

VOLUME 7

COLEÇÃO TELEDRAMATURGIA

Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19

org. Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Lourdes Ana Pereira Silva

Ana Paula Goulart Ribeiro
Cecília Almeida Rodrigues Lima
Daiana Sigiliano
Dario Mesquita
Gabriela Borges
Igor Sacramento
João Massarolo
Laura Wottrich
Lírian Sifuentes
Lourdes Ana Pereira Silva
Maria Amélia Paiva Abrão
Maria Carmen Jacob de Souza
Maria Ignês Carlos Magno
Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Nilda Jacks
Rogério Ferraraz
Sandra Depexe
Tatiana Aneas
Valquíria Michela John
Veneza Ronsini
Yvana Fachine

**Criação e inovação na ficção
televisiva brasileira em tempos
de pandemia de Covid-19**

Volume 7
Coleção Teledramaturgia

Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19

**org. Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Lourdes Ana Pereira Silva**

Ana Paula Goulart Ribeiro
Cecília Almeida Rodrigues Lima
Daiana Sigiliano
Dario Mesquita
Gabriela Borges
Igor Sacramento
João Massarolo
Laura Wottrich
Lírian Sifuentes
Lourdes Ana Pereira Silva
Maria Amélia Paiva Abrão
Maria Carmen Jacob de Souza
Maria Ignês Carlos Magno
Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Nilda Jacks
Rogério Ferraraz
Sandra Depexe
Tatiana Aneas
Valquíria Michela John
Veneza Ronsini
Yvana Fechine

© Rede Brasileira de Pesquisadores de Ficção Televisiva (Obitel Brasil), 2021

Capa: cedida pela Globo Universidade

Projeto gráfico e editoração: Mateus Dias Vilela

Preparação de originais e revisão: Isabella Pichigueli

Editoria de Comunicação e Artes: João Paulo Hergesel

Conselho Editorial de Comunicação e Artes:

Prof.^a Dr.^a Clarice Greco Alves

Prof.^a Dr.^a Fernanda Castilho de Santana

Prof. Dr. Mateus Dias Vilela

Prof.^a Dr.^a Miriam Cristina Carlos Silva

Prof. Dr. Rogério Ferraraz

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19 [livro eletrônico] / org. Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Lourdes Ana Pereira Silva. -- Alumínio, SP : CLEA Editorial, 2021. -- (Coleção teledramaturgia ; v. 7)
PDF

Vários autores.

Bibliografia

ISBN 978-65-996687-0-8

1. Audiovisual 2. Comunicação de massa 3. COVID-19 - Pandemia 4. Telenovelas - Aspectos sociais - Brasil 5. Televisão - Aspectos sociais 6. Inovação tecnológica I. Lopes, Maria Immacolata Vassallo de. II. Silva, Lourdes Ana Pereira. III. Série.

21-91915

CDD-302.2345

Índice para catálogo sistemático:

1. Televisão : Comunicação : Aspectos sociais: Sociologia 302.2345
Maria Alice Ferreira - Bibliotecária - CRB-8/7964

CLEA Editorial, selo acadêmico da Editora Jogo de Palavras

CNPJ: 15.042.985-0001-95

Rua José Jovino da Silva, 290 - Jardim Olíde

Alumínio, SP - CEP: 18125-000 - Brasil

editorajogodepalavras@outlook.com

<https://www.jogodepalavras.com/clea>

Dezembro de 2021.

Os trabalhos publicados neste livro foram submetidos à revisão por pares.

As figuras e menções a obras e autores, bem como os trechos replicados neste livro respeitam o artigo 46, do Capítulo IV, da legislação sobre direitos autorais (Lei n.º 9.610, de 19 de fevereiro de 1998): "Não constitui ofensa aos direitos autorais: [...] a citação em livros, jornais, revistas ou qualquer outro meio de comunicação, de passagens de qualquer obra, para fins de estudo, crítica ou polêmica, na medida justificada para o fim a atingir, indicando-se o nome do autor e a origem da obra".

Sumário

APRESENTAÇÃO 08

Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19

PRIMEIRA PARTE

Inovações estilísticas e invenções criativas

Roteiristas-autores e a inovação nas telenovelas da década de 2010 ao contexto da pandemia 18

Maria Carmen Jacob de Souza, Tatiana Aneas, Hanna Nolasco, Genilson Alves, Tcharly Briglia, Thaiane Machado, Inara Rosas, Amanda Aouad, Sofia Federico, Daniele Rios, Bárbara Vieira, João Araújo, Natacha Canesso, Carolina Fagundes (Obitel UFBA)

DOI: 10.29327/552823.1-1

As Five: qualidade e a competência midiática na criação audiovisual e na produção criativa sobre a série em tempos de Covid-19 37

Gabriela Borges, Daiana Sigiliano, Eutália Ramos, Júlia Garcia, Lucas Vieira, Hsu Ya Ya, Gustavo Furtuoso (Obitel UFJF)

DOI: 10.29327/552823.1-2

Inovações narrativas e estilísticas em Amor de Mãe: caminhos da telenovela brasileira em tempos de pandemia 59

Maria Ignês Carlos Magno, Rogério Ferraraz, Renato Luiz Pucci Jr., Ana Márcia Andrade, Camila Souto, Henrique Quaioti, João Paulo Hergesel, Maria Amélia Paiva Abrão, Renan Villalon (Obitel UAM)

DOI: 10.29327/552823.1-3

Emergências preliminares e inovação substancial: atravessamentos pandêmicos e melodramáticos na narrativa de Amor de Mãe 80

Valquíria Michela John, Lourdes Ana Pereira Silva, Anderson Lopes da Silva, Amanda Generozo, Ana Carolina Maoski, Beatriz Castro, Caroline Kuviatovski, Elisa Maranhão, Felipe da Costa, Gabrielle Ferreira, Maira Silva de Moraes, Regiane Ribeiro (Obitel UFPR/Unisa)

DOI: 10.29327/552823.1-4

SEGUNDA PARTE

Narrativas ficcionais em plataformas de streaming

Criatividade e inovação na produção de séries televisivas brasileiras durante a pandemia de Covid-19 102

Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Maria Amélia Paiva Abrão, Aianne Amado, Andreza Almeida Santos, Tissiana Pereira, Mariana Lima, Juliana Malacarne, Leonardo de Sá Fernandes (Obitel USP)

DOI: 10.29327/552823.1-5

Aruanas: inovação e criatividade em tempos de pandemia de Covid-19 129

João Massarolo, Dario Mesquita, Naiá S. Câmara, Bruno Tarin, Guilherme Belarmino, Patricia Dantas, Sandra Moura, Luciene Lemos, Gabriela Caldeira, Sônia Souza, Pedro Belizário (Obitel UFSCar)

DOI: 10.29327/552823.1-6

TERCEIRA PARTE

Remakes, pandemia e lógicas da produção e das audiências

Transmídiação e telenovelas em tempos de pandemia: análise das estratégias nas reprises da TV Globo 151

Yvana Fechine, Cecília Almeida Rodrigues Lima, Diego Gouveia, Gêsa Cavalcanti (Obitel UFPE)

DOI: 10.29327/552823.1-7

Remakes, reprises e cultura da nostalgia em tempos de Covid-19: dinâmicas da memória na teledramaturgia da Globo 169

Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento, Patricia Cardoso D'Abreu, Tatiana Oliveira Siciliano, Juliana Tillmann, Rhayller Peixoto, Thiago Guimarães, Gabriela Pereira da Silva, Daniel Rossmann Jacobsen, Leonardo Miranda Rangel e Miranda Perozini (Obitel UFRJ/Fiocruz)

DOI: 10.29327/552823.1-8

Laços de Família 20 anos depois: apropriações da audiência em tempos de pandemia 189

Lírian Sifuentes, Laura Wottrich, Nilda Jacks, Daniel Pedroso, Denise Avancini Alves, Erika Oikawa, Fabiane Sgorla, Guilherme Libardi, Joselaine Caroline, Sara Feitosa, Vanessa Scalei (Obitel UFRGS)

DOI: 10.29327/552823.1-9

Ritualidades de assistência de ficção televisiva em tempos de pandemia 208

Sandra Depexe, Veneza V. Mayora Ronsini, Camila da Silva Marques, Lúcia Loner Coutinho, Luiza Betat Corrêa (Obitel UFSM)

DOI: 10.29327/552823.1-10

SOBRE OS AUTORES E COLABORADORES 231

Apresentação

No ano em que o **Obitel Brasil – Rede Brasileira de Pesquisadores de Ficção Televisiva** completa 14 anos de existência e de pesquisas ininterruptas sobre a ficção televisiva brasileira, temos a imensa alegria de apresentar à comunidade acadêmica e a todos os interessados o volume 7 da Coleção Teledramaturgia, cujo tema central é *Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19* (CLEA Editorial, 2021). O livro tem por objetivo debater a criação e inovação na ficção televisiva brasileira, a fim explorar diferentes perspectivas contemporâneas da produção, distribuição e recepção, integrando no conjunto de suas dez pesquisas reflexões sobre a pandemia de Covid-19.

Como usualmente tem se falado, todos os setores da sociedade precisaram se reinventar, visto que tiveram suas rotinas de vida abaladas. O confinamento parece ter cabalmente expressado como a arte é inerente à vida. O audiovisual, por sua vez, que já gozava de enorme importância na cultura digital, revelou no confinamento seu papel mais preeminente. É fato que o audiovisual viu aumentar consideravelmente seu consumo, tanto nas grandes redes de televisão quanto nos serviços de *streaming*, mas também seus modos de produção demandaram criatividade, buscaram inovações ante os impactos e atravessamentos da Covid-19. É o que as pesquisas realizadas no âmbito da Rede Obitel discutem neste livro.

Certamente a Rede Obitel Brasil também sofreu impactos e, apesar do cenário caótico, suas equipes continuaram ativamente a desenvolver não apenas sua pesquisa bienal, mas ousaram estudar a pandemia como acontecimento que estava dentro e modificava todos os objetos de estudo. É o que pode ser chamado de “estudo a quente” em que o fenômeno é estudado enquanto acontece, sem o distanciamento do tempo ou do sofrimento requeridos.

Este volume 7 soma-se aos demais títulos da coleção e é resultante de uma trajetória de intenso diálogo com a cultura de ficção televisiva no Brasil, como pode ser observado também nos demais títulos.

2008-2009	Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas
2010-2011	Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais
2012-2013	Estratégias de transmídiação na Ficção televisiva brasileira
2014-2015	Por uma teoria de fãs e ficção televisiva brasileira
2016-2017	Por uma teoria de fãs e ficção televisiva brasileira II: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa
2018-2019	A construção de mundos na ficção televisiva brasileira
2020-2021	Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19

Considerando as circunstâncias, o volume 7 desta coleção exprime com vigor e reitera a consolidação da Rede Obitel Brasil, braço brasileiro de pesquisadores do Obitel (Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva).¹

Obitel Brasil – Rede Brasileira de Pesquisadores de Ficção Televisiva

Fundado em 2007, o Obitel Brasil surge como uma rede nacional que conecta renomados pesquisadores da ficção televisiva. Em 2021, a rede é composta por mais de 90 investigadores que atuam em universidades e centros de pesquisa espalhados por três regiões e seis estados brasileiros (Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul) e conta com apoio de universidades públicas e particulares, de agências regionais e nacionais de fomento à pesquisa.

Cabe ressaltar que uma rede com esse tempo de existência, de amplitude nacional, dedicada ao estudo da ficção televisiva brasileira, é fato inédito no campo da comunicação no Brasil. Além disso,

¹ Criado em 2005, em Bogotá, o Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (Obitel) é um projeto que articula uma rede internacional de pesquisadores e tem por objetivo o estudo sistemático e comparativo das produções de ficção televisiva no âmbito geocultural ibero-americano. O foco está voltado para compreender e analisar os diversos aspectos envolvidos na produção, circulação e consumo de ficção televisiva nos países que participam do projeto. Atualmente, esses países são II: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Espanha, Estados Unidos (de língua hispânica), México, Peru, Portugal, Uruguai e Venezuela. O Obitel trabalha com base no monitoramento permanente da programação, horas e títulos produzidos anualmente, conteúdos e audiência de ficção das redes nacionais de televisão aberta desses países, tendo incorporado ao longo do tempo também a TV paga e atualmente, as plataformas de *streaming*. Os resultados são publicados em forma de anuário – o Anuário Obitel – e de seminários internacionais em que debatem pesquisadores e profissionais da teledramaturgia, culminando o trabalho anual do Observatório. A série de anuários teve início em 2007 e, neste 2021, publicou-se o 15º anuário consecutivo.

ela se caracteriza como um efetivo trabalho coletivo e colaborativo articulado pela prática da interdisciplinaridade. Todos os grupos de pesquisa trabalham sobre um tema de pesquisa comum, e publicam a cada dois anos os resultados em livro. A rede promove também seminários nacionais que reúnem pesquisadores e profissionais da área da ficção televisiva.

Em 2021, as pesquisas se dedicaram a estudar os fenômenos da criação e inovação na ficção televisiva brasileira no contexto da pandemia, mobilizando discussões teóricas sobre inovações estilísticas, invenções criativas, plataformas de *streaming*, *remakes*, lógicas e competências da produção e das audiências, principalmente no tocante às telenovelas e as séries.

Entre as muitas dimensões mobilizadas pelas pesquisas, destacamos que, se por um lado foi possível identificar características técnicas e criativas nas produções audiovisuais analisadas, inclusive com novos parâmetros no setor audiovisual impulsionados pelo contexto excepcional da pandemia, por outro foi também observada uma acentuada estratégia de fazer uso de *remakes* para driblar os desafios impostos pela pandemia ao setor de produção.

Mas as estratégias e mudanças de comportamento não se deram somente no âmbito da produção. No tocante às audiências, por exemplo, em relação aos dados de 2019, no ano de 2020, auge da pandemia no mundo, destaca-se o fato de o brasileiro ter ficado 20% mais tempo consumindo serviços de *streaming*². Em um universo habitado por imaginação criativa, a ficção tem lugar privilegiado.

A Rede Obitel Brasil prossegue neste livro problematizando e propondo respostas aos desafios teóricos e metodológicos que têm caracterizado a investigação da ficção televisiva no contexto da criação e inovação. Temos plena consciência da extensão e complexidade da nossa investigação, no entanto, nos propomos ao desafio de tecer e contribuir com uma reflexão mais abrangente nesta área do conhecimento para o campo comunicacional.

Esses esforços poderão ser vistos nos dez capítulos que compõem este livro, que se configura como um trabalho colaborativo, mais do que uma simples coletânea de textos sobre o tema da criação e inovação na ficção televisiva.

Da mesma forma que os seis livros anteriores, a atual publicação da Coleção Teledramaturgia mostra o trabalho integrado de dez equipes de pesquisa sobre os fenômenos da criação e da inova-

2 Disponível em: <https://www.cuponation.com.br/insights/streamings-2021>. Acesso em: 6 dez. 2021.

ção. E reafirma o propósito da Rede Brasileira de Pesquisadores de Ficção Televisiva (Obitel Brasil) em trazer para debate o que há de emergente e de novo nos estudos televisivos, especificamente ao mobilizar e reunir informações, conceitos e metodologias, contribuindo, portanto, na geração de ideias, identificação e resolução de problemas de pesquisa.

Organização do livro

O presente livro encontra-se organizado em três partes. Na Parte I, intitulada *Inovações estilísticas e invenções criativas*, quatro trabalhos discutem processo criativo, tradição, inovação, pacto narrativo, pandemia, engajamento, tecnologia, processos técnicos, econômicos e criativos. Na Parte II, intitulada *Narrativas ficcionais em plataformas de streaming*, dois trabalhos analisam produções televisivas ficcionais a partir criatividade, inovação de séries, midiatismo e *streaming*. A Parte III tem por título *Remakes, pandemia e lógicas da produção e das audiências*. A partir de distintas perspectivas, as quatro investigações que integram esta parte ocupam-se em compreender o fenômeno da reprise, dialogando com noções como ritualidade, processualidade, repetição, assistência *on demand*, consumo, transmídia, nostalgia audiovisual, memória, audiências e redes sociais.

A Parte I, *Inovações estilísticas e invenções criativas*, abre-se com o capítulo **Roteiristas-autores e a inovação das telenovelas da década de 2010 ao contexto da pandemia**, que é coordenado por Maria Carmem Jacob de Souza e Tatiana Aneas, da Equipe Obitel Brasil-UFBA. Traça uma cartografia da inovação de telenovela com o objetivo de analisar uma amostra tópica composta por 19 telenovelas originais exibidas de 2018 a 2020, como marco temporal para capturar os traços inovadores em telenovelas e nos autores que as criaram.

O segundo capítulo, **As Five: qualidade e competência midiática na criação audiovisual e na produção criativa sobre a série em tempos de Covid-19**, é fruto de investigação da Equipe Obitel Brasil-UFJF, coordenado pelas pesquisadoras Gabriela Borges e Daiana Sigiliano. Investiga as especificidades estéticas e narrativas de *As Five* (Globoplay, 2020) que são apropriadas pelos fãs na criação e circulação de conteúdos. Partem de duas noções, uma, a qualidade e a inovação na linguagem audiovisual, outra, as habilidades de

competência midiática desenvolvidas pelo *fandom* na interpretação da série e na consequente criação de novas formas de expressão que circulam e ressignificam o cânone nas redes sociais, especialmente no Twitter.

Em seguida, temos o terceiro capítulo, **Inovações narrativas e estilísticas em *Amor de Mãe*: caminhos da telenovela brasileira em tempos de pandemia**, da Equipe Obitel Brasil-UAM, sob a coordenação de Maria Ignês Carlos Magno e Rogério Ferraraz. A investigação tem por objeto empírico a telenovela *Amor de Mãe* (TV Globo, 2019), e busca identificar inovações nos âmbitos da narrativa e do estilo audiovisual na teledramaturgia brasileira, além de observar os desafios de produção para assegurar a proteção do elenco e dos técnicos envolvidos contra a Covid-19 no retorno às gravações.

O último capítulo desta primeira parte tem por título **Emergências preliminares e inovação substancial: atravessamentos pandêmicos e melodramáticos na narrativa de *Amor de Mãe***. O trabalho é da Equipe Obitel Brasil-UFPR/UNISA, e é coordenado por Valquíria John e Lourdes Silva. A pesquisa objetivou analisar as tensões, confrontos e conformações dos processos de inovação na narrativa da telenovela das 9 sem que esta, contudo, rompa com os pactos narrativos do gênero melodrama aos quais se vincula. A investigação articula a inovação na telenovela *Amor de Mãe* no contexto da pandemia da Covid-19 a partir de duas dimensões: compreende a pandemia como tema transversal que perpassa todos os núcleos da trama, e, também, como uma personagem, uma vez que a própria pandemia teve seu arco narrativo, com começo, meio e fim.

A Parte II, *Narrativas ficcionais em plataformas de streaming*, reúne dois capítulos que discutem produções representativas das transformações das estruturas seriadas nas plataformas de *streaming*. O primeiro é a pesquisa do Obitel Brasil-USP, coordenado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Maria Amélia Paiva Abrão, cujo título é **Criatividade e inovação na produção de séries televisivas brasileiras durante a pandemia de Covid-19**. A pesquisa busca compreender como a pandemia tem afetado a produção de *streaming* no Brasil. Para analisar operações de criatividade e inovação, a equipe elegeu como *corpus* cinco séries da Globo, especificamente do Globoplay: *Diário de um Confinado* (2020); *Amor e Sorte* (2020); *Gilda, Lúcia e o Bode* (2020); *Sob Pressão – Plantão Covid* (2020) e *Sessão de Terapia* (2021). Para tal, a equipe mobilizou a noção de economia criativa ancorada nas ideias de inovação, empreendedurismo e soluções tecnológicas.

O segundo capítulo, **Aruanas: inovação e criatividade em tempos de pandemia de Covid-19**, foi coordenado por João Masarolo e Dario Mesquita, da Equipe Obitel Brasil-UFSCar. A análise ressalta o fato de que o número crescente de coproduções de ficções seriadas da empresa de *streaming* do Grupo Globo decorre, em grande parte, da experiência de dramaturgia televisiva desenvolvida com as telenovelas – algo refletido nas características da série *Aruanas*. Nesse aspecto, as representações sociais e as identidades das protagonistas femininas são ressignificadas em *Aruanas*, a partir da construção de narrativas ambientais, mediadas, sobretudo pelo ativismo midiático. Ressalta-se que a estratégia de lançar mão da atualização das estruturas do melodrama social em um formato transnacional de produção como da Netflix possibilitou promover a circulação global da série.

A Parte III do livro, *Remakes, pandemia e lógicas da produção e das audiências*, reúne quatro investigações, cujos trabalhos mobilizam diversas noções, termos e conceitos para problematizar o fenômeno das reprises da ficção televisiva durante a pandemia. Com o título **Transmídiação e telenovelas em tempos de pandemia: análise das estratégias nas reprises da TV Globo**, a equipe Obitel Brasil-UFPE, sob a coordenação de Yvana Fachine e Cecília Almeida Rodrigues Limas, salienta que o impacto da pandemia e o avanço do vírus no Brasil levou a TV Globo a reexibir alguns de seus sucessos recentes em todas as faixas de horários de telenovelas. O trabalho busca compreender as estratégias transmídias praticadas pela emissora para entender um conjunto de questionamentos concernentes às reprises, tais como: o que acontece quando a telenovela perde o efeito de processualidade? Como estimular o engajamento dos fãs explorando as suas interações on-line, como costumava ser feito com os títulos originais em exibição? O que muda quando a busca pela atenção e engajamento dos espectadores não depende tanto da curiosidade em torno do que vai acontecer na trama?

O capítulo **Remakes, reprises e cultura da nostalgia em tempos de Covid-19: dinâmicas da memória na teledramaturgia da Globo**, apresenta pesquisa realizada sob orientação de Ana Paula Goulart Ribeiro e Igor Sacramento, da Equipe Obitel Brasil-UFRJ/Fiocruz. O trabalho parte do contexto em que a TV Globo anunciou a paralisação das gravações de sua dramaturgia em 16 de março de 2020, cinco dias após o comunicado oficial da Organização Mundial da Saúde (OMS). Instauradas as reprises, o objetivo da pesquisa foi investigar os contornos específicos que a nostalgia audiovisual, em especial a tele-

visiva, ganhou no Brasil durante o primeiro ano da pandemia de Covid-19. É sobre a singularidade dessa situação que assoma a noção de cultura da nostalgia, que não se resume apenas a moda ou tendência, mas a algo mais profundo, visto que lida com as categorias de tempo e espaço, que diz respeito a uma forma de viver, imaginar, explorar e (re)inventar o passado, o presente e o futuro.

Diferente dos dois primeiros trabalhos, que colocaram foco em especial na produção das ficções, os dois trabalhos que seguem priorizam as reprises na ótica dos estudos de audiência, elegendo abordagens quantitativas-qualitativas. Assim, a pesquisa intitulada **Laços de Família 20 anos depois: apropriações da audiência em tempos de pandemia**, coordenada por Lírian Sifuentes, Laura Wottrich e Nilda Jacks da equipe Obitel Brasil-UFRGS, questiona a apropriação dos receptores no tocante a temas representados há duas décadas com a finalidade de analisar as leituras dos receptores, tanto novos quanto antigos telespectadores, frente à reexibição de *Laços de Família* (TV Globo, 2000). O trabalho coleta dados por meio de entrevistas e de material postado em redes sociais e depreende que matrizes culturais e históricas perpassam a apropriação das audiências e por isso são importantes para a compreensão de sua experiência com os produtos midiáticos.

Encerrando o livro, temos o capítulo **Ritualidades de assistência de ficção televisiva em tempos de pandemia**, coordenado por Sandra Depexe e Veneza Ronsini da Equipe Obitel Brasil-UFSM. A investigação explora as práticas de consumo e ritualidades da assistência de ficção televisiva em tempos de isolamento social e mudanças na própria produção de mídia em decorrência da pandemia do coronavírus. Observa e mapeia as estratégias de exibição das narrativas ficcionais na grade da TV Globo e no Globoplay durante a pandemia; investiga como e se a ritualidade de assistência *on demand* gerou novas formas de interação com as narrativas ficcionais. A partir de uma estratégia multimetodológica, em uma primeira etapa, por meio da técnica de monitoramento on-line, a investigação aborda os contextos de produção das telenovelas da Globo e as estratégias para preencher sua grade. Em uma segunda etapa, debruçando-se no âmbito da recepção, a pesquisa busca compreender as ritualidades dos sujeitos consumidores de telenovela.

Ao finalizarmos esta apresentação, o reconhecimento vai a todos os pesquisadores da Rede Obitel Brasil, pelo envolvimento e dedicação permanentes para garantir a sua continuidade e sustentabilidade. Como resultado, aqui temos a presente publicação e,

com ela, aparecem pesquisas comprometidas com as mudanças que estão ocorrendo sob nossos olhos; por isso, a pandemia de Covid-19 é incorporada não como fenômeno adjacente, mas como fenômeno vivido pelos sujeitos dos assuntos em estudo e na experiência de vida e de pesquisa dos próprios autores.

A Rede Obitel Brasil segue empenhada em seu papel de acrescentar conhecimento novo aos estudos de comunicação, pois, apesar de tudo, a perspectiva continua a mesma: a de depositar esperança na ciência, apostar nos pesquisadores, ter convicção de que criatividade e inovação são essenciais para toda e qualquer esfera da sociedade e, principalmente, por acreditar que a ficção televisiva pode contribuir para dar sentido ao mundo em que vivemos.

PRIMEIRA PARTE

Inovações estilísticas e invenções criativas

Roteiristas-autores e a inovação nas telenovelas da década de 2010 ao contexto da pandemia

*Maria Carmen Jacob de Souza (coord.)
Tatiana Aneas (vice-coord.)*

*Hanna Nolasco
Genilson Alves
Tcharly Briglia
Thaiane Machado
Inara Rosas
Amanda Aouad
Sofia Federico
Daniele Rios
Bárbara Vieira
João Araújo
Natacha Canesso
Carolina Fagundes¹*

Introdução

Na história das telenovelas brasileiras, é reconhecida a preocupação com a inovação nos temas tratados e nas construções narrativas, na abordagem audiovisual e nas formas de relacionamento com o público. Dentre as muitas mudanças geradas no contexto da ambiência digital, esse artigo apresenta resultados preliminares de um projeto de estudos mais amplo que investiga, desde o ano 1995, os modos dos roteiristas autores traduzirem os desafios de suas épocas nas telenovelas que assinaram.

¹ Integrantes do Grupo de Pesquisa A-tevê (Laboratório de Análise de Teleficção) do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) e do Lavint (Laboratório de Análise de Visualidades, Narrativas e Tecnologias) do Programa de Pós-graduação em Comunicação (UFS).

O grande volume de dados coletados exigiu, para fins deste artigo, um esforço de delimitação que se concentrou nos anos posteriores a 2010, momento em que as produtoras de telenovelas Globo, Record e SBT mostraram sinais de redimensionamento nos modelos de negócios e de gestão das telenovelas, provocados pelos impactos das transformações digitais. A Globo manteve sua posição hegemônica no setor, com volume de investimentos, produções e roteiristas superior às demais², justificando a atenção deste trabalho à sua atuação, sem perder de vista a perspectiva analítica relacional.

O final da década de 2010 mostrou apostas mais ousadas da emissora líder, que trouxe alterações importantes em inúmeros segmentos da organização, desde a contratação de profissionais a experimentações para os novos tempos. A função autoral do roteirista titular se manteve, com o aumento de casos daqueles que as conduziram como autores pela primeira vez, atuando majoritariamente em equipes. Em 2020, a Globo passa a lidar com o desafio da pandemia do novo coronavírus, contando, naquele momento, com dois roteiristas autores em plena escritura: Manuela Dias, estreando como autora às 21 horas com *Amor de Mãe* (nov/2019); e Daniel Ortiz, autor pela terceira vez no horário das 19 horas, com *Salve-se quem puder* (jan/2020).

As informações coletadas permitiram apostar na análise de uma amostra típica, composta por telenovelas originais exibidas de 2018 (estreia em 2017) a 2020³, como marco temporal para capturar os traços inovadores em telenovelas e nos autores que as criaram. Foram priorizados, nesse universo: os roteiristas mais frequentes no período, os que assumiram a função autoral pela primeira vez, os já consagrados por trabalhos anteriores no campo, os responsáveis pelas telenovelas experimentais, assim como por aquelas reconhecidas pela crítica, pelo público e pelas instâncias de premiação. A partir destes critérios, chegou-se à seguinte relação: Aguinaldo Silva, Cao Hamburger, Daniel Adjafre, Daniel Ortiz, Duca Rachid, João Emanuel Carneiro, Manuela Dias, Paulo Halm, Rosane Svartman, Thelma Guedes e Walcyr Carrasco. O intuito é, assim, mostrar os resultados de uma reflexão inicial sobre as inovações nas telenovelas que colaborem para os estudos ainda incipientes sobre o ofício

2 Os dados sobre a ficção televisiva no Brasil expostos nos Anuários do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva confirmam este cenário.

3 Tem-se o volume de 19 telenovelas (Malhação, 18h, 19h e 21h): 22 roteiristas autores e 60 roteiristas distribuídos pelas equipes em diversas funções. Consultar dados no quadro Telenovelas e Criadores TV Globo 2018 a 2020, disponível em http://ateve.com.br/wp-content/uploads/2021/10/TelenovelasCriadores_18-20-Obitel2021.pdf.

dos roteiristas de telenovelas, com funções autorais ou não, onde o tensionamento entre novidade e convenção constitui o cerne dos processos dramatúrgicos que os animam.

Em um primeiro momento, apresenta-se o horizonte teórico, metodológico e os procedimentos adotados para cartografar as inovações relevantes no campo da telenovela, a partir dos critérios já citados. Em seguida, desenvolve-se uma discussão sobre como os conceitos de inovação e autoria foram incorporados a esta pesquisa, no sentido de operá-los para compreender os processos de criação e invenção de roteiristas de telenovelas. Dada a centralidade das transformações impostas pela cultura digital às emissoras no período analisado, fez-se necessário realizar um sobrevoo sobre as formas como as empresas produtoras de telenovelas – com ênfase na Globo – lidaram com essa condicionante, incluindo as possibilidades estilísticas e narrativas derivadas da digitalização e as novas formas de consumo e participação do público.

Este movimento possibilita entrever como se configuram as circunstâncias econômicas e políticas no interior das quais os autores-roteiristas tomam decisões que se revelam, por sua vez, inovadoras na composição das obras reconhecidas como tal no espaço da crítica. A análise caminha no sentido de demonstrar que tais circunstâncias abrem um leque de possibilidades de escolhas para os autores, que não perdem de vista seus projetos criativos e os interesses culturais e políticos que os movem, cientes do grau de risco da situação em que se encontram: da pandemia de Covid-19 às posições políticas de governos e consumidores.

1 Caminhos para uma cartografia da inovação em telenovela

Compreende-se que a imaginação dramatúrgica dos criadores roteiristas indica uma disposição que valoriza a permanente tensão entre as convenções e a novidade, que mobiliza uma complexa cadeia produtiva de um dos principais produtos culturais dos conglomerados de mídia brasileiros. As mudanças que surgiram em decorrência das alterações nas tecnologias empregadas, nos sistemas de produção, circulação e consumo, nos padrões e estilos de vida da audiência, no perfil dos anunciantes e em tantas outras esferas que interferem na produção e escritura das telenovelas tendem a ser vistas como desafios em que o novo tende a ser uma dimensão que necessita ser incorporada.

Essas circunstâncias revelam que o exame da inovação na escritura das telenovelas precisa considerar a historicidade das complexas relações de poder que os autores roteiristas estabelecem com os principais agentes dessa cadeia produtiva, para verificar como tais relações afetam os processos de escolhas estilísticas que operam na feitura do produto.

O conceito de campo da telenovela brasileira, que nasceu de teorias, métodos e hipóteses elaboradas por Bourdieu (1996), orientou o exame do ofício do roteirista autor nesse contexto específico. Esta perspectiva atenta para as particularidades da história das práticas e representações de agentes, grupos e instituições que configuram os parâmetros nas lutas classificatórias que constituem as disposições e regimes de crença que definem os critérios de qualidade associados às inovações e às marcas estilísticas autorais dos roteiristas nas telenovelas. A abordagem histórica do campo supõe uma cartografia das posições dos principais agentes e organizações envolvidos, para favorecer a compreensão das relações entre os interesses que os movem e os discursos enunciados sobre as telenovelas, em especial sobre os critérios de qualidade e de inovações desta ficção seriada.

Uma das equipes do estudo mais ampliado⁴ tratou dessas circunstâncias históricas do campo de produção da telenovela, desde 1995, relacionando os principais impactos da cultura digital (LE-MOS, 2021)⁵ com as posições, discursos e práticas dos agentes examinados em circunstâncias específicas mais recentes. Para tanto, os estudos sobre a história do campo das telenovelas (ORTIZ; BORELLI; RAMOS, 1989; SOUZA, 2004, 2014) foram ampliados por meio das contribuições recentes de Rios (2019), que caracteriza os impactos da digitalização a partir dos anos 2000. Os resultados mostraram que, a partir de 2010, se observa a consolidação da conversão digital dos processos comunicacionais no campo.

Tal demarcação temporal permitiu localizar as principais transformações no campo e formular hipóteses sobre as inovações das telenovelas pelas emissoras produtoras, assim como pela crítica (jornalística, público fã e acadêmica). Essas percepções sobre a inovação, suas controvérsias e proximidades, serviram de insumo para identificar quais telenovelas recebiam a alcunha de

4 Daniele Rios, Genilson Alves, Thaiane Machado, Hanna Nolasco, Natacha Canesso, Tatiana Aneas e Carolina Fagundes fizeram parte da equipe responsável por essa linha de ação.

5 Esse termo, em Lemos (2021), enfatiza as práticas e disposições sociais revolucionadas na ambiência digital, mostrando aspectos relacionados desde o funcionamento de sistemas capitalistas a práticas cotidianas de produção, consumo e distribuição de informações digitais.

inovadoras e por quais motivos, conformando assim um critério significativo para elencar quais discursos dos roteiristas criadores das telenovelas privilegiar.

A segunda equipe da investigação⁶, articulada com a anterior, identificou os agentes e organizações atuantes no campo desde 1995 com o intuito de cartografar telenovelas e equipes responsáveis (roteiristas e diretores) por emissora e horário⁷. No final dos anos 2000, apenas Record, SBT e Globo continuam a produzir telenovelas, visto que a Manchete sai de cena em 1999 e a Bandeirantes deixa de investir no produto em 2009.

O esforço de cartografar as posições de cada um desses autores promoveu a compreensão das suas trajetórias, demarcando as circunstâncias da enunciação de discursos que tematizavam os traços inovadores na composição das telenovelas ou inovações nas instâncias de produção, circulação e consumo. Dados foram extraídos de fontes como artigos e matérias jornalísticas⁸; entrevistas, declarações e notas institucionais das empresas produtoras ou profissionais direta ou indiretamente responsáveis pelas obras ou pela gestão do processo criativo⁹; produções científicas de natureza diversa (artigos, monografias, dissertações e teses); e repositórios *on-line*¹⁰.

O intuito dessa cartografia foi, portanto, relacionar as especificidades das posições em jogo no campo com o exame das manifestações¹¹ dos roteiristas autores e colaboradores sobre a percepção da repercussão da cultura digital na feitura dramatúrgica das telenovelas que confeccionaram e em que medida tais circunstâncias promoveram inovações. As reflexões enunciadas neste traba-

6 João Araújo, Inara Rosas, Amanda Aouad, Hanna Nolasco, Bárbara Vieira, Tcharly Briglia e Sofia Federico compõem a equipe responsável pela segunda linha de ação.

7 Como fontes para a coleta de dados, utilizamos os portais Memória Globo e Teledramaturgia, além da publicação “Almanaque SBT 35 anos” (2017).

8 Sobre a crítica, foram analisadas notícias publicadas até o dia 06 de maio de 2021 em portais de especialistas reconhecidos no campo – Cristina Padiglione, Patrícia Kogut, Nilson Xavier, Maurício Stycer e Daniel Castro – além do portal Na Telinha (UOL).

9 A partir de buscas realizadas nos portais oficiais das emissoras produtoras.

10 A metodologia de extração de dados e outros procedimentos estão discriminados nas Notas Metodológicas dos Discursos sobre Inovação das Telenovelas, disponível em <http://ateve.com.br/wp-content/uploads/2021/10/NotasMetodologicas-Obitel2021.pdf>.

11 Os depoimentos dos roteiristas autores foram extraídos de entrevistas de veículos de comunicação como O Globo, Folha de São Paulo e UOL. No caso dos autores da Globo, consultou-se: o site Gshow, em entrevistas periódicas em áudio e vídeo; o podcast “Diálogos Virtuais”, com entrevistas de Cao Hamburger, Claudia Souto, Thelma Guedes, Duca Rachid, Marcos Bernstein e Rosane Svartman; a publicação “Autores – Histórias da Teledramaturgia” (2008), vinculada ao Memória Globo, com entrevistas de João Emanuel Carneiro, Silvio de Abreu, Walcyr Carrasco, Glória Perez, Aguinaldo Silva e Benedito Ruy Barbosa; e os programas de entrevista “Os donos da história” (Canal Viva) e “O ofício em cena” (Globo News).

lho decorrem dessa abordagem teórica e metodológica e discorrem, apenas, sobre os dados circunscritos aos 11 autores roteiristas de telenovelas da Globo, exibidas entre 2018 e 2020, responsáveis por inovações reconhecidas no campo.

2 Inovação e invenção criativa

O conceito de inovação é amplamente manifesto nos estudos da economia. Autores como Hartley *et al.* (2013) citam Joseph Schumpeter para situar a inovação no centro do processo de crescimento econômico e desenvolvimento do capitalismo moderno, diferenciando a criação, entendida como invenção, da inovação, definida como atribuição de valor econômico a uma nova ideia.

Outros autores, vinculados à perspectiva das Ciências Sociais, apontam que a concepção de inovação precisa estar articulada à noção de invenção ao examinar os processos de criação, sobretudo em campos voltados para a produção artística e cultural. Pratt e Jeffcut (2009, p. 14), ao questionarem a concepção dicotômica de criatividade e inovação como aspectos separados ou etapas distintas de um processo linear, mostram que ambas dependem da inserção do “agente em um contexto estrutural [onde] o resultado não pode ser simplesmente antecipado”. Os processos de criação, para se tornarem inovadores, dependeriam, por exemplo, dos feedbacks e “competência dos agentes em reconhecer, compreender e agir sobre tais feedbacks”.

