012. Já no relatório anterior, foram indicadas algumas razões que poderiam justificar a preferência pelas produções colombianas. Outros dois títulos, coproduzidos por Colômbia-EUA, fazem com que o número de produções de origem colombiana exibidas no país chegue a 17.

Tabela 3. Capítulos/Episódios e horas emitidos por faixa de horário

Faixas de horário	Nacionais				Ibero-Americanas				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Manhã (06:00 – 12:00)	0	0	0	0	2	0,05	77:00	2,8	2	0,04	77:00	2,1
Tarde (12:00 – 19:00)	319,5	29,6	295:00	37,7	1.854	48,0	1.136:00	40,9	2.173,5	43,9	1.431:00	40,1
Horário nobre (19:00 – 22:00)	435,1	40,3	216:00	27,6	1.078	28,0	876:00	31,4	1.513,1	30,7	1.092:00	30,7
Noturno (22:00 – 06:00)	326	30,1	272:00	34,7	928	24,0	694:00	24,9	1.254	25,4	966	27,1
TOTAL	1.081	100,0	783:00	100,0	3.862	100,0	2.783:00	100,0	4.943	100,0	3.566:00	100,0

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

Tabela 4. Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Formatos	Nacionais					Ibero-Americanas						
	Títu- los	%	Cap./ Ep.	%	Horas	%	Títu- los	%	Cap./ Ep.	%	Horas	%
Telenovela	9	69,4	1.045	96,8	641	97,1	36	80,1	3.268	84,8	2.438:10	85,0
Série	2	15,3	9	0,8	4,1	0,6	5	11,1	263:20	6,8	205:00	7,1
Minissérie	2	15,3	27	2,4	27	2,3	2	4,5	27	0,6	19:00	0,6
Telefilme	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unitário	0	0	0	0	0	0	1	2,2	195	5,0	125:00	4,3
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Outros (<i>soap opera</i> etc.)	0	0	0	0	0	0	1	2,2	109	2,8	88:00	3,0
TOTAL	13	100,0	1.081	100,0	664,6	100,0	45	100,0	3.862:20	100,0	2.874:10	100,0

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

Tradicionalmente, na Venezuela, a ficção de estreia nacional ocupa os horários nobre e noturno. Contudo, de acordo com a Tabela 4, em 2012 manteve-se uma alta porcentagem nesses horários, mas o horário da tarde superou em 3% o número de horas do noturno e em 10% o horário nobre. A mesma coisa ocorreu com a ficção de origem ibero-americana, segmento em que a diferença aumentou: 19% mais horas à tarde que no horário noturno e 9% mais que no horário nobre. Se a análise for feita sobre o número de capítulos/episódios, a tendência é bastante similar: note-se que somente no caso das produções nacionais o horário nobre supera em 11% o número de capítulos emitidos no horário da tarde, mas, no total, a porcentagem maior fica com o horário da tarde, com 44% frente aos 56% dos capítulos/episódios emitidos nos outros dois horários juntos.

Na Venezuela, a telenovela continua sendo o formato de ficção mais destacado. Seja de produção nacional ou ibero-americana, a verdade é que – segundo se observa na Tabela 4 – esse tipo de programação ocupa o primeiro lugar tanto no que se refere a horas de transmissão (97,1% destinados a programação nacional e 84,8% a programação ibero-americana) quanto ao número de títulos (69,2% são nacionais e 81,8% são ibero-americanos) e capítulos/episódios exibidos (96,7% nacionais e 84,6% ibero-americanos). A série é o formato que se mantém no segundo lugar no país, mas sua exibição resulta pouco significativa em comparação com a telenovela.

Tabela 5. Formatos da ficção nacional por faixa de horário

Formatos	Ma-nhã	%	Tar-de	%	Horário nobre	%	No-turno	%	Tot-al	%
Telenovela	0	0	3	23,0	4	30,8	2	15,4	9	69,2
Série	0	0	0	0	2	15,4	0	0	2	15,4
Minissérie	0	0	0	0	0	0	2	15,4	2	15,4
Telefilme	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unitário	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Outros (soap opera etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	0	0	3	100,0	6	46,2	4	30,8	13	100,0

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

Assim como no ano anterior, na Venezuela prevaleceram as produções de ficção no formato de telenovela. As histórias de longo alcance, a construção narrativa das tramas, a evolução dos personagens e a busca de um desenlace não apenas resultam interessantes para as redes de televisão, que podem garantir durante meses a audiência de um público cativo, mas também para esse público, que espera, dia após dia, seguir a evolução das histórias e construir suas próprias hipóteses, alternativas ou soluções para os dramas dos personagens.

Tabela 6. Época da ficção

Época	Títulos	%
Presente	47	97,9
de Época	1	2,1
Histórica	0	0
Outra	0	0
TOTAL	48	100,0

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

Mais uma vez, a época da ficção concentra-se no presente, e apenas uma porcentagem muito reduzida está contextualizada em outras épocas. A ficção histórica continua sem aparecer nas telinhas venezuelanas, apesar de a produção nacional ter vários projetos realizados com um importante investimento econômico e que serão transmitidos ao longo de 2013.

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

	Título	País de origem da ideia original ou roteiro	Produtora	Canal	Nome do roteirista ou autor da ideia original	<i>Rating</i>	<i>Share</i>
1	<i>Mi ex me tiene ganas</i>	Venezuela	Venevisión	Venevisión	Martín Hahn	5,38	40,17
2	<i>Flor salvaje</i>	EUA	Radio Televisión Interamericana	Televen	Laura Restrepo	5,12	38,16

3	<i>¡Válgame Dios!</i>	Venezuela	Venevisión	Venevisión	Mónica Montañéz	4,67	32,38
4	<i>La casa de al lado</i>	Chile	Telemundo	Televen	José Ignacio Valenzuela Guiraldes	4,64	39,34
5	<i>La traicionera</i>	Argentina	FOX TeleColombia	Venevisión	Adrián Suar, Faber Soto, Aura Niño e Rodrigo Holguín	4,57	40,32
6	<i>Natalia del Mar</i>	Venezuela	Venevisión	Venevisión	Alberto Gómez	4,44	30,71
7	<i>Abismo de pasión</i>	México	Televisa	Venevisión	Caridad Bravo Adams	4,06	32,49
8	<i>La que no podía amar</i>	EUA	Televisa	Venevisión	Delia Fiallo	3,99	29,54
9	<i>Emperatriz</i>	Venezuela	TV Azteca	Venevisión	José Ignacio Cabrujas	3,81	34,52
10	<i>Retrato de una mujer</i>	Colômbia	FOX TeleColombia	Venevisión	Mónica Agudelo	3,74	32,94
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros: 6			
100%				60%			

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

O apelo feito pelos escritores ao público foi especialmente importante este ano, quando foram oferecidas histórias inovadoras, que romperam com os padrões tradicionais da protagonista doce, casta e estilizada. Assim, *Mi ex me tiene ganas* foi protagonizada por uma jovem atriz cuja aparência se afasta da figura esbelta das modelos ou participantes de concursos de beleza. Isso conseguiu provocar uma ligação com o público, por ela ser mais parecida ao fenótipo curvilíneo da mulher latina e por sua extraordinária qualidade como atriz. Além disso, a história apresentada convidava o telespectador a seguir as pistas e os indícios para tentar adivinhar a identidade do assassino em série. Por outro lado, a telenovela que ocupou o segundo lugar no *top ten*, *Flor salvaje*, apresentou uma protagonista que evoluiu e passou de uma jovem doce, casta e com porte de modelo a uma mulher que entrou para o mundo da prostituição para ganhar o sustento diário e cuidar de suas irmãs, pelas quais era responsável.

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

	Título	Formato	Gênero	Nº de cap./ep. (em 2012)	Datas da primeira e da última emissão (em 2012)	Faixa de horário
1	<i>Mi ex me tiene ganas</i>	Telenovela	Drama/mistério	170	16/05/2012 05/12/2012	21:00 – 22:00 pm
2	<i>Flor salvaje</i>	Telenovela	Drama/romance	101	19/10/2011 16/04/2012	21:00 – 22:00 pm
3	<i>¡Válgame Dios!</i>	Telenovela	Comédia romântica	179	13/03/2012 03/10/2012	2:00 – 3:00 pm
4	<i>La casa de al lado</i>	Telenovela	Drama/romance	113	26/10/2011 14/05/2012	22:00 – 23:00 pm
5	<i>La traicionera</i>	Telenovela	Drama/romance	190	27/02/2012 21/12/2012	21:00 – 22:00 pm
6	<i>Natalia del Mar</i>	Telenovela	Comédia/drama/romance	61	28/06/2011 12/03/2012	02:00 – 03:00 pm
7	<i>Abismo de pasión</i>	Telenovela	Drama/romance	157	15/05/2012 19/11/2012	01:00 – 02:00 pm
8	<i>La que no podía amar</i>	Telenovela	Drama/romance	115	25/10/2011 14/05/2012	01:00 – 2:00 pm
9	<i>Emperatriz</i>	Telenovela	Drama	121	07/08/2012 (cont.)	03:00 – 04:00 pm
10	<i>Retrato de una mujer</i>	Telenovela	Drama/romance	67	01/10/2012 (cont.)	01:00 – 02:00 pm

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

O gosto pelo humor é uma qualidade que caracteriza o venezuelano típico. Assim, do conhecido trocadilho a eventos da vida pública nacional – como um erro no uso da linguagem cometido por um funcionário público, por exemplo –, tudo é motivo de piadas que circulam pela internet, pelos telefones e estão no discurso boca a boca. A telenovela *¡Válgame Dios!* recorreu ao uso de uma frase cotidiana utilizada para expressar surpresa ou resignação e apresentou uma história fresca e divertida. Os personagens mais populares foram Gamboa e Marbelis. O primeiro caracterizava-se por ser galante, atraente e pícaro, alguém capaz de manter três relacionamentos amorosos de maneira paralela. E Marbelis (conhecida como Santa Marbelis), que aparentava ser uma mulher amorosa, abnegada e

muito religiosa, mas na verdade era uma mulher vingativa, perversa, capaz de assassinar seus inimigos. Da mesma maneira, a telenovela que ocupou o quarto lugar, *La casa de al lado*, reuniu elementos de suspense e mortes que capturaram a atenção do público.