Em busca de uma definição de inovação que implique as demandas econômicas sem desconsiderar as possibilidades criativas dos produtores culturais, Stoneman (2010) propõe a noção de *soft innovation*. Para o autor, a concepção de inovação relacionada aos processos inventivos mais presentes nas atividades culturais e artísticas tende a relativizar a ênfase na funcionalidade tecnológica e econômica, movimento analítico essencial para o exame das dimensões formais, estilísticas e estéticas dos produtos audiovisuais: “*soft innovation* é a inovação em produtos ou serviços que impacta primordialmente o apelo estético ou intelectual, e não sua funcionalidade” (STONEMAN, 2010, p. 22).

O conceito de inovação na relação com o de invenção e criatividade mostra-se mais útil para as pesquisas que buscam compreender as relações entre as lógicas do cálculo econômico com as lógicas dos processos criativos movidos pelo desejo da invenção e

do retorno simbólico que se pode proporcionar aos criadores, ampliando assim o grau de autonomia e controle criativo desses agentes. Esta premissa salienta como a invenção não é automática ou mecânica, sendo fruto do esforço intelectual dos profissionais que consideram a inovação uma das metas de seus projetos criativos e um dos resultados possíveis das escolhas estilísticas observadas e reconhecidas nos produtos criados.

No caso dos conglomerados de mídia, como a Globo, Oguri, Chauvel e Suarez (2009) mostraram que os aportes inovadores capazes de promover benefícios para a organização resultaram de modelo de gestão que prezou a flexibilidade e a improvisação organizacional para absorver mudanças em diferentes instâncias. Trata-se de um princípio de gestão que considera a incerteza como “variável inevitável” (OGURI; CHAUVEL; SUAREZ, 2009, p. 40) dos processos de criação e produção de obras culturais e artísticas.

Segundo as autoras, o processo gerencial de criação das telenovelas da Globo entre os anos 1990 e 2007 demonstra um aspecto central das organizações industriais que gestam os processos criativos dos seus produtos artísticos culturais: a capacidade de transmutar de forma integrada os dados sobre o consumo dos produtos em insumos que possam orientar ações inovadoras pelos profissionais que atuam na confecção desses produtos.

Salienta-se que a empresa imprimiu um *ethos* organizacional flexível apto a lidar com mudanças e instabilidades intrínsecas à economia criativa, que se mostrou eficaz para a geração de inovações no produto. Dentre as ações implementadas, as organizações frisaram o sistema que encadeava a identificação das necessidades dos consumidores, com a disseminação dessas informações para os setores especializados que convertiam esses dados em orientações para as equipes responsáveis pelas telenovelas que, por sua vez, lidavam com os problemas inerentes ao seu fazer artístico: gerar empatia, emoção e conexão com público, a serem cultivadas por meses.

Em suma, a definição de inovação tecnológica e econômica que sustenta esta pesquisa assume a perspectiva analítica relacional da inovação com a invenção criativa, termo mais apropriado para examinar os processos criativos e estilísticos dos diversos agentes envolvidos na confecção das telenovelas. O exercício criativo e a experimentação dos roteiristas de telenovelas só será possível diante das possibilidades ensejadas em um mercado que tem a inovação

como aspecto relevante para o desenvolvimento dos produtos das empresas, tendo a inovação associada à criatividade como resultado de planejamento estratégico para as disputas concorrenciais que têm como metas principais a ampliação do volume de investimentos dos anunciantes e o crescimento do público consumidor.

Sabe-se que a telenovela no Brasil tem sido fruto de inúmeras decisões tomadas pelos representantes das empresas, pelos roteiristas, diretores e demais especialistas que trabalham em múltiplas equipes interligadas, antes e durante as fases de execução do produto seriado. O roteirista é, assim, integrante de equipes que se organizam de modos variados, cabendo a essa função decisões na esfera dramática que afetam fortemente as histórias contadas. O volume de roteiristas que integram essas equipes, as experiências de formação desse ofício e o poder de roteiristas autores interferirem nas outras esferas dos demais especialistas têm sido objeto de estudos que mostram como esse lugar autoral tem se fortalecido, supondo variações no grau de autonomia ao longo dos setenta anos de história do produto¹².

A autoria é, nessa abordagem, uma categoria analítica que explicita as mediações da dinâmica organizacional das empresas que orquestra não só a construção da imagem do autor, mas também as atribuições das funções e graus de controle criativo exercidos pelos profissionais na equipe responsável pela confecção da telenovela e os sistemas de circulação e consumo do produto, que envolvem, dentre diversas ações, aquelas que alimentam o sistema com informações sobre as repercussões na apreciação que podem gerar mudanças de percurso devido às insatisfações dos anunciantes e/ou de segmentos importantes da audiência.

Ressaltam-se, ainda, as mediações em torno dos processos de trabalho das equipes criativas; das dinâmicas de funcionamento hierarquizadas nas quais aqueles que forem reconhecidos como autores, com maior grau de autonomia, controle e responsabilidade, exercerão práticas de gestão da equipe que incidem sobre os projetos criativos; dos problemas e soluções estilísticas que lidam com as tensões entre as escolhas de recursos convencionais e os que precisam gerar a impressão da novidade para uma audiência que tende a valorizar as marcas dos autores roteiristas preferidos (SOUZA, 2014; PICADO; SOUZA, 2018).

12 Destacam-se os estudos seminais de Samira Campedelli, Renata Palottinni, Maria de Lourdes Motter, Maria Cristina Castilho Costa, Roze Calza, Renato Ortiz, José Mario Ortiz, Silvia Borelli, Michele e Armand Mattelart, as recentes pesquisas no grupo de pesquisa A-Tevê (PósCom/UFBA), além dos trabalhos de Rosane Svartman e Anderson Dias.

3 Campo das empresas de telenovelas e cultura digital

O olhar atento sobre o modelo de gestão das empresas produtoras de telenovelas tem se mostrado um espaço privilegiado para verificar as ações que mais amplamente interferem nos modos dos roteiristas autores conduzirem suas histórias em sistema industrial e que, na cultura digital, ganhou complexidade nunca vista, difícil ainda de ser dimensionada. Considerar o arranjo específico das empresas produtoras de telenovelas brasileiras nesse cenário orienta, assim, a compreensão das relações entre as marcas dos autores e as marcas das empresas.

A década de 2010 foi o período do surgimento das plataformas de *streaming*, com uma dupla reverberação no consumo de produtos midiáticos no Brasil: se, por um lado, tais ferramentas converteram-se em mais uma concorrente às emissoras de TV aberta, por outro, elas começaram a ser utilizadas pelas próprias emissoras como uma estratégia de difusão, venda dos seus produtos e de interpelação dos fãs, trazendo, assim, uma nova experiência de fruição, visto que as telenovelas e demais programas puderam passar a ser vistos sem interrupções comerciais e com a frequência e o ritmo que o espectador preferir.

A noção de tela se estendeu para além do aparelho de televisão com a popularização do uso da internet e o aumento de uso dos smartphones, com estes passando a ser utilizados como meio de acesso e consumo de produtos televisivos. Além disso, o advento do 4G, com maior segurança, mobilidade e maior estabilidade para realização de acesso da TV pelo celular (SBRISIA, 2021), auxiliou na intensificação do consumo de vídeos nesses aparelhos. As emissoras de TV entraram, portanto, na corrida para se adaptar a todo esse cenário.

Ressalta-se que a popularização das redes sociais digitais trouxe para os consumidores um outro ambiente de discussão, troca de informações e também de vigilância sobre os caminhos escolhidos pelos roteiristas para desenvolver as histórias. Redes sociais como *Facebook*, *Youtube* e *Twitter* marcaram a década de 2010 como o período em que os consumidores intensificaram o compartilhamento de informações e produção de conteúdos, com perpetuação do tempo de vida das telenovelas. O final da década de 2010 ainda apresentou ambientes *on-line* em que os encontros passaram a ser instantâneos: *apps* como o *Whatsapp* e o *Telegram* motivam consumidores a estarem constantemente em conversas, inclusive sobre telenovelas.

O consumo multiplataforma é uma realidade no hábito dos consumidores com acesso à internet, tornando os modos de consumir em experiências diversas. As organizações produtoras de telenovelas e os criadores têm ciência, portanto, de que é necessário atender a uma audiência com hábitos distintos de consumo, desde aqueles ainda mantidos pela programação televisiva linear até a exposição continuada de vários capítulos pelas plataformas digitais.

3.1 O lugar da Globo

A Globo realizou muitos esforços durante sua história para manter sua posição hegemônica no campo. Em 2020, a empresa promoveu uma série de mudanças no seu organograma como parte do processo de consolidação do programa *Uma Só Globo*, projeto de unificação dos diferentes negócios em uma nova e única empresa chamada Globo. Dentre essas mudanças, está a substituição de Silvio de Abreu por José Luiz Villamarim na Diretoria de Dramaturgia Diária, departamento responsável pelas decisões acerca dos produtos ficcionais como séries e telenovelas. Apesar das diversas contribuições de Silvio de Abreu na renovação de roteiristas e no planejamento da produção de produtos ficcionais, sua substituição responde à estratégia de transformação digital da empresa, segundo a qual as decisões passam a ser tomadas de forma integrada e orientada por dados. Nessa nova conjuntura, a Globo passou a se posicionar como uma *media tech*, empresa que produz conteúdo para ser consumido onde, quando e como o consumidor quiser. Nota-se, portanto, a Globo acompanhando as tendências do mercado mundial.

A emissora passou a disputar a guerra concorrencial dos *streamings*. Para tal, apostou nos conteúdos nacionais para o catálogo do *Globoplay* e em infraestrutura, ao inaugurar, em 2019, o MG4, um complexo de três novos estúdios de 1.500m² preparados para a tecnologia 4K IP, de gravação em altíssima definição. Em 2020, a emissora tomou uma decisão estratégica, possivelmente antecipada pela pandemia da Covid-19: com a impossibilidade de gravações de telenovelas inéditas, a Globo incluiu, em todas as faixas de horário destinadas a telenovelas, reprises do seu acervo (KOGUT, 2020). Lançou também o projeto “Os Clássicos Estão de Volta”, disponibilizando no *Globoplay*, a cada duas semanas, uma telenovela antiga, dentre uma lista de 50 títulos (LOPES, 2020). Tal ação aumentou em cerca de 145% o número de assinantes do *streaming* (PAIVA, 2020).

É necessário ressaltar que a Globo promoveu e estimulou a incorporação de novas tecnologias durante toda a sua história. Na década de 2010, as experimentações se potencializaram, a exemplo do investimento e adoção de novas técnicas e tecnologias nas áreas da computação gráfica e da fotografia, para tornar possível o mundo ficcional da telenovela medieval *Deus Salve o Rei* (2018). É importante destacar, também, que a Globo vinha, desde 2007, desenvolvendo estudos sobre a transmidiação e empregando estratégias em suas novelas que, a partir de 2010, se tornaram mais sistemáticas. Houve a criação de núcleos transmidiáticos e os produtores transmídia passaram a ser considerados profissionais artísticos, com nomes constando nos créditos das telenovelas¹³.

Merece menção também a ampliação dos profissionais da criação, como os roteiristas autores, em um sistema que mescla a regularidade daqueles que em cada horário mostraram resultados de público e de crítica com a renovação que se associa em muitas ocasiões a projetos experimentais e inovadores. Ao lado de Silvio de Abreu no comando da diretoria da teledramaturgia diária, as executivas Monica Albuquerque e Edna Palatnik, ambas da Diretoria de Acompanhamento Artístico, recrudesceram, após 2014, a renovação de roteiristas, e revelaram 18 novos autores de telenovela, como Maria Helena Nascimento, Rosane Svartman, Paulo Halm, Claudia Souto e Manuela Dias.

Essa linha de ação da empresa se mostra presente nos dados desta pesquisa: 90 telenovelas (de 1995 a 2020) foram citadas enquanto inovadoras. Destas, as 20 consideradas mais inovadoras foram produzidas pela Globo¹⁴. Foi possível verificar que 90% dessas obras foram produzidas e lançadas na década de 2010, à exceção de *Duas Caras* (Globo, 2007) e *A Favorita* (Globo, 2008). Outra descoberta importante foi a de que há um equilíbrio em relação ao horário em que essas obras foram exibidas: segundo o levantamento, 45,7% das novelas apontadas como inovadoras foram transmitidas às 21h, 32,3% às 19h, 18,9% na faixa das 18h e 3% às 17h¹⁵.

13 Pesquisadores do OBITEL BRASIL empreenderam pesquisas sobre esse período que se tornaram referências indispensáveis, disponíveis na Coleção Teledramaturgia.

14 *Amor de Mãe* (2019-2021), *Deus Salve o Rei* (2018), *Malhação – Viva a Diferença* (2017-2018), *Ve-lho Chico* (2016), *Meu Pedacinho de Chão* (2014), *Além do Horizonte* (2013-2014), *Cheias de Charme* (2012), *Avenida Brasil* (2012), *Cordel Encantado* (2011), *Malhação – Vidas Brasileiras* (2018-2019), *Babilônia* (2015), *A Favorita* (2008-2009), *A Dona do Pedaço* (2019), *Totalmente Demais* (2015-2016), *Viver a Vida* (2009-2010), *Lado a Lado* (2012-2013), *A Regra do Jogo* (2015-2016), *Geração Brasil* (2014), *Amor à Vida* (2013-2014), *Duas Caras* (2007-2008).

15 Esse percentual diz respeito às duas temporadas *Malhação – Viva a Diferença* (2017) e *Malhação – Vidas Brasileiras* (2018) que compõem esse universo de novelas inovadoras.

Dos 17 roteiristas responsáveis por, ou associados a uma dessas 20 telenovelas, 11 (64,7%) são profissionais que estrearam como autores nesse período e 8 (48%) começaram assinando suas respectivas novelas em dupla. Desses 8 estreantes, 6 foram lançados na faixa das 19h. Por fim, há que se ressaltar que 5 desses 17 roteiristas conseguiram emplacar mais de uma novela nesse *ranking*, a saber: Walcyr Carrasco, Benedito Ruy Barbosa, João Ximenes Braga, Felipe Miguez e Izabel de Oliveira, além de João Emanuel Carneiro, o único a emplacar mais de duas novelas.

4 Inovações dos autores-roteiristas na ambiência digital: primeiras impressões

Nas telenovelas brasileiras, o lugar autoral tem sido uma atribuição do roteirista-autor, tendo em vista sua responsabilidade perante os princípios e dinâmicas que regem a concepção e o desenvolvimento dramático de um tipo de ficção popular seriada de narrativa continuada, que tende a ser elaborada durante a exibição, aberta a mudanças e improvisações que demandam coerência narrativa e controle do regime de serialidade adotado.

Reconhece-se, assim, que a posição autoral do autor-roteirista – historicamente construída no campo – expressa disposições, interesses e escolhas derivadas do seu contexto específico de trabalho, das interpretações negociadas das demandas da emissora e das parcerias firmadas, principalmente com os roteiristas das equipes que coordenam e com os diretores responsáveis pela condução geral da obra (PICADO; SOUZA, 2018; ALVES; SOUZA, 2021).

Os roteiristas contratados pela Globo fazem parte de um planejamento organizacional que, como se buscou demonstrar, cria condições favoráveis para que a imaginação criativa dos roteiristas atenda às expectativas da empresa. Para atingir esse fim, a emissora está ciente de que é importante valorizar a dimensão artística e autoral dos roteiristas, que demandam o controle criativo sobre as histórias que criam. São eles os que escolhem os temas, tecem os mundos ficcionais, criam intrigas e personagens para cativar a audiência.

Na última década, elencam-se duas questões que se mostraram desafiantes para os roteiristas autores: a) alteração dos horizontes de expectativas e repertório da audiência que promoveu mudanças no ritmo dos capítulos, dinamicidade na progressão dramática, entre outros recursos dramáticos; b) digitalização dos

sistemas de consumo das telenovelas e repercussões dos fãs nas mídias digitais, provocando novas formas de interação com os autores-roteiristas. No período delimitado pela pesquisa, o trabalho dos autores selecionados pode ser utilizado como ilustração das maneiras diversas que têm para lidar com esses novos tempos e provocar inovações na dramaturgia das telenovelas.

Cao Hamburger desponta no campo da telenovela na década de 2010, convocado para renovar a narrativa de *Malhação*¹⁶. Se as temporadas anteriores desse produto investiram principalmente em tramas centradas no contexto da academia de ginástica, que dá nome à obra, e em escolas particulares que centralizavam os núcleos (a partir de 1999), é com a contratação de Hamburger que o horário vive importante renovação da sua história. Além do deslocamento do enredo para a cidade de São Paulo, pela primeira vez, os conflitos amorosos de casais brancos heterossexuais são substituídos por uma narrativa de cinco jovens protagonistas, de comportamentos e vivências diversas.

A escola privada ganha o contraponto de uma escola pública, com discussões sobre a educação brasileira, em paralelo aos temas que sempre compuseram a obra: adolescência, romance, sexualidade, relações familiares, consumo de drogas, problemas comportamentais, entre outros. A inovação proporcionada pelo enredo de Hamburger, supervisionado pelo experiente Charles Peixoto, reflete tanto o vanguardismo dos recém-chegados quanto as experiências anteriores do autor, conhecido pelo seu trabalho no cinema e na TV, mas estreante, com *Viva a Diferença*, no formato telenovela¹⁷.

Na década de 2000, a chegada da dupla Thelma Guedes e Duca Rachid ao horário das 18h, com o *remake* de *O Profeta* (2006-2007), foi o ponto de partida para uma carreira marcada por prêmios. Após a estreia de *Cama de Gato* (2009-2010), história original e com agilidade narrativa, as duas voltaram um ano após com *Cordel Encantado* (2011), sucesso popular e de crítica que propôs um diálogo ficcional entre a cultura nordestina e a tradição europeia. Guedes e Rachid são as recordistas do *Emmy Internacional*, com as obras *Joia Rara* (2013-2014) e *Órfãos da Terra* (2019). Essa última, além de trazer, pela primeira vez, como trama central, a temática

16 *Novela teen* de duração longa na emissora, no ar, de forma inédita, por vinte e cinco anos, interrompidos apenas por conta da pandemia, em 2020.

17 A trama conquistou o *Emmy Internacional Kids* 2019, prêmio que Hamburger também conquistou em 2014 com o sucesso de *Pedro e Bianca*, na TV Cultura, emissora que exibiu o maior clássico da sua carreira, o *Castelo Rá-Tim-Bum*, ícone infantil dos anos 1990.

dos refugiados, foi a primeira a ter os capítulos exibidos inicialmente pela plataforma *Globoplay*, antes da veiculação na TV aberta (com exceção do primeiro e os da semana final), sinalizando um processo de integração entre TV aberta e o digital.

No horário das 19h, a novela medieval *Deus Salve o Rei* (2018), de Daniel Adjafre, investiu em recursos tecnológicos para emular a realidade europeia sem necessidade de gravações do elenco fora do país. A inovação estética evidenciou novas possibilidades de utilização da tecnologia que contribuíram para a narrativa, bem como para o aprimoramento de técnicas adotadas em outras produções. Adjafre é um roteirista com trabalhos especialmente no campo das séries contemporâneas, como *Casos e Acasos* (2008), dentre outras. Ganhou destaque, respectivamente, como colaborador e coautor de *A Vida da Gente* (2011-2012) e *Sete Vidas* (2015), até estreitar como autor titular com *Deus Salve o Rei*, protagonizada por três atrizes com notória influência nas redes sociais (Bruna Marquezine, Marina Ruy Barbosa e Tatá Werneck).

Ainda na faixa das 19h, Daniel Ortiz, introduzido como autor-solo com *Alto Astral* (2014-2015), tem conseguido criar tramas geradoras de engajamentos nas redes sociais, especialmente por conta da formação de casais que ganham torcida e *fandoms*. Foi assim com *Haja Coração* (2016) e, mais recentemente, com *Salve-se Quem Puder* (2020-2021), que causou uma grande mobilização nas redes sociais com os triângulos amorosos das protagonistas. Ortiz parece dominar uma ferramenta aparentemente indispensável para o sucesso das tramas contemporâneas: a capacidade de criar personagens, núcleos e desdobramentos dramáticos geradores de engajamento no ambiente digital. As ações de propagação e expansão promovidas pela própria Globo, por meio do *Gshow* e do *Globoplay*, também contribuem para o envolvimento do público.

Acerca da relação com fãs, cabe citar o trabalho da dupla Rosane Svartman e Paulo Halm, autores que, desde *Malhação: Sonhos* (2014-2015), demonstraram verve inovadora para lidar com os desafios da ambiência digital. Svartman, que integrou a equipe de conteúdo transmídia de *Passione* (2010-2011), uma das novelas pioneiras em geração de conteúdo *on-line*, trouxe muito dessa experiência para os seus enredos com Halm, na faixa das 19h: *Totalmente Demais* (2015-2016) e *Bom Sucesso* (2019-2020) traziam personagens com vivências na cultura digital, contribuindo para ações de *spin-offs* e *crossovers*, além de conteúdos exclusivos para as plataformas digitais.

No horário das 21h, Walcyr Carrasco tem se tornado uma presença cada vez mais comum, desde o sucesso de *Amor à Vida* (2013-2014), após obras populares nas faixas das 18h e 19h. Uma estratégia adotada com frequência pelo autor é a divisão do protagonismo. Embora haja personagens centrais, o enredo é construído com a centralidade de outros núcleos, em tramas que se conectam com a principal. Em *A Dona do Pedaço* (2019), Maria da Paz (Juliana Paes) era a personagem principal e as personagens Vivi Guedes (Paolla Oliveira) e Fabiana (Nathália Dill) também tinham seu lugar de protagonismo. Estratégia semelhante foi adotada por outros autores, como, por exemplo, Glória Perez em *A Força do Querer* (2017) – com Bibi (Juliana Paes), Jeiza (Paolla Oliveira) e Ritinha (Ísis Valverde) – e Manuela Dias em *Amor de Mãe* (2019-2021) – com Lurdes (Regina Casé), Vitória (Taís Araújo) e Thelma (Adriana Esteves)¹⁸.

João Emanuel Carneiro traz, em suas experiências às 21h, sucessos marcados por tentativas de renovação. *A Favorita* (2008-2009), marco da subversão da fórmula clássica de novelas centradas em pares românticos, deu espaço para dúvidas sobre a mocinha e a vilã. Com *Avenida Brasil* (2012), o subúrbio ganhou o protagonismo, com os núcleos da zona sul carioca nas tramas paralelas. Em *A Regra do Jogo* (2015-2016), o protagonista, além de mau-caráter, integrava uma facção criminosa, que ocupava o centro da narrativa, cujos capítulos ganhavam títulos, tal como nas séries. Já em *Segundo Sol* (2018), o enredo foi ofuscado por queixas do público e de entidades oficiais acerca da falta de representatividade negra em uma novela ambientada em Salvador-Bahia. Carneiro teve resposta instantânea do público diante do que é visto na TV, impondo os novos desafios de lidar com o público na ambiência digital.

Autores como Aguinaldo Silva e Glória Perez, veteranos dentre os escritores da Globo, já interagem com o público por meio de fóruns e *blogs* desde 1990, porém, o alcance atingido pelas redes sociais propiciou novas camadas de relacionamento com o público. Além deles, Thelma Guedes, Walcyr Carrasco e Rosane Svartman costumam dialogar com essa audiência *on-line*, respondendo a críticas, elogios e repercussões, ou justificando escolhas e desdobramentos narrativos.

Manuela Dias e Daniel Ortiz foram autores que enfrentaram problemas causados pela Covid-19. O contexto trouxe desafios como incluir, ou não, a pandemia na trama, a adaptação de cenas seguin-

18 Às 19h, tem sido comum a utilização do mesmo recurso, observado, de modo mais enfático, em *Pega Pega* (2017-2018) e *Salve-se Quem Puder* (2020-2021).

do protocolos de segurança, encurtamento da narrativa e a impossibilidade de modificar a obra enquanto ela era exibida. Criticada pela opção de inserir a pandemia no enredo, Manuela Dias não hesitou em explicar nas redes sociais detalhes das suas escolhas como dramaturga, em uma tentativa de justificar os encaminhamentos. Dias teve sua novela exibida normalmente até o capítulo 102, saindo do ar em um ponto alto – a revelação da identidade de Domenico (filho da protagonista Lurdes). Com a decisão de colocar a pandemia na trama – justificada pelo aspecto realista da obra –, o enredo foi alvo de muitas críticas na exibição dos capítulos finais, entre março e abril de 2021. Com um intervalo grande entre as gravações e a veiculação na TV, alguns procedimentos adotados no primeiro ano de pandemia também já soavam ultrapassados.

Ortiz, cuja trama foi interrompida após dois meses de estreia, optou por não inserir a pandemia na história, mantendo o clima de comédia e romance que deram o tom da obra desde a estreia. Embora também tenha sido gravada dentro de rígidos protocolos de segurança, a novela voltou ao ar com capítulos inéditos em maio de 2021, passando, inicialmente, por adaptações em relação às cenas de envolvimento amoroso, como as de beijos. Aos poucos, todavia, a trama prosseguiu de modo a deixar quase imperceptíveis a complexidade e as limitações das gravações.

Considerações finais

Os resultados apresentados esboçam caminhos analíticos atentos à complexidade do exame dos projetos criativos dos roteiristas-autores de telenovelas, das decisões e escolhas dramatúrgicas que precisam negociar com as circunstâncias da emissora e das repercussões inusitadas da cultura digital, conjugadas com a cuidadosa e contínua renovação do gênero. Os movimentos de inovação identificados explicitam o manejo das possibilidades tecnológicas digitais e a necessidade de diálogo contínuo com o público. Os casos exitosos renovam, assim, o lugar emblemático da telenovela, em uma sociedade que a consome, a inspira e a representa há sete décadas.

Críticos e pesquisadores do campo confirmam que os tipos de inovação mais associados a essas telenovelas decorreram da instância da criação, sendo aspectos como: questões dramatúrgicas, temáticas, uso das estratégias transmidiáticas e estéticas. O lugar do autor-roteirista é certamente destacado. João Emanuel Carneiro,

por exemplo, aparece com diversas menções de inovação em obras que são exaltadas por marcas autorais do roteirista, como formato e ritmo, temáticas abordadas e construção de personagens. Walcy Carrasco é mencionado por questões de construção narrativa e por suas estratégias de *merchandising* e transmídia. As construções transmidiáticas consagram também as obras de Rosane Svartman e Paulo Halm, assim como a de Cao Hamburger. A dramaturgia engenhosa de temas complexos e controversos também foi destacada em relação à obra dos autores estudados, assim como a ousadia no uso do multiprotagonismo e da arrojada linguagem audiovisual.

O advento da pandemia associado à digitalização tem gerado outras questões inusitadas. A primeira trama inédita a ir ao ar após o início da pandemia, *Nos Tempos do Imperador* (2021-2022), teve grande repercussão no mês de estreia após a exibição de uma cena que sugeria racismo reverso, em um diálogo entre o protagonista negro e a protagonista branca. Esse exemplo, embora pontual, explicita a complexidade da gravação integral e antecipada de um gênero que tem no diálogo com o público uma das suas principais forças. A decisão de gravar todos os capítulos de *Um Lugar ao Sol* e *Quanto Mais Vida, Melhor*, respectivamente novelas das 21h e das 19h, estreantes em 2021, parece ser uma decisão temporária, decorrente da pandemia. Outros estudos futuros podem contribuir para esclarecer os processos criativos e a recepção de obras que terão apenas a ilha de edição como recurso para alterações ao longo da veiculação na TV.

Este trabalho expõe os resultados preliminares de um projeto mais amplo de pesquisa. Destaca-se, neste momento, o lugar autoral, mas espera-se que futuramente a cartografia e trajetórias dos criadores das histórias seja ampliada para contribuir com os estudos que se dedicam aos processos criativos e estilísticos dos roteiristas da ficção seriada mais consumida na sociedade brasileira, que têm se mostrado exímios e inovadores no âmbito desse gênero popular.

Referências

ALVES, G.; SOUZA, M. J. A construção do lugar autoral da roteirista Shonda Rhimes no mercado da ficção seriada televisiva. **Revista GEMInIS**, v. 12, n. 1, p. 42-63, jun. 2021. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/619>. Acessado em: 27 jun. 2021.

BOURDIEU, P. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

HARTLEY, J. et al. Innovation. In: **Key concepts in creative industries**. Londres: Sage Publications, 2013.

KOGUT, P. Globo decide reprisar 'Fina estampa' e outras novelas. **Site O Globo**, 16 de março de 2020. Disponível em: <https://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/noticia/2020/03/globo-decide-reprisar-fina-estampa-e-outras-novelas.html>. Acesso em: 20 out. 2020.

LEMONS, A. **Tecnologia é um vírus**. Pandemia e cultura digital. Porto Alegre, RS: Sulina, 2021. E-book Kindle.

LOPES, F. Globoplay prepara 50 novelas antigas para seu catálogo; A Favorita será a primeira. **Site Notícias da TV**, 21 de maio de 2020. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/globoplay-prepara-50-novelas-antigas-para-seu-catalogo-favorita-sera-primeira-37075>. Acesso em: 01 jun. 2021.

OGURI, L. M. B.; CHAUVEL, M. A.; SUAREZ, M. C. O processo de criação das telenovelas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 01, p. 38-48, jan/mar 2009. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/247854679_O_processo_de_criacao_das_telenovelas. Acesso em: 25 mai. 2021.

ORTIZ, R.; BORELLI, S.; RAMOS, J. **Telenovela: história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

PAIVA, F. Base de assinantes do Globoplay cresce 2,5 vezes em um ano. **Site Teletime**, 18 de junho de 2020. Disponível em: <https://teletime.com.br/18/06/2020/base-de-assinantes-do-globoplay-cresce-25-vezes-em-um-ano/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

PICADO, B.; SOUZA, M. C. J. de. Dimensões da autoria e do estilo na ficção seriada televisiva. **Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 53-77, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/143970/147035/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

PRATT, A.; JEFFCUT, P. Creativity, innovation and the cultural economy: snake oil for the twenty-first century? In: **Creativity, Innovation and the Cultural Economy**. Nova Iorque, Oxon: Routledge, Taylor & Francis: 2009.

RIOS, D. V. **Representações, autoria e estilo: O nordeste de Velho Chico**. 2019. 295f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

SOUZA, M. C. J. **Telenovela e Representação Social**: Benedito Ruy Barbosa e a Representação do Popular na Telenovela Renascer. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.

SOUZA, M. C. J. O papel das redes de televisão na construção do lugar do autor nas telenovelas. In: SOUZA, M.C. J.; BARRETO, R. (org.). **Bourdieu e os estudos de mídia**: campo, trajetória e autoria. Salvador: Edufba, p. 13-40, 2014.

SBRISSIA, H. 1G, 2G, 3G, 4G e 5G: entenda a evolução da internet móvel. **Site Tecmundo**, 12 de maio de 2021. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/5g-no-brasil/217230-1g-2g-3g-4g-5g-entenda-evolucao-internet-movel.htm>. Acesso em: 03 abr. 2021

STONEMAN, P. **Soft Innovation**. Economics, Product Aesthetics, and the Creative Industries. Nova Iorque: Oxford University Press, 2010.

As Five: qualidade e a competência midiática na criação audiovisual e na produção criativa sobre a série em tempos de Covid-19

Gabriela Borges (coord.)
Daiana Sigiliano (vice-coord.)

Eutália Ramos
Júlia Garcia
Lucas Vieira
Hsu Ya Ya
Gustavo Furtuoso

Introdução

Os resultados da pesquisa que ora apresentamos desdobram pistas de investigação de projetos anteriores, desenvolvidos no âmbito do Obitel e do Observatório da Qualidade no Audiovisual, e se concentra na análise da proposta criativa da série brasileira *As Five*, *spin off* da telenovela *Malhação: Viva a Diferença* (MVD) (2017-2018), lançada em 2020 no Globoplay, na sua inter-relação com o *fandom* de Limantha, *shipp* das personagens Lica (Manoela Aliperti) e Samantha (Giovanna Grigio).

Conforme apontamos em Borges e Sigiliano (2019), as séries e minisséries produzidas pela Rede Globo desde os anos 2000 apresentam características estéticas diferenciadas que discutimos sob o prisma da qualidade. Sendo assim, estendemos esta discussão, realizada a partir de Thompson (2007), Mittell (2012; 2013), Brunsdon (1993; 1999) e Cardwell (2007), a fim de investigar as especificidades desta produção do Globoplay, que também se insere na poética audiovisual de Cao Hamburger, que tem desenvolvido historicamente programas de qualidade para o público infantojuvenil.

A partir do modelo teórico-metodológico para a análise de séries ficcionais desenvolvido por Borges e Sigiliano (2021), e tendo em conta as modificações implementadas em termos de produção e distribuição devido à pandemia do Covid-19, pretendemos investigar as especificidades estéticas e narrativas de *As Five* que são apropriadas pelos fãs na criação e circulação de conteúdos, tendo como norte, por um lado, a qualidade e a inovação na linguagem audiovisual e, por outro lado, as habilidades de competência midiática desenvolvidas pelo *fandom* na interpretação da série e na consequente criação de novas formas de expressão que circulam e ressignificam o cânone nas redes sociais, especialmente no Twitter.

1 O processo criativo de Cao Hamburger e a qualidade

Com programas de grande sucesso de crítica e público na TV brasileira, os universos ficcionais criados por Cao Hamburger abrangem distintas linguagens e formatos (CARNEIRO, 1999; COSTA; IVO 2007; GOMES; BONJOUR, 2015), oferecendo elementos que permitem entender a riqueza e complexidade da qualidade na televisão, principalmente em relação à formação do repertório de crianças e adolescentes.

A discussão sobre a qualidade tem sido realizada desde os anos 1980, principalmente na produção do serviço público de televisão dedicada ao público infantil, e apresenta diferentes perspectivas de análise (BORGES, 2014b). No que se refere ao modo de criação e produção dos programas infantis concebidos por Cao Hamburger, argumentamos que a qualidade pode ser analisada justamente no entrelaçamento entre a forma e o conteúdo, ou seja, entre os recursos técnico-expressivos explorados e o modo de abordagem de temas relevantes na elaboração da narrativa. Porém, devemos ressaltar que as janelas de exibição e distribuição também se tornam um elemento importante quando discutimos qualidade. A maioria dos trabalhos do autor foram desenvolvidos para a TV Cultura, emissora pública de televisão, porém, apontamos que a Rede Globo também apostou em produções que se tornaram referência, como trataremos neste trabalho.

Machado (2000) já comentava que a ideia de qualidade na TV costumava ser questionada, porém, argumentava que, pelo seu caráter polissêmico e diverso, era possível fazer uma análise valorati-

va dos programas, a partir de suas características intrínsecas, com os mesmos critérios de qualidade utilizados para analisar o cinema e a fotografia, por exemplo. Numa discussão sobre a qualidade da programação infantil das emissoras nacionais, Cao Hamburger argumentou que entende qualidade como:

a adequação do formato com o conteúdo. Não adianta ter só o formato interessante e muito bem produzido, se o conteúdo for eticamente fraco. Não adianta também, por outro lado, você ter um programa com o conteúdo incrível e muito chato, que ninguém consegue assistir (VER TV, 2014).

Neste sentido, o autor considera que é necessário desenvolver um programa atraente, que interpele a atenção do público e conduza seu interesse pela narrativa, trabalhada de forma responsável e ética. Essa adequação entre forma e conteúdo já podia ser identificada em suas produções desde *Castelo Rá-Tim-Bum* (TV Cultura, 1994-1997), criado em parceria com Flávio de Souza, em que trabalhou o formato de múltiplas janelas com diversos acontecimentos simultâneos, inspirado pelo sistema operacional Windows, lançado à época. Expandido em livros, filme, peças teatrais e exposições, *Castelo Rá-Tim-Bum* atingiu a maior audiência da história da TV Cultura (BORGES, 2014a). Segundo Carneiro (1999), a estrutura narrativa da trama reforça o seu gênero híbrido, entrelaçando contos de fadas, animações, musicais e práticas pedagógicas.

As temáticas sociais também são recorrentes nas obras do autor (PICHONELLI, 2020). Conforme discutimos em outros trabalhos, a série *Pedro e Bianca* (TV Cultura, 2012-2014) reflete sobre as problemáticas das minorias e das periferias incorporadas na concepção dos protagonistas, na presença de outros grupos étnicos que chegam à escola e na comparação entre corpos e padrões de beleza (GUIDA, 2018; MEYER, 2018; BORGES; SIGILIANO, 2019). Assim como em *Castelo Rá-Tim-Bum*, a série é pautada por uma linguagem híbrida. Outro destaque foi a série *Que Monstro te Mordeu?* (TV Cultura, 2014-2015), que discute temas complexos como o consumismo, o medo, o conceito de família e a diversidade de uma forma lúdica e descontraída, porém, de modo amplo e crítico, atraindo até mesmo um público adulto (MEYER, 2018). Para o autor, a série inovou em dois sentidos: ao incorporar um grupo de crianças na

concepção estética dos monstros que protagonizam a atração e na criação das ações transmídia (RISTOW, 2014; PICHONELLI, 2020), desdobrando-se no YouTube, no Facebook e na criação de um site.

Mais recentemente, a criação da 25ª temporada da telenovela *Malhação* (TV Globo, 1995-atual), intitulada *Viva a Diferença* (2017-2018), também foi aclamada no Brasil e no exterior, tendo ganhado diversos prêmios, incluindo o de Melhor Série no *Emmy Internacional Kids*, e alcançado altas audiências para a faixa horária. A temporada de *Malhação* foi inovadora em vários aspectos, tendo sido a primeira temporada protagonizada por um grupo de mulheres e com a ausência de um triângulo amoroso, se opondo à rivalidade feminina característica do formato, além de ser encenada em São Paulo, uma metrópole cosmopolita e diversa, com muitas influências culturais.

Sobre essa experiência, segundo Hamburger, o seu maior orgulho foi ter conseguido atrair o público jovem mesmo com as várias opções de telas que existem atualmente, confirmando que televisão de qualidade pode ser popular (ATRAIR, 2018). E foi. Em abril de 2019, o canal anunciou a produção do *spin off* para o Globoplay que, segundo o autor, “[...] resolveu fazer a série com ‘as five’ por uma demanda do público que não parou de pedir uma continuação da história via redes sociais” (LEÃO, 2019).

Apesar de partirem do mesmo universo ficcional da novela, o *spin off* apresenta um outro registro. O autor afirma que “O estilo de filmagem, a interpretação, a abordagem dos temas, tudo agora é diferente, de acordo com a linguagem de série e o momento em que elas estão” (IMPRENSA GLOBO, 2019). Também destaca que a produção para o Globoplay é composta por detalhes estéticos mais apurados e demanda a compreensão crítica dos telespectadores: “[...] na série, a gente tem que usar muito mais a técnica, os roteiros precisam ser mais bem estruturados e a gente conta alguns passos da trama, mas o público que preenche o que não foi contado com a imaginação dele” (LEÃO, 2019). O modo como os capítulos são desenvolvidos também diferem a telenovela do *spin off*: “Em média, demoramos dois dias para escrever e um dia para revisar um capítulo de *Malhação*. Numa série, um capítulo pode demorar até duas semanas para ficar pronto” (ROSSI, 2020).

2 A série *As Five*: lançamento e repercussão

As Five estreou em novembro de 2020 no Globoplay e conta com 10 episódios que mostram a vida das protagonistas Keyla (Gabriela Medvedovski), Ellen (Heslaine Vieira), Lica, Tina (Ana Hikari) e Benê (Daphne Bozaski) seis anos após o fim da novela, já adultas, e seu reencontro depois de todo esse tempo. Temas como feminismo, preconceito, xenofobia e maternidade solo são abordados na trama, agora com uma nova ótica, representando a entrada das personagens na fase adulta. A segunda e a terceira temporada estão em fase de pré-produção.

Apesar de se passar num mesmo universo, o tratamento dado à série foi bastante diferente, como exposto por Hamburger. “Como são poucos episódios, a dramaturgia tem que ser mais precisa, a direção e a interpretação também. Cada cena tem que contar mais, então cada detalhe é mais importante” (AUTOR, 2020). Além disso, ressalta que o público não gosta quando a história é toda contada, e que foi necessário alcançar a precisão entre tornar as cenas mais comunicativas em diversos níveis, mas também manter lacunas a serem preenchidas pelo telespectador.

As narrativas ficcionais seriadas estão entre os principais investimentos do Globoplay. As primeiras obras foram produzidas em 2018 e, atualmente, somam-se 14 produções. Erick Brêtas, diretor geral do serviço, afirma que apesar de exigir um alto investimento financeiro, as tramas tendem a criar uma base mais sólida de fãs, em parte, por apresentarem uma gama maior de informações por episódio, contribuindo para a fidelização dos assinantes (ESTIGARRIBIA, 2019). Segundo Brêtas (2019), o diferencial do selo Originais Globoplay está no cuidado estético e na experimentação, que devem ser regras primordiais para a produção no sistema de plataformas, considerando que *As Five* e *Desalma* (Globoplay, 2020 – atual) representam um salto de qualidade nas tramas originais do Globoplay.

A pandemia afetou não só o modo de distribuição e as estratégias de engajamento de *As Five*, mas o processo criativo. Como afirma Cao,

Estava começando a escrever a segunda temporada e terminando de escrever a primeira. A edição dos últimos episódios foi remota. Tivemos sorte porque não tinha mais filmagens e conseguimos manter um trabalho de edição, finalização e escrita com todo mundo trabalhando remotamente (PICHONELLI, 2020).

No período de lançamento da série, o Globoplay iniciou uma sequência de estratégias transmídia (*making off*, *live* com o elenco, enquetes com o público no Twitter etc.) para atrair a atenção do público, principalmente dos fãs. Como forma de potencializar o lançamento, foi reprisada a 25ª temporada de *Malhação*, reforçando a integração entre as criações da TV aberta e do *streaming*.

Ao longo da primeira temporada, o universo transmídia da trama foi aprofundado com o *talk show* *Talk Five*, apresentado por Preta Rara. Os programas eram exibidos ao vivo na segunda-feira e contavam com a presença do elenco e de Cao Hamburger.

Além das ações de engajamento no perfil do Globoplay no Twitter, que abrangiam a publicação de fotos, vídeos e estímulo à participação dos telespectadores interagentes, os arcos narrativos de *As Five* também foram desdobrados em uma estratégia inédita no Discord.

3 Abordagem metodológica de análise da série

Este trabalho apresenta a análise da proposta criativa da série *As Five* em termos da discussão da qualidade relacionada à inovação da produção audiovisual voltada para o público infanto-juvenil. O modelo teórico-metodológico que norteia a análise foi desenvolvido em Borges e Sigiliano (2021), tendo em conta a criação audiovisual, seu modo de circulação e a experiência estética que promove a partir do entendimento das dimensões da competência midiática. A experiência estética é entendida não apenas como a fruição do telespectador, mas também pela forma como este produz criativamente.

Sendo assim, investigamos – como se pode ver no Quadro 1, a seguir – por um lado, as especificidades estéticas e narrativas que são apropriadas pelos fãs na produção criativa de conteúdos, refletindo sobre os seguintes parâmetros de qualidade da mensagem audiovisual: oportunidade, ampliação do horizonte do público, diversidade e estereótipo. E, por outro lado, procuramos entender se e de que modo a narrativa estimula o telespectador a completar e preencher lacunas, o que indica o desenvolvimento das habilidades relacionadas às seguintes dimensões da competência midiática: *linguagem*, *ideologia* e *valores*, *estética*, *tecnologia*, *processos de interação* e *de produção e difusão* (FERRÉS; PISCITELLI, 2015).

Quadro 1 – Sistematização dos indicadores analisados na criação audiovisual

Criação Audiovisual	
Plano da expressão	Ambientação, fotografia e edição
Plano do conteúdo	Episódio piloto e as características psicológicas, sociais, ideológicas e morais que norteiam os personagens. Os arcos narrativos que irão guiar a história.
Parâmetros de Qualidade da Mensagem audiovisual	<p>Oportunidade: procuramos aferir a pertinência e a relevância dos temas em uma dada conjuntura nacional e internacional, tendo em conta se o produto audiovisual se pauta e/ou dialoga com a agenda midiática nas suas escolhas e enquadramentos.</p> <p>Ampliação do horizonte do público: procuramos aferir se as propostas são, por natureza, polêmicas, contraditórias e férteis, no sentido em que fazem os telespectadores interagentes refletirem sobre aquilo que estão assistindo. Tais propostas devem contribuir para ampliar o repertório cultural do público, dando a conhecer novas problemáticas. Verificamos se os temas levantados possuem certa relevância ao ponto de ampliar a “visão de mundo” do telespectador interagente, apresentar outros pontos de vista e estimular o pensamento e o debate de ideias.</p> <p>Diversidade: de pontos de vista e grupos sociais trazidos pelo produto audiovisual. Tem em conta a diversidade temática, geográfica, política, socioeconômica, cultural, étnica, religiosa e de gênero.</p> <p>Originalidade/Criatividade: procuramos aferir em que medida o produto audiovisual apresenta um formato diferenciado com ideias novas que surpreendem o público, e experimenta com a linguagem audiovisual tanto em termos da apresentação quanto da abordagem de temas.</p>

Fonte: Borges e Sigiliano (2021).

A leitura crítica e criativa do público é, assim, analisada por meio dos indicadores de qualidade da criação e conversação, conforme o Quadro 2.

Quadro 2 – Sistematização dos indicadores analisados na experiência estética

Experiência estética	
Indicadores de Qualidade da criação	<p>Setas chamativas: guia narrativo que enfatiza os detalhes relevantes e diminui o esforço analítico necessário para o entendimento de uma história (JOHNSON, 2012). Verificamos a presença ou ausência deste indicador a fim de discutir a busca pela atenção do telespectador.</p> <p>Referências intertextuais: apresentam camadas de significados que vão além da própria série. Ao identificar a referência externa ao universo ficcional o telespectador terá uma experiência diversa e mais apurada, a qual está relacionada ao repertório midiático, que é construído ao longo do tempo pelo público.</p>
Indicadores de Qualidade da conversação	<p>Temporalidade Always On: o telespectador interagente compartilha suas impressões em tempo real no Twitter, sendo que a conversação e a formação de teias colaborativas são os principais pontos.</p> <p>Indexação: as <i>hashtags</i> são indexadores que permitem ao interagente ter acesso ao conteúdo publicado por outros interlocutores e não só daqueles que segue.</p> <p>Limitação do espaço textual: a restrição textual do <i>microblogging</i> permite que o telespectador interagente leia simultaneamente os <i>tweets</i> sem comprometer o seu entendimento sobre o programa que está assistindo.</p> <p>Recursos Multimodais: ao repercutir as produções audiovisuais os telespectadores interagentes podem incorporar às suas publicações diversas linguagens (imagens, vídeos, GIFs e representações gráficas). A coexistência de múltiplos formatos possibilita que o público ressalte pontos importantes das narrativas, crie relações intertextuais, reforce o universo ficcional e ainda amplie as tramas.</p> <p>Conteúdo produzido a partir do metatexto: vão além do paratexto, abrangendo também informações secundárias, tais como críticas especializadas, entrevistas e reportagens; práticas da cultura de fãs; discussões em redes sociais e especulações em geral.</p>

Fonte: Borges e Sigiliano (2021).

O monitoramento, extração e codificação dos dados adotado na análise das atividades do *shipp Limantha* no Twitter dá continuidade às pesquisas realizadas no âmbito do *Observatório da Qualidade no Audiovisual* e é composta por quatro etapas (BORGES; SIGILIANO, 2021). A primeira etapa, realizada em abril de 2019, consistiu na exploração sistemática dos perfis dos fãs para a definição do monitoramento. Com base nos resultados¹, foi definida a amostra de 67 perfis ativos relacionados ao *shipp*, que foram monitorados durante três momentos centrais da série: o lançamento dos *teasers* dos episódios no microblogging, a disponibilização dos episódios no Globoplay e a exibição ao vivo do *Talk Five* na plataforma. A segunda etapa foi focada no monitoramento e na extração dos conteúdos publicados por meio da linguagem de programação Python por intermédio do pacote *Tweepy* e do *Jupyter Notebook* (RUSSELL; KLASSEN, 2019; DOS SANTOS, 2019). A terceira etapa consistiu na codificação dos *tweets* extraídos por meio do *software Atlas.ti*. Ao todo, foram extraídos 62.228 *tweets* referentes a 419 contextos conversacionais de 67 perfis de fãs de *Limantha* no Twitter. A quarta e última etapa consistiu na análise dos *tweets* a partir da interrelação entre a qualidade e a competência midiática.

Quadro 3 – Quadros de monitoramento de *As Five*

Tweets Codificados	Contextos Conversacionais (Teasers)
13.006 tweets	30
Tweets Codificados	Contextos Conversacionais (Temporada)
39.500 tweets	227
Tweets Codificados	Contextos Conversacionais (Talk Five)
9.722 tweets	162

Fonte: Elaboração própria.

1 Nessa fase, foram encontrados 317 perfis ativos no Twitter.

4 O arco narrativo de Limantha: qualidade e competência midiática

O arco narrativo envolvendo o relacionamento de Lica e Samantha é desenvolvido em oito dos dez episódios² da primeira temporada de *As Five*. Apesar de Samantha ser citada em *Uma Mão Lava a Outra* e *Geração Z*, a história das personagens não avança no paratexto. Além de integrar o tema central da série, o arco de Limantha é norteado por lacunas informacionais relacionadas ao salto temporal do *spin off* e aos detalhes que levaram ao término do casal. Esses pontos, que irão permear todo o arco narrativo das personagens, são apresentados ao público no episódio piloto. Na sequência, vemos Lica desconfortável com a presença de Samantha no velório de Mitsuko (Lina Agifu), mãe de Tina, e agindo por impulso para suprir a falta da ex-namorada. Porém, não sabemos o motivo do incômodo da personagem, já que Samantha age com naturalidade ao encontrar Lica. A lacuna, que inverte o final feliz do casal em MVD, estimulou diversas especulações entre os fãs no Twitter. Os *tweets* davam continuidade às teorias do *fandom* elaboradas ainda na fase de lançamento do *spin off* e retomavam o paratexto da telenovela, destacando como Lica se comportava em seus relacionamentos e o medo da personagem em se comprometer.

Ao longo dos episódios, foram apresentados novos detalhes do passado de Limantha como, por exemplo, que há uma incompatibilidade entre as atitudes imaturas de Lica e a forma como Samantha lida com o seu trabalho; que as personagens chegaram a dividir o mesmo apartamento durante o namoro; que Samantha ainda está magoada com Lica, etc. Ao apresentar ao público informações e pistas sobre a trajetória narrativa de Limantha no salto temporal de seis anos, a trama preparou o público para o encerramento do arco, que mostra Lica finalmente se comprometendo com Samantha ao pedi-la em casamento. Entretanto, a sequência é ambígua, isto é, a decisão da personagem pode ser mais uma reação impulsiva, uma vez que as personagens não discutem e refletem sobre os problemas do relacionamento. A lacuna interpretativa do arco foi repercutida de formas distintas pelos fãs. Alguns defendiam a evolução de Lica, dizendo que o pedido simbolizava um ato de amadurecimento das personagens, enquanto outros argumentavam, principalmente a partir da reação de Samantha, que a declaração pública de amor só ressaltava a imaturidade de Lica.

2 *As Five*, *Quem Deu Esse Nome Mesmo?*; *Uma Mão Lava a Outra*; *Contatos Imediatos*; *Como Pode um Peixe Vivo*; *Surpresa!*; *Cinco Histórias*; *Festa do Peão*; *Geração Z*; *Trabalhar Cansa* e *Tsunami*.

Em relação ao plano da expressão, a ambientação de *As Five* tem como base a cidade de São Paulo, reforçando o caráter plural do universo ficcional da trama. Neste sentido, a série apresenta diversas sequências externas na capital, porém, não recorre a pontos turísticos. As cenas também são ambientadas nas localidades características de cada protagonista, no caso de Lica, por exemplo, o apartamento nos ajuda a compreender traços importantes do seu perfil. No Twitter, os elementos cenográficos da sala e quarto das personagens eram analisados pelos fãs em busca de respostas para os próximos acontecimentos da história, como, por exemplo, o vazamento da pia de sua cozinha, que tem início no episódio piloto e é retomado no último episódio da temporada. A partir da análise da composição imagética, os fãs estabeleciam correlações que muitas vezes iam além do paratexto. Os *tweets* pontuavam que o vazamento simbolizava a forma como Lica lidava com os seus problemas, ao invés de ter atitudes concretas, a personagem reagia de forma imatura e sem reflexão, adiando a resolução da situação. Para os fãs, o mesmo acontecia com a pia, o conserto mal feito desencadeou uma infiltração em todo o apartamento.

Desse modo, os fãs associam a manutenção e organização do apartamento ao processo de amadurecimento da personagem. A percepção de elementos do cenário que contribuem para a construção de personagens e para o reforço do *storyline* se relaciona à composição imagética, um dos indicadores de qualidade da criação audiovisual. Ao fazer esse tipo de associação, os fãs demonstram serem capazes de interpretar os códigos audiovisuais e relacioná-los ao enredo, atribuindo significado e sentido aos recursos técnico-expressivos. Percebe-se, portanto, as habilidades relacionadas à dimensão *linguagem* da competência midiática.

Em termos da produção criativa, também é possível notar indicadores de qualidade da conversação, como a indexação, uma vez que os *tweets* vêm acompanhados de *hashtag*; a utilização de recursos multimodais, no caso, imagens que ilustram as cenas às quais os fãs estão se referindo; e a colaboração, já que o *tweet* sobre o quadro de Lica é uma resposta a outro fã que aborda a tentativa de amadurecimento da personagem. Nesse sentido, pode-se associar a compreensão da arquitetura informacional do Twitter e a capacidade de expressão nessa rede às dimensões *linguagem* e *tecnologia* da competência midiática. É válido pontuar, entretanto, que tais observações feitas pelos fãs são motivadas pelas pistas deixadas pela composição imagética da cena e apontam para o diálogo entre a linguagem audiovisual e a interpretação dos fãs.

Figura 1 – Os fãs correlacionam a personalidade de Lica com a composição imagética



Fonte: Elaboração própria a partir do site Twitter.

A fotografia da série cria dois universos para as histórias das personagens, o diurno, em que observamos a predominância de tons em cinza que dialogam com o ritmo frenético da metrópole e o caráter sóbrio das obrigações da vida adulta que as protagonistas estão enfrentando, e o noturno, com as cores e luzes das festas, que acabam funcionando como válvula de escape para as frustrações do cotidiano.

Além de ajudarem a contar a história do arco de Limantha, como pelo contraste entre a redação em que Samantha trabalha e as festas que Lica frequenta, a fotografia, mesmo que indiretamente, aciona o repertório midiático dos fãs. Na sequência do episódio cinco, Surpresa!, os tweets destacam que o tom psicodélico das cenas no apartamento de Lica lembravam a série estadunidense *Euphoria* (HBO, 2019 – atual) e que a paleta fria da cena do banheiro, em que Lica e Samantha conversam sobre o trabalho e o seu relacionamento, reforçava o clima tenso e, muitas vezes, descompassado entre as personagens.

Os fãs relacionam recursos como enquadramento, fotografia e figurino ao desenvolvimento das personagens. Mais uma vez, vê-se a percepção da composição imagética e a sua relação com o

storyline. Em relação à produção criativa, além da indexação e da utilização de recursos multimodais, ressalta-se o entendimento dos fãs acerca da limitação do espaço textual. Além do entendimento da linguagem audiovisual e da arquitetura informacional do Twitter, os fãs também apreciam os aspectos formais, o que se associa à dimensão estética da competência midiática.

Figura 2 - Os tweets repercutem a sequência do quinto episódio



Fonte: Elaboração própria a partir do site Twitter.

O formato de *As Five* e as características que o universo ficcional teria ao ser expandido da telenovela para a plataforma *on demand* começou a ser discutido pelos fãs ainda no lançamento do *teaser*. Nesse contexto, os *tweets* do *fandom* Limantha destacavam que por ser distribuída no Globoplay, a história poderia abordar o relacionamento das personagens de uma forma mais densa e explícita. Segundo Cao Hamburger (GSHOW, 2020): “Na novela você conta cada passo da história, na série você conta pedaços da história e o público vai fazendo a conexão da história junto com você”. Apesar de ter gerado um certo estranhamento no episódio piloto, a edição ágil e a montagem de *As Five* foram aos poucos sendo incorporadas às discussões dos fãs. Dessa forma, ao fazer

suas projeções e elaborar as teorias sobre a temporada, o público já considerava o modo como os acontecimentos da trama eram desdobrados. Outros recursos recorrentes no universo ficcional foram compreendidos e, posteriormente, ressignificados pelo *fandom* Limantha, como, por exemplo, a constância das traições em todos os núcleos da história e o figurino de Lica e Samantha. As postagens ironizavam o modo como as personagens lidavam com os relacionamentos amorosos e contestavam o senso estético das roupas do casal. Alguns conteúdos produzidos pelos fãs acabaram sendo incorporados pelo elenco no *Talk Five*, como o meme de que Lica era a cachorra da Samantha e as montagens sobre as saias longas de Samantha.

Conforme repercutido pelos fãs de Limanha no Twitter, o arco narrativo envolvendo as personagens de *As Five* explorava, no seu metatexto, temáticas pouco discutidas no âmbito da ficção seriada nacional, tais como o protagonismo feminino, a participação de profissionais mulheres em diversos postos da equipe técnica, a abordagem sem estereótipos de um casal sáfico e a representatividade da população LGBTQIA+. Entretanto, assim como em MVD, o *fandom* problematizou a forma como algumas questões sociais foram retratadas no paratexto. O *plot* do relacionamento de Samantha e Renata gerou vários debates entre os fãs. Alguns telespectadores interagentes argumentavam que, ao terminar com Renata para ficar com Lica, o *plot* de Samantha reforçava a solidão da mulher negra.

A traição foi repercutida por *memes*, que satirizavam os acontecimentos — uma vez que é um *plot* recorrente, pois envolve Ellen, Tina e Lica —, ou em debates e discussões críticas, em que identificamos a dimensão *ideologia e valores* da competência midiática ao analisar aspectos morais das personagens. No Twitter, os telespectadores interagentes expõem a problemática de Samantha abandonar a única personagem preta e mulher LBTQIA+ para se relacionar com outra mulher branca e isso não ser discutido na trama. Também relembram que o mesmo acontece quando Tina trai Anderson (Juan Paiva) com outro personagem branco e a discussão não é abordada em nenhum momento da série. Esses dois momentos da trama colocam em evidência estereótipos que não possuem função discursiva ou narrativa na trama.

Figura 3 - Os fãs ironizam os temas recorrentes da série e refletem sobre o plot de Renata



Fonte: Elaboração própria a partir do site Twitter.

Ao pautar questões comuns à juventude, incluindo questões relativas à representatividade, a série estimula a conversação dos fãs, o que demonstra, também, a oportunidade na escolha dos temas e na ampliação do horizonte do público a partir do modo de construção das personagens. Porém, mesmo com a inserção de personagens pretos na série, os fãs identificaram problemáticas na representação ou nas decisões narrativas que reforçam estereótipos, quando se discute a qualidade da mensagem audiovisual.

Essa repercussão reforça que os fãs são capazes de questionar a qualidade de um produto midiático ao analisar a mensagem audiovisual, demonstrando capacidade de leitura crítica ao tratar de diversidade e estereótipos. Nesse contexto, os tweets se baseiam, em grande parte, na colaboração, uma vez que as discussões envolvem diversos interagentes que contribuem para o enriquecimento do debate. É importante ressaltar, ainda, que a conversação em torno da representatividade evidencia a presença da dimensão *ideologia e valores*, uma vez que os fãs apresentam atitudes de compromisso social que buscam romper com padrões e estereótipos socialmente estabelecidos.

O tratamento estético de *As Five* e os diversos formatos explorados ao longo da temporada foram elogiados pelos fãs. As publicações afirmavam que o Original Globoplay era de qualidade e que estava no mesmo patamar de produções estadunidenses de outros serviços *on demand*, como a Netflix. O *fandom* também se engajou com as rimas visuais e sonoras da história, compartilhando tweets com as recorrências das cenas e com a estrutura narrativa dos episódios que, segundo o *fandom*, se aproximavam das séries estrangeiras.

O episódio *Cinco Histórias*, por exemplo, acompanhava o dia das cinco protagonistas e cada arco apresentava uma abordagem distinta. O de Lica e Samantha, intitulado *Sete Vidas*, introduzia no paratexto a gata Celeste e acompanhava, sem interrupções, os acontecimentos na vida do casal depois da festa do quinto episódio. Desta forma, mesmo se organizando a partir de arcos independentes, os *plots* se entrelaçavam e se alternavam na cronologia da trama.

Apesar de não ser fundamental para a compreensão do arco narrativo de Limantha, as referências intertextuais da trama estimularam a produção criativa dos fãs. Os elementos abrangiam tanto o paratexto de MVD, com a reprodução de enquadramentos e frases da telenovela, quanto citações de obras externas ao universo ficcional da série como, por exemplo, o nome da gata Celeste, que faz alusão à cobra homônima de *Castelo Rá-Tim-Bum*. A cena do beijo entre Lica e Samantha, exibida no quinto episódio, foi ressignificada não só pelos fãs do casal, mas por outros *fandoms*. Os memes ironizaram o comportamento das personagens, alteraram a trilha sonora da sequência, correlacionaram a atitude de Lica com situações do cotidiano e intercalaram a cena com imagens de outros casais sáfcicos da ficção seriada.

Figura 4 - Os fãs interpretam as referências intertextuais da trama e correlacionam com outras narrativas seriadas



Fonte: Elaboração própria a partir do site Twitter.

Ressaltamos, nesses casos, especialmente o repertório midiático do *fandom*, que estabelece correlações entre o universo ficcional da série e outras produções midiáticas. É importante pontuar que a ausência de setas chamativas foi um estímulo à conversação do *fandom*, bem como à referência intertextual. Nesse sentido, ao especular sobre as personagens mediante pistas da narrativa, os fãs produziram conteúdo a partir do metatexto, ampliando e reforçando o universo ficcional, o que está relacionado com as dimensões *linguagem* e *estética* da competência midiática.

De modo geral, os conteúdos compartilhados pelo *fandom* Limantha repercutiram os acontecimentos da trama, destacando as características narrativas e estéticas do paratexto; aprofundaram as sequências a partir da análise da composição imagética e da *mise-en-scène*; refletiram sobre o modo como as temáticas sociais eram abordadas e ressignificaram as cenas, explorando novas linguagens e produções de sentido na elaboração de *fancams*, GIFs e memes.

Considerações finais

Sendo assim, os resultados da pesquisa sobre a série *As Five* nos permitiram apontar as interrelações entre a qualidade dos elementos estéticos e narrativos do universo ficcional criado por Cao Hamburger e as interações do *fandom* Limantha no Twitter. Os parâmetros e indicadores de qualidade nos ajudaram no processo de descoberta das várias camadas de significação e interpretação presentes na criação audiovisual e na produção criativa do *fandom*, a fim de propiciar a discussão sobre o desenvolvimento das habilidades relacionadas às dimensões da competência midiática.

Apesar de focarmos na análise das dimensões relacionadas à *linguagem*, *ideologia* e *valores* e *estética*, as outras dimensões propostas por Ferrés e Piscitelli (2015) também podem ser observadas. A *tecnologia* integra o domínio e a compreensão dos fãs sobre a arquitetura informacional do Twitter, estando presente, por exemplo, no uso dos recursos de publicação e compartilhamento de conteúdos nativos da rede social, além da leitura polissêmica das ações de transmídiação da Globo. Os *processos de interação* estão em diálogo com as postagens colaborativas do *fandom*, tais como podcasts, *threads* e vídeos de *reaction*, em que cada telespectador interagente contribui de uma forma para o todo. A dimensão relacionada aos *processos de produção e difusão* norteiam o tipo

de conteúdo produzido pelos fãs no Twitter. Neste sentido práticas como a análise da composição imagética e a ressignificação do paratexto a partir de memes e *fancams* exploram os recursos multimodais e a curadoria em rede.

A dimensão *linguagem* está presente no repertório midiático do público, abrangendo tanto o âmbito das narrativas ficcionais seriadas quanto as referências intertextuais da atração. Desta forma, o *fandom* compreende e reconhece as características da narrativa clássica e das séries contemporâneas, sendo capaz de correlacionar arcos narrativos, antecipar clímax e reviravoltas e preencher as lacunas informacionais do universo ficcional, como, por exemplo, nos *tweets* que refletiam sobre as especificidades entre o gênero da telenovela e do *spin off*. As postagens repercutiam sobre o ritmo da história, que, ao contrário do folhetim, não acompanhava todo o desdobramento da narrativa, mas apenas pontos centrais, fazendo com que o público interligasse os arcos. As menções externas ao paratexto também eram instantaneamente reconhecidas e interpretadas pelos fãs, propiciando novas camadas de produção de sentido. Outro ponto destacado pelo *fandom* está relacionado com a pandemia, uma vez que os *tweets* pontuavam não só a importância da trama durante o isolamento, em que a relação parassocial com as personagens faziam com que eles se sentissem menos sozinhos, assim como quais os impactos que a Covid-19 poderia trazer para a gravação das temporadas seguintes.

Ao discutirem sobre o modo de representação da população LGBTQIA+ no universo ficcional de *As Five*, os conteúdos compartilhados pelo *fandom* Limantha integram a dimensão *ideologia e valores*, proposta por Ferrés e Piscitelli (2015). A partir da análise dos contextos conversacionais, pudemos observar não só o entendimento dos fãs sobre a importância de apresentar um casal sáfico em uma série voltada para o público jovem, mas a problematização dos desdobramentos narrativos. Dessa forma, os *tweets* destacavam a contribuição do arco de Limantha na quebra de estereótipos, considerando os poucos casais compostos por duas mulheres presentes na ficção seriada nacional, e a necessidade de uma abordagem equivalente à dos casais heterossexuais.

Por fim, a dimensão *estética* está relacionada com a distinção feita pelos fãs entre o conteúdo e o público alvo da TV aberta e do *streaming*, respectivamente. As postagens ressaltaram que, por ser produzida e distribuída através de uma plataforma *on demand*, a trama poderia explorar questões como a sexualidade e o proces-

so de construção de identidade do jovem contemporâneo de uma forma mais densa e verossímil. Os *tweets* publicados pelo *fandom* ampliaram as sequências de Lica e Samantha a partir de relatos pessoais sobre a homofobia e a descoberta da orientação sexual, além da discussão sobre o papel do audiovisual na formação de um repertório plural voltado para as minorias.

Referências

ATRAIR os jovens à TV foi meu maior orgulho” diz autor de *Malhação*. **Meio e Mensagem**, 2018. Disponível em: <https://bitlybr.com/bAocN4>. Acesso em 31 ago. 2021.

AUTOR de ‘As Five’, Cao Hamburger, comenta sobre a série. **Artecult**, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3k8hWbY>. Acesso em 31 ago. 2021.

BORGES, G. A discussão do conceito de qualidade. **Revista Líbero**. Especial Televisão, p.1-11, 2004. Disponível em: <https://bit.ly/2Xh-QHTX>. Acesso em 30 ago. 2021.

BORGES, G. Opções de dramaturgia e encenação no programa infantil Teatro Rá Tim Bum!. **GEMInIS**, v. 5, n. 1, p. 56-70, 2014a. Disponível em: <https://bit.ly/2Yz4ztc>. Acesso em: 7 set. 2021.

BORGES, G. **Qualidade na TV pública portuguesa**: análise dos programas do Canal 2. Ed. UFJF. UF, 2014b.

BORGES, G.; SIGILIANO, D. A ficção seriada brasileira no século XXI: Interrelações entre a qualidade e a literacia midiática. In: ROCHA; S; FERRARAZ, R (org.). **Análise da ficção televisiva**: Metodologias e Práticas. Florianópolis: Insular, 2019, p. 103-120.

BORGES, G.; SIGILIANO, D.. Qualidade Audiovisual e Competência Midiática: proposta teórico-metodológica de análise de séries ficcionais. Encontro Anual da Compós, XXX, São Paulo, 2021. **Anais do 30º Encontro Anual da Compós**, p. 1-26. Disponível em: <https://bit.ly/3Bb8OsL>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRÊTAS, E. O futuro das plataformas de streaming e a experiência do GloboPlay. **Conecta +**, 2019. Disponível em: <https://cutt.ly/5a-6g7X7>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRUNS, A.; MOE, H. Structural layers of communication on Twitter. In: WELLER, K. et al. (org.). **Twitter and Society**. Nova York: Peter Lang, 2013, p. 15-28.

BRUNSDON, C. Problems with quality. **Screen**, v. 31, n. 1, p. 67-90, 1999.

BRUNSDON, C. Television aesthetics and audiences. In: MELLEM-CAMP, P. (org.) **Logics of television**: essays in cultural criticism. Bloomington: Indiana University Press/ Londres: BFI Publishing, 1993.

CARDWELL, S. Is quality television any good? Generic distinctions, evaluations and the troubling matter of critical judgement. In: MCCABE, J.; AKASS, K. (eds.). **Quality TV**: Contemporary American Television and Beyond. Londres: I. B. Tauris & Co Ltd, 2007, p. 19- 34.

CARNEIRO, Q. L. V. **Castelo Rá-Tim-Bum**: o educativo como entretenimento. São Paulo: Annablume, 1999.

COSTA, M. C.; IVO, C. Um filme com muitas portas - entrevista com Carlos Império Hamburger. **Comunicação & Educação**, v. 12, n. 2, p. 67-77, 2007. Disponível em: <https://bit.ly/2YosYkX>. Acesso em: 7 set. 2021.

DOS SANTOS, M. C. Pesquisa aplicada em comunicação: O estranhamento da interdisciplinaridade que nos assombra. **Comunicação & Inovação**, v. 19, n. 41, p. 18-33, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3CADyFi>. Acesso em: 7 set. 2021.

ELAS estão de volta, agora entrando na vida adulta! **IMPRENSA GLOBO**, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3jQDWrH>. Acesso em: 7 set. 2021.

ESTIGARRIBIA, J. A estratégia do Globoplay para brigar com Netflix e Disney. **Exame**, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2ZmQn32>. Acesso em: 7 set. 2021.

FERRÉS, J; PISCITELLI, A. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. **Lumina**, v. 9, n. 1, p. 1-16, 2015. Disponível em: <http://bit.ly/3lJnetG>. Acesso em: 23 mar. 2021.

GOMES, A.; BONJOUR, A. QUE MONSTRO TE MORDEU ? : análise semiótica e abordagem educomunicacional. **Mídia e Cotidiano**, v. 7, n. 7, p. 140 - 155, 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3has3v5>. Acesso em: 7 set. 2021.

GSHOW: Confira entrevista exclusiva com o autor da série As Five. **Globoplay**, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3bfn0pK>. Acesso em 31 ago. 2021.

GUIDA, Vinícius. Análise Pedro e Bianca. **Observatório da Qualidade no Audiovisual**, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3h7apsg>. Acesso em: 7 set. 2021.

LEÃO, L. Com estreia em 2020, As Five tem roteiro da 2ª temporada. **Terra**, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2VcLUPP>. Acesso em: 7 set. 2021.

MACHADO, A. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MEYER, Mariana. Análise Que Monstro te Mordeu?. **Observatório da Qualidade no Audiovisual**, Online, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2VI3rYL>. Acesso em: 7 set. 2021.

MITTELL, J. Complexidade Narrativa na Televisão Americana Contemporânea. *Matrizes*, v. 5, n. 2, p. 29-52, 2012. Disponível em: <https://bitlybr.com/m7L5t>. Acesso em: 23 mar. 2021.

MITTELL, J. The qualities of complexity: vast versus dense seriality in contemporary television. In: JACOBS, J.; PEACOCK, S. **Television Aesthetics and style**. Londres/Nova York, Bloomsbury Academic, 2013, p. 45-56.

PICHONELLI, M. TV que educa. **Ecoa UOL**, Online, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3jOWbOc>. Acesso em: 7 set. 2021.

RISTOW, F. Cao Hamburger estreia nova série infantil 20 anos depois de Castelo Rá-Tim-Bum. **O Globo**, 2014. Disponível em: <https://glo.bo/2X098Mp>. Acesso em: 7 set. 2021.

ROSSI, M. Cao Hamburger: “A elite vive apartada da sociedade brasileira. Ela precisa ir para a escola pública”. **El País**, Online, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3nAhsvE> . Acesso em: 7 set. 2021.

RUSSELL, M; KLASSEN. M. **Mining the Social Web**: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Github, and More. 3.ed. Sebastopol: O'Reilly Media, 2019.

THOMPSON, R. J. Preface. In: MCCABE, J.; AKASS, K. (eds.). **Quality TV**: Contemporary American Television and Beyond. London: I.B. Tauris & Co. Ltd., p. xvii-xx, 2007.

VER TV estreia oitava temporada na TV Brasil nesta sexta (31). **TV Brasil**, 2014. Disponível em: <https://bit.ly/3kc0541>. Acesso em 31 ago. 2021.

Inovações narrativas e estilísticas em *Amor de Mãe*: caminhos da telenovela brasileira em tempos de pandemia

Maria Ignês Carlos Magno (coord.)
Rogério Ferraraz (vice-coord.)

Renato Luiz Pucci Jr.
Ana Márcia Andrade
Camila Souto
Henrique Quaioti
João Paulo Hergesel
Maria Amélia Paiva Abrão
Renan Villalon

Introdução

Este capítulo concentra-se no estudo da telenovela *Amor de Mãe* (2019-2021), a fim de identificar inovações nos âmbitos da narrativa e do estilo audiovisual na teledramaturgia brasileira. Nesse sentido, busca-se apontar elementos que, sem se confundirem com rupturas em relação a tudo o que havia anteriormente, podem ser destacados e identificados como inovações frente ao fundo tradicional da telenovela, considerando-se, ainda, o contexto pandêmico, a suspensão da veiculação da obra por período indeterminado – fato inédito na televisão brasileira –, e os desafios de produção para assegurar a proteção do elenco e dos técnicos envolvidos contra a Covid-19 no retorno às gravações.

Amor de Mãe tem Manuela Dias como autora principal e direção artística de José Luiz Villamarim. O primeiro capítulo da novela foi exibido em novembro de 2019, na faixa das 21h. Permaneceu no

ar até março de 2020, quando foi suspensa em função da pandemia, e retornou para a exibição dos capítulos finais em março de 2021. Bem recebida pela crítica, rendeu comentários que envolvem diferentes pontos de vista, sobressaindo-se, na maioria deles, aspectos estilísticos como o processo de filmagem artesanal (MERTEN, 2019).

De fato, percebem-se mudanças em relação ao padrão estilístico de produções anteriores; entretanto, não se deve negar a presença de aspectos tradicionais do formato. Nessa perspectiva, recorre-se a Buonanno (2019), que contraria a tendência de “continuidade negada” e defende que não se pode perder de vista “o entrelaçamento e as interconexões entre o passado e o presente da televisão”. Trata-se, portanto, da investigação de inovações presentes na telenovela sem negligenciar elementos que fazem parte de uma histórica continuidade melodramática dos modos narrativos televisivos.

Nesta pesquisa, pensa-se inovação num sentido discreto e presente ao mesmo tempo. Flusser (2008) escreveu que as imagens podem propor símbolos novos, mas estes serão decifráveis apenas contra o fundo redundante do código estabelecido, ou serão um ruído indecifrável. No caso da televisão, o fundo redundante é a produção gigantesca realizada em décadas anteriores, fortemente marcada não pela redundância absoluta, mas por um processo em que as inovações, ao menos em alguns terrenos como o da narrativa, ocorriam de forma menos frequente do que em tempos mais recentes.

A tecnologia é um dos campos em que a inovação pode ocorrer na televisão com os processos técnicos de captação, transmissão e distribuição dos produtos. Outro campo em que inovações têm sido identificadas e pesquisadas é o dos processos econômico-produtivos, com redes nacionais e internacionais superando as limitações geográficas que antes impediam o contato com a produção televisiva de regiões vizinhas.

Este trabalho tem em vista o campo dos produtos, onde a ocorrência de inovações é menos evidente porque o público habituou-se a neles notar apenas os elementos que se repetem, mas também porque a pesquisa científica do campo desenvolveu-se de modo a, em geral, conceder o foco a outras dimensões do fenômeno televisivo, como a recepção. Adicionalmente, procura-se observar as estratégias utilizadas na produção dos capítulos de *Amor de Mãe* após um hiato de cerca de doze meses em função do isolamento social imposto pela pandemia, e o impacto dessas estratégias na construção da narrativa e do estilo audiovisual da obra.