Tabela 9. Temáticas nos dez títulos mais vistos

Títulos		TEMÁTICAS DOMINANTES (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)	TEMÁTICAS SOCIAIS (ATÉ CINCO TEMAS MAIS IMPORTANTES)
1	<i>Mi ex me tiene ganas</i>	Resolução de crimes, desenvolvimento de práticas profissionais jurídicas, revelação de identidade, vingança.	Velhice, gravidez não desejada, doenças mentais, adições, insegurança cidadã.
2	<i>Flor salvaje</i>	Amor, discórdia, relações familiares em conflito, bastardia.	Prostituição, adições, gravidez não desejada.
3	<i>¡Válgame Dios!</i>	Bastardia, relações familiares em conflito, amor, humor, vingança.	Gravidez indesejada, doenças.
4	<i>La casa de al lado</i>	Resolução de crimes, práticas profissionais jurídicas, revelação de identidade, relações familiares em conflito.	Insegurança cidadã, doença, adições, desvalorização das relações familiares.
5	<i>La traicionera</i>	Resolução de crimes, práticas profissionais jurídicas, vingança, bastardia.	Doenças mentais, perda de valores morais, destruição de relações familiares.
6	<i>Natalia del Mar</i>	Amores contrariados, infidelidade, vingança, revelação de identidade, bastardia.	Adições, gravidez indesejada, diferenças entre classes sociais, superação pessoal, paisagens naturais.
7	<i>Abismo de pasión</i>	Vingança, assassinatos, práticas profissionais jurídicas, relações familiares.	Perda de valores morais, gravidez indesejada, vícios, imigração, doenças.
8	<i>La que no podía amar</i>	Vingança, amores contrariados, desenvolvimento de práticas profissionais jurídicas.	Bigamia, vícios, imigração
9	<i>Emperatriz</i>	Bastardia, vingança, amor, resolução de crimes, práticas profissionais jurídicas, revelação de identidade.	Adições, doenças mentais, gravidez não desejada, relações familiares em conflito.
10	<i>Retrato de una mujer</i>	Amor, relações familiares.	Relações familiares em conflito, perda de identidade pessoal.

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

No que se refere à inserção de conteúdos nas tramas, vemos as seguintes constantes presentes nas três produções nacionais de estreia que chegaram ao *top ten*: gravidez indesejada, vícios e doenças mentais. No ano de 2012, a Venezuela ocupou o primeiro lugar na América do Sul¹⁶ em gravidez não planejada e teve um alto índice em gravidez precoce. Esse tema é tratado, de maneira indireta, em *Natalia del Mar*, *¡Válgame Dios!* e *Mi ex me tiene ganas*. Por outro lado, observa-se um incipiente interesse por mostrar as paisagens naturais do país e, com isso, promover de maneira indireta o turismo. Playa Esperanza e Mar Encantado são dois povoados fictícios que, lamentavelmente, ao não serem referenciados de maneira direta na geografia venezuelana, perdem sua possibilidade de promoção, com o que a estratégia se debilita.

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

Títulos	Canal	Gênero %		Faixas etárias %								Nível socioeconômico %			
		M	H	4-7	8-11	12-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	AB	C	D	E
<i>Mi ex me tiene ganas</i>	Venevisión	6,41	4,33	3,08	3,61	4,80	4,99	4,11	5,90	6,92	7,63	1,47	2,96	4,46	8,19
<i>Flor salvaje</i>	Televen	6,80	3,94	2,33	3,83	3,36	4,49	3,61	6,88	8,08	8,00	4,06	3,55	5,15	6,70
<i>¡Válgame Dios!</i>	Venevisión	7,36	4,26	4,03	3,63	4,73	5,58	4,16	6,09	8,35	8,29	2,89	3,69	5,13	8,10
<i>La casa de al lado</i>	Televen	6,05	3,39	1,94	2,93	3,11	4,16	3,47	6,49	7,19	6,26	3,19	3,59	4,28	6,10
<i>La traicionera</i>	Venevisión	5,44	3,72	2,73	2,60	3,93	4,49	3,67	4,70	5,75	6,88	1,79	2,37	3,92	6,82
<i>Natalia del Mar</i>	Venevisión	6,94	4,67	4,68	3,54	4,10	5,51	4,20	6,09	7,63	9,07	3,04	3,66	5,49	7,50
<i>Abismo de pasión</i>	Venevisión	6,34	3,70	2,93	2,88	3,72	4,56	3,27	5,48	7,54	7,86	1,58	3,34	4,18	7,37

¹⁶ Os dados demográficos e as estatísticas vitais do censo 2011 indicam que, de 615.132 nascimentos vivos, 141.499 (23%) correspondem a mães com idades que não superam os 19 anos.

<i>La que no podía amar</i>	Venevisión	6,68	4,21	3,82	2,86	3,72	5,22	3,72	5,81	7,66	8,76	3,01	3,55	4,91	7,37
<i>Emperatriz</i>	Venevisión	5,61	3,25	2,80	2,85	3,80	4,31	2,98	4,45	7,00	6,10	1,00	2,49	3,41	7,23
<i>Retrato de una mujer</i>	Venevisión	5,81	3,30	2,71	3,07	3,46	4,24	2,79	4,88	7,15	6,80	1,10	3,34	3,49	7,10

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

3. A recepção transmidiática

A programação de ficção que ocupa o *top ten* dos títulos mais vistos em 2012 na Venezuela está concentrada em dois canais privados (Venevisión, com oito títulos, e Televen, com apenas dois), e ambos incorporaram algumas iniciativas de difusão apoiadas nas redes sociais como estratégia para se aproximar mais do público. A seguir, será utilizada a ficção *Flor Salvaje* para exemplificar como funciona isso.

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

Título	Emisora	Proposta de transmediação	Tipo de interação transmidiática	Níveis de interatividade	Tipos de práticas dominantes
<i>Flor Salvaje</i>	Televen	Site oficial http://msnlatino.telemundo.com/novelas/Flor_Salvaje/	Visualização transmidiática	Ativa	Comentários Notícias Anúncios especiais sobre a telenovela Pesquisas
		Facebook https://www.facebook.com/FlorSalvajeTV?ref=ts&fref=ts	Visualização interativa	Ativa	Comentários Críticas Pesquisas Recomendação
		Twitter https://twitter.com/FlorSalvajeTV	Visualização interativa	Ativa	Comentários Críticas Pesquisas
		YouTube http://www.youtube.com/user/TVTelemundo	Visualização interativa	Ativa	Comentários
		Facebook https://www.facebook.com/FlorSalvajeTelemundo	Visualização interativa	Ativa	Comentários Críticas

Fonte: Dados próprios da pesquisa – Equipe Obitel Venezuela – 2013.

Ao revisar a proposta transmidiática a partir das iniciativas das mencionadas televisões, parece que o ceticismo e a indecisão das empresas manifestados em anos anteriores sobre o reconhecimento das potencialidades da internet mudou. Todos os títulos possuem sua página oficial, assim como espaços de interação na rede social Facebook. Em alguns casos, integraram outras ferramentas, como Twitter, Instagram e YouTube, que, por razões de espaço, não estão incluídas neste relatório. Cada um dos dez títulos incluídos no *top ten* possui um site oficial e uma *fan page* no Facebook. O nível de interatividade que predomina é o ativo. O usuário está interessado em comentar e criticar, é receptivo ao estímulo de responder pesquisas, opinar, e inclusive propõe sua versão da história, embora caiba destacar que o nível de interatividade criativa ainda não é suficiente para se falar em “prossumidores”. É provável que os meios de comunicação observem com maior cuidado o crescimento acelerado do número de usuários de internet no país e as vantagens que traz a mídia digital – por exemplo, no que se refere às comunicações ajustadas ao estilo da audiência, à expansão da marca e seus produtos, a recolher informação para conhecer melhor a audiência, composta por um público que se transformou em prossumidor, e para segmentar a entrega de valor de acordo com as necessidades de grupos específicos (Jiménez, 2011).