A fim de identificar e avaliar possíveis inovações, adota-se a metodologia de estudo de caso, tal como exposta e comentada por Braga (2008). Nesse sentido, a pesquisa pretende estabelecer uma tensão entre o seu objeto e teorias circulantes que envolvam a premissa, quase sempre subjacente, de que as telenovelas brasileiras não apresentam inovações significativas ao longo do tempo em termos de estilística e narrativa, quando muito apontando essas teorias que as inovações estariam ocorrendo apenas no âmbito da tecnologia, da recepção e do processo econômico-produtivo.

Para a análise, foram selecionados os vinte primeiros e os quinze últimos capítulos da telenovela. Os primeiros capítulos têm o compromisso de elevar ou ao menos manter a audiência da obra antecessora. Para além da questão comercial, necessita encantar o receptor com um novo mundo ficcional, fazendo-o esquecer ou se distanciar daquele que terminou. Quanto maior o sucesso da obra antecessora, mais difícil será a imersão do receptor em um novo mundo ficcional (PALLOTTINI, 1998). Os últimos capítulos são o desfecho da narrativa e tendem a atrair um grande número de pessoas. Mesmo aquelas que não acompanhavam a telenovela com assiduidade tendem a se interessar pelos capítulos finais.

1 Amor de Mãe e suas protagonistas

Amor de Mãe marca a estreia de Manuela Dias como autora principal de telenovelas, tanto no que diz respeito ao formato da obra quanto ao horário de sua exibição – o mais nobre da televisão brasileira. Antes, assinou sozinha apenas as minisséries *Ligações Perigosas* (2016b) e *Justiça* (2016a), ambas exibidas na faixa das 22h.

Reflexo da experiência de maternidade da própria autora (AQUINO, 2020), a telenovela apresenta três protagonistas cujas histórias e dramas se entrelaçam, em especial, pela maternidade. O título da obra é o tema principal que será apresentado sob diferentes perspectivas por meio das personagens Lurdes (Regina Casé), Thelma (Adriana Esteves) e Vitória (Thaís Araújo), que formam o trio protagonista da telenovela. A partir de suas histórias, desenvolvem-se as demais subtramas.

Lurdes é caracterizada como uma mulher simples, muito alegre, de fala descomplicada e muitos gestos. É empregada doméstica, trabalhadeira, responsável pelo sustento do lar e mãe de cinco filhos, dentre eles Camila (Jessica Ellen), que foi adotada, e Domênico (Chay

Suede), que foi vendido. Ela e quatro filhos moram numa pequena casa do subúrbio do Rio de Janeiro. Nos capítulos iniciais, Lurdes se mostra uma mulher extremamente religiosa e que não hesita em proteger seus filhos, mesmo se isso implicar na omissão da verdade.

Thelma é dona de um restaurante português onde trabalha seu filho, Danilo (Chay Suede), rapaz que tem muitas ideias para aumentar o número de clientes do empreendimento, mas que são sempre vetadas pela mãe. Ela se mostra uma mãe superprotetora e uma comerciante que segue tradicionalmente seu modelo de negócio. Embora esteja endividada, Thelma se recusa a vender o restaurante da família para Álvaro da Nóbrega (Irândhir Santos) e chega a ser coagida por Vitória, advogada do empresário. A figura de uma mulher aparentemente rígida, conservadora, se contrapõe com a da mulher doce, prestativa e doente.

A advogada Vitória é uma mulher da classe alta que inicia a telenovela entrevistando Lurdes, pois deseja adotar um filho após ter a gravidez interrompida. Nos primeiros capítulos, mostra-se muito aguerrida aos negócios do empresário Álvaro da Nóbrega. Conhece o ativista ambiental Davi Moretti (Vladimir Brichta), de quem engravida após passarem uma noite juntos. Ao descobrirem a gravidez da advogada, Vitória e Davi estreitam laços afetivos. Desde a adoção do filho, à relação com a babá Lurdes, até o envolvimento com Davi Moretti, percebe-se que os traços austeros de Vitória vão cedendo espaço para uma mulher mais empática. No 15º capítulo surge Raul Camargo (Murilo Benício), novo sócio de Álvaro da Nóbrega. No diálogo com Vitória, fica implícito que ambos tiveram algo no passado e que ela o deixou sem dar maiores explicações.

2 A narrativa de *Amor de Mãe*

O início de *Amor de Mãe* é marcado por dramas fortes e personagens que se aproximam do cotidiano brasileiro, porém, não conquistou a audiência (TERRA, 2020). Aos poucos, foram surgindo modificações em sua história, até sua suspensão em decorrência da Covid-19, retornando ao ar para apresentar os desfechos finais em março de 2021. Nesse sentido, visualizam-se dois fatores importantes que afetam o desenvolvimento da narrativa: (1) a audiência; e (2) a pandemia.

O primeiro capítulo se inicia com Vitória (Thaís Araújo) entrevistando Lurdes (Regina Casé) para uma vaga de babá. Esta rememora sua vida – *flashback* –, desde a juventude na fictícia Malaquitas, à venda de seu filho Domênico, à mudança da família para o Rio de Janeiro em busca do filho, até a formatura de sua filha Camila.

O *flashback* também é utilizado para que o receptor conheça as histórias de Vitória e Thelma. A primeira mostra-se uma advogada implacável e, ao defender um empresário corrupto, é empurrada pela mãe inconformada da vítima e perde o bebê. Após o incidente, decide se divorciar e adotar uma criança. A segunda, ainda jovem, perde o marido em um incêndio em sua casa e “salva” o seu filho em meio às chamas. Mãe superprotetora, recebe o diagnóstico de aneurisma cerebral e se preocupa com o futuro do jovem sem a sua presença. Ao longo dos capítulos seguintes, outros personagens são somados ao universo das três protagonistas, trazendo novos elementos que demarcam a maternidade em suas vidas.

Suas histórias estabelecem um diálogo constante com o cotidiano, com um viés crítico aos problemas sociais, em especial ao sistema educacional e às questões ambientais. Percebe-se uma transformação na trama e nas personagens a partir de fevereiro e, conseqüentemente, uma elevação na audiência. A última cena a ir ao ar após a suspensão das gravações em 2020 termina com Thelma atropelando uma mulher que descobrira a verdade sobre seu filho ser Domênico, filho que Lurdes busca há muitos anos.

Em março de 2021, *Amor de Mãe* volta ao ar, exatamente um ano após a sua suspensão, com 23 capítulos inéditos que finalizariam a obra. A Covid-19 adentra a telenovela como pano de fundo. A pandemia e alguns de seus efeitos são inseridos na história, como os hospitais lotados, a necessidade do distanciamento, o uso de máscaras, entre outros, mas o eixo central se volta plenamente à busca de Lurdes pelo filho Domênico. E, se antes da suspensão da telenovela a existência de outras várias subtramas davam um certo equilíbrio entre a história das três protagonistas e de outras personagens, em seu retorno à tela, o protagonismo de Lurdes e o antagonismo de Thelma são ressaltados. Dessa forma, nos quinze últimos capítulos, vemos a saga final entre o bem, representado por Lurdes, e o mal, encarnado por Thelma.

Percebe-se, no que foi chamado pela TV Globo de fase dois de *Amor de Mãe*, a retomada do melodrama clássico da telenovela, em que o núcleo principal é dividido entre o bem, que busca a re-

paração de alguma injustiça, e o mal, responsável por impedir que aquele alcance o que deseja, causando sofrimento e morte aos que cruzarem seu caminho (GOLDBERG, 2016; HUPPES, 2000).

É possível pensar a narrativa de *Amor de Mãe* a partir de sua divisão em três momentos fundamentais: um que compreende os capítulos iniciais, com maior influência da tragédia grega; outro que envolve os capítulos intermediários e se estende até o final da fase pré-pandemia, com evidente presença do melodrama clássico; e outro que engloba os capítulos da fase pós-paralisação, com fortes características do melodrama latino-americano.

No início, percebe-se diversos elementos narrativos comuns à tragédia grega e citados por Aristóteles (2015), tais como: a *hamartia* (erro, ato falho); a *hybris* (excesso de autoconfiança, que muitas vezes leva ao erro); o *dáimon* (sentimento ou convicção espiritual, manifestação do divino); a *peripécia* (a reviravolta para correção dos erros); e a *catarse* (o sentimento de compaixão, muitas vezes pelo reparo do erro).

Esses elementos narrativos comuns à tragédia grega são somados a aspectos realistas no sentido empregado por Bazin (2014), para quem as principais características estilísticas do neorealismo eram as filmagens em ambientes externos; a utilização de atores não profissionais; e os personagens simples, ordinários, desempenhando ações cotidianas. Aumont (2012) aponta que só filmagens externas não bastam para o realismo (lembre-se do cinema mudo), pois, para ele, para um espaço cinematográfico ser percebido como mais realista, “deve-se acrescentar um fator social ao cenário, para que ele se torne bairro pobre, lugar deserto, aldeia de pescadores, subúrbio” (AUMONT, 2012, p. 42).

Várias cenas da telenovela foram gravadas em espaços urbanos e locações reais da cidade do Rio de Janeiro. A gravação em cenários “reais” apresenta uma série de desafios técnicos, especialmente em relação à iluminação e ao som. Apesar dessas características estarem relacionadas ao estilo, na narrativa vemos construção similar, afinal, trata-se de uma narrativa de “televisão clássica” (THOMPSON, 2003), em que o estilo está a serviço da narrativa, como se pode observar no primeiro capítulo da novela numa cena envolvendo Magno (Juliano Cazarré). O personagem percorre as ruas da periferia. Num plano-sequência por uma avenida tumultuada da cidade, vemos um enquadramento visualmente poluído. O realismo baziniano estilístico dessa cena transpassa para a construção da narrativa, que faz questão de focalizar todo o trajeto de Mag-

no até chegar na ação: salvar uma mulher de um estupro. Todo esse trajeto filmado em plano-sequência realista não é narrativo *per se*, mas sim é um plano de transição até a ação. Ao optar por filmar uma cena que não exhibe uma ação, princípio básico da narrativa clássica, *Amor de Mãe* se aproxima bastante do realismo.

Certa resistência do público quanto a esse modelo narrativo – repercutido nos baixos índices de audiência comparados à telenovela que antecedeu *Amor de Mãe* – poderia justificar a opção de seus realizadores pela retomada do melodrama clássico (BROOKS, 1995; THOMASSEAU, 2012), demarcando bem os vilões e mocinhos, explorando os conflitos familiares e ampliando a utilização de músicas populares e manias do brasileiro. Se antes havia a promessa de uma telenovela que desconstruísse o maniqueísmo e trabalhasse a noção de que cada um é vítima e traidor de suas próprias atitudes, passamos a identificar o bem e o mal, os heróis e os vilões da história. O realismo na narrativa, portanto, vai, aos poucos, se desorganizando.

É importante destacar que em nenhum momento *Amor de Mãe* abandona completamente a narrativa de toques melodramáticos. Pode-se encontrar características do modo narrativo do melodrama definido por Bordwell (1985) na maioria dos momentos da telenovela. Sua narração é altamente comunicativa sobre as informações da história, especialmente em informações relativas aos estados emocionais dos personagens. Assim, tem um alcance bastante irrestrito, mais próximo de uma “pesquisa onisciente” (BORDWELL, 1985, p. 70). O espectador sempre sabe algo que os personagens não sabem.

Além dessas características, pode-se ver em toda a narrativa de *Amor de Mãe* um forte destaque ao acaso e às coincidências, mecanismos típicos do melodrama (BORDWELL, 1985). A história progride por coincidências, o que desencadeia a narrativa logo no primeiro capítulo, quando Lurdes encontra um bebê no momento em que acaba de perder um filho. No mesmo capítulo, isso se prolonga no instante em que, acidentalmente, Lurdes cruza nas ruas do Rio de Janeiro justamente com Thelma, a mulher que comprou seu filho. Assim, a coincidência, além de ser mola propulsora da narrativa, mantém o interesse do telespectador no desenvolvimento do enredo. O acaso também desempenha papel fundamental como um elemento de coesão, combinando e cruzando linhas de ação e produzindo situações dramáticas agudas.

Entretanto, com a necessidade de paralisação das gravações, a fase final da telenovela precisou ser repensada para que pudesse ser filmada respeitando os protocolos sanitários, em tempo re-

duzido. Inicia-se, então, um novo momento da narrativa, em que a temporalidade das ações, que já ocorriam de forma mais ágil do que o usual para o formato, adotou um ritmo frenético, explorando a dramaticidade, o sentimentalismo exacerbado, o apelo aos traços emocionais de cada personagem – elementos comuns ao melodrama latino-americano, como sugere Oroz (1992).

Assim, percebe-se que a narrativa de *Amor de Mãe* foi afetada tanto pelo contexto de produção quanto pelo contexto de recepção (o interesse pela manutenção da estrutura fundamental da telenovela) e histórico-social (a necessidade de reformulação para atender às demandas do período pandêmico). Em todas elas, no entanto, parece predominar a tendência da fase naturalista das telenovelas brasileiras, proposta por Lopes (2021, p. 24) como sendo composta por temas que exploram “os ritmos sociais, desde os mais densos aos mais conjunturais e explosivos”.

3 O estilo em *Amor de Mãe*

Um dos aspectos mais notáveis dos primeiros capítulos de *Amor de Mãe* é a sua estilística. Entenda-se estilo no sentido atribuído por David Bordwell (1997), que considera o uso sistemático e significativo dos elementos técnicos. O autor acrescenta que se pode falar de estilo individual, quando se faz referência a um diretor específico, e de estilo de grupo, por exemplo, o da escola soviética de montagem ou dos estúdios de Hollywood, ou seja, no caso de estilos compartilhados por realizadores de determinada linha de produção. Evidentemente, essa conceituação tinha em vista o cinema; no entanto, a sua transposição para os estudos de televisão é válida devido às incessantes trocas técnicas ocorridas entre esses meios. Tanto é assim que Bordwell (1997), ao esclarecer quais são as técnicas que podem compor um estilo, indica a *mise en scène* (atuação, iluminação, performance e composição de cena); enquadramento, foco, controle de valores de cor; edição e som – todos esses também elementos da realização televisiva.

Em vista da abundância de opções estilísticas nos capítulos iniciais de *Amor de Mãe*, optou-se por abordar os seguintes recursos: profundidade de campo, quadro dentro do quadro, enquadramento visualmente poluído e plano-sequência, todos eles ligados às técnicas mencionadas por Bordwell.

A primeira cena do capítulo 1 é notável pelo uso da profundidade de campo, entendida como o controle da zona em foco (ou seja, com imagem nítida) em relação à distância da câmera. Com a imagem totalmente fora de foco, *Amor de Mãe* abre com uma composição nada usual em telenovelas brasileiras. Uma voz feminina provém do espaço off chamando a personagem ao fundo, que, ainda sem nitidez visual, se vira e se dirige para a câmera falando com a mulher que a chamou. Ao aproximar-se, a imagem da personagem vai se definindo, exatamente porque entra na zona em foco do espaço à frente da câmera. Ela é Lurdes e está numa decisiva entrevista de emprego. O uso diferenciado da profundidade de campo, a evitar o quase onipresente foco perfeito das imagens de telenovelas, ressurgiu de forma sistemática ao longo dos capítulos. Dentre numerosos exemplos, pode-se citar a cena em que Lurdes vai ao presídio para, pela primeira vez, reencontrar o filho desaparecido. No momento crucial, a câmera adota o seu ponto de vista. Totalmente desfocados, passam os prisioneiros como borrões na tela, até que um deles se aproxima e vai entrando em foco (cap. 8).

Pode-se pensar que a manipulação do foco concentra o olhar espectral na sua figura quando da passagem da personagem para a zona focada, ou concentra-se naquilo que ela vê, como no exemplo mencionado, como sempre realçando o seu caráter emotivo, agora por meio da imagem borrada, como se estivesse chorosa.

O segundo recurso estilístico em evidência pode ser chamado de quadro dentro do quadro. Trata-se de composições menores dentro dos limites da composição da imagem, de modo que linhas invisíveis, elaboradas com apoio da cenografia (ambiência cênica mais objetos cenográficos), recortam uma parte do plano, criando uma divisão dentro dele, orientando o olhar do espectador no sentido de uma experiência estética diferenciada e a uma ação interpretativa específica e importante para a narrativa.

Esse tipo de composição está presente em múltiplas cenas de *Amor de Mãe* com alta tensão dramática. No capítulo 2, há quadro dentro do quadro em uma cena com Thelma, que está amargurada com as dificuldades de preservação do restaurante português, que é de sua família há décadas. O espaço reservado para o deslocamento da personagem é de aproximadamente um quinto do enquadramento total representado na tela (Figura 1). Thelma está à direita, subindo a escada, num enquadramento interno oprimido por uma larga pilastra na região central da tela, ocupando dois quintos do enquadramento total. Já os outros dois quintos do frame, à esquer-

da, ambientam o restaurante. Mesas vazias, com exceção de um cliente à mesa, sugerem a possibilidade de falência do negócio. Surge um garçom, ainda à esquerda, que repara nos passos de Thelma, num esforço da direção de atores para direcionar o olhar do espectador à personagem principal em meio a tanto cenário enquadrado. Pode-se pensar por que se utilizou um enquadramento como esse, que poderia ser chamado de esdrúxulo, frente à normalidade do que se viu durante décadas nas telenovelas brasileiras. Esse é o tipo de cena que usualmente seria mostrada de forma diferente: um plano de conjunto a exibir o espaço, com a pilastra no espaço *off* ou a um canto da tela; planos sucessivos e fechados de Thelma, as mesas vazias, Thelma de novo, o cliente solitário, Thelma subindo a escada. Como a cena foi exibida, pode-se dizer que a pilastra substitui um corte na edição, de modo que o espectador possa ao mesmo tempo associar os dois extremos da imagem, ou seja, não em dois ou mais planos sucessivos, mas simultaneamente.

Figura 1 – Quadro dentro do quadro, cap. 2 de *Amor de Mãe*



Fonte: Frame de *Amor de Mãe* (2019-2021).

Quadros-janelas também acontecem para mostrar o interior da casa de Lurdes, que é humilde e bem arrumada, porém apertada. A *mise en scène* é conduzida para recortes surpreendentes, dada a exiguidade espacial. Quando Camila e Danilo namoram no minúsculo banheiro (cap. 16), um objeto cenográfico, a cortina do chuveiro, ocupa quase metade da imagem, a ressaltar a intimidade do casal e o espaço diminuto (Figura 2). Lurdes bate na porta e entra; o rapaz

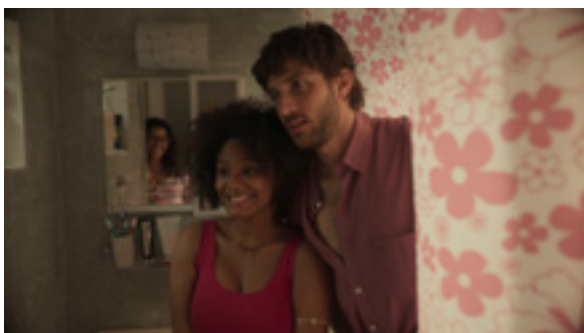
já está escondido. Ela estranha a sombra atrás da cortina e os óculos (do rapaz) que estavam em cima da pia. Danilo reaparece. Durante todo o diálogo entre eles, a imagem de Lurdes está no reflexo do espelho no pequeno armário de parede (Figura 3). São, portanto, dois quadros-janelas diferentes na mesma cena.

Figura 2 – Quadro-janela, parte 1, cap. 16 de *Amor de Mãe*



Fonte: Frame de *Amor de Mãe* (2019-2021).

Figura 3 – Quadro-janela, parte 2, cap. 16 de *Amor de Mãe*



Fonte: Frame de *Amor de Mãe* (2019-2021).

Em contraposição, espaços muito maiores também podem ser mostrados por meio de quadro dentro do quadro, com outros sentidos. Nas residências em que moram os personagens ricos,

quadros-janelas podem ocorrer para exibir a grandiosidade do espaço, como numa cena do cap. 8 em que no primeiro plano conversam a ex-mulher e a ex-amante de Raul, enquanto, enquadrada por duas portas sucessivas, em corredores longos com pé direito elevado, está a empregada, visualmente minúscula, escutando a conversa da patroa (Figura 4).

Figura 4 – Quadro-janela, cap. 8 de *Amor de Mãe*



Fonte: Frame de *Amor de Mãe* (2019-2021).

Figura 5 – Poluição visual, cap. 18 de *Amor de Mãe*



Fonte: Frame de *Amor de Mãe* (2019-2021).

O terceiro recurso estilístico de *Amor de Mãe* aparece em enquadramentos que fogem à limpeza de composição habitual das telenovelas brasileiras. É o caso da cena em que Sandro (Humberto Carrão) deixa o presídio após cumprir pena durante anos (cap. 18). Com ele está Lurdes, que teve papel decisivo na libertação do filho. Eles caminham pelas ruas, um espaço degradado, a começar da frente do presídio, mas também na rua sem asfalto, matagal na calçada, incontáveis cabos pendurados nos postes (Figura 5).

Se nas ruas das grandes cidades brasileiras, especialmente nos bairros mais humildes, cabos telefônicos de luz, de TV por assinatura e de todos os tipos possíveis sobrecarregam o espaço, poucos metros acima dos transeuntes, os realizadores de *Amor de Mãe* fizeram questão de não esconder essa poluição visual, o que sempre foi a regra da produção ficcional da emissora. Note-se que não se trata apenas de uma questão de cenografia, uma vez que a câmera é colocada de forma a realçar os elementos que sobrecarregam ou poluem a imagem.

A fim de comprovar o quanto essa *mise en scène* destoa da produção habitual da Globo, recorde-se o higiênico subúrbio carioca em que viviam personagens de *Avenida Brasil*, que em 2012 era uma telenovela inovadora em vários aspectos ainda não incorporados no restante da ficção da emissora (PUCCI JR. *et al.*, 2013). Com toda a sua ênfase no subúrbio carioca e nos núcleos populares, em *Avenida Brasil* não existia feiura urbana, pois as ruas eram limpas e sem o emaranhado de cabos sobre os personagens. Até o lixo era aprazível, ao passo que os ambientes internos não eram incomodamente acanhados, mesmo nas casas mais humildes. Portanto, a composição de *Amor de Mãe* faz pensar numa tentativa de realismo em telenovela, mostrando ambientes humildes como eles são para espectadores que os conheçam, mesmo que à distância.

A hipótese de realismo se coaduna com o quarto elemento estilístico: o plano-sequência, entendido como segmento narrativo com um tema específico e sem cortes na edição (e não apenas como sinônimo de plano longo). É talvez o recurso mais notável dos capítulos iniciais de *Amor de Mãe*, a exemplo do que é feito na já mencionada caminhada de Magno pela avenida tumultuada e decadente (cap. 1).

Trata-se apenas de um entre os múltiplos planos-sequência de *Amor de Mãe*. O normal teria sido editar a sequência com planos mais fechados de seus elementos relevantes. O uso sistemático do plano-sequência faz pensar que se trata de algo especial na concepção da novela. Um segmento fornece indícios do que se tinha em mente nas

gravações. No cap. 16, o ambientalista Davi está hospitalizado por ter-se asfixiado no incêndio criminoso da firma de reciclagem. Ele está desacordado no primeiro plano, seu pai e o equipamento médico no plano intermediário e, ao fundo, a porta do quarto, em que alguém bate. A porta se abre e entra Vitória (Figura 6), que então namorava o rapaz. Muito preocupada, ela vai até a cama onde ele está, portanto, aproximando-se da câmera. Esse trecho possui o mesmo esquema visual de uma cena de *Cidadão Kane* (Orson Welles, 1941).

Ao discorrer sobre os efeitos de realismo obtidos em planos-sequência, nos quais a profundidade de campo permite a visualização de objetos ou personagens a diversas distâncias da câmera, Bazin (2014) ilustra o seu raciocínio com um frame do filme de Welles (Figura 7): na cena do suicídio fracassado de Susan Alexander, vê-se o copo e o veneno no primeiro plano, Susan estertorando fora de foco no plano intermediário, desacordada na cama, e ao fundo a porta, em que batem insistentemente até que Kane a abre e entra no quarto, aproximando-se da esposa, aflito ao compreender que ela está perto da morte. Evidentemente, há diferenças de pormenores frente à cena de *Amor de Mãe*, como a presença do pai de Davi e da aparelhagem hospitalar no plano intermediário, porém, o esquema geral é o mesmo, inclusive quanto ao ângulo de enquadramento e à falta de foco no personagem desacordado. Portanto, pode-se levantar a possibilidade de que a proposta seja a mesma: obtenção de realismo. O princípio é idêntico: “quando o essencial de um acontecimento depende de uma presença simultânea de dois ou mais fatores, a montagem (ou edição) fica proibida (BAZIN, 2014, p. 92).

Figura 6 – Plano-sequência, cap. 16 de *Amor de Mãe*



Fonte: Frame de *Amor de Mãe* (2019-2021).

Figura 7 – Plano-sequência, cena de *Cidadão Kane*



Fonte: Bazin (2014).

O contraste entre *Amor de Mãe* e outras telenovelas brasileiras sugere que houve, na concepção daquela, o objetivo de mostrar aos telespectadores um produto que poderia ser qualificado como mais realista, mesmo em meio à profusão de elementos melodramáticos. Caso se tivesse adotado o que Bazin (2014) chamava de edição analítica, isto é, a edição em que cada elemento da cena é exibido em planos curtos, *Amor de Mãe* estaria no terreno da edição clássica desde os primórdios da televisão.

Em plena era digital, quando a imagem é manipulada de todas as formas, a ponto de não mais fazer sentido a frase “a câmera não mente”, uma telenovela brasileira de cunho radicalmente melodramático foi pensada e realizada de forma que seus capítulos iniciais sigam mais princípios de sugestão realista. Pode-se pensar na inviabilidade da proposta baziniana, aliás, posta em questão ainda quando o cinema era feito em película e sem nenhum recurso digital existente. No entanto, ali estão os indícios de que, de uma forma ou de outra, buscou-se um tipo de impressão de real na telenovela brasileira.

Alterado drasticamente o contexto em que acontecia a produção televisiva brasileira, era previsível que as soluções estilísticas adotadas para a continuidade da realização não poderiam permanecer idênticas às do período pré-pandemia. Mas, o quanto as circunstâncias permitiram as permanências dos elementos estilísticos apontados anteriormente? Eles foram atenuados ou simplesmente substituídos por outras soluções?

No que diz respeito à profundidade de campo, pode-se apontar que o capítulo de 15/03/2021, primeiro a ser exibido após a interrupção, inicia de forma similar ao primeiro da telenovela. Planos de grandes cidades do mundo, com ruas e praias desertas, são acompanhados por uma voz *over* a comentar o drama da Covid-19 e dizer que Lurdes continua a procurar o seu filho Domênico. O plano seguinte mostra Lurdes muito desfocada a fechar a cortina da janela. Então, ela se aproxima da câmera, começa a entrar em foco e senta na cadeira no primeiro plano. Trata-se basicamente do mesmo esquema visual do plano inicial da novela, exibido quase um ano e quatro meses antes. Observar essa retomada permite pensar que houve o empenho de manter não apenas o fio narrativo como também o estilístico. Entretanto, ao contrário daquele plano de 2019, neste, Lurdes tem as feições tensas, está séria e aparenta cansaço. Não é uma entrevista de emprego, mas a gravação feita em sua casa de um vídeo a ser veiculado na internet, com um apelo desesperado para que a ajudem a encontrar Domênico. Surpreendentemente, há uma divergência com relação à cena do capítulo inicial. Ao sentar-se, Lurdes diz: “Olho para tu ou olho direto para a câmera?”. O ponto de vista não é mais o de Vitória ou de qualquer outra personagem, mas o da câmera utilizada por um de seus filhos para a gravação.

Assim é em relação ao segundo recurso estilístico: o quadro dentro do quadro. No capítulo de 16/03/2021, Thelma conversa com Camila e Danilo sobre a morte de Jane, a amiga tida como suicida. Em certo momento, após enquadramentos diversos dos personagens, a câmera fica atrás de Thelma, de modo que a parede em que ela se encosta divide a tela ao meio, com o lado esquerdo mostrando outro cômodo, para o qual Thelma caminha, até que apareça separada do filho e da nora pela parede divisória. Percebe-se que o quadro dentro do quadro é coerente com o uso nos capítulos iniciais. Isso porque Thelma acabou de contar mentiras a fim de encobrir que ela própria assassinou a amiga, estabelecendo-se uma separação visual e situacional entre ela e os jovens, que aceitam as explicações mentirosas para o suposto suicídio de Jane.

Há outros casos de quadro dentro do quadro nos capítulos finais, mas não tantos quanto no início da novela. Uma das razões para essa redução está na nova composição espacial presente nos capítulos finais, o que será analisado ao final desta seção.

A tendência à retomada estilística dos capítulos iniciais quase desaparece no tocante ao terceiro recurso examinado: a poluição visual como uma ênfase no realismo. Ao contrário do que acontecia

nos capítulos iniciais, com a abundância desse recurso nas cenas de rua, agora sua ocorrência é escassa. Note-se que esse aspecto das ruas ainda aponta para algum tipo de realismo, uma vez que é o visual que se tem no Rio de Janeiro e em várias outras grandes cidades do país. Mais do que isso, a permanência desse horror visual indica que as ruas continuam a ser aquilo que DaMatta comentou quanto à sua diferença em relação à casa:

se a casa distingue esse espaço de calma, repouso, recuperação e hospitalidade, enfim, de tudo aquilo que define a nossa ideia de 'amor', 'carinho' e 'calor humano', a rua é um espaço definido precisamente ao inverso. Terra que pertence ao 'governo' ou ao 'povo' e que está repleta de fluidez e movimento. A rua é um local perigoso (DAMATTA, 1997, p. 57).

Em *Amor de Mãe*, ao menos até a imersão pandêmica, a feiura urbana associa-se facilmente à ideia de um espaço inóspito, em contraposição ao que se viu no interior das casas, particularmente na de Lurdes. Nos capítulos finais, esse contraste é amenizado pela redução da diferença entre o ambiente externo e o interno. Por um lado, reduzem-se as exibições do horror urbano; por outro, a configuração das casas altera-se drasticamente, amplificando os espaços, seja das residências humildes, seja das abastadas.

É como se não fizesse mais sentido acentuar a diferença entre casa e rua, uma vez que o perigo invisível, o coronavírus, estava presente tanto naquela como nesta. O realismo das ruas não mais seria pressentido por meio da feiura urbana, mas pelo vazio em ruas e avenidas, tal como visto no início do primeiro capítulo após a interrupção, e reiterado frequentemente ao longo dos capítulos finais.

A proposta realista em termos estilísticos, de eminente relevância nos capítulos iniciais, é ainda mais comprometida frente ao quarto recurso examinado: o plano-sequência. É incontável o número de sequências que poderiam ter sido gravadas sem cortes e que, no entanto, foram compostas com enquadramentos diferentes para cada personagem, campo e contracampo, plano de conjunto com a função de *establishing shot* (plano aberto que oferece a visão do espaço inteiro em que transcorre a sequência). De fato, há raros planos-sequência nos capítulos finais, porém, nenhum com a força visual de realismo baziniano, como acontecia nos segmentos dos capítulos iniciais.

Enfim, pode-se indagar por que motivo ou motivos deixaram-se de lado os planos-sequência que marcaram tão fortemente *Amor de Mãe*. São plausíveis ao menos duas hipóteses. A primeira delas, de caráter óbvio: em situação de distanciamento social e cuidados extremos com a transmissão da doença entre atores, técnicos e demais componentes da equipe, a gravação se torna muito mais complexa, exigindo esforços que talvez não valessem a pena. A segunda hipótese diz respeito diretamente ao realismo: o que fazia sentido em condições normais vividas pelos personagens, tornar-se-ia uma superfetação estilística quando a realidade invadiu o mundo existente tanto atrás das câmeras quanto diante delas. Afinal, o público brasileiro, assim como o da maior parte do planeta, já vivia o que a novela retratava.

Considerações finais

Pode-se concluir que as inovações estilísticas detectadas nos capítulos iniciais praticamente deixaram de existir nos capítulos finais, mesmo que estes tenham tido bastante tempo destinado às gravações. Evidentemente, a conjuntura de pandemia fez toda a diferença, normalizando naqueles aspectos o que poderia ter-se tornado uma telenovela com inovações significativas.

É fato, também, que possíveis inovações estilísticas podem ser apontadas nos capítulos finais, como certos enquadramentos esdrúxulos, que tendem mais ao cinema moderno, como em *Goddard*, do que ao padrão *Globo* de qualidade.

Em contrapartida, excetuando-se os três últimos capítulos (com o reencontro de Lurdes e Domênico e o esfuziante desfecho), existe um recurso que atravessa todos os capítulos finais: composições que ressaltam o distanciamento entre os personagens. Pode parecer uma opção óbvia e necessária dadas as condições epidemiológicas, todavia, o resultado não poderia ser mais significativo.

O distanciamento social incorporado à composição de *Amor de Mãe* pode ser considerado uma ruptura estilística. Não se trata de um recurso que se mescla ao *corpus* tradicional para que inovações possam ser admitidas – o esfriamento visual é mesmo uma ruptura frente ao que a ficção televisiva brasileira apresentou por décadas. Provavelmente, não poderá ser reutilizado da mesma forma fora de situações pandêmicas, mas, como todo recurso estilístico, poderá

servir a um sem-número de construções visuais em que seja relevante acentuar o contrário daquilo que sempre foi o ponto crucial da representação da vida brasileira de fundo tradicional.

Concluindo, pode-se dizer que, durante a pandemia, *Amor de Mãe* criou um mundo ideal para veicular princípios de cuidados com o vírus, com ruas praticamente vazias e personagens quase sempre em distanciamento perfeito, alguns metros entre si, em espaços amplos, conforme as orientações sanitárias. Isso aconteceu até mesmo nos domínios da personagem mais acolhedora que se possa imaginar. Ao menos em termos estilísticos, nada de realismo, obviamente tendo em vista o quanto, à época das gravações dos capítulos finais, de sua exibição e mesmo posteriormente, ruas e avenidas das grandes cidades brasileiras com frequência ficaram cheias de gente, com notícias frequentes de festas e demais tipos de encontros pessoais a proliferar no país.

Referências

AMOR de Mãe. Autoria de Manuela Dias. Direção de Luiz Villarim. Rio de Janeiro: TV Globo, 2019-2021. son., color., telev.

AQUINO, Manuela. Manuela Dias revela o que a inspirou para escrever *Amor de Mãe*. **CLAUDIA**, 4 mar. 2020. Disponível em: <https://tinyurl.com/72acmnev>. Acesso em 7 set. 2021.

ARISTÓTELES. **Poética**. Trad. Paulo Pinheiro. São Paulo: Editora 34, 2015.

AUMONT, Jacques. **A estética do filme**. Campinas, SP: Papirus, 2012.

BAZIN, André. **O que é o cinema?** São Paulo: Cosac Naify, 2014.

BORDWELL, David. **Narration in the Fiction Film**. Madison: University of Wisconsin Press, 1985.

BORDWELL, David. **On the History of Film Style**. Cambridge; Massachusetts; Londres: Harvard University Press, 1997.

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. **MATRIZES**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 73-88, abr. 2008.

BROOKS, Peter. **The Melodramatic Imagination**. Balzac, Henry James, melodrama, and the mode of excess. New Haven: Yale University Press, 1995.

BUONANNO, Milly. Serialidade: Continuidade e Ruptura no Ambiente Midiático e Cultural Contemporâneo. **MATRIZES**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 37-58, dez. 2019.

DAMATTA, Roberto. **A casa e a rua**: espaço, cidadania, mulher e a morte no Brasil. 5. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

GOLDBERG, Jonathan. **Melodrama**: an aesthetics of impossibility. Durham: Duke University Press, 2016.

HUPPES, Ivete. **Melodrama**: o gênero e sua permanência. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2000.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Telenovela e direitos humanos: a narrativa de ficção como recurso comunicativo. In: LEMOS, Lígia Prezias; ROCHA, Larissa Leda. **Ficção seriada**: estudos e pesquisas. Aluminio, SP: Jogo de Palavras; Votorantim, SP: Provocare Editora, 2021. (Coleção Ficção Seriada; v. 3). p. 11-33.

MERTEN, Luiz Carlos. Coisa de cinema. **Estado de S. Paulo**, São Paulo, ano 140, n. 46026, Caderno 2, 23 out. 2019. Caderno 2, p. C1.

OROZ, Silvia. **Melodrama**: o cinema de lágrimas da América Latina. Rio de Janeiro: Funarte, 1992.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Moderna, 1998.

PUCCI JR., Renato Luiz *et al.* Avenida Brasil: o Lugar da Transmídiação entre as Estratégias Narrativas da Telenovela Brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata V. de (org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 95-131.

TERRA. **Audiência de Amor de Mãe não sobe apesar de suas qualidades** – 21 jan. 2020. Disponível em: <https://tinyurl.com/cwf5kz39>. Acesso em: 22 abr. 2021.

THOMASSEAU, Jean-Marie. **O melodrama**. Tradução de Claudia Braga e Jacqueline Penjon. São Paulo: Perspectiva, 2012.

THOMPSON, Kristin. **Storytelling in Film and Television**. Cambridge (EUA); Londres: Harvard University Press, 2003.

Emergências preliminares e inovação substancial: atravessamentos pandêmicos e melodramáticos na narrativa de *Amor de Mãe*

Valquíria Michela John (coord.)
Lourdes Ana Pereira Silva (vice-coord.)

Anderson Lopes da Silva
Amanda Generozo
Ana Carolina Maoski
Beatriz Castro
Caroline Kuviatovski
Elisa Maranhos
Felipe da Costa
Gabrielle Ferreira
Maira Silva de Moraes
Regiane Ribeiro

Introdução

Na década de 1980, Ondina Leal (1986, p. 13) definiu a então “novela das oito” como “[...] o programa que por maior período de tempo na história da televisão no Brasil mantém o mais alto índice de audiência e a maior dispersão de audiência entre as diferentes classes sociais”. Esse aspecto segue inalterado. Com sua estética naturalista (LOPES, 2009), a telenovela brasileira, especialmente a das 21h, segue como carro-chefe da teledramaturgia nacional. Ao longo dessas várias décadas, seu modelo narrativo galgou certo distanciamento das demais produções da teledramaturgia latino-americana. Apesar disso, não é possível afirmar que a telenovela brasileira perdeu o vínculo com o gênero que lhe deu origem – o melodrama. Esta pesquisa busca responder, justamente, ao seguinte questio-

namento: como se confrontam (e se conformam) as tensões entre tradição e inovação na construção narrativa da telenovela das 21h? Nosso interesse analítico recai sobre a construção dos enredos das novelas das 21h, num movimento para compreender como o gênero melodrama (tradição) se reelabora; como a tradição se inova, sem romper o “pacto” narrativo com seu telespectador.