Para a análise particular de uma ficção foi escolhida *Flor salvaje*, a segunda telenovela mais vista do *top ten*, com um *rating* de 5,1% e um *share* de 38,1%. Essa escolha se baseia em qual das ofertas transmidiáticas é a mais representativa. A produção foi exibida de 9 de outubro de 2011 a 16 de abril de 2012, no horário das 21:00 às 22:00 horas, pela Televen. Conta com um site oficial criado pela empresa Telemundo para interagir com seu público. O site oferece fotos, vídeos, histórias e personagens, perfil no Facebook e no Twitter. No site oficial há uma seleção detalhada de fotos e vídeos exclusivos e classificados da seguinte maneira: episódios, o melhor da novela, por trás das câmaras e outros. Além disso, apresenta a seleção do vídeo mais visto, inclui um jogo que pretende medir quanto

o público sabe sobre a telenovela e tem seções que mostram o que foi mais compartilhado, mais comentado, um *widget* com a lista de *tweets* que é atualizada constantemente, resumo de capítulos, entre outras opções. É uma página com muitas opções e que convida à interatividade a partir de opções como: curtir, compartilhar, enviar para o Facebook, para o Twitter ou por correio eletrônico. O perfil no Facebook, que tem link com a página oficial, foi criado em 17 de maio de 2011¹⁷, e nesse perfil 45.548 pessoas já “curtiram” a página e outras 81 estão falando desse site. Durante o mês de abril de 2012, período no qual foi ao ar o final da telenovela, o perfil do Facebook mostra 2.935 pessoas que curtiram e 3.123 que estão falando disso.

Para a análise da ficção foi escolhido o segundo perfil, criado em 25 de julho de 2011 pelo canal venezuelano Televen¹⁸. Nesse caso, foram 32.307 as pessoas que curtiram o perfil e 97 que estão falando sobre ele. Foi escolhido o intervalo de 12 a 17 de abril, período em que houve maior interatividade e menções aos últimos quatro capítulos da telenovela. O perfil não indica o número de visitantes/usuários por dia, mas o número global atualizado. Por isso, o número calculado foi obtido da soma dos dois tipos de *feedback* (“Curtir” e “Comentários”). Há uma interatividade marcada pelos comentários dos usuários que aumenta de maneira considerável no dia 16 de abril (2.018 visitantes), data da exibição do capítulo final. Poder-se-ia inferir que esse momento, o desenlace final da trama, amplifica a participação e a necessidade de expressar emoções, sentimentos, elogios, críticas e comentários em torno da história que culmina.

Em relação aos tipos de comentários postados, pode-se observar que predominam a descrição de personagens, observações sobre eles e previsões sobre a temática ou o desenvolvimento da história. Também são feitas críticas que revelam a postura – de concordância ou discordância – com respeito ao final da história, além de propos-

¹⁷ No endereço: <https://www.facebook.com/FlorSalvajeTelemundo>

¹⁸ <http://www.televen.com/Televen/Programas/--Dramáticos/Flor-Salvaje>. O endereço do perfil é: <https://www.facebook.com/FlorSalvajeTV?ref=ts&fref=ts>.

tas de um final desejado; por exemplo, “Não há outra novela que se compare!! com este sucesso de televen!”, postado em 13 de abril por Lizcary Chirinos (2012). Alguns usuários interagem entre si ao discutir o comentário de outro, responder perguntas ou, simplesmente, expressar o impacto emotivo que teve sobre si determinada situação apresentada na trama.

As funções que predominam nos comentários postados são: emotiva, referencial, conativa e fática. Cabe assinalar que o canal também postou comentários com função fática – por exemplo, em 13 de abril, publicou “Escolha seu final” e deu cinco alternativas: a) Você ressuscitaria Pablo para que ele se casasse com Amanda; b) Amanda e Rafael são felizes para sempre; c) Abel vence Rafael e fica com Amanda; d) Amanda fica sozinha; e) Amanda reata com Sacramento. Pode-se inferir que, nesse caso, a intenção é gerar debate e estimular a interatividade do público. Foram obtidos 372 comentários e 244 “Curtir”, mas apenas um usuário compartilhou. Na mesma linha, o canal incorporou duas pesquisas no dia 16, provavelmente com a intenção de elevar as expectativas e estimular a interatividade dos usuários para a exibição do episódio final. A primeira perguntou “Prontos para ver o grande final de Flor Salvaje?”, e a resposta positiva foi a mais votada, com 97 pessoas. A segunda pesquisa perguntou “Quem tentou impedir o casamento de Flor e Rafael?”. Nesse caso, o interesse está dirigido a identificar o conhecimento do público sobre a trama. A opção mais votada foi escolhida por 319 pessoas. Finalmente, também foi identificado um comentário com função conativa. Nesse caso, o canal postou o seguinte convite: “Clique em Curtir se você está assistindo Flor Salvaje na Televen”. Presumivelmente, aqui a intenção poderia estar relacionada com a medição do *rating*.

4. O mais destacado do ano

Em relação à ficção, os aspectos que se destacam no ano 2012 foram agrupados em quatro itens: 1. Estatização da ficção; 2. Produção da ficção a partir de espaços comunitários; 3. Ficção seriada

vinculada com aspectos místicos e religiosos; e 4. Financiamento público para a produção audiovisual de ficção.

A partir de 2010, a produção da ficção seriada nacional diminuiu consideravelmente. Junto com isso, no ano de 2010 o presidente Hugo Rafael Chávez Frías sugeriu a necessidade de criar a “telenovela socialista”. Como resposta a esse apelo, no ano de 2012 é produzida e transmitida *Teresa en tres estaciones*. Essa novela foi produzida com financiamento do Fundo de Responsabilidade Social, tendo um orçamento de 17.000.000,00 BsF, que equivalem a 3.953.488,37 dólares no câmbio oficial de 4,30 BsF por dólar. Com 40 capítulos de 24 minutos de duração, tenta reivindicar o papel da mulher venezuelana a partir de estereótipos diferentes dos propostos pela telenovela romântica tradicional. Em *Teresa en tres estaciones* são mostradas as vidas de uma mãe solteira, uma estudante de artes e uma maquinista do trem que faz o percurso Caracas-Valles del Tuy. Essa produção foi transmitida pela TVES, que, é importante dizer, mantém-se como o único canal de sinal aberto com cobertura nacional que transmite cinema venezuelano, latino-americano e de outros países, com a premissa de incluir produções de alta qualidade estética. Com isso, busca oferecer ao público opções diferentes das de outros canais. Contudo, os baixos índices de audiência que, ano após ano, mostra o canal evidenciam que, para além dos conteúdos, é necessário criar uma política de impacto nos telespectadores. Um elemento que explica essa realidade é o fato de o início das transmissões da TVES ter sido marcado pela não renovação da licença da Radio Caracas Televisión, com suas correspondentes implicações políticas, econômicas e de fidelidade por parte da audiência.

No espaço comunitário denominado Parque Cultural Tiuna El Fuerte¹⁹, concretamente no Laboratório de Artes Urbanas (LAU),

¹⁹ Denominação dada por estar localizada na frente das instalações militares que albergam, entre outras, a sede do Ministério do Poder Popular para a Defesa, El Fuerte Tiuna, localizada na paróquia El Valle, em Caracas. Descrevem-se da seguinte maneira: “Somos um coletivo político-cultural de jovens ativistas da arte pública. Nascemos em 2005, tomando as artes urbanas como armas de luta e transformação radical da sociedade em que vivemos. Somos sensibilidade humanista que cotidianamente constrói um espaço

sob os auspícios do Fundo de Responsabilidade Social da Comissão Nacional de Telecomunicações (Conatel) e da figura da Produção Nacional Independente (PNI), foi produzida a série *Barrio Sur*. Com uma duração de 13 capítulos, o primeiro deles denominado *El desafío*, foi exibido em público no dia 25 de setembro, no Teatro Principal de Caracas, mas ainda não foi transmitido por sinal aberto. A trama gira em torno da vida de um grupo de jovens habitantes de um bairro popular da cidade de Caracas. Muitos dos personagens são interpretados por jovens do coletivo Tiuna El Fuerte, os quais não têm experiência no campo da atuação e habitam nas zonas de El Valle e Coche, principalmente. Dirigida por Michael Labarca, contou também com o apoio da Fundação Infocentro, por meio do Plano Nacional de Brigadas Comunicacionais²⁰.

O terceiro elemento está vinculado com a ficção seriada relacionada à religião. *Traición y perdón* (2012) é a terceira das minisséries televisivas produzidas no país com talento venezuelano, apesar de nenhuma delas ter sido transmitida no país. A Enlace TV é uma rede internacional de comunicação por satélite cristã, em espanhol, e foi ela que produziu essa série. Os conteúdos da Enlace TV são gerados em diversos países da América, da Europa e da Ásia, e o canal transmite nos EUA, na Argentina, na Colômbia, no Chile, na Espanha, no México e na Venezuela. Em anos anteriores, produziu *Pecado de soberbia* (2011) e *Redención de amor* (2010). Todas foram escritas por Carlos Roa Viana e dirigidas por Henry Casares. O que foi dito anteriormente dá conta, por um lado, da segmentação

público alternativo para o encontro, expressão, formação, recreação e inclusão de jovens de classes populares”. Tiuna El Fuerte. Em: <http://laboratoriodeartesanias.blogspot.com/> (Captura: 13/04/2013).

²⁰ “As brigadas estão integradas por organizações sociais, membros de comunidades organizadas, facilitadores e facilitadoras da Infocentro, que promovem a criação coletiva de mensagens revolucionárias operando a partir do território de sua comunidade. Os e as brigadistas fazem de sua prática um processo endógeno de formação emancipadora. Nelas é promovida a ação coletiva no terreno midiático e comunicacional, onde cada sujeito ou organização que se incorpora à proposta contribui a partir de seus referenciais e com as suas capacidades ao processo de produção e distribuição de conteúdos.” *¿Que son las brigadas comunicacionales?* Em: http://www.infocentro.gob.ve/sitios_index.php (Captura: 13/04/2013).

do público em função da fé e, por outro, dos fluxos transnacionais desse tipo de ficção, o que abre um nicho para as pesquisas de audiência.

O quarto elemento está vinculado com as ações de financiamento para a produção audiovisual que são criadas pelo Estado. O Fundo de Responsabilidade Social em Rádio e TV (FRS) fornece recursos para estimular a denominada Produção Nacional Independente (PNI), assim como outras produções que não necessariamente se inscrevem nesse segmento. O FRS alimenta-se de 4% dos ingressos brutos anuais que geram as operadoras do setor de telecomunicações, assim como das multas²¹. Durante o ano de 2012, foram produzidas sob essa modalidade as ficções seriadas *Barrio Sur* (Parque Cultural Tiuna El Fuerte); *Hotel de Locura* (Quimera Visión); *Teresa en tres estaciones* (Alter Producciones, Villa del Cine e TVES); *Nos vemos en el espejo* (PNI); *La residencia* (Linterna Roja Films); *El Diario de Bucaramanga. El retrato de un héroe* (SPM Producciones e Montesacro Films); *Guerreras y Centauros* (TVES – La Villa del Cine) e *La precursora*. Essas três últimas ainda estão em processo de produção²².

5. Tema do ano: ficção televisiva e memória social

O tratamento da memória social ou narração do passado na ficção televisiva venezuelana é apresentado em uma dupla vertente.

²¹ Segundo declarações de Jorge Ropero: “Nos últimos dois anos, o Fundo de Responsabilidade Social financiou 98 produções para a TV, por um montante de 173 milhões de bolívares; 22 produções de rádio que receberam 10 milhões e 700 mil bolívares; três projetos de infraestrutura que receberam 7 milhões e 600 mil bolívares; dois projetos de pesquisa na comunicação que receberam um milhão e 674 mil bolívares; um projeto de percepção crítica por 262 mil bolívares e um projeto de capacitação que recebeu um milhão e 92 mil bolívares”. Esse investimento compõe um total de 186.735.600,00 BsF, equivalentes a 43.426.883,70 dólares, tomando como referência o câmbio oficial de 4,30 BsF por dólar.

²² A estes soma-se um projeto argentino-venezuelano identificado como *Unitarios de Televisión Digital Abierta*, uma série de ficção que consta de sete capítulos de 50 minutos. A série apresentará a história de uma família disfuncional ou triângulo desfeito, que estrutura as relações entre seus membros a partir do amor, da tolerância, da inclusão e do respeito. O orçamento total destinado a esse projeto é de 9.131.120,00 BsF, o que equivale a 2.123.516,28 dólares, no câmbio oficial de 4,30 BsF por dólar.

Por um lado, a memória recente, vinculada ao entorno sociopolítico do país. Por outro, a memória histórica, na qual são exaltados determinados acontecimentos, reconstroem-se olhares em torno de determinados personagens e/ou são localizadas as referências que permitem explicar alguns fenômenos que ocorrem hoje. No que diz respeito à memória recente, *Barrio Sur* e *Teresa en tres estaciones* integram elementos que resgatam alguns aspectos definidores das identidades do venezuelano de hoje: os jovens que habitam comunidades urbanas deprimidas e que lutam por seus sonhos e ideais, ou os novos papéis que a mulher venezuelana desempenha – uma maquinista de trem, uma mãe solteira que trabalha como cabeleireira e cantora e uma estudante de artes – e cujas vidas se transformam a partir da presença do recém-inaugurado sistema de transporte ferroviário. Os antecedentes desse tipo de conteúdo podem ser encontrados naquilo que na Venezuela foi denominado telenovela cultural, e que depois foi ampliado para outras, como, por exemplo, *Por estas calles* (1992), *Amores de fin de siglo* (1995), *Ciudad bendita* (2006) e *Amores de barrio adentro* (2004). Outros tipos de conteúdo associados à memória social são aqueles gerados a partir de acontecimentos políticos e/ou que refletem épocas históricas determinantes para o país. *Estefanía* (1979) encenou os tempos da ditadura de Marcos Pérez Jiménez (1953-1958); *Gómez I* (1980), *Gómez II* (1981) e *La dueña* (1984), ambientadas na época da ditadura de Juan Vicente Gómez (1908-1935), apelidado de “El Bagre”, são exemplos disso.

No que poderíamos chamar de “memória cultural”, encontramos conteúdos que, tendo como marco épocas determinantes da história da Venezuela, aludem, diretamente ou não, a temas como a etnicidade, o heroísmo ou os movimentos independentistas. Nesse contexto estão incluídas, por exemplo, *Pobre Negro* (1976), *Sangre azul* (1979) e *Guerreras y centauros* (2012-2013). Na primeira, é historizada “a memória popular coletiva, formulando a fábula identitária da mestiçagem com a ênfase populista que implicou a construção de sujeitos híbridos ‘branqueados’ e a domesticação imaginá-

ria do quilombola”²³. Na segunda, são rememorados os episódios da Guerra Federal, que transcorre a meados do século XIX. *Guerreras y centauros*, por sua vez, abrange o lapso de tempo que vai de 1821 até o início do século XX, no marco da ditadura de “El Bagre”.

Os temas giram em torno do latifúndio e da exploração da pluma de garça, e nesse grupo inscrevem-se dois dos títulos que foram produzidos no país no ano de 2012 e que ainda não estrearam e/ou foram transmitidos por sinal aberto. *El diario de Bucaramanga. El retrato de un héroe* (2012-2013) e *La precursora* (2012-2013) são exemplos disso. *El diario de Bucaramanga. El retrato de un héroe* transcorre em torno da vida de Simón Bolívar e dos acontecimentos vinculados à Grande Colômbia (1828). *La precursora*, por sua vez, transcorre entre 1799 e 1811 e reflete a época independentista. No ano de 2012, a memória que se promove a partir da ficção seriada está vinculada com o olhar romântico colocado sobre o passado, em busca de uma heroicidade perdida que se instala em novos heróis: as mulheres com virtudes que geralmente são atribuídas à masculinidade hegemônica (força, valentia, coragem) nas guerras e nas ações precursoras da gesta independentista – narrativas nas quais a grandiloquência é utilizada como fórmula, assim como as batalhas e as lutas pelo poder. Tem-se a impressão de que, em nosso contexto, por enquanto, não é possível gerar outro tipo de memória histórica, memória na qual histórias, com minúscula, sejam tão importantes quanto a História, com maiúscula, aquela que se escreve a partir da visão oficial e que termina por ser oficializante; memória na qual as histórias da vida cotidiana tenham força suficiente para serem levadas em conta; memória na qual sejam abordados aspectos como o impulso econômico e cultural, as inovações tecnológicas e científicas ou a formação das instituições, para mencionar apenas algumas. As explicações são claras: por um lado, o raizame militarista que deu forma às nossas nações ainda condiciona nossas maneiras de expressar o mundo. E, por outro, a necessidade de manter vivo um

²³ Raquel Rivas Rojas. *Cimarronaje, exclusión, mestizaje y blanqueamiento en Pobre Negro de Rómulo Gallegos*. Caracas: Estudios, USB, 2002. p. 105.

personagem: Simón Bolívar, que sempre dará lucros entre aqueles que querem emulá-lo.

Referências

CONATEL (2013d). *Telefonía móvil. Indicadores. Años 1997 – 2012*. Disponível em: http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2012_anual/telefonía_movil13.pdf. Acesso em: 25 de março de 2013.

CONATEL (2013a). *Servicio de Internet. Indicadores. Años 1998-2012*. Disponível em: http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2012_anual/internet_13.pdf. Acesso em: 25 de março de 2013.

CONATEL (2013b). *Servicio de internet. Suscriptores residenciales y no residenciales. Años 2001 – 12*. Disponível em: http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2011_anual/internet_residencial_no_residencial13.pdf. Acesso em: 25 de março de 2013.

CONATEL (2013c). *Difusión por suscripción. Indicadores. Años 2000 – 2011*. Disponível em: http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2012_anual/difusion13.pdf. Acesso em: 25 de março de 2013.

FERNÁNDEZ, M. (2012). *Cantv aumentará velocidad de conexión a Internet en próximos 6 meses*. Disponível em: <http://www.correodelorinoco.gob.ve/Nacionales/cantv-aumentara-velocidad-conexion-a-internet-proximos-6-meses/>. Acesso em: 25 de março de 2013.

INE (2013). *SDD Cuadro de Estadística de Proyecciones de Población*. Disponível em: <http://www.ine.gob.ve/documentos/Demografia/SituacionDinamica/Proyecciones/html/PoblacionSexo.html>. Acesso em: 25 de março de 2013.

JIMÉNEZ, C. et al. *Internet y los negocios: manual para aprovechar las ventajas de internet en su empresa*. Caracas: Ediciones IESA, 2011.

LOZANO, D. (2012). *Se sacude el mercado de teléfonos inteligentes por la competencia*. Disponível em: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/tecnologia/internet/se-sacude-el-mercado-de-telefonos-inteligentes-por.aspx>. Acesso em: 1 de abril de 2012.

NET INDEX (2013). *All countries*. Disponível em: <http://netindex.com/download/allcountries/>. Acesso em: 5 de abril de 2013.

RIVAS R., R. *Cimarronaje, exclusión, mestizaje y blanqueamiento en Pobre Negro de Rómulo Gallegos*. Caracas: Estudios, USB, 2002.