Elegemos como objeto empírico a novela *Amor de Mãe* (2019-2021), que teve sua estreia na TV Globo em 25/11/2019. Embora este objeto já tivesse sido definido anteriormente ao contexto da pandemia da Covid-19, a interrupção de uma telenovela, que precisou ser exibida em duas “fases”, constituiu um motivo preponderante no estudo desse objeto. A escolha deve-se também a outras motivações. Se pensarmos o conceito de inovação como próximo da noção de novidade, *Amor de Mãe* as prometia desde antes de sua estreia. Uma delas está na autoria: é a primeira obra de Manuela Dias no horário nobre.

Outro aspecto relacionado à novidade é a ruptura com o modelo de protagonismo das narrativas das telenovelas, em sua articulação com o melodrama – a centralidade na relação mocinha x vilã. A trama aborda a vida de três personagens principais: Lurdes (Regina Casé), Vitória (Taís Araújo) e Thelma (Adriana Esteves). Em comum, elas têm o fato de serem coparticipantes uma na história da outra e também mães que amam seus filhos, cada uma ao seu modo.

A novela teve as gravações interrompidas por causa da pandemia do coronavírus e seu último capítulo, do que passou depois a ser chamado de 1ª fase, foi exibido no dia 21/03/2020. O episódio foi finalizado similarmente a uma temporada de série, quando Thelma atropela uma personagem que poderia dar pistas a Lurdes que seu filho perdido era, na verdade, o filho de Thelma. Nessa interrupção, elementos fundantes do melodrama estão presentes nesse arco narrativo. O que então pode fazer de *Amor de Mãe* uma inovação na abordagem textual de seu gênero de origem?

A novela retornou em 01/03/2021, com uma estratégia narrativa pouco usual: com a recapitulação em off, realizada pelo ator Lázaro Ramos e pelo trio de protagonistas, do que ocorrera na fase anterior (RETORNO, 2021). A trama retomou os capítulos inéditos em 15/03/2021 e articulou a temática da Covid-19 ao seu enredo. Essa inserção se constitui como o foco de análise desta pesquisa, que tem como objetivo analisar as tensões, confrontos e conformações dos processos de inovação na narrativa da telenovela das nove sem que esta, contudo, rompa com os pactos narrativos do gênero melodrama aos quais se vincula.

Como um primeiro acercamento ao objeto empírico (e não necessariamente uma etapa analítica mobilizada em seus pormenores neste capítulo), uma visão de sobrevoo concentra-se nas três protagonistas, de modo a verificar se a aparente ruptura (inovação?) se concretiza por meio dos arquétipos femininos e maternos que as constituem. Todavia, é no contexto pandêmico da Covid-19 que o foco de análise desta pesquisa recai como forma primeira do desvelamento de sentidos que conformam a trama estudada. Dessa forma, compreendemos a Covid-19 em duas dimensões: como tema transversal, que perpassou todos os núcleos da trama, e como uma personagem, uma vez que a própria pandemia teve seu arco narrativo, com começo, meio e fim.

Portanto, esta pesquisa articula a inovação na telenovela *Amor de Mãe* no contexto da pandemia da Covid-19 a partir da premissa de movimentos de ruptura e retorno ao gênero melodramático. Para tal exercício analítico, dialogamos com Williams (1979) no campo do dominante, do residual e do emergente e, com igual importância, com o debate apresentado por Rossetti (2013) a partir das ideias de inovação substancial, materializada em atos de inovação e visualizada em efeitos de inovação.

1 Lentes teóricas: emergências preliminares e inovação substancial

Optamos por pensar as questões relacionadas à inovação na telenovela a partir da visão de processos culturais proposta por Raymond Williams (1979), com os conceitos de dominante, residual e emergente. A reflexão do autor auxilia na interpretação de como se dão os processos de inovação no interior da hegemonia. O autor propõe que tomemos o processo cultural por suas inter-relações dinâmicas, identificando o aparecimento de elementos capazes de tensionar os modos dominantes de produção cultural. Esses elementos podem ter características residuais ou emergentes. Os elementos residuais resultam de formações antigas que sobreviveram na cultura dominante, mesmo não sendo totalmente incorporados por ela. Enquanto os elementos emergentes são entendidos pelo autor como o aparecimento de novos significados e valores, novas práticas, novas relações e tipos de relações que são criadas continuamente (WILLIAMS, 1979). Logo, os elementos resi-

duais sobrevivem em grande parte por manterem certo distanciamento da cultura dominante efetiva, principalmente quando são entendidos como alternativos e não opostos aos valores e práticas dominantes. Entretanto, quando o resíduo tem relação com áreas importantes do passado ou se posicionam de forma opositiva à cultura dominante, há um esforço maior para incorporá-los.

Pensar o dominante, o residual e o emergente permite refletir sobre os modos de dominação e resistência. No entanto, há processos que escapam aos movimentos de cooptação dos elementos emergentes e, para identificar seus aparecimentos, é preciso localizá-los ainda em sua forma seminal de *emergência preliminar*, “[...] atuante e pressionante, mas ainda não perfeitamente articulada, e não o aparecimento evidente que pode ser identificado com maior confiança” (WILLIAMS, 1979, p. 129).

Por sua vez, o substantivo inovação, corriqueiramente, vislumbra a discussão de aspectos relacionados aos avanços tecnológicos contemporâneos. Mesmo o verbo inovar tende a ser visto como algo estritamente ligado a um vocabulário mercadológico. Todavia, desviando-se fundamentalmente desse universo, a compreensão de Regina Rossetti (2013) sobre o tema da inovação conecta a filosofia à comunicação pelas trilhas do pensamento aristotélico. Postulando a inovação por meio das categorias de substância, qualidade, quantidade, relação, lugar, tempo, ação e paixão, a autora ressalta que sua leitura não parte de uma classificação positivista (no sentido de rigidez dos sentidos e nomenclaturas), mas, ao contrário, procura pensar em uma hermenêutica na qual a reflexão impera no processo de análise e classificação da inovação (ROSSETTI, 2013, p. 65). Igualmente, segundo Rossetti (2013), é possível pensar em termos relativos ao conceito de inovação como meio de apreensão empírica de um objeto, isto é, olhar para inovação pode ser o mesmo que olhar para o novo, a novidade, a mudança, a criação, a invenção, a alteração etc.

Compreende-se a inovação substancial como o processo que transita pelos binômios criação-invenção e geração-corrupção (2013, p. 67). Enquanto o primeiro binômio procura pensar em como a criação (relativa ou universal) se dá a ver na substância que se modifica e em como a invenção faz surgir algo que antes não existia, o segundo binômio da geração e corrupção é derivado do anterior justamente porque consegue demonstrar que o novo e o adulterado são facetas da inovação substancial. Em outras palavras:

A geração é uma ação decorrente da criação e da invenção, pois estes dois procedimentos fazem surgir o novo. Todavia, a corrupção também pode gerar o novo, no sentido de que algo deteriorado, destruído, adulterado, pode ser considerado novo em relação ao seu estado anteriormente pleno (ROSSETTI, 2013, p. 67).

Já pela via dos atos de inovação, a criação relativa é aquela que demonstra como a “[...] criação é mais do que o simples rearranjo de elementos preexistentes. Ela faz surgir algo novo que não existia antes, mesmo que de forma relativa” (ibidem). Assim, a criação relativa pode ser entendida, na leitura desta pesquisa, como forma de materialização dos processos produtivos da inovação substancial. Por isso, mais do que uma mera “somatória das partes”, a criação relativa enquanto ato procura explicitar que a criatividade humana toma as rédeas da inovação para estabelecer a novidade. Finalmente, observando os efeitos de inovação, o ineditismo surge ao lado do original e do novo, também pela interpretação dada nesta pesquisa, como forma de visualização do produto da inovação substancial (idem, p. 68).

Logo, a inovação substancial, a criação relativa e o ineditismo são elementos vocabulares eivados pelas muitas camadas de sentido que registram a inovação em *Amor de Mãe* por meio das personagens, das sequências cênicas e pelo tema-personagem da Pandemia, ao mesmo tempo que, com peso associativo, pensar em renovação, experimentação e singularização produz uma espécie de acabamento estético global na análise da obra (isto é, são palavras que dão conta do entendimento de que a inovação se distribui por movimentos que transitam pela diegese da obra e, espacial e temporalmente, também perpassam o contexto produtivo que a conforma).

Ao propor uma correlação entre os pensamentos de Williams (1979) e Rossetti (2013) para a compreensão das intersecções entre pandemia, inovação e tradição a partir de *Amor de Mãe*, antes de tudo, faz-se necessário postular a ideia de adjunção. Ainda que os autores não sejam contemporâneos e não tenham criado diálogos explícitos entre si, por adjunção entende-se o esforço teórico-metodológico que a pesquisa procura criar ao tensionar associações possíveis entre os dois pesquisadores como forma de análise.

Igualmente, como apontamento metodológico, é preciso sinalizar que, pela base gramsciana de Williams, estamos no terreno da hegemonia (com os conceitos de residual, dominante, emergen-

te) e, pela base aristotélica de Rossetti, estamos no terreno da inovação substancial e seus atos e efeitos de inovação segundo os quais todo objeto no mundo pode ser classificado quanto à presença ou ausência de inovação. Então, em tese, não há aporias indiretas (obstáculos intransponíveis) partindo da leitura ou hermenêutica feita por Williams sobre Gramsci e Rossetti sobre Aristóteles.

Ao pensar na natureza ontológica da empiria com a qual a pesquisa lida, a palavra “movimento” é aquela que adjetiva as imagens estudadas. Assim, “movimento” também se torna peça-chave para a adjunção do pensamento dos dois autores: enquanto para Williams (1979, p. 127), na sua compreensão do tempo histórico, a hegemonia é dotada de uma composição não estática que cria embates entre dominante, residual e emergente, para Rossetti, no tempo filosófico, o movimento significa mudança e, logo, a passagem de um ser em potência para um ser em ato que produz as inovações. Ambas as visões, novamente sem aporias, parecem se relacionar com as lentes de uma temporalidade não-linear ou cronologicamente fixa. Desse modo, necessariamente para a análise empreendida aqui, propomos uma leitura a partir da análise da inovação substancial e seus rearranjos por meio de atos e efeitos, em Rossetti (2013), com a manifestação ativa do residual, do dominante e da emergência preliminar, em Williams (1979).

2 Procedimentos metodológicos

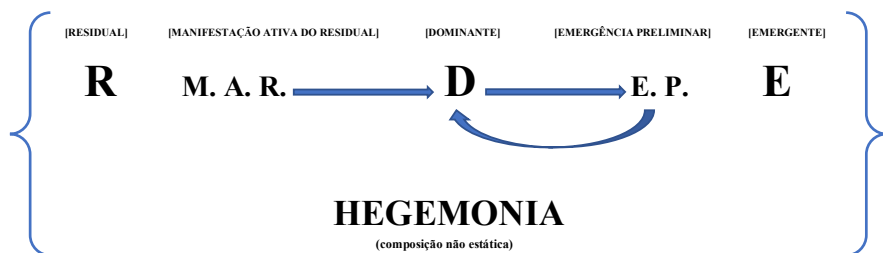
O primeiro recorte empírico se dá pela seleção das protagonistas para identificar e estabelecer as relações inovadoras (de emergências preliminares e inovação substancial) presentes nas três personagens. Neste espaço, os arquétipos ou protótipos melodramáticos femininos, definidos por Silvia Oroz (1999), e os modelos maternos, discutidos por Giuliana Cassano Iturri (2019), são articulados para averiguar a construção das protagonistas de *Amor de Mãe*. Como apoio metodológico, operacionalizamos o método da Análise de Imagens em Movimento (ROSE, 2002), na observação das emergências preliminares e inovação substancial (como representantes dos processos dinâmicos de inovação) a partir da compreensão das personagens em suas dimensões verbo-visuais¹.

1 Devido à restrição de espaço deste capítulo, não apresentamos a discussão detalhada desse processo analítico da construção arquetípica do trio protagonista. Alguns dos resultados dessa análise podem ser encontrados em Martins, Barros e Ferreira (2021).

Já como o elemento central de análise que norteia as reflexões aqui expostas, um segundo recorte empírico é feito e, assim, a pandemia da Covid-19 é apresentada nesta pesquisa como tema transversal e também como uma espécie de personagem articulador da trama. Por isso, além de discutir a compreensão conceitual de Williams (1979) e Rossetti (2013) como lentes que guiam o olhar teórico, faz-se necessário explicitar também as apropriações metodológicas que este trabalho aporta na mobilização desses dois autores.

Primeiramente, o conceito de inovação foi abordado por meio da análise de como se articulam os elementos da cultura emergente na estrutura narrativa tradicional da telenovela. Ao invés de buscar rupturas e evidências de um processo de inovação do produto já concretizado, optamos por apresentar emergências seminais presentes na narrativa de *Amor de Mãe*, pensando na forma como se dão as conexões, produções e disputas de sentido ao redor dos modos de produção hegemônicos, como os assinala Williams (1979), também presentes no fazer teledramatúrgico. O pressuposto central que guia essa discussão afirma que, de maneira muito próxima às discussões sobre incorporação/apropriação e oposição/resistência, o que se vê são tentativas estruturalmente configuradas dentro da cultura dominante que, momentaneamente, escapam desse domínio (produzindo emergências preliminares), mas que, ao fim, acabam por voltar a ser parte do todo dominante para dar continuidade à composição hegemônica na qual se localiza a cultura melodramática da telenovela. A imagem (Figura 1) a seguir ilustra essa hipótese:

Figura 1 - Desenvolvimento e cooptação dos processos e dinâmicas de inovação na narrativa do melodrama televisivo seriado



Fonte: Elaboração própria.

Com igual relevância para a análise, há um enfoque na inovação a partir da substância, isto é, o terreno escolhido é aquele que corresponde ao primeiro modo de ser da inovação (substância) e, assim, tal movimento analítico diz respeito à inovação em si (ROSSETTI, 2013). A análise detém-se no campo da inovação substancial como categoria central e, por conseguinte, oportuniza os atos de inovação pela via da criação relativa e os efeitos de inovação pela ideia do inédito e do original como formas de apreensão da inovação na telenovela estudada. Por fim, orbitando ao redor da análise da inovação substancial visualizada nas intersecções entre pandemia, inovação e tradição em *Amor de Mãe*, a pesquisa lança mão de termos semelhantes (ou associativos) como renovação, experimentação e singularização em sua abordagem empírica (Figura 2).

Figura 2 – Categorias da inovação substancial

Categoria central	Atos de inovação	Efeitos de inovação	Termos semelhantes (associativos)
<ul style="list-style-type: none"> Inovação substancial 	<ul style="list-style-type: none"> Criação relativa 	<ul style="list-style-type: none"> Ineditismo Originalidade 	<ul style="list-style-type: none"> Renovação Experimentação Singularização

Fonte: Elaboração própria.

3 O coronavírus² em *Amor de Mãe*: o trio de protagonistas e a Pandemia

Amor de Mãe foi a primeira novela da Globo a ser suspensa e também a primeira a voltar com capítulos inéditos na emissora. Na retomada da novela, em 15/03/2021, Manuela Dias optou por registrar a passagem do tempo com o número de mortos e infectados no Brasil. O recurso usado pela autora para dar seguimento à trama foi um compacto dos principais momentos da narrativa. Inicialmente, a trama teve narração do ator Lázaro Ramos, que contextualizou a narrativa ao telespectador sobre o caos gerado pela crise sanitária no Brasil, em decorrência do coronavírus. A narração marcou o tempo da trama mes-

2 A Organização Mundial da Saúde declarou a Covid-19 como pandemia em 11/03/2020, por meio de pronunciamento oficial do diretor-geral da OMS, Tedros Adhanom (MEDIA, 2019). É neste contexto que, posteriormente, a telenovela foi realizada e esta pesquisa foi desenvolvida. Até o momento de fechamento deste capítulo, 15/09/2021, seguimos em situação de pandemia, com registro de 4.645.527 mortos no mundo (MAPA, 2021) e 587.138 mortos no Brasil (MORTES, 2021).

clando o número de mortos no país com imagens de pontos turísticos esvaziados ao redor do mundo. Essa retomada compreendeu 12 capítulos de meia hora com a finalidade de evocar a memória do telespectador sobre o que aconteceu na primeira fase. Nos capítulos subsequentes, os inéditos, os personagens foram inseridos na realidade atual, usando máscaras e tomando todas as medidas de precaução para evitarem a contaminação. Porém, a inserção da pandemia na trama não se limitou a isso.

Na trama, observamos a personagem Lurdes costurando máscaras, contracenando com a inclusão do ativismo da sociedade civil (assim como Danilo ajudando Sr. Nuno a se reerguer depois de algum tempo com o restaurante fechado; o empresário Raul contribuindo com doações generosas para um hospital; Sandro e Betina providenciando cestas básicas para comunidades carentes). As desigualdades e vulnerabilidades sociais do país foram evidenciadas na narrativa.

Ao olharmos especificamente para a trama desenvolvida pela personagem Thelma, podemos verificar alguns desdobramentos particulares da narrativa que a relacionam à Pandemia. Destacamos um ponto principal: os problemas socioeconômicos vivenciados pelas famílias mais carentes como pretexto para acobertar alguns dos crimes e armações da personagem. Um exemplo disso está vinculado ao sequestro de Lurdes. Em todas as cenas em que era questionada por Camila enquanto preparava comidas para levar até Lurdes no cativeiro, Thelma dizia que estava preparando quentinhas para uma família que passava por dificuldades durante a pandemia. Outros temas relacionados à pandemia surgiram no universo que a cerca.

Diferente de Lurdes e Thelma, que ganharam mais espaço na 2ª fase de *Amor de Mãe*, a história de Vitória teve destaque menor. As menções à Covid-19 foram mais presentes do que o uso de máscara, uma vez que a personagem passou a maior parte das cenas em casa. Além disso, destacaram-se o uso de celular e as videochamadas ou videoconferências.

A relação de Vitória com os filhos mais novos foi bastante prejudicada na 2ª fase da novela, visto que houve redução de cenas com crianças. Em uma das primeiras cenas da 2ª fase, no episódio 103, há um diálogo que informa que seu filho mais novo está cansado de ficar em casa e quer voltar à rotina normal de brincadeiras com os amigos. Outra menção em que as personagens Thiago

e Pandemia interagem acontece no episódio 107, quando Sandro volta a morar no apartamento dos pais porque sua esposa Betina, enfermeira, voltará a trabalhar no hospital. Quando Sandro pergunta por seu irmão mais novo, Vitória responde: “Aula on-line, uma luta diária”.

No que concerne à personagem Pandemia, depreendemos que, à sua maneira, Manuela Dias transpôs para o universo da sua narrativa o evento histórico disruptivo que tem sido a Covid-19. Tanto a temática quanto a personagem Pandemia foram introduzidas na narrativa de modo proeminente, atuando mais na construção e composição das personagens e cenários, e menos como representação.

A autora de *Amor de Mãe* precisou incorporar em seu texto diversas diretrizes sanitárias, de modo a transpor para o universo ficcional aspectos do tempo no âmbito social. Na composição das suas personagens, buscou construir papéis com fortes aproximações da realidade, demonstrando claramente que não existe sociedade sem narrativas e nem narrativas sem algum cunho social³.

A temática da Covid-19 aparece como um tema transversal à narrativa, expressa por um conjunto de ocorrências que se constituíram na necessidade de um trabalho mais significativo e expressivo de temáticas sociais na teledramaturgia. Temas estes que buscaram evidenciar noções básicas de cuidado de si e do outro, canalizando questões importantes e urgentes vivenciadas na sociedade brasileira. A temática da pandemia na telenovela envolveu problematizar a realidade, preocupando-se em interferir e, de algum modo, transformar essa realidade.

Ainda que a temática da pandemia em *Amor de Mãe* nem sempre tenha alcançado os objetivos a que se propôs – como, por exemplo, com o caso da personagem da enfermeira Betina que, em ambiente hospitalar, paramentada, põe uma luva com unhas compridas e esmaltadas; ou, ainda, com Lurdes, que integrava o grupo de risco e que foi ao encontro de Thelma sem o uso de máscara – *Amor de Mãe* voltou na 2ª fase com um novo personagem, o coronavírus. A trama de Manuela Dias pautou a pandemia como tema transversal ao fazer menções textuais e imagéticas à Covid-19, como na imagem a seguir:

3 A compreensão de narrativas em Walter Benjamin (1986) passa necessariamente pela noção da experiência e das práticas do cotidiano.

Figura 3 – Uso de máscaras no cotidiano das personagens

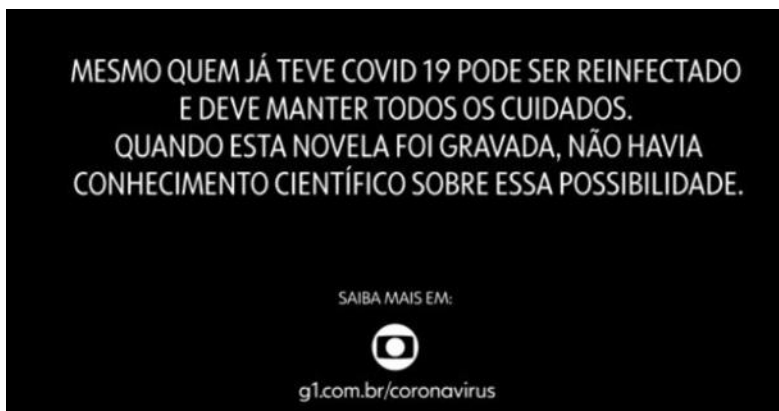


Fonte: *Amor de Mãe* (2019-2021).

Ao analisarmos os elementos narrativos de *Amor de Mãe*, a ação do elemento tempo na personagem Pandemia pode ser entendida como intervenção/ação, como um forte elemento de construção, circunscrito em um espaço, que não se “reduz” necessariamente como um elemento social, como referência que permite identificar, na telenovela, o espírito do tempo ou a sociedade brasileira situada historicamente. O audiovisual, emergente da pandemia da Covid-19, potencializou inúmeras inventividades em suas narrativas, mediadas pelas tecnologias digitais.

Em muitos casos, foi possível perceber que, apesar da tentativa de inserir a temática da pandemia na narrativa, até mesmo se aproximando de um formato documental com o tempo vivido, os destempos foram evidentes, a exemplo de cenas em que a personagem Betina, no hospital, fez uso de máscaras que já não eram mais recomendadas ou, ainda, em um diálogo entre as personagens Magno e Lídia, em que a última dizia já ter sido infectada pelo vírus e, portanto, poderia ficar despreocupada, afinal, em outra temporalidade (após o tempo da gravação), os telespectadores já sabiam que a reinfecção pelo coronavírus era fato.

Figura 4 - Cartela veiculada ao final de cada capítulo de *Amor de Mãe* com advertência sobre os riscos de transmissão da Covid-19



Fonte: *Amor de Mãe* (2019-2021).

Podemos nos questionar ainda: de que modo a pandemia atuou em *Amor de Mãe*? O que ela impôs à narrativa? O vírus-personagem atuou na relação entre as demais personagens da trama como um espaço diegético, operando pela sua própria capacidade de autoexplicação a partir do *outro*, provocando, assim, a manifestação do lugar do melodrama imbricado de metáforas, retórica do excesso, hipérboles, símbolos e significações. Uma personagem caracterizada a partir de uma origem cultural diversa e de tempos históricos diferentes (na trama, a partir das duas fases; na extratrama, considerando os continentes), evidenciando que a natureza dessa personagem transita e atua na excepcionalidade.

Há que se reconhecer, entretanto, que a personagem Pandemia foi alocada em sua realidade ontológica e, desse modo, adentrou a tessitura ficcional. As leituras do mundo real possibilitaram releituras, recriações e apropriações que, transfiguradas, mudaram de território, migraram para a trama, tornando-se tributárias da ficção ao ser “transformada” em personagem.

As questões que a Covid-19 impôs a *Amor de Mãe* possibilitaram a criação e a inclusão de uma personagem não humana, a Pandemia, como que reduzindo ou excluindo a diferença entre a personagem de tipologia humana, antropocêntrica do ponto de vista narrativo. Argumentação, contexto e narrativa ganharam outros

arranjos para essa personagem, expressos em formas, cores, luzes e sons, principalmente nas cenas de locações externas, que expressavam a urbanidade (vazia) do fictício bairro do Passeio, como na imagem a seguir:

Figura 5 – Espaços urbanos vazios da 2ª fase evidenciam a personagem Pandemia



Fonte: *Amor de Mãe* (2019-2021).

O papel social de Manuela Dias (enquanto profissional, escritora, autora de novela das nove), também vivenciou demanda pública na crise. *Amor de Mãe* – como tantas outras narrativas ficcionais ou não –, pareceu buscar algumas respostas para a brutal crise em que nos encontramos. O final da narrativa sinalizou que sobrevivemos à hecatombe, em uma espécie de *happy end*. As apostas da autora quanto aos cenários futuros no fim da narrativa vieram à tona no início do mês de abril de 2021, um dos momentos mais críticos da pandemia no país, o que causou fortes críticas nas redes sociais, em especial no Twitter (BITTENCOURT, 2021).

Outras inovações se fizeram necessárias para que a narrativa convivesse e atuasse com a Pandemia, a exemplo da tecnologia na produção (os atores gravaram diversas cenas separados por placas de acrílico, em poucas locações externas, com cenários fixos); e a proteção nos bastidores (atores ganharam camarins individuais e

faziam sua própria maquiagem e cabelo), além de detalhes no cenário, que foram opções estéticas pouco usuais, tanto na dimensão verbal, quanto na visual (ROSE, 2002).

Pensado no contexto espacial e temporal de produção da telenovela, como um documento histórico de seu tempo (MOTTER, 2001), é possível dizer que há aqui um duplo efeito de inovação condicionado à conjuntura pandêmica: ineditismo da suspensão da obra e ineditismo da retomada dos novos capítulos. Além disso, como ato de inovação, pode-se dizer que os protocolos sanitários demandados na retomada explicitam como a criação relativa se manifesta no todo da obra: foi necessária a renovação dos métodos de gravação, de configuração do cenário e, principalmente, de atuação. Logo, em termos amplos, vê-se que a inovação substancial atinge seu grau máximo em *Amor de Mãe* pelos atos e efeitos de inovação (tanto pela via da materialização do processo da inovação, quanto pela via da visualização do produto inovador).

A própria ideia de geração de novos procedimentos cênicos e performáticos, com o uso do distanciamento (por exemplo, na cena representada na figura 6, abaixo) ou a separação por meio de placas de acrílico delimita como *Amor de Mãe* deu mostras de que a experimentação e a criatividade humana precisaram ser colocadas em ação pela situação adversa. Situação esta que, vale destacar, também caminha pela adulteração da rotina de trabalho, uma vez que para fins de ajustamento à nova realidade, foi possível produzir outra forma de se fazer telenovela. Assim, ao deteriorar (ainda que pontualmente) o *modus operandi* e o *modus faciendi*, algo novo surge em cena (e nos bastidores) em relação ao seu estado anteriormente pleno (ROSSETTI, 2013).

Figura 6 – Personagem Lurdes num cenário urbano vazio evidencia estratégia narrativa para representar a personagem Pandemia





Fonte: *Amor de Mãe* (2019-2021).

Ainda pela via trazida por Rossetti (2013), a Pandemia, seja como uma personagem quase etérea (Figura 6) que interage com as personagens, seja como um tema transversal que irrompe no roteiro da 2ª fase, produz, em instâncias distintas, dois efeitos de inovação: 1º) o ineditismo na inclusão do tema que, transversalmente, contamina todos os núcleos que compõem a obra, atingindo os personagens em intensidades socialmente desequilibradas (a questão de classe dá-se a ver de maneira límpida nessa distinção); e 2º) a originalidade na abordagem da Pandemia como uma temática que, para além da visão documental, histórica e como registro de memória do tempo-presente que o mundo (e o Brasil, em específico) viveu, pode ser vista também como uma personagem que criou conflitos, produziu conjunturas dramáticas específicas no relato ficcional e, acima de tudo, foi o palco mais verossímil possível para acompanhar a trama naturalista-realista das três mães protagonistas de *Amor de Mãe*.

Finalmente, se olharmos para a Pandemia pelas terminologias do residual, dominante, emergente (WILLIAMS, 1979), ficará evidente que este tema transversal surge como uma emergência preliminar que tinha tudo para ser alternativa ou mesmo opositória ao regime de produção teledramatúrgico posto que é um tipo de ruptura inesperada e sem controle humano imediato. Entretanto, muito rapidamente as rotinas de trabalho (involucradas em variados locis que caminham da (re)construção do roteiro à atuação dos atores reajustada aos novos desafios frente à demarcação rígida de interação corporal) apreendem para si a Pandemia não mais como adversidade, mas como oportunidade peremptória de criação (e, portanto, cooptada às lógicas do dominante). Logo, como o próprio

Williams (1979, p. 127) explicita: “Na medida em que surge [a emergência preliminar], e especialmente na medida em que é antes opo-
sicional do que alternativa, o processo de tentativa de incorporação,
tem início, significativamente”. Mesmo a expressão “novo normal”,
largamente utilizada no período pandêmico, sintetiza como o novo
pode ser normalizado, ou seja, como uma emergência preliminar
rapidamente é ressignificada, deglutida e reapresentada pelas ins-
tâncias de dominação a partir de “novas” roupagens que, em seu
interior, nada mais carregam que os mesmos conteúdos e modos de
narração hegemônicos de outrora.

Considerações finais

No processo de análise das “tensões” entre inovação e tra-
dição, ou seja, entre os movimentos do dominante cultural (o me-
lodrama) e as emergências preliminares (WILLIAMS, 1979) que
apontam para processos de inovação substancial (ROSSETI, 2013),
constatamos que a personagem *Pandemia*, tanto quanto a temática
transversal da Covid-19, foram mobilizadoras de fluxos de inovação
na narrativa. Uma inovação mobilizada, como dito, pelo contexto
extratrama, mas que, num leque enorme de possibilidades narra-
tivas, foi construída em *Amor de Mãe* a partir de um jogo ainda mais
intenso entre ficção e realidade. A telenovela brasileira das 21h já
se propõe, como dito, a esse viés naturalista, que a diferencia de
outras telenovelas latino-americanas. Em *Amor de Mãe*, porém, esse
movimento vai além de um merchandising social ou de uma veros-
similhança dentro do texto e para além dele. Foi necessário, entre
outros aspectos, adequar até mesmo os recursos de produção, in-
dispensáveis para viabilizar a continuidade da novela.

A incorporação de signos visuais e da linguagem verbal que
denotam comportamentos reconhecidos pelo público para evitar
a propagação do vírus reforça, ao longo de toda a 2ª fase, o com-
promisso da novela de estabelecer uma relação com a realidade
da população brasileira e gerar identificação entre a narrativa, os
personagens e a audiência. Apenas para citar um exemplo desse
compromisso, na 2ª fase, nas cenas em que há a presença da perso-
nagem Lurdes, a máscara, ou a menção a ela, aparece 27 vezes. Tam-
bém aqui podemos entender como inovação o que consideramos
como fazer da pandemia uma personagem. Um signo verbo-visual
(ROSE, 2002) que demarca o tema da pandemia e fala diretamente

com o espectador, mas também uma referência a essa personagem “fantasmagórica”, a pandemia, que atravessou o cotidiano ficcional e da realidade, evocando medos, anseios, dúvidas e vários equívocos, inclusive na narrativa.

Mesmo considerando que no período em que a Rede Globo retomou as gravações de *Amor de Mãe*, as informações a respeito da transmissão do vírus ainda não estavam tão claras para órgãos sanitários e da saúde, o uso incorreto, por exemplo, da máscara entre personagens da trama pode ter relação com os aspectos de produção. As expressões dos atores e atrizes são fundamentais para transmitir ao público as emoções da cena e reforçar os sentimentos dos personagens durante os diálogos e, ao usar a máscara, parte dessa expressão desaparece.

Após a retomada da novela, outras cenas podem ter relação com as necessidades de produção durante a pandemia, como, por exemplo, durante os 10 capítulos em que a protagonista Lurdes fica isolada em um cativado, interagindo apenas com Thelma, que a sequestrou. Embora a situação do sequestro ganhe sentido na história quando Thelma explica que Lurdes será solta após a sua morte, o longo período em que Lurdes fica afastada dos demais núcleos da novela causou estranheza e comentários por parte da audiência. Também aqui, embora haja evidência de um dominante cultural do melodrama (em termos temáticos), há vislumbres de emergência preliminar que podem ser considerados como aspectos de inovação, inclusive em termos estéticos, pela construção das cenas, que embora não sejam foco dessa análise, constituem um elemento importante a ser discutido posteriormente, pois retiram a narrativa da telenovela do ambiente doméstico, onde ela frequentemente ocorre e a levam para um contexto de cenas em plano aberto, com cenários que evidenciam o isolamento simbólico em que os espectadores se encontravam naquele momento.

Esses aspectos, e vários outros explicitados na análise reforçam que a inovação substancial (tanto em atos de inovação, quanto em efeitos de inovação) se dá a ver de forma mais vital no modo de produção, isto é, no fazer teledramatúrgico (em termos de conteúdo narrativo que utiliza a pandemia como elemento transversal e, igualmente, também na maneira como as rotinas de trabalho precisaram de experimentação e renovação para gerar novas formas de produção).

Assim, é possível afirmar que, estilisticamente e no campo das dimensões verbo-visuais (ROSE, 2002), notam-se atos e efeitos de inovação substancial. Todavia, pela ótica estrutural e es-

truturante da narrativa melodramática que compõe o percurso ficcional das personagens e o arco dramático da trama, vislumbra-se uma modesta tentativa de inovação pela fugaz emergência preliminar que intentou, por exemplo, desvincular as três protagonistas do binômio amada-héroi ou mesmo da busca e acesso ao amor romântico como sua única finalidade, aspecto que destacamos no primeiro movimento analítico, a partir da perspectiva dos arquétipos propostos por Oroz (1999) e Iturri (2019) e que, embora não ressaltados neste capítulo, mobilizaram toda a análise seguinte e, portanto, consideramos importante destacar aqui as principais constatações dessa análise em sua relação com os operadores teórico-metodológicos. Sobre esse aspecto, também expressa um tipo de experimentação o movimento teórico-metodológico (e o desafio) de adjunção entre Williams (1979) e Rosseti (2013). Nesse sentido, podemos afirmar que também esse movimento explicita um tipo de inovação substancial (quase metalinguisticamente) aplicado à pesquisa. Esse desafio metodológico também se instaurou em um cenário no qual os métodos recorrentes para a análise do objeto telenovela provêm de campos como cinema e narratologia literária (ou seja, um tipo de campo quase hegemônico no que concerne aos empréstimos e adaptações do ferramental analítico). Nossa experimentação intenta instaurar, modestamente, uma forma inovadora de trabalho que se delineia (metalinguisticamente) como um tipo de emergência preliminar.

Por fim, consideramos importante fazer uma breve reflexão sobre a autora da narrativa, ainda que este aspecto não tenha sido foco da análise empreendida. Trata-se de uma mulher escrevendo sobre mulheres⁴, uma escrita feminina que altera essa escrita. Em síntese, essa é a defesa da epistemologia feminista, cujos materiais simbólicos que lhes são disponíveis vão tecendo narrativas coerentes com sua própria identidade. É possível que, a seu modo, com todos os altos e baixos de *Amor de Mãe* e todas as variáveis que envolvem um produto da indústria cultural novela, Manuela Dias tenha pincelado a possibilidade de, com nuances de outra linguagem, ou na produção de um contradiscurso, conceber um outro sujeito universal: a mulher (RAGO, 1998). Trata-se de um gancho, porém, para um próximo capítulo.

4 No período de 2001 a 2021, foram exibidas na Globo 28 novelas no horário das 21h. Dessas, apenas sete tiveram autoras mulheres (Glória Perez: *O Clone*, 2001; *América*, 2005; *Caminho das Índias*, 2009; *Salve Jorge*, 2012; *A Força do Querer*, 2017; Adelaide Amaral/Vicent Villari: *A Lei do Amor*, 2016; Manuela Dias: *Amor de Mãe*, 2019-2021).

Referências

AMOR de Mãe. Autoria de Manuela Dias. Direção de Luiz Villarim. Rio de Janeiro: TV Globo, 2019-2021. son., color., telev.

BENJAMIN, Walter. O narrador. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura.** 2. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1986. (Obras Escolhidas, v. 1).

BITTENCOURT, C. Manuela Dias se irrita com as críticas sobre Amor de Mãe. **Metrópoles**, 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/o-melhor-da-tv/manuela-dias-se-irrita-com-as-criticas-sobre-amor-de-mae>. Acesso em: 12/09/2021.

ITURRI, G. C. **Representaciones de género y melodrama televisivo en el Perú: una mirada al siglo XXI.** 2019. Tese (Doutorado em Sociologia) – Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Disponível em: <encurtador.com.br/jNOY4>. Acesso em: 23 fev. 2020.

LEAL, O. **A leitura social da novela das oito.** Petrópolis: Vozes, 1986.

LOPES, M. I. V. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 21-47, ago./dez. 2009.

MAPA da covid-19: siga em TEMPO REAL o número de casos e mortes por covid-19 no mundo. **Opera Mundi**, 2021. Disponível em: <https://operamundi.uol.com.br/coronavirus/63574/mapa-da-covid-19-siga-em-tempo-real-o-numero-de-casos-e-mortes-por-covid-19-no-mundo>. Acesso em: 15/09/2021.

BARROS, C. K.; CASTRO, B. M.; FERREIRA, G. C. Arquétipos femininos e maternidade na telenovela brasileira: Uma análise das protagonistas de Amor De Mãe. IN: 44º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - **INTERCOM**, 2021, Recife. Anais... São Paulo: Intercom, 2021. [no prelo]

MEDIA briefing on Covid-19. **Periscope TV**, 2019. Disponível em: <https://www.pscp.tv/w/1djxXQkqApVKZ>. Acesso em: 12/09/2021.