FICHAS TÉCNICAS DOS *TOP TEN* DOS PAÍSES OBITEL

ARGENTINA

1. *Graduados*

Produção: Underground Contenidos, Endemol Argentina e Telefé Contenidos

Direção: Sebastián Ortega

Roteiro: Ernesto Korovosky, Silvina Fredjkes e Alejandro Quesada

Elenco: Nancy Dupláa, Daniel Hendler, Luciano Cáceres, Julieta Ortega e Isabel Maceo

2. *Dulce amor*

Produção: LC Producciones e Telefé Contenidos

Direção: Hugo Alejandro Moser e Mauro Scandolari

Roteiro: Enrique Estevanez, Marcelo Nacci e Laura Barneix

Elenco: Sebastián Estevanez, Juan Darthés, Carina Ampini, Laura Novoa e Pedro Cernadas

3. *Herederos de una venganza*

Produção: Pol-ka

Direção: Jorge Montero e Jorge Bechara

Roteiro: Leandro Calderone

Elenco: Luciano Castro, Romina Gaetani, Marcela Kloosterboer, Federico Amador e Leonor Benedetto

4. *El hombre de tu vida*

Produção: 100 bares e Telefé Contenidos

Direção: Juan José Campanella

Roteiro: Cecilia Monti e Juan José Campanella

Elenco: Guillermo Francella, Mercedes Morán, Luis Brandoni e Tupac Larriera

5. *La dueña*

Produção: Telefé Contenidos

Direção: Martín Kwellner

Roteiro: Marcelo Caamaño

Elenco: Mirtha Legrand, Florencia Bertotti, Benjamín Vicuña, Fabian Vena e Raúl Taibo

6. *Mi problema con las mujeres*

Produção: 13 Mares Producciones e Vincent Entertainment

Direção: Daniel Defelippo

Roteiro: Sebastián Roststein e Alberto Rojas Apel (adaptadores)

Elenco: Mariano Martínez, Ana María Orozco, Mónica Gonzaga e Yayo Guridi

7. *Sos mi hombre*

Produção: Pol-ka

Direção: Sebastián Pivotto e Martín Sabán

Roteiro: Leandro Calderone

Elenco: Luciano Castro, Celeste Cid, Gabriel Goity, Gonzalo Valenzuela e Federico Di Santo

8. *Mi amor, mi amor*

Produção: El árbol, Endemol Argentina e Telefé Contenidos

Direção: Mariano Ardanaz e Juan Pablo Laplace

Roteiro: Gustavo Belatti e Leonel D'Agostino

Elenco: Juan Gil Navarro, Jazmín Stuart, Brenda Gandini, Martín Seefeld e Federico D'Elía

9. *Los únicos*

Produção: Pol-ka

Direção: Sebastián Pivotto, Lucas Gil, Rodolfo Antunez e Vícto Stella

Roteiro: Leandro Calderone e Mariano Vera

Elenco: Nicolás Cabré, Nicolas Vázquez, Emilia Attías, Marco Antonio Caponi e María Eugenia Suárez

10. *Lobo*

Produção: Pol-ka

Direção: Lucas Ruiz Barrea e Alejandro Ibáñez

Roteiro: Lily Ann Martin, Cecilia Guerty e Pablo Junovich

Elenco: Gonzalo Heredia, Vanesa González, Osvaldo Laport, Viviana Saccone e Luisana Lopilato

BRASIL

1. *Fina estampa*

Produção: Globo/92

Direção: Wolf Maya

Roteirista: Aguinaldo Silva

Elenco: Lília Cabral, Christiane Torloni, Dalton Vigh, Marcelo Serrado, Paulo Rocha

2. *Avenida Brasil*

Produção: Globo

Direção: Ricardo Waddington, Amora Mautner, José Luiz Villamarim

Roteirista: João Emanuel Carneiro

Elenco: Débora Falabella, Adriana Esteves, Murilo Benício, Cauã Reymond, Marcello Novaes

3. *Cheias de charme*

Produção: Globo

Direção: Carlos Araújo, Denise Saraceni

Roteiristas: Filipe Miguez e Izabel de Oliveira

Elenco: Taís Araújo, Leandra Leal, Isabelle Drummond, Cláudia Abreu, Ricardo Tozzi

4. *Salve Jorge*

Produção: Globo

Direção: Marcos Schechtman, Fred Mayrink

Roteirista: Glória Perez

Elenco: Nanda Costa, Rodrigo Lombardi, Giovanna Antonelli, Cláudia Raia, Totia Meirelles

5. *Tapas e beijos (2ª temporada)*

Produção: Globo

Direção: Maurício Farias, Daniela Braga, Clara Kutner

Roteiristas: Claudio Paiva, Péricles Barros, Claudio Lisboa, Nilton Braga, Regina Valladares

Elenco: Fernanda Torres, Andrea Beltrão, Fábio Assunção, Vladimir Brichta, Otavio Muller

6. *Aquele beijo*

Produção: Globo

Direção: Cininha de Paula, Roberto Talma

Roteirista: Miguel Falabella

Elenco: Giovanna Antonelli, Marília Pêra, Herson Capri, Grazi Massaferra, Ricardo Pereira

7. *A grande família (12ª temporada)*

Produção: Globo

Direção: Luis Felipe Sá, Guel Arraes

Roteiristas: Bernardo Guilherme, Marcelo Gonçalves, Olívia Guimarães

Elenco: Marco Nanini, Marieta Severo, Pedro Cardoso, Lúcio Mauro Filho, Guta Stresser

8. *Amor eterno amor*

Produção: Globo

Direção: Pedro Vasconcelos, Rogério Gomes

Roteirista: Elizabeth Jin

Elenco: Gabriel Braga Nunes, Letícia Persiles, Carlos Dalla Vecchia, Andréia Horta, Giulia Gam

9. *Doce de mãe*

Produção: Globo

Direção: Ana Luíza Azevedo, Jorge Furtado, Guel Arraes

Roteiristas: Ana Luíza Azevedo, Jorge Furtado, Miguel da Costa Franco

Elenco: Fernanda Montenegro, Marco Ricca, Louise Cardoso, Mirna Spritzer, Elisa Volpato

10. *Guerra dos sexos*

Produção: Globo

Direção: Jorge Fernando

Roteirista: Silvio de Abreu

Elenco: Tony Ramos, Irene Ravache, Glória Pires, Edson Celulari, Mariana Ximenes

CHILE

1. *Soltera otra vez*

Produção: Canal 13 (próprio canal)-Herval Abreu

Direção: Herval Abreu

Roteiro: Marcelo Castañón

Elenco: Paz Bascuñán, Cristián Arriagada, Josefina Montané, Pablo Macaya

2. *Los 80 más que una moda*

Produção: Canal 13 (Patricio Pereira) e Andrés Wood Producciones S.A.

Direção: Boris Quercia

Roteiro: Rodrigo Cuevas

Elenco: Támara Acosta, Daniel Muñoz, Lucas Escobar, Loreto Aravena, Tomás Verdejo

3. *Pobre rico*

Produção: TVN (próprio canal)-Patricio López, Cecilia Aguirre

Direção: Rodrigo Velásquez, Nicolás Alemparte, María Eugenia Renconret

Roteiro: Alejandro Cabrera

Elenco: Simón Pesutic, Alonso Quintero, Carolina Arregui, Franciso Reyes

4. *Separados*

Produção: TVN (próprio canal)-Daniela Demicheli, Claudia Cazenave

Direção: María Eugenia Rencoret, Italo Galleani

Roteiro: Daniela Castagno

Elenco: Jorge Zabaleta, Álvaro Rudolphy, Sigrid Alegría, Luz Valdivieso

5. *Pepeles*

Produção: Alberto Gesswein

Direção: Roberto Rebolledo

Roteiro: Rodrigo Cuevas

Elenco: Cristián Campos, Claudio Arredondo, Mario Horton, Daniel Alcaíno, Nestor Cantillana

6. *Reserva de familia*

Produção: TVN (próprio canal)-Patricio López

Direção: María Eugenia Rencoret

Roteiro: Pablo Illanes, Larissa Contreras

Elenco: Nelson Villagra, Gloria Münchmeyer, Francisco Melo, Paola Volpato, Marcelo Alonso

7. *Aquí mando yo*

Produção: TVN (próprio canal)-Vania Portilla

Direção: María Eugenia Rencoret, Italo Galleani

Roteiro: Daniela Castagno

Elenco: Jorge Zabelata, María Eugenia Swett, Cristian Riquelme, Carolina Varleta, Coca Guazzini

8. *Dama y obrero*

Produção: TVN (próprio canal) e Alce Producciones

Direção: María Eugenia Rencoret, Claudio López de Lérica

Roteiro: José Ignacio Valenzuela

Elenco: María Gracia Omegna, Francisco Pérez Bannen, César Sepúlveda, Elisa Zulueta

9. *El reemplazante*

Produção: Parox S.A./Pablo Pinto

Direção: Nicolás Acuña, Cristián Jiménez

Roteiro: Hernán Rodríguez

Elenco: Iván Álvarez, Blanca Lewin, Ignacio Allamand, Roberto Farías, Karla Melo

10. *Violeta se fue a los cielos*

Produção: Wood Producciones, Maíz

Producciones, Bossa Nova Films

Direção: Andrés Wood

Roteiro: Andrés Wood, Eliseo Altunaga, Guillermo Calderón, Rodrigo Bazaes

Elenco: Francisca Gavilán, Thomas Durand, Patricio Ossa, Jorge López, Stephania Barbageleta

COLÔMBIA

1. *Escobar, el patrón del mal*

Produção: Caracol Televisión

Direção: Carlos Moreno

Roteirista: Juan Camilo Ferrand

Elenco: Andrés Parra, Angie Cepeda, Nicolás Montero, Cecilia Navia, Aldemar Correa

2. *La mariposa*

Produção: Canal RCN em coprodução com FoxTelecolombia

Direção: Ricardo Gabrielli, Lilo Vilaplana

Roteirista: Gerardo Reyes

Elenco: María Adelaida Puerta, Michelle Brown, Lincoln Palomeque, Ana Wills, César Mora

3. *El capo II*

Produção: Canal RCN em coprodução com FoxTelecolombia

Direção: Lilo Vilaplana, Ricardo Gabrielli, Klych López

Roteirista: Gustavo Bolívar

Elenco: Marlon Moreno, Cristina Umaña, Carolina Ramírez, Oscar Borda

4. *Casa de reinas*

Produção: RCN Televisión

Direção: Mario Ribero

Roteiristas: Miguel Ángel Baquero e Eloísa Infante

Elenco: Rodrigo Candamil, Catalina Londoño, Lorna Cepeda, Mauricio Mejía, Omeris Arrieta

5. *Corazones blindados*

Produção: Teleset para Canal RCN

Direção: Israel Sánchez, Juan Felipe Cano

Roteiristas: Rafael Noguera, Ana María Londoño e Juan Andrés Rendón

Elenco: Andrés Sandoval, Majida Issa, Oscar Borda, Julián Román

6. *Rafael Orozco. El ídolo*

Produção: Caracol Televisión

Direção: Andrés Marroquín

Roteirista: Arleth Castillo

Elenco: Alejandro Palacio, Taliana Vargas, Maritza Rodríguez, Mario Espitia, Rafael Santos

7. *Dónde carajos está Umaña*

Produção: Caracol TV

Direção: Anselmo 'Chemo' Calvo e Luis Orjuela

Roteirista: Johnny Ortiz

Elenco: Diego Trujillo, Carlos Muñoz, Marcela Carvajal, Carolina López, Ana María Kamper

8. *Dónde está Elisa*

Produção: RCN Televisión

Direção: Rodrigo Triana, Daniel Moure

Roteirista: Pablo Illanes

Elenco: Cristina Umaña, Juan Pablo Gamboa, Jorge Enrique Abello, Anabell Rivero

9. *A mano limpia II*

Produção: RCN Televisión

Direção: Rocío Cruz, Mónica Cifuentes

Roteiristas: Diego Vivanco, Andrés Guevara e Julio Contreras

Elenco: Mario Duarte, Valentina Acosta, Variel Sánchez, Mónica Chávez, Manuel Sarmiento

10. *El laberinto*

Produção: coprodução Caracol TV e Sony Picture Television

Direção: Jaime Osorio, Juan Carlos Beltrán

Roteirista: Mauricio Miranda

Elenco: Robinson Díaz, Sandra Reyes, Jorge Cao, Claudia Moreno, Adelaida López

EQUADOR

1. *El capo 2*

Produção: Fox Telecolombia

Direção: Lilo Vilaplana, Ricardo Gabrielli

Roteiro: Andrea Basabe, Marisol Galindo

Elenco: Marlon Moreno, Cristina Umaña, Carolina Ramírez, Oscar Borda, Alex Betancourt

2. *El combo amarillo*

Produção: Ecuavisa

Direção: Cristian Cortez, Miguel Calero

Roteiro: Miguel Calero, Cecil Estacio

Elenco: José Northia, María Mercedes Pacheco, María Fernanda Ríos, Jonathan Estrada, Ricardo González

3. *El combo 3D*

Produção: Ecuavisa

Direção: Cristian Cortez, Miguel Calero

Roteiro: Miguel Calero, Cecil Estacio

Elenco: Mercedes Payne, María Fernanda Ríos, Jonathan Estrada, José Northia, María Mercedes Pacheco

4. *El Joe, la leyenda*

Produção: RCN Televisión

Direção: Herney Luna

Roteiro: Andrés Salgado, Natalia Ospina

Elenco: Jair Romero, Estefanía Borge, Andrés Suárez, Diego Vásquez, Isabel Cristina Estrada

5. *Corazón apasionado*

Produção: Venevisión Internacional

Direção: Carlos Pérez Santos

Roteiro: Alberto Gómez

Elenco: Marlene Favela, Guy Ecker, Susana Dosamantes, Lorena Meritano, Luis José Santander

6. *Tres milagros*

Produção: Teleset e RCN

Direção: Rodrigo Lalinde, Israel Sánchez

Roteiro: Carlos Duplat, Luz Mariela Santofimio

Elenco: Johanna Bahamón, Angélica Blandón, Farina Franco, Andrés Sandoval, Juan Diego Sánchez

7. *Fina estampa*

Produção: Rede Globo

Direção: Wolf Maya

Roteiro: Aguinaldo Silva

Elenco: Lilia Cabral, Christiane Torloni, Dalton Vigh, Carolina Dieckmann, José Meyer

8. *La mariposa*

Produção: Fox Telecolombia para RCN Televisión

Direção: Lilo Vilaplana

Roteiro: Diego Mejía Montes (codirección)

Elenco: María Adelaida Puerta, Michel Brown, Lincoln Palomeque, Ana Wills, Rafael Lahera

9. *El man es Germán (2ª temporada)*

Produção: Canal RCN

Direção: Consuelo González Cuellar

Roteiro: Juan Manuel Cáceres

Elenco: Marcela Gallego, Santiago Alarcón, Heidy Bermúdez, Santiago Reyes, Jesús David Forero

10. *Mi recinto*

Produção: TC Televisión

Direção: Fernando Villarruel

Roteirista: Fernando Villarruel

Elenco: Fernando Villarruel, Tatiana Macías, Paola Olaya, Alex Plúas, Miguel Santana

ESPAÑA

1. *Águila roja*

Produção: Globomedia

Direção: José Ramón Ayerra, Arantxa Écija, Marco A. Castillo, Marc Vigil, Miguel Alcántud

Roteirista: Pilar Nadal

Elenco: David Janer, Javier Gutiérrez, Francis Lorenzo, Miryam Gallego, Inma Cuesta

2. *Cuéntame cómo pasó*

Produção: Grupo Ganga Producciones

Direção: Agustín Crespi, Antonio Cano, Azucena Rodríguez, Moisés Ramos, Manuel Palacios

Roteiristas: M.Á. Bernardeau, Eduardo Ladrón de Guevara, Alberto Macías, Jacobo Delgado

Elenco: Imanol Arias, Ana Duato, Ricardo Gómez, María Galiana, Pablo Rivero

3. *La que se avecina*

Produção: Alba Adriática

Direção: Laura Caballero

Roteiristas: Alberto Caballero, Laura Caballero, Daniel Deorador, Sergio Mitjans

Elenco: José Luis Gil, Jordi Sánchez, Eduardo García, Pablo Chiapella, Nathalie Seseña

4. *Isabel*

Produção: Diagonal TV

Direção: Jordi Frades

Roteiristas: Javier Olivares, Joan Barbero, Jordi Calafi, Pablo Olivares, Salvador Perpiñá, Anaïs Schaaff

Elenco: Michelle Jenner, Rodolfo Sancho, Pablo Derqui, Bárbara Lennie, Pedro Casablanc

5. *Mi gitana*

Produção: Producciones Mandarina

Direção: Alejandro Bazzano

Roteiristas: Antonio Hernández Centeno, Carmen Pombero

Elenco: Blanca Apilánez, Aníbal Soto, Eva Marciel, Carmen Gutiérrez, Lulú Palomares

6. *Aída*

Produção: Globomedia

Direção: Mar Olid, Jesús Rodrigo, Raúl Díaz, Mario Montero, Antonio Sánchez

Roteiristas: Fernando Abad, Rodrigo Martín, Tatiana Chisleanschi

Elenco: Paco León, Miren Ibarguren, Mariano Peña, Pepe Viyuela, Melanie Olivares

7. *Con el culo al aire*

Produção: Notro TV

Direção: David Fernández, David Abajo

Roteiristas: David Fernández, David Abajo

Elenco: Paco Tous, María León, Toni Acosta, Iñaki Miramón, Raúl Fernández

8. *Fenómenos*

Produção: Aparte Producciones

Direção: Nacho García Velilla

Roteiristas: Oriol Capel, David S. Olivas, Antonio Sánchez, Nacho G. Velilla

Elenco: Alejo Sauras, Kira Miró, Julián López, Miguel Rellán, Javier Mora

9. *Gran hotel*

Produção: Bambú Producciones

Direção: Carlos Sedes, Silvia Quer, Jorge Sánchez-Cabezudo

Roteiristas: Ramón Campos, Gema. R. Neira

Elenco: Adriana Ozores, Amaia Salamanca, Yon González, Concha Velasco, Eloy Azorín

10. *Luna, el misterio de Calenda*

Produção: Globomedia

Direção: Laura Belloso, David Bermejo, Jesús Rodrigo

Roteiristas: Laura Belloso, David Bermejo

Elenco: Belén Rueda, Daniel Grao, Fran Perea, Lucía Guerrero, Álvaro Cervantes

ESTADOS UNIDOS

1. *La que no podía amar*

Produção: Televisa

Direção: Salvador Garcini e Alejandro Gamboa

Roteirista: Ximena Suarez

Elenco: Ana Brenda Contreras, Jorge Salinas, José Ron, Susana González, Julián Gil