MORTES e casos de coronavírus nos estados. **G1**, 2021. Disponível em: <https://especiais.g1.globo.com/bemestar/coronavirus/estados-brasil-mortes-casos-media-movel/>. Acesso em: 15/09/2021.

MOTTER, M. L. A telenovela: documento histórico e lugar de memória. **Revista USP**, São Paulo, n. 48, p. 74-87, 2001.

OROZ, S. **Melodrama**: o cinema de lágrimas da América Latina. Rio de Janeiro: Funarte, 1999.

RAGO, M. Epistemologia feminista, gênero e história. In: Pedro, J; GROSSI, M. (org.)-**Masculino, feminino, plural**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 1998.

RETORNO de ‘Amor de Mãe’ conta com narração exclusiva de protagonistas e emociona elenco e web; confira os comentários! **GSHOW**, 2021. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/amor-de-mae/noticia/retorno-de-amor-de-mae-counta-com-narracao-exclusiva-de-protagonistas-e-emociona-elenco-e-web-confira-os-comentarios.ghtml>. Acesso em: 12/09/2021.

ROSE, D. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, Martin W; GASKELL, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: manual prático. Petrópolis: Vozes 2002, p. 343-364.

ROSSETTI, R. Categorias de inovação para os estudos em Comunicação. **Comunicação & Inovação**, São Paulo, v. 14, n. 27, p. 63-72, 2013. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/2262/1430. Acesso em: 26 maio 2020.

WILLIAMS, R. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1979.

SEGUNDA PARTE

Narrativas ficcionais em plataformas de streaming

Criatividade e inovação na produção de séries televisivas brasileiras durante a pandemia de Covid-19

Maria Immacolata Vassallo de Lopes (coord.)
Maria Amélia Paiva Abrão (vice coord.)

Aianne Amado
Andreza Almeida Santos
Juliana Malacarne
Leonardo de Sá Fernandes
Mariana Lima
Tissiana Pereira

Introdução

A pandemia de Covid-19 desencadeou transformações no cotidiano do planeta. Não foi diferente com a indústria audiovisual brasileira, que precisou lidar com o novo contexto social. Nesse período, coube aos produtores a inevitável e rápida concepção de *novos modos de fazer*, levando a profundas alterações nas dinâmicas de produção, circulação e consumo do audiovisual no país.

Se, por um lado, as gravações foram paralisadas para respeitar as medidas sanitárias, por outro, observamos ações de resistência e de criatividade dos trabalhadores do setor para continuar produzindo obras de qualidade. Algumas consequências desse processo foram a aceleração do desenvolvimento de novos serviços e/ou produtos de *video on demand* (VoD) e a remodelagem de formas de produção e veiculação – ainda que, muitas vezes, utilizando parques recursos humanos e materiais.

O mercado de *streaming* já se encontrava em crescimento, tendência acentuada durante a pandemia. Inicialmente, o isolamento social foi a medida protetiva mais recomendada por agentes de saúde e veículos midiáticos no Brasil. Seguindo as orientações, a população manteve-se por mais tempo no ambiente doméstico, o que impactou no crescimento de assinantes de plataformas de *streaming*.¹ Outro fator relevante para o crescimento de VoD foi o aumento de 16% do mercado de *smart TV* durante a pandemia². No primeiro semestre de 2020, o Globoplay³ obteve um aumento de 145%⁴ no número de assinantes, superando as plataformas Netflix e Amazon Prime em número de usuários únicos⁵.

No início de 2020, sets de gravação de grandes estúdios foram paralisados. A TV Globo suspendeu as gravações das telenovelas *Amor de Mãe* (2019) e *Salve-se Quem Puder* (2020), que eram transmitidas simultaneamente na TV aberta e no Globoplay. A fim de fornecer novos produtos nesse período, o Globoplay lançou o projeto de 50 telenovelas chamadas clássicas, inserindo-as na plataforma a cada 15 dias. Além disso, ao longo do ano de 2020, disponibilizou 25 novas minisséries, séries e/ou novas temporadas.

Dado esse significativo número de títulos, consideramos relevante analisar operações de criatividade e inovação nos âmbitos da produção e distribuição dessa plataforma. A partir de uma noção de economia criativa ancorada nas ideias de inovação, empreendedorismo e soluções tecnológicas (GUILHERME, 2017; HOWKINS, 2011; HARTLEY, 2005), analisamos um conjunto de obras produzidas, coproduzidas e exibidas pela Globo, com ênfase no Globoplay, em 2020 e 2021.

Em um contexto de transformação acelerado pela pandemia, em que a sociedade se torna cibernética e os meios digitais sobrepujam os orgânicos (PRECIADO, 2020), é especialmente pertinente avaliar as produções de *streaming* nesse período. Portanto, nosso objetivo foi compreender como a pandemia vem afetando a produção de *streaming* no Brasil, especificamente do Globoplay, no que diz respeito à produção e lançamento de séries televisivas durante o período pandêmico de 2020 e o primeiro semestre de 2021.

1 Ver Silva, 2021.

2 Ver Rosa, 2021.

3 Em função das 10 produções mais vistas no país no ano de 2020, relatadas no capítulo do Brasil no Anuário Obitel 2021 (LOPES et al., 2021), serem exclusivamente da Globo, optamos por eleger as produções dessa emissora para análise.

4 Ver Silva, 2021.

5 Ver Lucas, Vaquer, 2020.

1 Criatividade, inovação e pandemia

Ao gerar crises e incertezas, a pandemia jogou luz sobre as insuficiências do sistema. O desdobramento incontrolável da mundialização técnico-econômica, somado à degradação da biosfera e das sociedades (MORIN, 2020), dá origem a catástrofes em cadeia, como a que testemunhamos na atualidade, e aponta para o perigo de uma regressão generalizada – crise da democracia, notícias falsas, regimes neoautoritários, retomadas nacionalistas, e outros. Não sem motivo, o autor acredita que o restabelecimento do desenvolvimento político e econômico passa por uma nova via – política, ecológica, econômica e social.

No cenário brasileiro, a catástrofe humanitária deve-se à gestão adversa da pandemia pelo atual governo federal, a que Satisfatle (2020) denominou de “estado suicidário”. Nesse panorama, o audiovisual brasileiro enfrenta, como principais entraves, a falta de recursos e de investimentos, agravadas ainda pelos riscos de contágio pelo vírus⁶.

A pandemia opera como catalisadora de processos criativos e inovadores, especialmente na produção de ficção seriada nacional, que precisou alterar suas lógicas de produção (MARTÍN-BARBERO, 2009) para criar formas de desenvolver e veicular seus produtos. Pereira (1999), inclusive, pensa a criatividade como um fenômeno social atrelado a um momento histórico e a condições econômicas, materiais, sociais e culturais do contexto em questão. A criatividade é compreendida como motor para o desenvolvimento por perpassar setores que vão desde os mais tradicionais – música, circo, dança e artes visuais – até os ligados à informação e tecnologias de comunicação – jogos digitais, animação e desenvolvimento de softwares. Ainda é um desafio para a pesquisa pensar as convergências possíveis entre mercado, economia e cultura que permitam impactar positivamente o desenvolvimento científico, tecnológico e social. Assim, a criatividade surge como um objeto transdisciplinar e multicultural no panorama atual.

No início do século, populariza-se o uso do termo “economia criativa” para referir a “um conjunto de atividades econômicas ligadas às artes, à cultura, às novas mídias e à criatividade em ge-

6 De acordo com a pesquisa da Fundação Getúlio Vargas “Conjuntura do Setor de Economia Criativa - Efeitos da Crise da Covid-19”, mais de 80% das empresas tiveram queda no faturamento desde março de 2020, sendo que 42% tiveram seus projetos cancelados e sem perspectiva de retorno das atividades.

ral” (SERRA; FERNANDEZ, 2014, p. 357), que leva ao surgimento das “indústrias criativas”. Tais designações geraram certa controvérsia entre intelectuais da área, que questionaram as “sutilezas semânticas” presentes na substituição de “cultural” para “criativa”, conforme assinalam, por exemplo, Bolaño, Lopes e Santos (2016), atingindo inclusive o Ministério da Cultura.

Diante das ambiguidades, optamos por dividir o termo criatividade em dois eixos: a criatividade ligada à “indústria” e a criatividade ligada à “cultura”. No primeiro eixo, o termo vem associado ao conceito de inovação que, por sua vez, “aparece, quase sempre, ligado ao processo de transformar ideias em algo útil e que tenha valor econômico” (WECHSLER, 2011, p. 33) e, conseqüentemente, atrelado a um impacto financeiro e social. Esse processo ainda se associa à descoberta de novas tecnologias, e gera novas formas. Já no eixo da cultura, a criatividade se liga à originalidade do produto em si, à liberdade artística e autoral do criador que deriva de sua imaginação, fantasia e inspiração, além de ser fonte de novas formas de *ritualidades, socialidades e tecnicidades* (MARTÍN-BARBERO, 2009).

Historicamente, há tensão entre os dois eixos, sobretudo por parte dos agentes culturais, pela possibilidade de comprometer as liberdades artísticas com o atravessamento de questões do mercado de bens simbólicos. Nesse sentido, a literatura clássica sobre o tema (HOWKINS, 2011; HARTLEY, 2005) destaca a necessidade de se compreender como a relação economia/criatividade se funda na articulação entre produção, circulação e consumo de bens culturais.

No Brasil, o setor audiovisual e a ficção televisiva correspondem não só ao principal veículo de cultura e de desenvolvimento no país, uma vez que esta é caracterizada como *narrativa da nação* (LOPES, 2009), e aquele como importante fração do PIB nacional, movimentando cerca de R\$ 26 bilhões por ano⁷. Na atuação do setor audiovisual durante a pandemia, os eixos se cruzam de maneira ainda mais intrínseca: pelo lado da “indústria”, foi necessário que seus profissionais *invassem* em busca de soluções tecnológicas para as dificuldades impostas em todas as etapas de criação; e, no eixo cultural, foi preciso que os criadores se *inspirassem* no mundo da vida, como postula Habermas (2012), a fim de que os produtos refletissem a realidade vivida pelas audiências, transmitindo mensagens informativas, esperançosas, alarmistas etc.

7 Ver Ancine, 2019.

2 Estratégia metodológica

O audiovisual é um amálgama complexo de imagens, sentidos, composição de cenas e técnicas (ROSE, 2008). Cientes, portanto, de que a escolha do *corpus* de análise é um passo importante para a compreensão desse meio múltiplo, nos debruçamos sobre os modos e formas como a pandemia foi tratada em um conjunto de obras seriadas, com seus desdobramentos narrativos – a fim de destacar o papel da criatividade e da inovação na sua produção.

Elegemos como *corpus* de análise cinco produções, todas da Globo: *Diário de um Confinado* – 1ª temporada (04/07 a 25/07/2020); *Amor e Sorte* (08/09 a 29/09/2020); *Gilda, Lúcia e o Bode* (25/12/2020)⁸; *Sob Pressão - Plantão Covid* (06/10 e 13/10/2020) e *Sessão de Terapia* – 5ª temporada (04/06 a 09/07/2021). Com base na teoria de gêneros narrativos, classificamos as séries em dois eixos: (1) HUMOR: *Diário de um Confinado*, *Amor e Sorte* e *Gilda, Lúcia e o Bode*; (2) DRAMA: *Sessão de Terapia* e *Sob Pressão - Plantão Covid*.

Pudemos, assim, fazer as primeiras aproximações e vislumbrar particularidades existentes entre esses dois gêneros em retratar a pandemia – o que inclui a caracterização das personagens, as temáticas abordadas e elementos de dramatização, imagem e sonografia. A partir dos eixos mencionados, outras categorias de análise foram criadas para investigar o conteúdo das narrativas, conforme os Quadros 1 e 2.

Quadro 1 - Categorias de análise

Gênero	Títulos das Séries	Produção/Co-produção	Temporada	Número Episódios	Duração	Tema Central
Humor	Diário de um Confinado	Globo	Primeira e Segunda	12 e 17	Entre 10 e 15 min	Isolamento social
	Amor e Sorte	Globo e Conspiração Filmes	Primeira	4	Entre 20 a 45 min	Convívio familiar em tempos de isolamento social
	Lúcia, Gilda e o Bode	Globo e Conspiração Filmes	Especial	1	50 min	Convívio entre mãe e filha durante o período de <i>lockdown</i>

8 Tratou-se de um episódio estendido de *Amor e Sorte*, no formato de “Especial de Natal”.

Drama	Sob Pressão – Plantão Covid	Globo e Conspiração Filmes	Especial	2	45 min	Crise em um hospital de campanha
	Sessão Terapia	Globoplay e Moonshot Pictures	Quinta	35	25 min	Questões pessoais amplificadas na pandemia

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 2 - Categorias de análise

Gênero	Títulos das Series	Covid-19	Marcadores Temporais e de Consumo	Personagens Analisadas
Humor	Diário de um Confinado	Globo	Máscaras, álcool em gel, videochamadas	Murilo
	Amor e Sorte	Globo e Conspiração Filmes	Home office, álcool em gel, máscaras, videochamadas	Lúcia, Gilda, Tábata, Caio, Cadu, Clara, Francisco, Teresa e Manoel
	Lúcia, Gilda e o Bode	Globo e Conspiração Filmes	Desemprego e crise econômica	Lúcia e Gilda
Drama	Sob Pressão – Plantão Covid	Globo e Conspiração Filmes	Hospital de campanha, equipamentos de EPI's	Carolina, Evandro, Marisa e Mauro
	Sessão Terapia	Globoplay e Moonshot Pictures	Máscaras, álcool em gel, videochamadas	Manu, Tony, Lídia, Giovana e Caio

Fonte: Elaboração própria.

3 Narrativas pandêmicas: séries de humor e drama

Para Aristóteles (1449a), a inclinação para as artes miméticas é própria à natureza humana. Comédia e tragédia são, em sua *Poética*, imitações de narrativas imaginadas e, portanto, universais (em oposição à História, real e particular), permitindo mais fácil identificação. O filósofo entende a comédia como “imitação de homens

inferiores”, distantes dos heróis epopeicos – ou seja, o homem ordinário. Deste, a comédia enfatiza suas características ridículas, sua mediocridade e suas imperfeições: “O ridículo é apenas certo defeito, torpeza anódina e inocente [indolor e não destrutiva]; que bem o demonstra, por exemplo, a máscara cômica, que, sendo feia e disforme, não tem [expressão de] dor” (ARISTÓTELES, 1979, 1449a, p. 32). Ao contrário da tragédia, que busca a catarse, a comédia busca o riso e o prazer, terminando sempre em finais felizes.

3.1 O humor pandêmico: *Diário de um Confinado* e *Amor e Sorte*

O debate sobre o humor é marcado por cruzamentos interdisciplinares, por vezes inusitados, que trazem à baila a amplitude e complexidade próprias do tema (SALIBA, 2017). De abordagens neurológicas, evolucionistas e cognitivas às psicológicas, históricas e sociais, surge um emaranhado de teorias e vertentes que desvelam a amplitude do universo humorístico. Não sem motivo, Saliba (2017) considera que o próprio termo *humor* sofre da síndrome dos vocábulos “guarda-chuvas”, que reúnem uma infinidade de fenômenos – ora distintos, ora homogêneos.

Diante da complexidade do tema e do cuidado que o seu tratamento requer, não pretendemos aqui estabelecer uma discussão conceitual do termo. Interessa-nos especificamente desvelar o papel do humor no fronteiroço entrelaçamento entre a ficção e a realidade.

3.1.1 *Diário de um Confinado*

Diário de um Confinado (2020)⁹ é uma série de comédia de curta duração produzida pela Globo em 2020, sendo a primeira produção nacional realizada de modo remoto, e trazendo como temática o confinamento em tempos pandêmicos. Dividida em duas temporadas, a série conta a história de Murilo (Bruno Mazzeo), um homem de classe média na faixa de quarenta anos que vive sozinho e precisa lidar com os desafios da quarentena. Em cada episódio, o solteirão narra seu dia a dia durante o isolamento, mostrando como se adapta a esse contexto.

9 *Diário de um Confinado*. A autoria de Bruno Mazzeo. Direção de Joana Jabace. Rio de Janeiro: TV Globo, 2020.

A série foi inicialmente disponibilizada no Globoplay e, posteriormente, os quatro primeiros episódios foram veiculados na TV Globo. Além disso, *Diário de um Confinado* foi exibido nos canais Multishow e GNT.

O imbricamento entre TV aberta, TV paga e *streaming* é um fenômeno observado pelo Obitel já há alguns anos, e tem sido apontado como uma tendência adotada principalmente pela Globo (LOPES *et al.*, 2020). Em *Diário de um Confinado*, contudo, a consolidação da produção, o consumo em múltiplas plataformas e a busca por diferentes maneiras de captar audiências dispersas entre diferentes telas e dispositivos (LOTZ; LOBATO; THOMAS, 2018) ganham novos ares em função da pandemia. Se, em termos de exibição, a obra seguiu com a estratégia já adotada pela Globo de combinação e diálogo entre diferentes plataformas, soma-se a esse contexto a necessidade de investimento e experimentação de novas formas de produção de conteúdo que levem em conta o cenário de isolamento social.

Nesse contexto, a série contou com a montagem de uma equipe multidisciplinar que, desde a pré-produção até a pós-produção, concentrou todo o trabalho à distância¹⁰. Os atores convidados aparecem em videochamadas, sendo também os responsáveis pela captação das cenas, com o uso de um kit de gravação enviado pelos produtores.

Murilo, o riso e a pandemia

No caso de Murilo, o enredo mescla a autobiografia do ator em quarentena, com direito a neuroses e paranoias. Narrado como crônica, por vezes a personagem olha diretamente para a câmera, como se olhasse para o espectador, o que remete a um clima de proximidade que dilui as fronteiras entre emissores e receptores.

É a partir de Murilo que se desdobram os temas relacionados à pandemia. O estranhamento do uso da máscara, o drama para pedir uma pizza por telefone ou até para ir ao mercado remetem ao momento inicial da pandemia, marcado por muitas incertezas, excesso de informações e de *fake news*.

Ao longo das cenas, o exagero traz o riso – como acontece quando Murilo come uma pizza com álcool gel, ou quando lava frutas durante o banho para não fugir da nova rotina do confinamento.

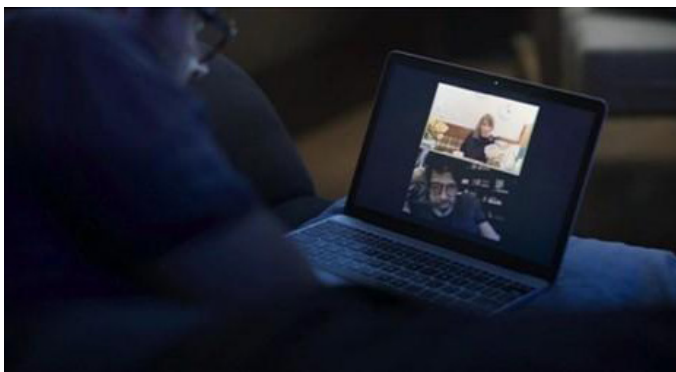
¹⁰ Ver TelaViva, 2020.

Longe de narrar a pandemia de modo superficial, contudo, a série utiliza do humor para levantar temas importantes, como saúde mental em períodos de crise.

Da terapia, passando pelos encontros com os amigos, a consulta médica, até as conversas com a mãe, Murilo encontra na internet o meio de contornar o isolamento. Nesse cenário, muitas de suas relações se estreitam virtualmente. As mídias digitais reconfiguraram a maneira como o ser humano entende a si mesmo, seus problemas, limitações e relacionamentos (MARTINO, 2014). Com a pandemia, ficou ainda mais evidente a centralidade das telecomunicações, com destaque para a internet, que se tornou um dos principais meios de comunicação e informação, comércio, trabalho e lazer.

Ao trazer também os pontos negativos da internet, *Diário de um Confinado* aposta em uma narrativa que expõe a ambiguidade e as contradições do ambiente online (HORST; MILLER, 2012), em que a busca excessiva por informações é geradora de neuroses e paranoias. Isso pode ser bem observado quando Murilo passa a ter certeza de que está contaminado, depois de muito ler sobre o assunto nos portais de notícia.

Figura 1 - Murilo em videochamada com a mãe



Fonte: Frame de *Diário de um Confinado* (2020).

A pandemia foi acompanhada de um número expressivo de buscas sobre o tema e pela disseminação de notícias falsas nas redes sociais.¹¹ As *fake news* são introduzidas à trama principalmente através da mãe de Murilo (Figura 1). Nas conversas por vídeo que

¹¹ Ver Queiroz, 2020

tem com o filho, ela cita frequentemente informações recebidas no “grupo do WhatsApp da hidroginástica”. Esse tipo de comportamento reflete o fenômeno em que usuários das redes sociais, ávidos por informações apaziguadoras, aceitam até informações de fontes duvidosas, desde que lhes tragam algum conforto, como assinala Paganotti (2020).

3.1.2 Amor e Sorte

Amor e Sorte (2020)¹² é uma série antológica que também retrata o isolamento social através do humor, exibida semanalmente na Globo e também disponibilizada no Globoplay.

Em quatro episódios, histórias diferentes trazem crônicas sobre relacionamento e confinamento: *Lúcia e Gilda* (Fernanda Montenegro e Fernanda Torres) traz mãe e filha de personalidades opostas, pois enquanto a primeira não se preocupa com os riscos do vírus, a segunda tenta impedir qualquer forma de contágio; *Linha de Raciocínio* mostra a discussão do casal Tábata (Taís Araújo) e Cadu (Lázaro Ramos) sobre a participação ou não em um panelaço à noite; *Territórios* narra o convívio de Clara (Fabiula Nascimento) e Francisco (Emílio Dantas), um ex-casal obrigado a conviver sob o mesmo teto durante a quarentena; e *A Beleza Salvará o Mundo* conta a história de Teresa (Luisa Arraes) e Manoel (Caio Blat), que estão se conhecendo quando se deparam com a implantação do *lockdown* e passam a viver juntos na mesma casa.

Assim como em *Diário de um Confinado*, a série foi produzida com equipes remotas. Os atores gravaram em suas próprias residências – para onde foram enviados equipamentos de produção – e foram dirigidos e assistidos por técnicos via videoconferência.

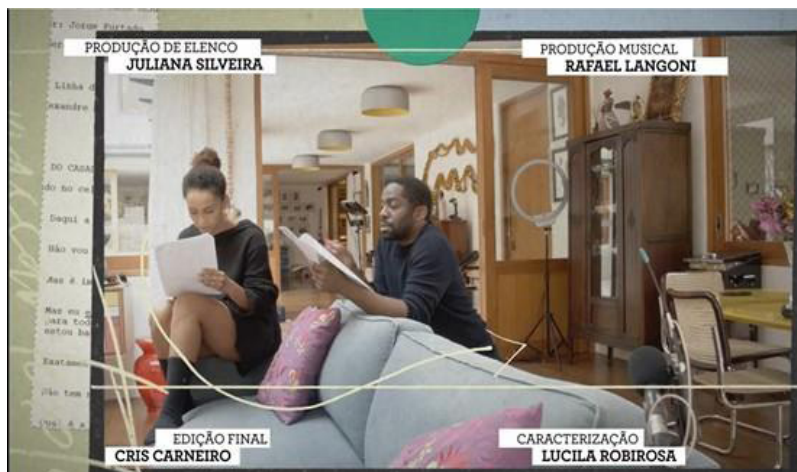
A relação fictícia entre as personagens emerge da vida real dos atores: mãe e filha, e casais efetivos. O receptor é convidado a vislumbrar a rotina das personagens/atores, tanto pela presença em suas casas, utilizadas como cenário, quanto pela proximidade apresentada no *making-of*, exibido na abertura, nos intervalos e no final de cada episódio. É um convite ao imaginário, aproximando os atores dos fãs, mesmo em período de isolamento (Figura 2).

Todavia, essa particularidade implica no protagonismo exclusivo das classes alta ou média alta – o que se percebe pela deco-

¹² *Amor e Sorte*. Autoria de Jorge Furtado. Direção de Patrícia Pedrosa e Andrucha Waddington. Rio de Janeiro: TV Globo, 2020.

ração e pelos cenários amplos. Dessa forma, ainda que a série aborde satiricamente temas comuns ao brasileiro em 2020, ela deixa de lado problemáticas sociais e econômicas, tais como a crise financeira, o medo do desemprego e o auxílio emergencial.

Figura 2 – O casal Tábata e Cadu



Fonte: Frame de *Amor e Sorte* (2020).

3.1.3 Lúcia, Gilda e o Bode (Episódio especial de *Amor e Sorte*)

Lúcia, Gilda e o Bode (2020)¹³ é um “especial de Natal”, coproduzido pela Globo e Conspiração Filmes, que dá continuação à narrativa do episódio *Lúcia e Gilda*. Foi exibida simultaneamente no Globoplay e na TV Globo, e, posteriormente, disponibilizada na plataforma de *streaming*. A produção retoma o relacionamento entre mãe e filha. O especial foi gravado com o auxílio de uma equipe especializada, que utilizou máscaras e respeitou medidas de distanciamento dentro do set¹⁴.

Questões imediatas da pandemia não estão presentes. A narrativa se concentra em discussões sobre possíveis implicações em um cenário pós-pandêmico, como a crise econômica. Após ser

13 *Lúcia, Gilda e o Bode*. Autoria de Antônio Prata, Fernanda Torres, Jorge Furtado. Direção de Andrucha Waddington. Rio de Janeiro: TV Globo, 2020.

14 Tela Viva, 2020.

demitida, Lúcia enfrenta dificuldades para manter o padrão de vida que tinha com a mãe antes do surgimento da Covid-19. A falta de dinheiro intensifica as diferenças ideológicas entre mãe e filha, o que alimenta a dinâmica da maioria das cenas. No fim, a trama termina com um abraço entre ambas, selando que, através do afeto, mesmo vivendo em crise e polarização, é possível construir o diálogo e superar os novos desafios no “retorno à vida normal” (Figura 3).

Figura 3 - Lúcia e Gilda saudando o futuro



Fonte: Frame de Lúcia, Gilda e o Bode (2020).

As séries aqui descritas são exemplos empíricos de como a comédia foi utilizada durante o período histórico da pandemia. Todos as personagens retratadas, apesar da classe social particular, são tipos comuns, com problemas e pensamentos médios da sociedade brasileira. Os temas tratados são igualmente cotidianos e banais, do período de isolamento e de crise sanitária que movem as obras, em chave de humor. As narrativas tiveram que exagerar os medos e defeitos das personagens, tornando-as falhas e, como previu Aristóteles, ridículos.

3.2 O drama pandêmico: *Sob Pressão - Plantão Covid e Sessão de terapia*

O drama clássico é definido como um “acontecimento inter-humano”, mediado pela presença absoluta do diálogo e pelo tempo presente (SARRAZAC, 2012). Se, por um lado, está amparado na definição aristotélica de mimese trágica, por outro, o drama moderno é atravessado pela história e pela narração (SZONDI, 2011). No drama (“ação”, em grego), o que está em jogo é o embate ético entre as escolhas possíveis das personagens e suas consequências, acarretando o desenlace para a trama e promovendo a catarse do público. As situações dramáticas surgem do conflito entre as subjetividades das personagens (razão e emoção) ou entre a personagem e o mundo exterior.

No drama televisivo, é o diálogo entre a ficção seriada e o cotidiano que modela a estrutura narrativa, de modo a estimular as emoções do receptor. O drama hospitalar, por exemplo, abarca questões sociais a partir de conflitos na área da saúde (CREEBER, 2015).

A pandemia carrega por si só uma forte carga dramática, já que submete todos a um constante embate entre desejos e possibilidades concretas de realização, limitadas pela iminência e espalhamento do vírus. Nas séries em análise, o que verificamos sobre o drama pandêmico é que este se concentra no contexto social e nos conflitos éticos, sem, contudo, necessariamente apresentar um desfecho catártico das situações. Em outros termos, a ficção televisiva brasileira há muito superou os dualismos que primaram em seus inícios. As tramas e subtramas passaram a ser narradas em estilo naturalista, com base em nuanceamentos e complexidades do caráter das personagens, cada vez mais próximos das experiências de vida. Uma ficção naturalista?

3.2.1 *Sob Pressão - Plantão Covid*

Sob Pressão (2017-atual)¹⁵ é um drama hospitalar e *Sob Pressão - Plantão Covid*¹⁶ é um especial, em dois episódios, que tratou especificamente da pandemia. Apresentou um hospital de campanha cenográfico, mas os equipamentos de proteção utilizados e os pro-

15 Criação de Jorge Furtado, em coautoria com outros roteiristas, é uma coprodução Globo e Conspiração Filmes, lançada em 2017, está na quarta temporada.

16 *Sob Pressão - Plantão Covid*. Autoria de Lucas Paraizo e Marcio Maranhão. Rio de Janeiro: Globoplay, 2020.

cedimentos adotados pelas personagens foram os mesmos encontrados nos hospitais brasileiros. Histórias pessoais e de pacientes conferem verossimilhança à narrativa, que buscou retratar a luta dos profissionais da saúde contra o tempo, o vírus desconhecido e o descaso do poder público (Figura 4).

Figura 4 - Carolina em videochamada após horas de atendimento



Fonte: Frame de *Sob Pressão* (2017-atual).

A humanização da saúde torna-se tema de fundo e pulsante em todas as temporadas de *Sob Pressão*, por onde as emoções são ativadas, seja nas personagens, seja nos receptores. Esse tema é ressaltado a partir dos protagonistas Carolina (Marjorie Estiano) e Evandro (Julio Andrade). No especial *Plantão Covid*, esse tema se sobressai ao destacarem os cuidados dos profissionais da saúde com os pacientes, isolados no hospital, e com os familiares que ficam desesperados à espera de notícias. Dentre várias cenas, destacamos uma com a enfermeira Marisa (Roberta Rodrigues), que mantém um contato diário com a esposa de um dos pacientes internados (Figura 5).

Figura 5 - Marisa com paciente que venceu a Covid-19



Fonte: Frame de *Sob Pressão* (2017-atual).

O risco permanente dos profissionais de saúde é delineado através da contaminação do médico Evandro, marido de Carolina, que vive o drama de cuidar dos pacientes e vivenciar os estágios da doença do esposo que, entubado, fica entre a vida e a morte.

A série promove discussões sobre o uso de máscaras, aborda a necessidade de distanciamento social e demonstra novos modos de cumprimentar e de viver em isolamento, como o contato via dispositivos móveis com parentes e amigos. Ao abordar um tema latente na sociedade brasileira, trazendo elementos do cotidiano atual, *Sob Pressão - Plantão Covid* cria uma experiência educacional com o receptor da narrativa.

3.2.2 Sessão de Terapia

Sessão de Terapia (2012-atual)¹⁷ é uma produção do Globoplay em parceria com a Moonshot Pictures, que está na quinta temporada.¹⁸ Por ter que seguir protocolos sanitários, esta temporada teve sua estratégia de lançamento modificada, não sendo disponibilizada na íntegra pelo Globoplay, mas em sucessivas entregas.

¹⁷ *Sessão de Terapia*, adaptação da série israelense *Betipul*. Autoria de Jaqueline Vargas, que é também psicanalista, com outros roteiristas. Quinta temporada: direção de Selton Mello.

¹⁸ Ver Rodrigues, 2020.

A série se desenvolve dentro da própria sessão de terapia em episódios semanais de cerca de 25 minutos. A originalidade do formato é o atendimento de um mesmo paciente no mesmo dia da semana. Apesar de reproduzir uma estrutura dramática clássica (SZONDI, 2011), com personagens díspares dialogando em um ambiente fechado, a série inova alguns pressupostos dramáticos, já que sua dramaturgia reproduz aquilo que Sarrazac (2012) chama de “conversação”, que “passa por desorganizada, receptiva às falas anódinas ou destituídas de intenções precisas [...]”. A conversação tende a esvaziar a fala de seu conteúdo, a torná-la alheia ao status e ao devir das personagens: em última instância, ela ameaça as próprias estruturas do drama” (SARRAZAC, 2012, p. 45).

Esta conversação é verificada em muitos momentos – seja na utilização de silêncios ou na reiteração de narrativas que fogem ao presente. A ação dramática é tênue e não implica em catarse, como se espera das tragédias clássicas ou do drama burguês (SZONDI, 2011). Aqui, ao narrar seus problemas, as personagens alcançam percepções e desfazem os nós, sem, contudo, incidir em um grande desenlace. A transformação pela qual passam é sutil e interna. Chama atenção a larga utilização do close, que captura as expressões em seus detalhes mais precisos e nos permite pensar sobre a importância do rosto na compreensão da imagem-movimento (DELEUZE, 1985). Se há transformações em voga nas narrativas destes episódios, ainda que a pandemia esteja assolando “o fora”, estas transformações se dão “no dentro”, e é no rosto das personagens que serão explicitadas.

Para a presente análise, debruçamo-nos sobre os cinco pacientes que protagonizam a quinta temporada, buscando mobilizar os efeitos de sentido que surgem do cruzamento de suas narrativas com o contexto da pandemia.

Manu: às segundas-feiras

Manu (Letícia Colin) é uma estilista com dificuldades em conciliar a maternidade com a profissão. O relacionamento com sua mãe e com sua filha recém-nascida é a grande temática das sessões. É perceptível a relação conturbada com sua própria mãe, que devido ao trabalho como comissária de bordo foi pouco presente em sua vida. Ao encarar sua própria situação e extrair da maternidade estímulo criativo para seu trabalho como estilista, Manu torna-se capaz de entender os sacrifícios, frustrações e contradições dessa relação entre a maternidade e a vida profissional da mulher.

Em suas sessões, a pandemia não aparece como força motriz de nenhum episódio. No entanto, o uso constante de máscara por parte da paciente indica visualmente o contexto histórico em que a narrativa está inserida. No caso de Manu, por ser estilista, o seu visual exerce grande poder narrativo sobre a construção da personagem, e as máscaras utilizadas revelam um refinado senso estético e um capital cultural (Figura 6).

Figura 6 - Manu chegando para a consulta



Fonte: *Frame de Sessão de Terapia* – 5ª temporada, 2020.

Tony: às terças-feiras

Tony (Christian Malheiros) é um jovem entregador de aplicativos, morador da periferia de São Paulo, que sofreu um acidente de moto com sequelas. Passa a ser atendido por Caio (Selton Mello) de maneira online, quando o terapeuta resolve oferecer seus serviços *pro-bono*.

Ao se deslocar presencialmente para o encontro depois de algumas sessões remotas, os abismos sociais, raciais e geográficos que existem entre paciente e terapeuta se evidenciam e marcam as sessões, já que logo na primeira consulta Tony é alvo de racismo por outra paciente e pelo porteiro do prédio (Figura 7).

Figura 7 - Tony aguardando na sala de espera



Fonte: Frame de *Sessão de Terapia* - 5ª temporada, 2020.

Se, ao longo das sessões, Tony encontra no consultório um estado seguro, livre de violências e contágios, sua presença ali e tudo o que ela representa – o “fora”, as ruas, o perigo – traz instabilidade para o terapeuta Caio, confrontando-o com seus privilégios de raça e classe, e com sua própria segurança e estabilidade. Essa liminaridade (TURNER, 1974) que marca as consultas reflete uma condição ontológica da sociedade na pandemia – a transição do desconhecido aguçá os abismos sociais e inverte alguns papéis definidos.

Há um tensionamento entre o sujeito Tony e o estereótipo do motoboy: ele tenta encontrar sua singularidade, ao passo que é lido pela sociedade simplesmente pela figura que evoca. A inserção da pandemia na trama não é óbvia, mas compreendemos que a figura dos entregadores de aplicativo ganhou evidência com a demanda por compras online. É como se sua invisibilização e precarização fossem os grandes motores da engrenagem capitalista durante a pandemia. Tony surge como representante de uma classe que não tem voz, nem se vê representada. Ao se despedirem, o plano de fundo revela à distância duas figuras aparentemente sem distinção, e, em primeiro plano, está o frasco de álcool gel e a caixa de lenços. Estes objetos não estão ali à toa: eles evocam o que Barthes (1984) chama de “efeito do real” na cena.

Lídia: às quartas-feiras

Lídia (Miwa Yanagizawa) é uma enfermeira experiente que trabalhou na linha de frente no combate à Covid-19 no pico da pandemia. Ela não suportou a pressão e o trabalho exaustivo, e se afastou de suas funções, razão pela qual retornou à terapia. Mesmo após meses sem trabalhar, ainda se encontra traumatizada e não quer regressar ao hospital.

A personagem traz à tona as fragilidades vividas pelos enfermeiros que, apesar da lida diária com a morte na rotina hospitalar, se veem em uma realidade ainda mais trágica com a Covid-19 (Figura 8). Lídia relata que o “vírus colocou o planeta de joelhos”, trouxe uma “overdose de morte” e fez com que ela tivesse a sensação de que “desaprendera tudo”.

Figura 8 - Lídia exausta em sua casa



Fonte: Frame de *Sessão de Terapia* – 5ª temporada, 2020.

Seu trabalho estressante e exaustivo gerou crises no casamento e com o restante da família. O trauma desencadeado a fazia ter pesadelos com os pacientes mortos e com o caos do hospital em que trabalhava. Os episódios de Lídia mostram com profundidade o drama vivido por profissionais da saúde e revelam que “[...] a doença se manifesta, neste ponto, modestamente letal, mas devastadora no plano social e psíquico [...]” (BERARDI, 2020, p. 37). Desse modo, percebe-se a pandemia presente em todos os episódios dessa personagem.

Giovana: às quintas-feiras

Giovana (Luana Xavier) encarnou as temáticas da obesidade e do racismo. A jovem (32 anos) voltou a engordar durante a pandemia, fato que instigou sua compulsão alimentar e a fez perder o emprego como vendedora de carros de luxo. Como já havia feito uma cirurgia bariátrica, retornou à terapia em busca de um laudo psicológico para uma cirurgia revisional (Figura 9).

Figura 9 - Giovana na consulta e sobre a mesa álcool gel



Fonte: *Frame de Sessão de Terapia* -5ª temporada, 2020.

As consequências da pandemia em sua vida são percebidas em seu relato sobre o isolamento social e sua volta para a casa dos pais após ficar desempregada. Durante as sessões, somos apresentados aos fatores que propiciaram seu ganho de peso, tais como a separação do marido, a pandemia, a perda do emprego, o relacionamento com os pais e, especialmente, a sua relação com a comida.