Ano de produção: 2011-2012

2. *Abismo de pasión*

Produção: Televisa

Direção: Sergio Cataño e Claudio Reyes

Roteiristas: Juan Carlos Acalá, writer, MX

Elenco: Angélique Boyer, David Zepeda, Blanca Guerra, Sabine Moussier, Salvador Zerboni

Ano de produção: 2011-2012

3. *Amores verdaderos*

Produção: Televisa

Direção: Salvador Garcini e Ricardo de la Parra

Roteiristas: Enrique Estevanez, Marcela Citterio, Kary Fajer
Elenco: Erika Buenfil, Eduardo Yáñez, Eiza Gonzalez, Sebastian Rulli

Ano de produção: 2012

4. *Por ella soy Eva*

Produção: Televisa

Direção: Benjamín Cann

Roteiristas: Pedro Armando Rodríguez, Alejandra Romero M., Humberto Robles

Elenco: Jaime Camil, Lucero, Patricia Navidad, Mariana Seoane, Marcelo Córdoba

Ano de produção: 2012

5. *Amor bravío*

Produção: Televisa

Direção: Lily Garza, Fernando Nesme

Roteiristas: Martha Carrillo, Cristina Garcia

Elenco: Silvia Navarro, Cristián de la Fuente, Leticia Calderón, Cesar

Evora, Flavio Medina

Ano de produção: 2012

6. *Una familia con suerte* (repete na lista, 5º lugar em 2011)

Produção: Televisa

Direção: Aurelio Ávila Arriaga

Roteirista: Marcia del Río

Elenco: Luz Elena González, Arath De La Torre, Mayrín Villanueva, Daniela Castro, MX

Ano de produção: 2011-2012

7. *Un refugio para el amor*

Produção: Televisa

Direção: Eduardo Said, Ana Lorena Perez

Roteiristas: Nora Alemán, Georgina Tinoco

Elenco: Zuria Vega, Gabriel Soto, Jessica Coch, Laura Flores

Ano de produção: 2012

8. *Corona de lágrimas*

Produção: Televisa

Direção: Pedro Torres, Alejandro Gamboa, Juan Carlos Muñoz

Roteiristas: Manuel Canseco Noriega, original idea, MX

Elenco: Victoria Ruffo, Maribel Guardia, Ernesto Laguardia, Africa Zavala, Mané de la Parra

Ano de produção: 2012

9. *El talismán*

Produção: Univisión-Venevisión

Direção: Pedro Torres, Bernando Najera, Narciso Colunga, Juan Carlos Munoz, Alejandro Gamboa

Roteirista: Verónica Suárez, writer, USA

Elenco: Blanca Soto, Rafael Novoa, Aarón Díaz, Lola Ponce, Marcela Mar

Ano de produção: 2012

10. *Pablo Escobar: el patrón del mal*

Produção: Caracol TV

Direção: Carlos Moreno, Laura Mora

Roteirista: Camilo Cano

Elenco: Andrés Parra, Angie Cepeda, Vicky Hernández, Cecilia Navia, Nicolás Montero

Ano de produção: 2012

MÉXICO

1. *Abismo de pasión*

Direção: Angeli Nesma

Roteirista: Caridad Bravo

Elenco: Angelique Boyer, David Zepeda, Mark Tacher, Alexis Ayala, Alejandro Camacho, Ludwika Paleta, Sabine Moissier, Blanca Guerra, Alejandro Gattorno, César Évora

2. *Amores Verdaderos*

Direção: Nicandro Díaz

Roteirista: Marcela Citterio

Elenco: Erika Buenfil, Eduardo Yañez, Eiza González, Sebastián Rulli, Guillermo Capetillo, Lilia Aragón, Sherlyn, Ana Martín, Enrique Rocha, Natalia Esperón

3. *Porque el amor manda*

Direção: Juan Osorio

Roteirista: Jorg Hiller

Elenco: Fernando Colunga, Blanca Soto, Erick Elías, Maria Elisa Camargo, Claudia Álvarez, Jorge Aravena

4. *Por ella soy Eva*

Direção: Rosy Ocampo

Roteirista: Elkim Ospina

Elenco: Lucero, Jaime Camil, Mariana Seoane, Marcelo Córdoba, Jesús Ochoa, Leticia Perdigón

5. *Qué bonito amor*

Direção: Salvador Mejía

Roteirista: Mónica Agudelo

Elenco: Jorge Salinas, Danna García, Pablo Montero, Malillany Marín, Karla Álvarez, Arturo Peniche, Angélica María

6. *Amor Bravío*

Direção: Carlos Moreno

Roteirista: María Zarattini

Elenco: Silvia Navarro, Christian de la Fuente, Lisset, Fernando Zarrillo, Leticia Calderón, Yolanda Ventura, José Elías Moreno

7. *Un refugio para el amor*

Direção: Nacho Zada

Roteirista: Delia Fiallo

Elenco: Zuria Vega, Gabriel Soto, Aleida Nuñez, Roberto Blandón, Laura Flores

8. *La Familia Peluche*

Direção: Eugenio Derbez

Roteirista: Eugenio Derbez

Elenco: Eugenio Derbez, Consuelo Duval, Regina Blandón, Miguel Pérez, Luis Manuel Ávila, Bárbara Torres, Brayan Gibran Mateo, Pierre Angelo

9. *La mujer del vendaval*

Direção: Mapat

Roteirista: Ángel del Cerro

Elenco: Ariadne Díaz, José Ron, Chantal Andere, Alfredo Adame, María Marcela, Manuel “Flaco” Ibáñez, Agustín Arana

10. *Cachito de cielo*

Direção: Roberto Gómez Fernández

Roteirista: Mario Schajris

Elenco: Maite Perroni, Pedro Fernández, Jorge Poza, Rafael Inclán, Azela Robinson

PERU

1. *Al fondo hay sitio* (4ª temporada)

Produção: América Televisión-Efraín Aguilar

Direção: Jorge Tapia e Toño Vega

Roteirista: Gigio Aranda

Elenco: Irma Maury, Yvonne Frayssinet, Sergio Galliani, Mónica Sánchez, Adolfo Chuiman

2. *Mi amor el wachimán*

Produção: Del Barrio Producciones-Michelle Alexander

Direção: Francisco Álvarez

Roteirista: Víctor Falcón

Elenco: Christian Domínguez, María Grazia Gamarra, Nikko Ponce, André Silva, Karla Medina

3. *La reina de las carretillas*

Produção: Del Barrio Producciones-Michelle Alexander

Direção: Francisco Álvarez

Roteirista: Víctor Falcón

Elenco: Pierina Carcelén, Fiorella Díaz, Diego Lombardi, Óscar López Arias, Teddy Guzmán

4. *La faraona*

Produção: América Televisión-Efraín Aguilar

Direção: José Mercado

Roteirista: Rosa Gutiérrez e Óscar Aybar

Elenco: Alejandra Pascucci, Gerardo Zamora, Natalia Salas, Sandro Monzante, Mayra Goñi

5. *La que no podía amar*

Produção: Televisa-José Alberto Castro

Direção: Salvador Garcini e Alejandro Gamboa

Roteirista: Ximena Suárez

Elenco: Ana Brenda Contreras, Jorge Salinas, José Ron, Julián Gil, Susana González

6. *Solamente milagros* (2ª temporada)

Produção: América Televisión-César Arana Díaz

Direção: Jorge Tapia e Santiago Vitteri

Roteirista: Rosa Gutiérrez

Elenco: Jesús Aranda, Maricarmen Pinedo, Julia Ruiz, Liliana Alegría, Sandro Calderón (Série de capítulos independentes; o elenco é modificado a cada capítulo.)

7. *Gamarra*

Produção: Del Barrio Producciones-Michelle Alexander

Direção: Francisco Álvarez

Roteiristas: Víctor Falcón e Eduardo Adrianzén

Elenco: Mario Ballón, Leslie Guillén, Nikko Ponce, Fiorella Díaz, Lucho Cáceres

8. *La reina del sur*

Produção: Telemundo/RTI-Patricio Wills

Direção: Walter Doehner

Roteiristas: Juan Marcos Blanco, Valentina Párraga, Roberto Stopello

Elenco: Kate del Castillo, Humberto Zurita, Rafael Amaya, Iván Sánchez, Cristina Urgel

9. *Yo no me llamo Natacha* (2ª temporada)

Produção: Del Barrio Producciones-Michelle Alexander

Direção: Francisco Álvarez

Roteirista: Víctor Falcón

Elenco: Maricarmen Marín, Pierina Carcelén, Oscar López-Arias, Christian Domínguez, Pold Gastelo

10. *Corazón de fuego*

Produção: Grupo ATV-Rodolfo Hoppe

Direção: Aldo Salvini

Roteiristas: Kathy Cárdenas, Mariana Silva, Bruno Ascenzo, Natalia Parodi

Elenco: Natasha Klauss, Tiberio Cruz, Sonia Oquendo, Alessandra Denegri, Joaquín de Orbegoso

Fonte: Obitel Peru

PORTUGAL

1. *Dancin' days*

Direção: Manuel Amaro da Costa

Roteirista: Pedro Lopes (adaptado de Gilberto Braga)

Elenco: Joana Santos, Soraia Chaves, Joana Ribeiro, Alexandre Sousa, Júlio César, Cristina Homem de Melo, Albano Jerónimo, Sisley Dias

2. Louco amor

Direção: António Correia

Roteirista: Tozé Martinho

Elenco: Fernanda Serrano, Nicolau Breyner, Luís Esparteiro, Mafalda Luís de Castro, José Carlos Pereira

3. Doce tentação

Direção: António Borges Correia

Roteirista: Sandra Santos

Elenco: Diogo Amaral, Mariana Monteiro, Pedro Lima, Cristóvão Campos, Jessica Athayde

4. Rosa fogo

Direção: Hugo Xavier

Roteirista: Patrícia Müller

Elenco: Cláudia Vieira, Rogério Samora, José Fidalgo, Ângelo Rodrigues, Irene Cruz

5. Remédio santo

Direção: Hugo de Sousa

Roteirista: Antonio Barreira

Elenco: Margarida Marinho, Adriano Luz, Rita Pereira, Almeno Gonçalves, Sílvia Rizzo

6. Doida por ti

Direção: Hugo de Sousa

Roteirista: Maria João Mira

Elenco: Sara Matos, Afonso Pimentel, Vera Kolodzig e João Catarre

7. Morangos com açúcar IX: segue o teu sonho

Direção: Hugo de Sousa

Roteirista: Casa da Criação – Cláudia Sampaio, Irina Gomes, Mafalda Ferreira, Marina Ribeiro, Pedro Cavaleiro

Elenco: Luís Garcia, Filipa Areosa, Tiago Costa, Ana Bustorff, João Cabral

8. Anjo meu

Direção: Artur Ribeiro

Roteirista: Maria João Mira

Elenco: Alexandra Lencastre, João Reis, Paulo Pires, Manuela Couto, Jose Wallenstein

9. Os compadres

Direção: Ana Costa

Roteirista: Nicolau Breyner

Elenco: Nicolau Breyner, Ana Zanatti, Fernando Mendes, Rosa do Canto

10. A família Mata

Direção: Jorge Duarte Marecos

Roteirista: SP Televisão – Ana Lúcia Carvalho, Ana Morgado, João Pupo, José Pinto Cameiro (adaptado de David Bermejo)

Elenco: André Nunes, Maya Booth, José Pedro Gomes, Rita Blanco, Marco Horácio

URUGUAI

1. Insensato corazón

Produção: Rede Globo

Direção: Dennis Carvalho e Vinícius Coimbra

Roteiristas: Gilberto Braga e Ricardo Linhares

Elenco: Glória Pires, Gabriel Braga Nunes, Paola Oliveira, Eriberto Leão, Deborah Secco, Camila Pitanga

Ano de produção: 2010

2. *Sos mi hombre*

Produção: Pol-ka

Direção: Martín Saban e Sebastián Pivotto

Roteirista: Leandro Calderone

Elenco: Luciano Castro, Celeste Cid, Gabriel Goity, Gonzalo Valenzuela, Ludovico Di Santo, Eugenia Tobal, Jimena Barón, Gimena Accardi, Lito Cruz

Ano de produção: 2011/12

3. *Passione*

Produção: Rede Globo

Direção: Denise Saraceni

Roteirista: Sílvio de Abreu

Elenco: Fernanda Montenegro, Tony Ramos, Mariana Ximenes, Reynaldo Gianecchini

Ano de produção: 2010

4. *El astro*

Produção: Rede Globo

Direção: Mauro Mendonça Filho

Roteiristas: Alcides Nogueira e Geraldo Carneiro

Elenco: Rodrigo Lombardi, Carolina Ferraz, Alinne Moraes, Thiago Fragoso, Regina Duarte, Daniel Filho, Humberto Martins, Juliana Paes, Fernanda Rodrigues, Marco Ricca, Henri Castelli, Tato Gabus Mendes, Carolina Kasting, Guilhermina Guinle, Vera Zimmermann

Ano de produção: 2010

5. *Escrito en las estrellas*

Produção: Rede Globo

Direção: Ricardo Waddington e Amora Mautner

Roteirista: Elizabeth Jhin

Elenco: Nathalia Dill, Jayme Matarazzo, Humberto Martins, Débora Falabella, Zezé Polessa, Cássia Kis, Carlos Vereza, André Gonçalves, Gisele Fróes, Antonio Calloni, Carol Castro, Carolina Kasting, Giovanna Ewbank, Manuela do Monte, Jandira Martini

Ano de produção: 2009/10

6. *Fina Estampa*

Produção: Rede Globo

Direção: Wolf Maya

Roteirista: Aguinaldo Silva

Elenco: Lília Cabral, Christiane Torloni, Dalton Vigh, Carolina Dieckmann, Paulo Rocha, Malvino Salvador, Júlia Lemmertz, Dan Stulbach, Marcelo Serrado, José Mayer, Caio Castro, Adriana Birolli, Sophie Charlotte, Eva Wilma, Monique Alfradique

Ano de produção: 2011

7. *Cuchicheos*

Título original: *Ti-ti-ti*

Produção: Rede Globo

Direção: Jorge Fernando

Roteirista: Maria Adelaide Amaral

Elenco: Murilo Benício, Alexandre Borges, Cláudia Raia, Christiane Torloni, Ísis Valverde, Giulía Gam

Ano de produção: 2010

8. *Herederos de una venganza*

Produção: Pol-ka

Direção: Jorge Montero e Jorge Bechara

Roteirista: Leandro Calderone

Elenco: Luciano Castro, Romina Gaetani, Marcela Kloosterboer, Fe-

derico Amador, Benjamín Vicuña
Ano de produção: 2011-2012

9. *Dulce amor*

Produção: L.C. Acción Producciones

Direção: Mauro Scandolari e Hugo Alejandro Moser

Roteiristas: Quique Estevanez, Marcelo Nacci, Laura Barneix

Elenco: Sebastián Estevanez, Juan Darthés, Carina Zampini, Segundo Cernadas, Laura Novoa, Georgina Barbarossa, Arturo Bonín, María Valenzuela, Calu Rivero, Mercedes Oviedo

Ano de produção: 2011/12

10. *Maltratadas*

Produção: Torneos y Competencias, fondos del INCAA “Ficción para todos”

Primeiro capítulo rodado no Uruguai, coproduzido por Flor Latina e Teledoce

Direção: Alberto Lechi

Roteiristas: Esther Feldman e Alejandro Maci

Elenco: Valentina Bassi, Soledad Fandiño, Gonzalo Valenzuela, Facundo Espinosa, Carlos Santamaría, María Ibarreta, Mirella Pascual, Augusto Mazzarelli, Diego Delgrossi

Ano de produção: 2010-2011

VENEZUELA

1. *Mi ex me tiene ganas*

Direção: Yuri Delgado

Roteiro: Martin Hahn

Elenco: Daniela Alvarado, Luciano D' Alessandro, Norkys Batista,

Guillermo García, Winston Valenilla, Lilibeth Morillo, Jonathan Montenegro e Eileen Abad

2. *Flor salvaje*

Direção: Agustín Restrepo e Mario Mitrotti

Roteiro: Laura Restrepo, adaptação: Perla Fariás

Elenco: Mónica Spear, Tony Dalton, José Luis Resendez, Roberto Manrique e Norkys Batista

3. *Válgame dios*

Direção: José Alcalde

Roteiro: Mónica Montañez

Elenco: Sabrina Seara, Eduardo Orozco, Ricardo Álamo, Carlota Sosa, Flavia Gleske e Raquel Yáñez

4. *La casa de al lado*

Direção: Luis Manzo e Ramiro Schwarz

Roteiro: José Ignacio Valenzuela Guiraldes

Elenco: Maritza Rodríguez, Gabriel Porras, Catherine Siachoque, Miguel Varoni e Jorge Luis Pila

5. *La traicionera*

Direção: Lilo Vilaplana e Cecilia Vásquez

Roteiro: Adrián Suar, Faber Soto, Aura Niño e Rodrigo Holguín

Elenco: Marianela González, Juan Manuel Mendoza, Víctor Mallarino, Ana Lucía Domínguez, Jorge Cárdenas

6. *Natalia del mar*

Direção: Carlos Izquierdo

Roteiro: Alberto Gómez

Elenco: Sabrina Salvador, Manuel Sosa, Adrián Delgado, Juliet Lima e Fedra López

7. *Abismo de pasión*

Direção: Armando Zafra e Manuel Barajas

Roteiro: Caridad Bravo Adams, adaptação: Juan Carlos Alcalá

Elenco: Angelique Boyer, David Zepeda, Mark Tacher, Blanca Guerra, Sabine Moussier

8. *La que no podía amar*

Direção: Salvador Garcini, Alejandro Gamboa

Roteiro: Delia Fiallo, adaptação: Ximena Suárez

Elenco: Ana Brenda Contreras, Jorge Salinas, José Ron, Julián Gil e Susana González

9. *Emperatriz*

Direção: Javier Patrón Fox e Carlos Ángel Guerra

Roteiro: José Ignacio Cabrujas

Elenco: Gabriela Spanic, Bernie Paz, Adriana Louvier, Marimar Vega e Omar Fierro

10. *Retrato de una mujer*

Direção: Pepe Sánchez e Julio César Romero

Roteiro: Mónica Agudelo

Elenco: Katherine Vélez, Patrick Delmas, Vicky Hernández, Juan Pablo Franco e Alejandro López

SOLO
editoração & design gráfico

Fone: 51 3779.6492

Este livro foi confeccionado especialmente para a
Editora Meridional Ltda,
em Times, 10,5/14,5 e
impresso na Gráfica Pallotti