O estigma da obesidade e o racismo pautam sua experiência de vida. O retrato da mulher gorda é discutido com responsabilidade e cuidado. A representação de Giovana como uma jovem negra de classe média é percebida pelas vestimentas e pela utilização de seu cabelo crespo natural, detalhe que pode ser interpretado como uma “mensagem política de fortalecimento racial”, visto que o cabelo se mostra como um instrumento importante de consciência política (KILOMBA, 2019, p. 127).

Dessa forma, os episódios de Giovana correlacionam questões de raça e corpos gordos, abarcando as duas temáticas de maneira orgânica face ao racismo estrutural (ALMEIDA, 2018) e à gordofobia.

Caio: às sextas-feiras

O terapeuta Caio está envolto em questões familiares que afetam seu rendimento no trabalho. Seu conflito gira em torno de sua relação com a mãe, o abandono na infância e a impossibilidade de perdôá-la mesmo após a sua morte. Ao longo das sessões, junto ao terapeuta Davi (Rodrigo Santoro), o terapeuta-paciente (Figura 10) desconstrói temas relativos à maternidade e, ao final, conclui que sua mãe não o abandonou, mas fugiu de um casamento com um homem autoritário.

Figura 10 - Caio com seu terapeuta Davi



Fonte: Frame de *Sessão de Terapia* - 5ª temporada, 2020.

A pandemia não foi o tema principal da série, mas foi contemplada, seja na presença de produtos sanitários (álcool gel, máscara etc.), seja no motivo que levou as personagens a procurarem um terapeuta, ainda que se constate que a Covid-19 apenas aflorou determinados comportamentos já intrínsecos em suas subjetividades.

A série nunca esteve tão atual como neste período, em que o isolamento social, principalmente nos períodos de *lockdown*, provocou o aumento de depressão nos brasileiros (UERJ, 2020), levando o Brasil à liderança de casos de depressão e ansiedade.¹⁹ Não existe um perfil que retrate as pessoas com questões relacionadas à saúde mental; há os que perderam o emprego, há os jovens isolados, as mulheres – que se encontram mais vulneráveis e/ ou acumulando as atividades profissionais e domésticas dentro da residência.

Ao modo de conclusão

A pandemia impactou todos os setores produtivos da sociedade em escala global, e com a ficção audiovisual seriada não seria diferente. O modo como o mercado brasileiro – já aquecido pela expansão do *streaming* – se manteve continuamente em atividade, atravessando as restrições sanitárias e trazendo a pandemia para dentro das narrativas, certamente é um importante estudo de caso para compreender as lógicas de produção, de consumo e as dinâmicas de interação entre a ficção audiovisual e a sociedade contemporânea. O *corpus* aqui analisado nos permitiu observar os modos como a maior produtora de ficção audiovisual nacional reagiu a este cenário, e como a pandemia foi narrada nas tramas.

Notamos uma reincidência nas representações do uso de aparelhos eletrônicos e redes sociais em todas as séries, que reproduzem não só a presença física desses itens como também se deixam atravessar esteticamente pela reprodução de suas interfaces. Não raro, observamos personagens representados em telas *dentro da cena* – como no uso de videochamadas e afins – ou ainda em diálogo direto com a câmera – como se o telespectador fosse o próprio interlocutor dessa videochamada.

Sobre aspectos intrínsecos das narrativas, o uso de eletrônicos, de redes sociais e de internet, de um modo geral, surge como afirmação de um certo *ethos* próprio aos tempos atuais, que agora contemplam também uma socialização digital expressiva e constituinte das redes de afeto, trabalho e consumo dos seres humanos em sociedade (CHUL-HAN, 2018). Com a pandemia, esse *ethos* digital passa a se articular com mais intensidade e dá origem a novos dilemas e novas narrativas.

19 Ver Paixão, 2021.

Também observamos a recorrência de certo tom de crônica nas séries analisadas, escolha cabível para retratar a experiência cotidiana da pandemia em toda sua singularidade e multiplicidade – levando em conta que seu processo histórico ainda não se esgotou, e que seu fim ainda é desconhecido da humanidade. Nesse sentido, a crônica permite a narrativa abrangente, aberta, sem conclusões, sem catarse.

No que toca a economia criativa, em todas as séries analisadas, a pandemia impactou de modos distintos, porém complementares, duas instâncias da realização audiovisual: em uma primeira, ela fez surgir novos modos de produção, que passaram a contar com locações remotas e/ou equipes reduzidas; tempos reduzidos de elaboração de roteiro e de produção; gravações em ambientes privados dos atores ou em sets de cenários únicos; adoção de protocolos de segurança, distanciamento e testagem contínua dos profissionais. Em outra instância, observamos que a reconstrução da pandemia dentro dos universos ficcionais retratados se deu a partir de rastros no discurso das personagens, no surgimento de novos dilemas sociais que passam a constituir também novas narrativas, próprias dos tempos pandêmicos (as neuroses, os relacionamentos a distância, a desigualdade crescente, entre outros) e na presença de novos objetos de cena que, por sua vez, exigem uma direção de arte específica, tais como as máscaras (que passam a constituir novos figurinos), os equipamentos de proteção, os frascos de álcool gel, os produtos de limpeza etc.

Referências

ALMEIDA, S. L. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte (MG): Letramento, 2018.

ANCINE. Mercado Audiovisual Brasileiro, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3tAoXW3>. Acesso em: 12 set. 2021.

ARISTÓTELES. **Poética**. Tradução de Eudoro de Sousa. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

BARTHES, R. Le discours de l'histoire; L'effet de réel. **Le bruissement de la langue**: essais critiques IV. Paris: Seuil, 1984.

BERARDI, F. B. Crónica de la psicodéflición. In: AGAMBEN G.; ŽIŽEK S.; NANCY, J. L.; BERARDI, F. B.; PETIT, S. L.; BUTLER, J.; PRECIADO, P. **Sopa de Wuhan** - pensamento contemporâneo em tempos de pandemias. ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio). 2020.

BOLAÑO, C.; LOPES, R. S.; SANTOS, V. A. Uma economia política da cultura e da criatividade. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. F. (orgs.). **Por um Brasil criativo**: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira. Belo Horizonte: Código Editora, 2016. p. 9-23.

CREEBER, Glen. **The television genre book**. UK: British Film Institute, 2015.

CHUL-HAN, B. **No enxame**: perspectivas do digital. São Paulo: Editora Vozes, 2018.

DELEUZE, G. **A imagem-movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

GUILHERME, L. L. Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted. **Brazilian Journal of Science and Technology**, v. 4, n. 2, p. 1-17, 2017.

HABERMAS, J. **Teoria do agir comunicativo**: Sobre a Crítica da Razão Funcionalista, v. 2. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

HARTLEY, J. (org.). **Creative industries**. Chicester, UK: Blackwell Publishing, 2005.

HORST, H.; MILLER, D. (org). **Digital anthropology**. London/New York: Berg, 2012.

HOWKINS, J. **The creative economy**: how people make money from ideas. London: Penguin, 2001.

KILOMBA, G. **Memórias de plantação** - Episódios de racismo cotidiano. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

LOPES, M. I. V. de et al. Brasil: tempo de *streaming* brasileiro. In: LOPES, M. I. V. de. OROZCO GOMEZ, G. (coord.). **O melodrama em tempos de streaming**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

LOPES, M. I. V. de et al. Brasil: pandemia e resistência. LOPES, M. I. V. (org.) **Ficção televisiva Ibero-Americana em tempos de pandemia**. Anuário Obitel 2021, v. 1, n. 1. (No prelo)

LOPES, M. I. V. de. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**, v. 3, n. 1, p. 21-47, ago./dez., 2009.

LOTZ, A. D.; LOBATO, R.; THOMAS, J. Internet-distributed television research: a provocation. **Media Industries**, vol. 5, no. 2, pp. 35-47.

LUCAS, N.; VAQUER, G. Pesquisa indica que Globoplay superou base da Netflix no Brasil. **Na Telinha**. Disponível em: bit.ly/2XaiqFI. Acesso em: 10 maio 2021.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

MORIN, E. **Um festival de incerteza**. Tradução de Edgard Carvalho e Fagner França. Home: Edgar Morin. São Paulo: Sesc SP, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3hqZycM>. Acesso em: jul. 2020.

PAGANOTTI, I. Refutação automatizada de notícias falsas na pandemia: interações com o robô Fátima, da agência aos fatos. In: **Anais SBPJOR** - Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, XVIII, 2020. Disponível em <https://bit.ly/3hqdHXL>.

PAIXÃO, M. Brasil lidera índices de ansiedade e depressão durante pandemia, aponta levantamento. Folha de S. Paulo. Disponível em: bit.ly/3tBvBM3. Acesso em: 10 maio 2021.

PEREIRA, M. S. N. **Onde está a criatividade?** Santa Catarina: Fundação Cearense de Educação Especial Catarinense, 1999. Disponível em: <https://bit.ly/3z60J7a>.

PRECIADO, P. Aprendendo com o vírus. In: AMADEO, P. (ed.). **Sopa de Wuhan**. Buenos Aires, Argentina: ASPO, 2020.

QUEIROZ, G. Ondas de desinformação sobre Covid-19 no Brasil vão de curas a caixões vazios. **Lupa**, 2 jul. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2XjtC35>.

RODRIGUES, Guilherme. Sessão de Terapia explode no Globoplay e surpreende. **Observatório da TV**. Disponível em: [bityli.com/TtLOK](https://bit.ly.com/TtLOK). Acesso em: 10 maio 2021.

ROSA, J. L. Globo reforça serviço de streaming Globoplay com conteúdo ao vivo de TV por assinatura. **Valor**. Disponível em: <https://glo.bo/2Xa0wmV>. Acesso em: 10 maio 2021.

ROSE, D. Análise de imagens em movimento. In: Bauer, Martín; GASKELL, George (editores). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

SAFATLE, V. **Para além da necropolítica**. N-1 Edições, 2020.

SALIBA, E. T. História Cultural do Humor: balanço provisório e perspectivas de pesquisas. **Revista de História**, n. 176, 2017.

SARRAZAC, J.-P. **Léxico do drama moderno**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

SERRA, N.; FERNÁNDEZ, R. S. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 11, n. 4, out./dez. 2014.

SILVA, R. Um ano depois do início da pandemia, plataformas de streaming contabilizam ganhos. **Forbes**, 2021. Disponível em: bit.ly/3C32rrT. Acesso em: 12 set. 2021.

SZONDI, P. **Teoria do drama moderno**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

TURNER, V. **O processo ritual - estrutura e anti-estrutura**. Petrópolis: Vozes, 1974.

TELA VIVA. Globo apresenta “Diário de um Confinado”, série que será lançada no Globoplay, Globo, Multishow e GNT. Disponível em: bit.ly/397qWYt. Acesso em: 10 mai. 2021.

UERJ. Pesquisa da Uerj indica aumento de casos de depressão entre brasileiros durante a quarentena. Disponível em: bit.ly/3A5gnB3. Acesso em: 10 maio 2021.

WECHSLER, S. M. Criatividade e Inovação no Contexto Brasileiro. In: **Anais do I Congresso Internacional de Criatividade e Inovação** - CRIABRASILIS. UFAM - Manaus/AM, 2011.

Aruanas: inovação e criatividade em tempos de pandemia de Covid-19

João Massarolo (coord.)

Dario Mesquita (vice-coord.)

Naiá S. Câmara

Bruno Tarin

Guilherme Belarmino

Patricia Dantas

Sandra Moura

Luciene Lemos

Gabriela Caldeira

Sônia Souza

Pedro Belizário¹

Introdução

Este trabalho propõe analisar aspectos de inovação e criatividade na ficção seriada brasileira por meio do estudo de caso da série *Aruanas* (2019), produção considerada nessa pesquisa como representativa das transformações das estruturas seriadas na plataforma de *streaming*. Historicamente, o melodrama intensifica os conflitos amorosos ao encenar a exacerbação das paixões (origem do drama romântico), mostrando na trama um descompasso entre o drama de personagem em crise existencial e a sociedade que o cerca. Nesse aspecto, as representações sociais e as identidades das protagonistas femininas são ressignificadas em *Aruanas*, a partir da construção de narrativas ambientais mediadas sobretudo pelo ativismo midiático. A atualização das estruturas do melodrama social num formato transnacional mostrou-se estratégica para promover a circulação global da série.

¹ Pesquisadores do Grupo de Estudos sobre Mídias Interativas em Imagem e Som (GEMInIS/UFSCar).

O nome Aruana é uma variação da palavra indígena tupi ‘Aruanã’, que se refere a uma espécie de peixe de água doce que, segundo a mitologia da tribo Karajá, habitava o rio Araguaia no início dos tempos, quando “pediram a *Kanancuié* que os transformassem em outra espécie animal (*Kanancuié*, na língua Karajá, significa criador)” (PERET, 1979, p. 17). A série *Aruanas*, de Estela Renner, denota no título sua abordagem ambiental e os mitos de povos autóctones. A série é protagonizada pela jornalista Natalie (Débora Falabella), a advogada Verônica (Taís Araújo), a ambientalista Luísa (Leandra Leal) e a estagiária Clara (Thainá Duarte), ativistas da ONG *Aruana*, que lutam contra o empresário Miguel (Luiz Carlos Vasconcelos), dono da KM Mineradora, cujo desejo é explorar a reserva ambiental Eldorado, na região da cidade ficcional de Cari no interior do Amazonas. A região sofre com a pobreza, violência, corrupção e a contaminação por mercúrio dos rios e peixes devido à exploração extrativista e predatória da mineração.

A série é coproduzida pelo *Globoplay* com a produtora *Maria Farinha Filmes*, e trata de um tema local (justiça socioambiental na Amazônia), na perspectiva de uma narrativa ambiental (com a parceria de entidades ambientais globais), para discutir questões da agenda climática mundial. Em termos de política de engajamento e sustentabilidade, a série alcançou as seguintes metas: reciclagem de 90% dos figurinos; 47% da equipe de produção composta por mulheres do elenco, entre participações e figuração; 33,8% das pessoas contratadas são da região da floresta Amazônica, incluindo os atores indígenas Abraão Mazuruna (como Raoni) e Kay Sara (como Payall); bem como a presença da atriz Manoela Trigo, que possui paralisia infantil, no papel de Gabriela Alvarez, neta de Miguel. Além disso, foram realizadas ações de transmidiação, com depoimentos de ativistas ambientais publicados nas redes do Grupo Globo, do *Canal Futura* e na plataforma REP – *Repercutindo Histórias*.

A representatividade feminina em *Aruanas* permitiu ao *Globoplay* se posicionar estrategicamente diante do modelo transnacional de produção da Netflix. Segundo o *Estudo de Caso: Aruanas*², da Maria Farinha Filmes, “no período em que filmamos na Amazônia, tivemos 65,6% de elenco local. 47% da equipe de produção foi composta por mulheres” (CASE, 2019). No relatório *Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Films & Series*, os autores trazem dados sobre a ocupação por mulheres de papéis principais em filmes e séries da Netflix, de 2018 e 2019. Os “papéis importantes de tomada de de-

2 Apresentado no C21Media – Content London 2019.

cisão também são desempenhados por mulheres. A Netflix liderou seus pares da indústria na porcentagem de mulheres cineastas e produtoras, bem como aquelas que são criadoras e roteiristas de séries” (SMITH et al., 2021, p. 7).

A presença feminina na frente e atrás das câmeras, aliada à criatividade e inovação tecnológica do *Globoplay*, expande as atividades da plataforma para o mercado internacional e permite a “redistribuição sob demanda de um conteúdo que já é disponível ou familiar ao público local ou que, às vezes, são lançados como produtos exclusivos digitais” (LOBATO, 2018, p. 60). A parceria do *Grupo Globo* com produtoras independentes torna o selo *Original Globoplay* uma marca exclusiva da empresa na ‘guerra de streaming’ dos mercados periféricos. Segundo Prado (2019, p. 15), com a série *Aruanas*, a empresa “busca por espaços, diálogos e visibilidades que podem também representar uma luta por poder simbólico da empresa frente a mercados globais”, por meio de um discurso engajado de apoio a causas socioambientais³.

Segundo Lopes e Lemos (2019, p. 82), em 2018, “a participação de produtoras independentes envolveu 100% das ficções brasileiras inéditas e, em relação às ficções nacionais no *streaming*, 70% foram realizadas por produtoras independentes”. Entre 2017 e 2019, o *Globoplay* fez parcerias em *Carcereiros* (2017), de José E. Belmonte, com a Gullane e a Spray; *Assédio* (2018), de Joana Jabace, com a O2 Filmes; *Além da Ilha* (2018), de César Rodrigues, com a produtora Floresta Filmes; *Escola de Gênios* (2018), de João D. Tikhomirof, com a Mixer Filmes; *Aruanas* (2019), com a Maria Farinha Filmes; *A Divisão* (2019), com a Hungry Man; e *Sessão de Terapia* (2020), com a produtora Moonshot. Entre 2020/2021, o *Globoplay* lançou novas séries (Quadro 1).

O número crescente de coproduções de ficções seriadas da empresa de *streaming* do *Grupo Globo* decorre, em grande parte, da experiência de dramaturgia televisiva desenvolvida com as telenovelas – algo refletido nas características de *Aruanas*. Ao atualizar as estruturas melodramáticas reconhecíveis pelo público de novelas, em um processo de quase telenovelização da série (LOPES; LEMOS, 2020), *Aruanas* “estabelece uma tensão local-global ao endereçar para o mundo, a partir de marcas locais, questões que envolvem engajamento coletivo, soluções políticas de amplo alcance e temas de relações internacionais” (ROCHA, 2020, p. 24).

3 Para expandir o alcance da grade televisiva para o ambiente online, o *Grupo Globo* disponibilizou no *Globoplay* um acervo de telenovelas cultuadas pelo público, dotadas de memórias afetivas da brasilidade.

Quadro 1 – Séries Originais Globoplay 2020-2021*

Título	Ano	Produção	Título	Ano	Produção
Arcanjo Renegado	(2020)	Estúdios Globo, AfroReggae Audiovisual, Hungry Man	Filhas de Eva	(2021)	Estúdios Globo
Sterblitch Não tem um Talk Show	(2020)	Estúdios Globo	Doutor Castor	(2021)	Estúdios Globo
Sandy e Junior: A História	(2020)	Estúdios Globo, Gogacine	Predestinado	(2021)	Estúdios Globo
Todas as Mulheres do Mundo	(2020)	Estúdios Globo	A Vida Depois do Tombo	(2021)	Estúdios Globo
Sinta-se em Casa	(2020)	Estúdios Globo	O Caso Evandro	(2021)	Estúdios Globo, Glaz Entretenimento
Desalma	(2020)	Estúdios Globo	Em Nome de Deus	(2021)	Estúdios Globo, Canal Brasil
Diário de um Confinado	(2020)	Estúdios Globo	Just a Little Game: Os Bastidores da LOUD	(2021)	Estúdios Globo, LOUD
Marielle: O Documentário	(2020)	Estúdios Globo	Meu Amigo Bussunda	(2021)	Estúdios Globo
As Five	(2020)	Estúdios Globo	Lexa: Mostra Esse Poder	(2021)	Estúdios Globo, Kondzilla Filmes, Multishow
Making Five	(2020)	Estúdios Globo	Você Nunca Esteve Sozinha - o doc de Juliette	(2021)	Estúdios Globo
Tardezinha	(2020)	Estúdios Globo	É Ouro! O Brilho do Brasil em Tóquio	(2021)	Estúdios Globo
Onde Está Meu Coração	(2021)	Estúdios Globo	The Voice Kids: No Parquinho	(2021)	Estúdios Globo

* Produções Não Seriadas no mesmo período: Sobre Nós (2021); Cercados (2020); Erasmo 80 (2021); Uma Gota de Esperança (2021); Gabriel Medina (2020).

Fonte: Elaborado pelo GEMInIS UFSCar.

1 Aruanas e o Midiativismo

Em *Aruanas*, as práticas de midiativismo se mostram inovadoras perante a abordagem sobre a floresta amazônica realizada pela produção documentária na década de 1950, patrocinada pelo governo federal a fim de justificar suas ações desenvolvimentistas e de integração na Amazônia. Esse foi o período das produções do cineasta francês Jean Mazon, que produziu entre 1956 e 1960 cerca de 60 filmes sobre a Amazônia, sem documentar registros da existência de indígenas ou outros povos e comunidades tradicionais na região, utilizando-se de termos como inferno verde para tratar a floresta.

A violência recorrente contra povos tradicionalmente vítimas do *racismo ambiental* (BULLARD, 2002) é a mesma que impacta tantos desastres sanitários na sociedade, que potencializaram a pandemia de Covid-19, suscitando especulações sobre o fim do cotidiano e debates sobre os efeitos da ação humana no meio ambiente. A pandemia de Covid-19 é resultado de um conjunto amplo de fatores que se consolidaram a partir do século XIX, com a urbanização intensa, a mobilidade em nível global e, em especial, “a degradação ambiental, além do contato com animais selvagens, interferências humanas que contribuem para a disseminação rápida de doenças” (SILVA et al., 2020, p. 1004). Não é por acaso que a série faz menção, em seu título, a um peixe que, em seu habitat natural, é fonte de subsistência dos povos ribeirinhos da região, mas que foram envenenados ao longo do tempo pelas águas contaminadas do garimpo ilegal. Nesse contexto, a calamidade da pandemia de Covid-19 é alimentada por procedimentos decisórios (individuais e instrucionais).

Tal como na pandemia de Covid-19, em *Aruanas*, a saúde de uma população é reduzida a cálculos de custos e benefícios. A degradação socioambiental representada na série e a pandemia de Covid-19 não são problemas isolados, mas são parte de um complexo maior, definido por Achille Mbembe como da ordem da necropolítica. O termo necropolítica demarca “aquele domínio da vida sobre o qual o poder tomou o controle” (MBEMBE, 2016, p. 123), o que, para o autor, não “explica as formas contemporâneas de subjugação da vida ao poder da morte” (idem, p. 146).

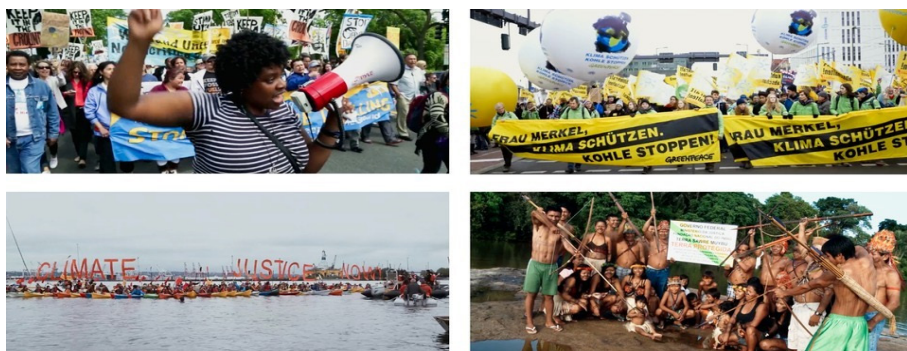
No primeiro episódio de *Aruanas* (2019-atual), Miguel diz para Felipe Braga (Gustavo Falcão), diretor de relações institucionais de sua empresa: “Quem gosta de floresta é índio e celebra-

de, Felipe. O povo gosta é de dinheiro e dinheiro não vai faltar”. Contra essa lógica, a ONG *Aruana* produz narrativas ambientais nas plataformas, pautando temáticas da violência, racismo ambiental e catástrofes ambientais, potencializando visões de populações locais. Para Robertson *et al.* (2000, p. 120-121), narrativas ambientais exploram:

histórias que são limitadas pelas experiências particulares do narrador, observações e atreladas ao lugar. Elas incluem informações anedóticas, história oral ambiental e conhecimento local, e são análogas ao conhecimento indígena tradicional. Uma diversidade de mídias, incluindo filme, pintura, impressão e discurso, é usada para transmitir narrativas ou histórias sobre paisagens.

Essas narrativas entrelaçam ambientes e paisagens por meio de uma lógica transmídia (JENKINS, 2008). Mundos de histórias são criados, imbricados a aspectos contextuais dos modos de vida das populações locais. Na série, a ONG produz conteúdos audiovisuais multiplataformas para divulgação nas suas redes sociais. Estrategicamente, essas imagens são intercaladas às ações das ativistas. A entrada de Clara no departamento de comunicação de *Aruana*, por exemplo, é sobreposta por um *clipe* com imagens de manifestações e a música *Believer*, da banda norte-americana *Imagine Dragons* (Figura 1).

Figura 1 – Trechos de videoclipe produzido pela ONG *Aruana* para as redes sociais



Fonte: Elaboração própria a partir de Aruanas (2019-atual).

A importância da produção de conteúdos audiovisuais atinge o seu ápice no último episódio, quando a prisão de Miguel é transformada numa performance dramática durante o jantar com autoridades e o presidente da república para assinatura da regulamentação da exploração mineral na Reserva de Eldorado. Membros e apoiadores da ONG *Aruana* se infiltram na solenidade, exibindo no salão principal imagens de degradação ambiental e morte de indígenas na região de Cari, enquanto os convidados são alertados que o prato principal da noite é peixe contaminado por mercúrio.

No clímax da sequência, a prisão de Miguel é transmitida ao vivo por Natalie para a televisão. Segundo Rosa (2006, p. 44-45), a dramatização é uma estratégia de visibilidade por parte do ativismo ambiental, pois para “criar uma consciência coletiva, os movimentos sociais têm de dramatizar os seus protestos, de forma a atrair a atenção dos media”. Para tanto, a autora sugere que as ações devem ser realizadas em associação com “uma personalidade, atacando um funcionário ou um empresário conhecido ou ainda encenando protestos espetaculares” – critérios atendidos na derradeira ação da temporada.

Segundo Braighi e Câmera (2018, p. 25), a construção de narrativas ambientais nas plataformas se faz com “sujeitos portadores de uma vontade solidária, que empreendem ações diretas transgressivas e intencionais, e veem as próprias capacidades de intervenção social, antes localizadas, sendo potencializadas”. Nesse contexto, *Aruanas* é uma metanarrativa ambiental, pois tanto a ONG ficcional quanto a própria série articulam diferentes agentes e meios, constituindo um *ambiente narrativo* que se utiliza de estratégias midiativistas em plataforma transmídia para a construção de mundos socioambientais.

Uma forma de uso das redes sociais pode ser encontrada no quarto episódio de *Aruanas*, em uma ação da ONG que busca gerar interesse nas redes, utilizando-se da estratégia de criar conteúdos e postá-los em seguida para que suas pautas tenham um grande alcance. Clara acompanha André (Vitor Thiré) e Falcão (Bruno Goya) em uma panfletagem com projeção na principal praça de Cari, utilizando a técnica de *video mapping* para recobrir as paredes do prédio da prefeitura (Figura 2). A praça do local está vazia, mas Falcão enfatiza que o importante naquele momento são as fotos da ação, postadas em tempo real nas redes sociais da ONG pelo Pontocom (Ravel Andrade), com o objetivo de obter o maior engajamento possível.

Figura 2 – Mobilização da ONG Aruana em Cari



Fonte: Frame de *Aruanas* (2019-atual).

Ao final, moradores ligados à KM Mineradora espancam André e Falcão após questionarem sobre quem autorizou a panfletagem. A violência cessa com a chegada da polícia local, e Pontocom explica para Clara que se as questões ambientais e as violências “não forem comunicadas, é como se não tivessem acontecido”.

Por outro lado, no sexto episódio, Natalie age como uma influenciadora de redes sociais e propõe, em seu programa na TV, que as pessoas parem de utilizar joias de ouro, no que é atendida pela reação do público na internet. O diálogo com o público pelas mídias e redes sociais atualiza o melodrama num lugar em que “o popular se compreende e expressa a opacidade e a complexidade de que se revestem as novas relações sociais” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 171) – qualidade que é atualizada pelos contemporâneos conflitos sociais de interesse transnacional em *Aruanas*.

2 Inovação das estruturas melodramáticas em Aruanas

Em *Aruanas*, o arco principal da temporada desenvolve conflitos protagonizados pelo coletivo de mulheres ambientalistas que lutam por justiça socioambiental em Cari. As personagens não se movem apenas em torno de núcleos familiares, como é comum nas telenovelas, fazendo do ativismo um novo espaço de atuação. Os conflitos entre a vida privada e pública percorrem os arcos dramáticos mais longos dos episódios, enquanto nos arcos mais curtos são apresentados temas sociais: exploração sexual infantil, garimpo ilegal, contaminação dos rios e o massacre de povos indígenas. Desse modo, os arcos da história imbricam gêneros como o melodrama, drama social, investigação e suspense, entre outros.

Segundo Lopes e Lemos (2020, p. 109), desde os anos 2020, a popularização das séries norte-americanas nas plataformas de *streaming* “acentuou a tendência de serialização das telenovelas e de telenovelização das séries”. O processo de serialização das telenovelas modificou as suas matrizes narrativas ao apresentar uma estrutura com arcos curtos em paralelo aos arcos longos da temporada. Já a telenovelização das séries brasileiras, segundo Lopes e Lemos (2020, p. 114), é um reflexo da “desterritorialização da produção e do consumo sob a condição de combinar o melodrama e os traços identificadores das narrativas nacionais às novas possibilidades tecnológicas”.

A abrangência e mistura de gêneros (entrelaçados, fundidos e reformulados), das estruturas melodramáticas das telenovelas para as séries brasileiras, reformatadas pelo *streaming*, oferece mais fluidez aos processos de identificação do público. *Aruanas* resgata, das estruturas melodramáticas das telenovelas, a polarização entre o bem e o mal, o didatismo das ações pedagógicas, o caráter moralizante da trama, a subversão de papéis, a separação entre mãe e filho, o luto, a traição amorosa, a superação de trauma por abuso psicológico e a valorização das emoções. Desse modo, a série incorpora da telenovela a sua simplicidade estrutural, em que ambivalências são suprimidas e personagens agem de maneira obstinada, unidirecional, certas de que o destino lhe reserva um bem maior, como a personagem Maria do Carmo (Suzana Vieira), em *Senhora do Destino* (2004), de Aguinaldo Silva. A polarização moral aparece, por exemplo, no espelhamento entre as advogadas Verônica, “lobista do bem”, da ONG, e Olga Ribeiro (Camila Pitanga), “lobista do mal” a serviço da KM Mineradora (Figura 3).

Figura 3 – Olga (à direita) e Verônica (à esquerda) tem o primeiro encontro durante um jantar em Brasília, onde discutem sobre o lobby político em torno da reserva de Eldorado



Fonte: Elaboração própria a partir de *Aruanas* (2019-atual).

Os embates entre Olga e Verônica reforçam mecanismos de antecipação que “levam à sensação de suspensão, pois nos colocam à espera do que está para acontecer, como em *uma crônica de uma morte anunciada*; facilitando assim, a comoção” (BALTAR, 2006, p. 7). Essa estratégia busca dar ao espectador informações sobre desdobramentos futuros da narrativa, permitindo, assim, a sua imersão na realidade ficcional. Na abertura da série, o espectador é informado que o marido de Natalie, Amir (Rômulo Braga), a traiu com a sua melhor amiga, Verônica, mas a traição é descoberta por ela somente nos episódios finais da temporada.

Ao recorrer a estruturas melodramáticas da telenovela para delinear a disputa entre o bem e o mal, bem como conflitos amorosos, *Aruanas* explora um mundo de histórias de uma forma acessível ao público, expondo a realidade das narrativas ambientais localizadas fora dos grandes centros urbanos, vinculando as qualidades didáticas de “narrativas que dão conta de situações-limite para uma coletividade”, com histórias que falam de “tensões e conflitos sociais” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 168-169). Assim, por meio dessas narrativas, “o popular se compreende e expressa a opacidade e a complexidade de que se revestem as novas relações sociais” (idem, p. 171).

2.1 Razão afetiva e Imaginação melodramática

Dentre as principais características das estruturas melodramáticas das telenovelas que geram a identificação do espectador para com as personagens, destaca-se a valorização da emoção. Essa característica aparece no episódio inicial da série, quando Luiza encontra um informante da ONG morto no porta-malas do seu carro, numa estrada deserta em Cari. A cena ocorre logo após ela discutir com seu ex-marido sobre a saúde de seu filho, em São Paulo. Os conflitos da trama são organizados pela montagem paralela das ações, num crescente dramático que valoriza mais as emoções do que a unidade dramática, a partir de uma sucessão de coincidências implausíveis.

No quinto episódio, situações implausíveis acontecem pelas razões afetivas mobilizadas pelos espectadores. Na região portuária de Cari, Clara conversa com uma moradora que separa o ouro do mercúrio com o auxílio de um maçarico. Em um ambiente fechado, pouco iluminado e tomado pelo vapor tóxico gerado pelo processo, Clara questiona sobre os riscos à saúde e, no meio do diálogo, passa mal e desmaia ao buscar uma saída do cômodo. Pouco depois, ela é

desperta por uma jovem. Ela se encontra no corredor de um prostíbulo, e garotas menores de idade atendem seus clientes. Ao reencontrar Luiza, tenta alertar horrorizada sobre a necessidade de agir contra a exploração sexual infantil, porém, a colega ativista responde que aquele não era o foco das ações da ONG em Cari. Há, nessa sequência, coincidências quase didáticas, para explicar visualmente como o garimpo ilegal e prostituição são interligados. Esse entrelaçamento volta a ser explicitado no oitavo episódio, quando as mesmas garotas que Clara conheceu no corredor são resgatadas por ela do acampamento de garimpo ilegal.

Em *Rethinking Postcolonial Melodrama and Affect*, Sheetal Majithia utiliza a noção de razão afetiva para desconstruir a noção de que sequências não-lineares do melodrama indiano não são representações realistas e, portanto, seriam ‘falhas’ da narrativa. Segundo Majithia (2015), “falhas” são preenchidas pela imaginação melodramática do espectador.

[...] momentos de razão afetiva surgem através do uso de interrupções, flashbacks, reversões e simultaneidades. Contrariamente aos entendimentos convencionais desses recursos como falhas de representação realista, os vários modelos de temporalidade servem como uma alternativa para a inevitavelmente progressiva e teleológica linearidade subjacente à modernidade homogênea e secular das narrativas do Estado oficial (MAJITHIA, 2015, p. 2).

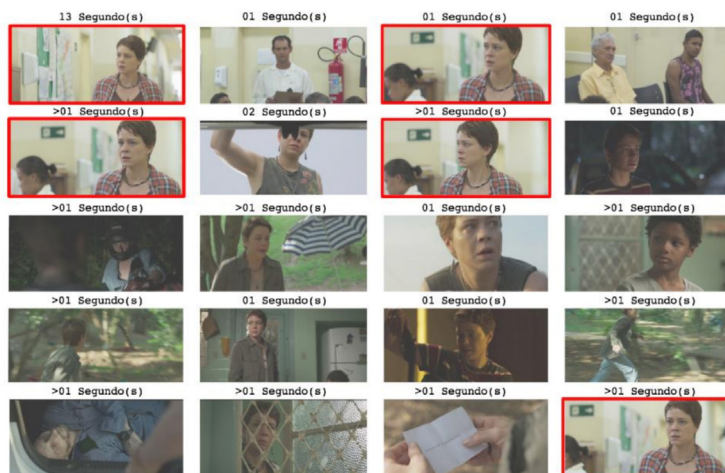
Em *Aruanas*, interrupções na sequência narrativa dos eventos acontecem pela inserção de vídeos com imagens e áudios que informam sobre os conflitos pessoais vivenciados pelas personagens em situações diversas. Ao expressarem emoções sem necessitarem de uma caracterização exagerada de sentimentos, as personagens emprestam realismo à ação.

2.2 Encenação dos afetos em *Aruanas*

Numa encenação melodramática para cinema ou televisão, o trabalho de *mise-en-scène* dos afetos se encontra no centro das articulações dramáticas da cena, em termos de tempo e espaço. No episódio de estreia de *Aruanas*, Luiza percebe-se envolta por uma trama de proporções ainda maiores do que supunha e prota-

goniza a sua particular desorientação em meio à alternância espaço/temporal, ritmicamente cadenciada, de brevíssimos planos, contra planos e *flashbacks* (Figura 4) que constituem a toada do episódio como um todo.

Figura 4 – *Flashbacks* da personagem Luiza.



Fonte: Elaboração própria a partir de Aruanas (2019-atual).

A figura acima é um recorte de 23 segundos extraídos da sequência citada. Em vermelho, estão os planos referentes à personagem Luiza em meio à sala de espera de um posto de saúde na cidade de Cari. A sequência opera como um referencial – em termos diegéticos – ao tempo presente. Nota-se que os contra planos (síncronos), destacados em vermelho, cedem lugar a uma sucessão de planos assíncronos, dentro de uma intrincada sequência de *flashbacks*, que permitem visualizar, em termos subjetivos, o estado emocional de Luiza, no instante em que vasculha, com o olhar, o saguão do posto de saúde.

A sequência possui um total de 20 planos e duração média de cada plano em torno de 1,15 segundos. Entretanto, o plano inicial da sequência⁴ possui a duração (total) de 13 segundos – e a duração mé-

⁴ O plano-sequência correspondente ao intervalo 39m e 41s a 39m e 54s é referente ao primeiro episódio de *Aruanas*. Luiza caminha da sala até o saguão do hospital, seguida pela câmera.

dia de 0,5 segundos⁵. A dinâmica de montagem do episódio equivale a uma taxa média inferior a 5 segundos, em 39 minutos de duração. Ao lançar mão de planos únicos e de menor duração, ocorre um fechamento progressivo do quadro e um aumento da velocidade narrativa. *Aruanas* possui, em média, 13,6 planos a cada 60 segundos, com 4,39 segundos, num total de 59,704 segundos a cada 13,6 planos (Quadro 2).

Quadro 2 – Média de Planos no primeiro episódio de *Aruanas*

Duração (total) do primeiro episódio	39m e 24s*
Número (total) de planos do primeiro episódio	509
Duração média dos planos do primeiro episódio	4,39s

Fonte: Elaboração própria.

Como se percebe, a série se caracteriza pelo uso de planos únicos de curta duração, seguindo o estilo de continuidade intensificada (BORDWELL, 2006), o que cria dinamismo na encenação dos afetos – reforçando momentos de razão afetiva. A *mise-en-scène* realista funciona como um contraponto ao exagero dos sentimentos das personagens, proporcionando um tom mais subjetivo para as suas ações. Desse modo, a encenação dos afetos em *Aruanas* orienta a atenção do espectador para uma dimensão espaço/temporal que se assemelha a uma esfera pública, no qual são expostos os limites de consciência das personagens. Para David Bordwell (2006, p. 120), a continuidade intensificada “representa uma evolução da poética do cinema ao longo do século XX. Por poética compreende-se o conjunto de princípios estilísticos e narrativos que governam a construção de sentido da obra de arte e a sua respectiva decodificação pelo público”.

2.3 Subversão de papéis em *Aruanas*

A construção de personagens de telenovelas sofreu mudanças significativas desde o lançamento de *Sua Vida Me Pertence* (TV Tupi, 1951) até os recentes lançamentos de ficções seriadas no *streaming*. Nesse processo, a subversão de papéis é uma recorrência temática.

⁵ Para fins da presente análise, foram desconsiderados os minutos da abertura e dos créditos finais. Somados aos minutos respectivos à abertura e créditos finais, a duração total do episódio é de 41m e 31s.

Segundo Almeida (2012, p. 127), a série *Malu Mulher* (TV Globo, 1979), de Daniel Filho, “faz parte de um movimento de transformação das construções simbólicas sobre a mulher na TV brasileira, uma vez que se desprende das ‘heroínas’ melodramáticas mais tradicionais para criar uma imagem de mulher mais ‘moderna’ e menos submissa”.

A partir da década de 1990, as novelas da TV Globo ressignificam o papel da mulher, que deixa de ser apenas a mãe, esposa, amante ou filha, e torna-se mais empoderada na dimensão profissional, política e social. As personagens femininas começam a exercer funções públicas, a exemplo de delegada, prefeita e juíza, em novelas como *Tieta* (1989), de Aguinaldo Silva, Ana M. Moretzsohn e Ricardo Linhares, e *A Indomada* (1997), de Aguinaldo Silva. Passam também a ser de mulheres funções de poder nos negócios – como em *Rainha da Sucata* (1990), de Silvio de Abreu, e *Chocolate com Pimenta* (2003), de Walcyr Carrasco; e, ainda, a função de protagonista da trama – como em *Barriga de aluguel* (1990), de Glória Perez.

As relações de gênero são problematizadas em *Aruanas* a partir das histórias de vida das heroínas, que “possuem falhas e representam temas importantes e atuais para serem discutidos em relação à mulher contemporânea, como gravidez interrompida, guarda compartilhada, violência contra mulher e sororidade” (EURÍDICE, 2019). Essas questões têm sido retomadas pelas empresas de *streaming*, que atualizam temáticas tidas como masculinas e as reapresentam ao espectador cosmopolita. Na minissérie *Mare of Easttown* (2021), da HBO, a detetive Mare Sheehan (Kate Winslet) investiga um crime, enquanto a sua vida pessoal é vasculhada pelos moradores locais. Em *Bridgerton* (2021-atual), da Netflix, personagens históricos são interpretados por atores negros – Regé-Jean Page interpreta o duque Simon de Hastings e Golda Rosheuvel, a rainha Charlotte.

Os papéis sociais destinados às mulheres são ressignificados no primeiro episódio na cena em que Natalie dorme no sofá e a câmera enquadra, em primeiro plano, um copo de uísque na mesinha, enquanto, ao fundo, o seu marido desce as escadas (Figura 5). Em seguida, ela sai para ir trabalhar e ele fica em casa. Nessa cena doméstica, ocorre uma subversão acerca da representação de papéis sociais: ela assume uma atitude tradicionalmente representada como masculina. Mais adiante, Natalie discute com Amir, vai trabalhar à noite, fora do expediente. Ela evita conversar com o marido sobre o luto da filha – uma tensão entre o casal que afeta o seu lado emocional. Natalie refugia-se no trabalho enquanto o seu casamento se desfaz aos poucos.

Figura 5 – Natalie dorme no sofá da sala após passar a noite trabalhando



Fonte: Frame de *Aruanas* (2019-atual).

Segundo Alves (2015, p. 106), uma situação desestabilizadora num relacionamento, que é comumente retratada em séries, é aquela em que “há filhos e alguém precisa cuidar dos filhos”. Essa situação pode ser observada no episódio inicial. Luiza está em uma estrada em Cari e recebe uma ligação do ex-marido Gilberto Pereira (Samuel Assis), que está com o filho doente em São Paulo. Nesse caso, os papéis estão subvertidos porque, como na fase inicial da telenovela brasileira, em que predominava a cultura patriarcal, era socialmente esperado que o filho adoecido fosse cuidado pela mãe/dona de casa, não pelo pai.

3 Entre o *streaming* e a televisão aberta

Aruanas foi lançada em 2 de julho de 2019 e a sua primeira temporada, com 10 episódios, foi disponibilizada integralmente no Globoplay, seguindo o modelo estratégico de lançamento da Netflix. Em 2020, a pandemia de Covid-19 paralisou a produção televisiva e *Aruanas* estreou na TV⁶ no dia 28 de abril de 2020, obtendo 20,9 pontos⁷ de audiência na Grande São Paulo. A série se destacou em relação à estreia de outras produções originais Globoplay na TV Aberta em 2020, a exemplo de *Todas as Mulheres do Mundo* (Globoplay, 2020), com 14 pontos na Grande São Paulo, ou mesmo *Arcanjo Renegado* (Globoplay, 2020), com 15,3 pontos em 2021.

6 Kantar Ibope Media – Instar Analytics – RM Abertas – Total Domicílios e Total Indivíduos – Rat%, AVRch% e AcCov% Projeção, calculado sobre o Atlas de Cobertura da TV Globo – Universo: 203.568.052 (jun/20).

7 Cada ponto equivale a 75 mil domicílios na Grande São Paulo, pela metodologia do Kantar Ibope Media.

Em sua exibição na TV Aberta, *Aruanas* alcançou uma média de 17 pontos, com um total de 90.954.206 espectadores – uma média de 33.629.442 espectadores por episódio. Enquanto no Globoplay, segundo dados fornecidos pelo Globo Universidade⁸, entre a data de sua estreia no serviço de *streaming* até o último dia de exibição na televisão, a série foi assistida por 500 mil contas, totalizando um total de 1,6 milhão de horas assistidas – ou seja, a temporada completa foi assistida em média cerca de 189 mil vezes, segundo estimativas da presente pesquisa, em uma média de 18 mil vezes por episódio. A plataforma alcançou cerca de 20 milhões de usuários, entre assinantes e não-assinantes, e num comparativo entre 2019 e 2020, houve um aumento do número de horas assistidas em 336% para séries e 403% para filmes (SILVA, 2021). Apesar disso, segundo César (2021), a TV Globo ainda se mostra muito relevante, arrecadando em torno de 10 bilhões de reais em 2020, superando o faturamento de todas as demais emissoras e das principais plataformas VOD no Brasil – Netflix e Amazon Video Prime, que juntas arrecadaram cerca de R\$ 9,48 bilhões.

O aumento do consumo televisivo pode ser creditado ao isolamento social imposto pela pandemia, que beneficiou todos os serviços de entrega de conteúdo televisivo em 2020, tanto a TV Aberta quanto a TV Paga, além dos serviços de vídeo sob demanda. Segundo pesquisa do Kantar Ibope Media sobre o consumo de conteúdo por aparelho televisivo, entre maio e junho de 2020, a TV Globo obteve a liderança com 32,6% da audiência, seguido por serviços de *streaming* de vídeo (como YouTube, Netflix, Globoplay, dentre outros), com 15,1%, e, em terceiro, estão os canais da TV paga, com 13,7% (FELTRIN, 2020).

Considerações finais

Neste capítulo, por meio do estudo de *Aruanas*, procuramos verificar a transposição das estruturas melodramáticas características da telenovela para séries de plataformas de *streaming*, em especial, o Globoplay, buscando desenvolver análises do melodrama social como um gênero transnacional. A série utiliza a razão afetiva para se comunicar com a sensibilidade popular e, assim, expor um olhar crítico e realista sobre as condições socioambientais da região amazônica.

8 Dados de visualizações da plataforma Globoplay cedidos gentilmente pela Marca e Comunicação / Valor Social, do Grupo Globo.

Em outro exemplo recente, de atualização das estruturas melodramáticas, na minissérie *Os últimos dias de Gilda* (2020), produzida pelo Canal Brasil e protagonizada por Karina Telles, Gilda é a mulher “inesquecível”, condenada a ter um destino trágico. Os arcos narrativos da história contemplam mulheres brasileiras que apresentam contradição de comportamentos progressistas e conservadores, provocando rasuras no sistema patriarcal. Gilda produz os alimentos com os quais prepara ceias orgiásticas para os seus convidados e amantes, afrontando, assim, a intolerância religiosa e as milícias do bairro. *Aruanas* e *Os últimos dias de Gilda* retratam “as contradições próprias dos processos de emancipação cultural das mulheres, marcados pela duplicidade de autoafirmação e subordinação”. (PASSERINI, 1991, p. 381).

Apesar de *Aruanas* abarcar temáticas tão amplas, variadas e atuais, não foi possível identificar em blogs, sites ou fóruns nas redes sociais um debate impulsionado pela série e o seu público. No entanto, é comum, na prática de recepção da ficção seriada, o público incorporar elementos de séries internacionais ao debate público local. Inclusive, a prática de postar mensagens comentando temas de interesse do país é uma estratégia corriqueira e incentivada pelo marketing da Netflix, Prime e HBO, entre outras.

Foi verificado também que, desde o início da pandemia de Covid-19 em 2020, o Grupo Globo intensificou a sua estratégia de *streaming* de produção de ficções seriadas com o selo Original Globoplay, bem como a consequente exibição na TV Aberta. Esse direcionamento ocorre em detrimento de produções tradicionais da emissora, como telenovelas e programas de entretenimento, buscando, assim, delimitar as novas fronteiras na “guerra de streaming”.

Uma das conclusões que emerge, entre outras, do estudo sobre *Aruanas: inovação e criatividade em tempos de pandemia de Covid-19*, relaciona-se às narrativas que são inseridas na agenda climática mundial e certificadas pelo imaginário socioambiental. Essa certificação permitiu à série percorrer um circuito global para divulgar a sua agenda ambiental. Os marcos de legitimidade desse processo são indicadores materiais da sustentabilidade do mercado global. Não por outro motivo, as redes sociais se tornaram um novo território indígena para a propagação de suas lutas contra a exploração extrativista e pela preservação cultural.

As narrativas ambientais são meios contemporâneos que produzem imaginários socioambientais. Nesse sentido, o interesse das empresas de *streaming* em produzir narrativas ambientais, além de

ser um tema atual, advém do fato de uma audiência cativa estar predisposta a se envolver com imaginários socioambientais, ainda mais em tempos de pandemia de Covid-19. As forças da plataformação da vida oferecem uma visão do futuro e de desenvolvimento social com base no ideal de sustentabilidade, enquanto *Aruanas* trata a agenda local, na perspectiva de um potencial público transnacional.

Referências

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. **Melodrama comercial – reflexões sobre a feminilização da telenovela.** cadernos Pagu (19) 2002: pp. 171-194.

ALVES, I. A Representação da Mulher Emancipada em Sex and the City II: as herdeiras de Sex and the City. In: ALVES, I. e ALMEIDA, A. (org.). **Mulheres em Seriados:** configurações. Salvador: EDUFBA,/NEIM/CNPq, 2015.

ARUANAS. Direção Geral de Estela Renner. Roteiro de Pedro de Barros e Carolina Kotscho. São Paulo: Globoplay/Maria Farinha Filmes, 2019-presente. son., color., stream., telev.

BALTAR, M. Moral Deslizante - releituras da matriz melodramática em três movimentos: Sirk, Fassbinder e Haynes. **Anais...** 15 Encontro Anual da Compós, Unesp-Bauru, 2006.

BORDWELL, D. **The Way Hollywood Tells It:** Story and Style in Modern Movies. Los Angeles: University of California Press, 2006

BRAIGHI, Antônio; CÂMARA, Marco. O que é Midiativismo? Uma proposta conceitual. In: BRAIGHI, Antônio; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco (org.). **Interfaces do Midiativismo:** do conceito à prática. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018. p. 25-42.

BULLARD, R. Confronting Environmental Racism in the 21st Century. In: DEMING, A; SAVOY, L. (org.). **The Colors of Nature:** Culture, Identity, and the Natural World. Minneapolis: Milkweed Editions, 2002.

CASE Study: Aruanas. **C21 Media.** London, 2019. Disponível em: <https://www.c21media.net/screenings/contentlondon19/11am-case-study-aruanas/15640/>. Acesso em: 24 jun. 2021.

CÉSAR, D. Netflix, Globoplay e Prime Vídeo faturam R\$ 14 bilhões por ano e já superam TV aberta. **UOL Na Telinha**, 18 jun. 2021. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/mercado/2021/06/18/netflix-globoplay-e-prime-video-faturam-r-14-bilhoes-por-ano-e-ja-superam-tv-aberta-165566.php>. Acesso em: 5 set. 2021.

EURÍDICE, P. Aruanas: urgência do tema e fuga dos padrões da TV tradicional fazem boa série. **CineSet**, 2019. Disponível em: <https://www.cineset.com.br/critica-aruanas-globoplay-2019/>. Acesso em: 24 jun. 2020.

FELTRIN, R. Streaming já é o 2o. maior ibope do país e só perde para Globo. **Splash UOL**, 8 jul. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2020/07/08/streaming-ja-e-o-2-maior-ibope-do-pais-e-so-perde-para-globo.htm>. Acesso em: 16 fev. 2021.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 1 ed. São Paulo: Aleph, 2008.

LOBATO, R. **Netflix nations: the geography of digital distribution**. New York: New York University Press, 2019.

LOPES, M. I. V.; LEMOS, L. Brasil: streaming, tudo junto e misturado. In: LOPES, M. I. V.; GÓMEZ, G. O. (org.). **Modelos de Distribuição da Televisão por Internet: atores, tecnologias, estratégias**. São Paulo: Sulinam, 2019

LOPES, M. I. V.; LEMOS, L. Brasil: tempo de streaming brasileiro. In: LOPES, M. I. V.; GÓMEZ, G. O. (org.). **O melodrama em tempos de streaming**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

MAJITHIA, S. Rethinking Postcolonial Melodrama and Affect. **Modern Drama**, v. 58, n. 1, 2015.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MBEMBE, Achille. Necropolítica. **Arte & Ensaios**. Rio de Janeiro, n. 32, dez. 2016

PASSERINI, L. **Mulheres, consumo e cultura de massas**. In: DUBY, G.; PERROT, M. História das mulheres. (o século XX). Porto: Afrontamento; São Paulo: Ebradil, 1991.

PERET, J. A. **Mitos e Lendas Karajá** – Inã Son Wéra. Rio de Janeiro, 1979.

PRADO, L. F. Comunicação, consumo e subjetividades: discursos engajados em causas sociais nas empresas da economia criativa. **Anais**. 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, Belém, 2 a 7 set. 2019.

ROBERTSON, M.; NICHOLS, P. HORWITZ, P.; BRADBY, K.; MACKINTOSH, D. Environmental narratives and the need multiple perspectives to restore degraded landscapes. In: **Australia. Ecosystem Health**, v. 6, n. 2, 2000.

ROCHA, S. M. Aruanas e a Poética Televisual na Era do Streaming. **Anais**. XXIX Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande - MS, 2020.

ROSA, G. P. **A Quercus nas Notícias**: consolidação de uma fonte não oficial nas notícias de ambiente. Porto: Porto Editora, 2006.

SILVA, C. M.; SOARES, R.; MACHADO, W.; ARBILLA, G. A Pandemia de COVID-19: Vivendo no Antropoceno. **Revista Virtual de Química**, v. 12, n. 4, p. 1001-1016, 2020.

SILVA, R. Um ano depois do início da pandemia, plataformas de streaming contabilizam ganhos. **Forbes**, 22 mar. 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2021/03/um-ano-depois-do-inicio-da-pandemia-plataformas-de-streaming-contabilizam-ganhos/>. Acesso em: 5 set. 2021.

SMITH, S. et al. **Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Films & Series**. USC Annenberg Inclusion Initiative, feb. 2021.

TERCEIRA PARTE

*Remakes, pandemia e lógicas da
produção e das audiências*

Transmídiação e telenovelas em tempos de pandemia: análise das estratégias nas reprises da TV Globo

Yvana Fechine (coord.)
Cecília Almeida Rodrigues Lima (vice-coord.)

Diego Gouveia
Gêsa Cavalcanti

Introdução

Deflagrada pela Organização Mundial de Saúde em março de 2020, a pandemia da Covid-19 impôs mudanças ao cotidiano de todos os brasileiros. Na televisão, não foi diferente. O impacto foi tanto que o avanço do vírus no Brasil levou a Rede Globo a reexibir alguns de seus sucessos recentes em todas as faixas de horários de telenovelas, depois da decisão inédita de interromper a produção de seu principal produto de entretenimento no intuito de garantir a segurança do elenco e da equipe durante a crise sanitária e suas reverberações políticas e humanitárias em todo o país.

Na faixa das 21h, o drama de dona Lurdes, em *Amor de Mãe*, foi interrompido entre 21 de março de 2020 e 1 de março de 2021, quando a novela pôde apresentar uma conclusão consideravelmente encurtada; às 19h, a comédia *Salve-se Quem Puder* também entrou em hiato de um ano, de 28 de março de 2020 até 22 de março de 2021; e *Nos Tempos do imperador*, prevista para assumir o lugar de *Éramos Seis* no horário das 18h, nem chegou a estrear, assim como uma nova temporada de *Malhação* para substituir *Malhação: Toda Forma de Amar*, encerrada em 3 de abril de 2020.

Para ocupar as faixas abertas pela suspensão das produções inéditas, em todos os horários, a Globo optou por reprises. Na faixa das 17h, foram reprisados dois sucessos de anos anteriores: *Malhação: Viva a Diferença* (veiculada entre 6 de abril de 2020 e 22 de janeiro de 2021) e *Malhação: Sonhos* (de 25 de janeiro de 2021 até o fechamento deste texto). Também com o fim de *Éramos Seis*, em 27 de março de 2020, o horário das 18h foi ocupado com a reprise de: *Novo Mundo*, que rodou de 30 de março a 28 de agosto de 2020; *Flor do Caribe*, de 31 de agosto de 2020 a 26 de fevereiro de 2021; e, depois, *A Vida da Gente*, de 1 de março a 7 de agosto de 2021.

No lugar de *Salve-se Quem Puder*, *Totalmente Demais* teve sua reexibição iniciada em 30 de março, ficando até 9 de outubro de 2020. *Haja Coração* reestreou dia 12 de outubro de 2020 e permaneceu no ar até 19 de março de 2021, quando os capítulos inéditos de *Salve-se Quem Puder* retornaram à programação. A comédia foi concluída em 17 de julho de 2021, sendo substituída pela reexibição de *Pega Pega*. Já *Amor de Mãe* foi sucedida por *Fina Estampa*, até 18 de setembro de 2020, e a *A Força do Querer*, que foi exibida até 12 de março de 2021. Dona Lurdes voltou em 1º de março de 2021, com um compacto do que havia sido exibido em 2020. Então, entre 1º e 12 de março, foram ao ar *Amor de Mãe* e, na sequência, os últimos capítulos de *A Força do Querer*. Com o final de *Amor de Mãe*, no dia 9 de abril de 2021, *Império* voltou no dia 12 de abril e será substituída por *Um Lugar ao Sol*, produção inédita, a partir de novembro de 2021.

As reprises comprometem, no entanto, uma das características determinantes da experiência das telenovelas brasileiras, a sua processualidade. Como se sabe, embora a telenovela comece a ser exibida com parte dos seus capítulos já prontos, na maioria dos casos, o autor vai redigindo os demais enquanto o produto está no ar, incorporando, nesse processo, as opiniões e reações do público àquilo que está sendo exibido. Esses retornos influenciam no modo como os autores trabalham os personagens, desdobram as tramas e reveem até mesmo o desenvolvimento da história principal prevista pela sinopse. Por isso, podemos considerar a telenovela como um produto dotado de certa abertura. O *feedback* pode ser obtido por meio de sondagens encomendadas aos institutos de pesquisas, pelos canais de atendimento da emissora e, talvez, sobretudo, por meio das plataformas digitais, incorporadas definitivamente à cadeia produtiva da telenovela.

Esse modo de produção aberto e processual da telenovela favorece diversos tipos de estratégias de transmídiação, que já foram descritas em trabalhos anteriores (FECHINE *et al.*, 2013, 2017). Grande parte dessas estratégias se baseiam no engajamento do espectador nas plataformas de redes sociais digitais, instigando sua curiosidade pelo que está por vir e cultivando espaços de manifestação de opinião que, em grande medida, têm o efeito de fazer a audiência sentir que pode interferir nos eventos da trama, já que ela ainda não está finalizada.

Mas o que acontece com essas estratégias quando a telenovela perde esse efeito de processualidade? Se não há mais a expectativa sobre o desenvolvimento do enredo ou o destino dos personagens, que sempre mobilizaram o público, como estimular o engajamento dos fãs explorando as suas interações on-line, como costumava ser feito com os títulos originais em exibição? O que muda quando a busca pela atenção e engajamento dos espectadores não dependem tanto da curiosidade em torno do que vai acontecer na trama ou da possibilidade de intervir no destino dos personagens, por exemplo?

São essas as questões que nos dispomos a enfrentar neste artigo, no qual analisamos o período de reprises no contexto da pandemia e a atuação da Rede Globo em seus espaços oficiais nas redes sociais, buscando compreender se estratégias transmídias praticadas pela emissora e já inventariadas em trabalhos anteriores permanecem válidas nesse novo cenário, ou se as reprises dão lugar a novas práticas. Para responder a tais perguntas, realizamos aqui uma pesquisa de concepção descritiva realizada por meio de uma observação sistemática dos perfis oficiais da Rede Globo e Gshow no Facebook, Instagram e Twitter, bem como do site do Gshow. Antes de apresentar a discussão propriamente dita, é preciso, de um lado, refletir sobre a experiência de “reassistir” e, de outro, revisar tais estratégias transmídias.

1 A experiência de “reassistir”

A repetição é uma estratégia fundamental da indústria televisiva, pois possibilita um retorno de programas pré-estabelecidos, atraindo espectadores para uma programação que já é considerada familiar (KOMPAARE, 2006). No entanto, há ainda poucos estudos empíricos, segundo Mittel (2011), sobre a experiência de assistir novamente a um produto televisivo. Ainda que reconheça que esse

tipo de estudo é essencial para se fazer afirmações sobre o comportamento e motivações do espectador para *reassistir*, por exemplo, a um produto com muitas horas de duração, como uma série de televisão (e telenovelas, no caso que nos interessa), Mittel (2011) faz algumas especulações, a partir da sua própria experiência sobre essa prática. Reassistir a uma série televisiva – é esse o objeto de reflexão de Mittel – envolve, no caso dos fãs, uma “observação analítica” que pode resultar em outros caminhos interpretativos e, eventualmente, em posicionamentos críticos em relação ao enredo: “agora que sei o que vai acontecer, parece diferente” (MITTEL, 2011, p. 3).

Outro motivo apontado por Mittel (2011) para rever um produto televisivo envolve uma forma de nostalgia, pois, ao fazê-lo, o espectador pode ser levado a reviver determinados momentos da sua vida ou experiência emocional associados àquele programa. Nesse sentido, Castellano e Meimaridis (2017, p. 62) destacam que a “nostalgia, então, começa a denominar um tipo peculiar de melancolia inerente à privação não de um objeto amado [...] mas ao afastamento do ‘meio habitual’”. O sentimento nostálgico pode ser associado ao reassistir no contexto da pandemia de Covid-19, quando diversas formas de vida cotidiana habituais – sair de casa, ver pessoas queridas, frequentar ambientes públicos, participar de atividades culturais e de caráter coletivo, enfim, *estar junto* com outras pessoas – foram suspensas, levando a novas formas de manejo do tempo. Assim, não podemos deixar de demarcar o valor do reassistir a produtos televisivos que transmitem um senso de “vida normal” e relembram tempos não tão distantes em que aglomerações e demonstrações físicas de afeto eram possíveis, em meio às incertezas e ao sentimento de medo que cercam a circunstância de uma pandemia.

Assistir novamente pode também mudar a reação emocional na medida em que, em vez do suspense, curiosidade e surpresa em relação ao desenvolvimento do enredo, o espectador pode, agora, experimentar o prazer de saber o que está por vir, desfrutando dos prazeres associados à antecipação – um gosto que ganha ainda mais relevo quando o ato de reassistir é compartilhado com quem está assistindo pela primeira vez (MITTEL, 2011), permitindo acompanhar suas reações e vivenciar momentos de gratificação ao dar “pistas” e opiniões. A gratificação envolvida nesse conhecimento prévio do enredo pode ser associada a uma dimensão fundamental no consumo de TV: tão importante quanto assistir à televisão é conversar sobre o que se assistiu. Diferentemente do cinema ou da literatura,

campos nos quais se concentraram os estudos sobre releituras, segundo Mittel (2011), a televisão organizou-se, historicamente, como uma experiência coletiva: mesmo que estejam assistindo sozinhos, a existência de uma grade de programação pressupõe que seus espectadores consomem os mesmos conteúdos, o que lhes permite falar a respeito dos programas nas mais variadas situações sociais.

Como lembra Mittel (2011), a televisão, mais do que qualquer outra mídia, está integrada à vida cotidiana, de tal modo que as conversas sobre as narrativas em andamento moldam nossas experiências como espectadores. O ato de rever uma série de TV, uma telenovela, uma transmissão esportiva ou programa qualquer, abre novas possibilidades de interações sociais sustentadas seja por uma “observação analítica”, do ponto de vista ético ou estético, seja por convocar uma nova experiência emocional ou lúdica, perpassada pela nostalgia.

É apostando nesse interesse em compartilhar experiências e ideias, de conversar sobre aquilo que se vê na TV, que se constroem as estratégias transmídias, especialmente aquelas denominadas de TV Social. No entanto, no período em que as telenovelas da Rede Globo eram reprisadas, as estratégias adotadas pela emissora levaram em conta essa experiência de reassistir? Se sim, de que maneira? Foi a partir dessa indagação que observamos as ações transmídias realizadas pela Rede Globo, especificamente durante a reexibição de *Malhação: Sonhos*, *Malhação: Viva a Diferença*, *Novo Mundo*, *A Vida da Gente*, *Haja Coração*, *Totalmente Demais* e *Império*, levando em consideração o lançamento de novos produtos e a atuação nos perfis oficiais da emissora em redes sociais digitais, como Twitter, Facebook e Instagram, à luz da categorização de estratégias apresentada em publicação anterior deste Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva.

Na observação realizada, entre 23 de março de 2020 e 10 de setembro de 2021, consideramos *a priori* uma condição fundamental que poderia impactar nas estratégias: mesmo os que não haviam assistido à telenovela em sua primeira veiculação poderiam, certamente, ter acesso às informações sobre o desenrolar da trama com uma busca simples na internet. Consideramos, então, como hipótese, que, nessas condições, a expectativa e desejo de intervir sobre o *quê* vai acontecer poderia dar lugar à mencionada nostalgia de rever momentos emblemáticos ou ao interesse de conhecer *como* foi feita a telenovela – situações de gravação, memórias e experiências do elenco, curiosidades, bastidores em geral etc. Como se tratava de

um produto conhecido, era razoável supor que as estratégias poderiam explorar também experiências com o produto próprias do reassistir, permitindo ao espectador olhar para o “passado” (momento em que a telenovela foi produzida e exibida) com a perspectiva do “presente” (contexto no qual é exibida a reprise) – algo que foi notado, aliás, na reprise de *Fina Estampa*, sucesso de 2012 que fracassou diante da audiência de 2020 por levantar questões sobre a representação estereotipada de personagens LGBTQIA+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Travestis, Queers, Intersex, Assexuais e outras possibilidades).

Por esse caminho, caberia verificar se as estratégias foram orientadas pelo reassistir, pelo “assistir pela primeira vez” ou, ainda, pela tentativa de compatibilizar as duas situações espectatoriais. Em todo o caso, pretendemos identificar como essas necessidades impactaram as estratégias já conhecidas, analisando tendências e diferentes maneiras de explorar o sentimento de reassistir, ao mesmo tempo em que se tentava atrair o público que ainda não conhecia a trama.

2 Estratégias transmídias em reprises

No acompanhamento que realizamos das telenovelas da Globo como parte dos projetos coletivos abrigados pelo Obitel Brasil, temos tratado a transmídiação como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados e/ou complementares ao texto principal. Como tal, envolve uma ação estratégica de comunicação oriunda de um destinador-produtor geralmente identificado – mas não exclusivamente – com a indústria midiática. Embora convoquem também iniciativas autônomas de fãs, construindo um universo ficcional e interacional que envolve conteúdos “oficiais” e “não-oficiais”, as estratégias transmídias correspondem àquelas ações desenvolvidas pela instância produtora, no caso deste estudo, a Rede Globo e, mais especificamente, seus produtores transmídias. Em trabalhos anteriores, *Fechine et al.* (2013; 2015) classificaram as estratégias transmídias em torno de telenovelas da Rede Globo em duas grandes categorias: propagação e expansão. Estas, por sua vez, podem acionar conteúdos reformatados, informativos e de TV Social associados à estratégia de propagação, enquanto as extensões textuais e lúdicas estão relacionadas às estratégias de expansão. Oito anos depois, num contexto de

transformação forçada por uma crise sanitária mundial, revisitamos a categorização para verificar se os esforços da emissora seguiram no mesmo sentido ou se a situação de pandemia, que levou às reprises, provocou alterações nas estratégias.

Durante a observação, identificamos um investimento quase que exclusivo em estratégias de propagação, ou seja, aquelas que têm como função promover a retroalimentação dos conteúdos da telenovela em outras mídias, mas sem desdobrá-los. Nessa estratégia, os conteúdos repercutem ou reverberam a narrativa principal, colaborando para manter o interesse, o envolvimento e intervenção criativa do consumidor de mídias no universo proposto. Dessa forma, foram identificados com frequência conteúdos reformatados, aqueles que reorganizam ou adaptam para outra mídia/plataforma conteúdos que já foram ou serão ofertados durante os episódios do programa televisivo, dando novas possibilidades de interação com o público.

Assim, circularam variados conteúdos de antecipação, recuperação e remixagem, com a clara intenção de convocar os usuários para a telenovela ao disponibilizar pequenos fragmentos do que seria/foi exibido. Na antecipação, foram vistos conteúdos divulgados em outras mídias com o objetivo de estimular, motivar, despertar interesse dos consumidores sobre a narrativa. Nos sites das novelas, eram oferecidos, em forma de notícias, os resumos dos capítulos daquela semana. Nas notícias, eram descritas cenas e acontecimentos ainda não exibidos, mas que fariam parte da trama.

Os resumos das telenovelas servem para antecipar os conteúdos, mas também podem ser vistos como um exemplo de recuperação, visto que o leitor pode conferir informações sobre os capítulos que já foram ao ar para não se perder. Os conteúdos de recuperação permitem que o consumidor resgate informações, vídeos ou outros materiais referentes à telenovela já exibidos na programação da TV. Nos sites das novelas, na página principal, há publicações diárias com vídeos do capítulo que foi exibido na TV. No Facebook e Twitter, também é comum a Rede Globo postar imagens de cenas com o link para que os consumidores possam acessar o conteúdo na *homepage* da novela. As postagens no Instagram também costumam trazer cenas já exibidas pela emissora, oferecendo aos seguidores a possibilidade de comentar e curtir a publicação. Ainda considerando os conteúdos reformatados, foi observada a remixagem, na qual há uma ressignificação de cenas já exibidas da telenovela. É composto por falas compiladas, reorganizadas ou imagens manipuladas. Em *A Vida da Gente*, por exemplo, a equipe de produção compilou,

em uma publicação no Gshow, dez frases sábias de Iná, personagem vivida pela atriz Nicete Bruno. Uma briga entre as irmãs protagonistas da telenovela levou a equipe de produção a publicar um conteúdo relembrando brigas entre irmãos em outras telenovelas.

Os conteúdos informativos oferecem ao destinatário conhecimentos associados ao texto de referência, mas que não são de natureza ficcional. Com a exibição de *Novo Mundo*, por exemplo, foram observados no site da emissora conteúdos contextuais, que trazem conhecimento adicional sobre ou a partir da *diegese* (realidade da trama). Muito comum em novelas de época, o site trouxe informações sobre os personagens reais da história do Brasil que apareceram na telenovela.

Também chamou atenção o uso dos conteúdos promocionais, compostos por informações sobre o *fazer-se* da novela. Eles trazem informações sobre os bastidores da novela e o *making of* de cenas. Foi comum encontrar notícias mostrando como alguns atores e atrizes estavam na atualidade em comparação com o tempo de exibição da novela, assim como foram entrevistados para falar sobre seus personagens. Em *Império*, por exemplo, a substituição por motivo de doença da atriz Drica Moraes, que vivia a personagem Cora na segunda fase da novela, foi algo bastante marcante à época da transmissão original. Durante a reprise, a Globo divulgou entrevista recente com Marjorie Estiano, que havia encarnado Cora na primeira fase da novela e foi chamada de volta à produção com a saída da colega de elenco. A atriz comentou como foi o processo de readaptação à personagem. O conteúdo foi ao ar no *podcast Novela das 9* e também foi destacado em matérias divulgadas no site do Gshow e nas redes sociais da Globo, com o destaque “Marjorie Estiano lembra ‘chamado de socorro’ para reviver Cora em ‘Império’ e presta homenagem à Drica Moraes”. Na mesma entrevista, ela relembrou momentos de *A Vida da Gente* e comentou os desafios para gravar cenas de grande impacto emocional. Também no *podcast*, outros exemplos incluem a entrevista com Paulo Betti, que falou sobre a inspiração para chegar aos trejeitos de seu personagem em *Império*, ou o episódio com a atriz Isabella Santoni, que refletiu sobre questões de gênero em sua personagem de *Malhação: Sonhos* e afirmou que “continuam atuais”, explorando o potencial de atualização/reinterpretação do texto reprisado pelo olhar contemporâneo.

O investimento em *podcasts* talvez seja a maior novidade a ser destacada, embora o tipo de conteúdo não proponha algo muito diferente em termos de sua função dentro do projeto transmídia da

emissora. Com o objetivo principal de antecipar momentos importantes de suas tramas, o *Novela das 9* foi criado em 2018, com edições de 15 a 30 minutos em que os apresentadores revelavam uma “surpresa” sobre o que estava por vir nas telinhas, com foco exclusivo na telenovela do horário nobre e eventualmente contando com a participação de membros da equipe de produção da novela para comentar alguma cena marcante ou curiosidades das gravações.

Durante a pandemia, a interrupção das produções inéditas forçou o *Novela das 9* a mudar seu formato quase completamente. Num primeiro momento, o *podcast* foi interrompido e, depois, passou a ser um ambiente de entrevistas em profundidade, mais longas, com média de até 50 minutos. Nelas, atores são convidados a relembrar sua participação em telenovelas disponíveis no catálogo do Globoplay ou que estavam sendo reprisadas pela Globo ou no canal Viva, ou seja, o foco deixou de ser exclusivo na novela das 21h. Dessa forma, reparamos que a emissora investe no apelo à nostalgia, explorando com isso uma maior participação do elenco nas ações transmídias de propagação. Nessas circunstâncias, fica bem evidente a aposta em um dos bens mais valiosos da Globo: o capital social de suas celebridades para manter a relevância e alavancar seus produtos, tanto no *streaming* como na grade de programação.

Em uma primeira análise, poderíamos supor que, com as novelas “acabadas”, o momento não seria propício para o investimento nas estratégias de expansão, aquelas que complementam e/ou desdobram o universo narrativo para além da televisão, com “transbordamentos” do universo narrativo a partir da oferta de conteúdos lúdicos e textuais. No entanto, verificamos o potencial das reprises como *ativadoras* de conteúdos de expansão produzidos após o término das novelas. Como exemplo, citamos a série *As Five*, produzida especificamente para o Globoplay, numa estratégia de extensão narrativa¹, e disponibilizada em novembro de 2020, aproveitando o grande sucesso de *Malhação: Viva a Diferença* e atendendo a uma demanda dos fãs pela continuidade da história iniciada naquela temporada. O lançamento do *spin-off* em sincronia com a reexibição da temporada *Viva A Diferença* na Globo mostra que as reprises podem ser planejadas tendo em vista a possibilidade de expansão de um universo narrativo previamente estabelecido e que construiu uma audiência disposta a consumir seus desdobramentos.

1 Estão mais próximas do *transmedia storytelling* de Jenkins (2008) – novas narrativas desenvolvidas em outros meios a partir de recuos ou avanços na cronologia da narrativa principal exibida na televisão.

De modo semelhante, *Novo Mundo* levou aos espectadores uma extensão diegética². Na novela, o livro *Novo Mundo*, escrito pela personagem Anna Millman, interpretada por Isabelle Drummond, foi queimado por outro personagem. No site do Gshow, o livro foi disponibilizado em capítulos semanais que poderiam ser acessados pelos usuários, desde 2017, na primeira exibição da novela, tendo sido concluído em 2019. Por ocasião da reprise, a extensão foi lembrada em matérias publicadas no site do Gshow. Da mesma forma, *Êta Mundo Bom!* estava sendo reprisada no *Vale a Pena Ver de Novo* quando o *podcast* *Novela das 9* reforçou a divulgação da extensão diegética *Herança de Ódio*. Ou seja, apesar de não se tratar de uma nova produção, as reprises podem ter o papel de dar “novo fôlego” para desdobramentos de um universo narrativo de uma telenovela já finalizada.

Desse modo, apesar da ênfase em estratégias que tinham como função principal meramente a propagação dos conteúdos que estavam no ar, apostando na nostalgia e no capital social do elenco para atrair espectadores antigos e também os que estavam assistindo à telenovela pela primeira vez, salientamos o potencial das reprises para acionar novas estratégias transmídias de expansão ou para a sedimentação de conteúdos produzidos ainda na primeira exibição. Diversas telenovelas da Rede Globo apresentam potencial para construção de comunidades de fãs, que ficam carentes por conteúdo quando aquela narrativa se encerra. A reprise pode ser uma maneira de dar vazão a novos conteúdos de expansão produzidos a partir de universos antigos.

2.1 TV Social e reprises

Uma estratégia de propagação empregada pela TV Globo que merece destaque é a de TV Social, designação dada a um conjunto de práticas ancoradas na conversação em rede e já observada em trabalhos anteriores (FECHINE *et al.*, 2015). As estratégias verificadas estimulam a conversação entre espectadores, mas também entre espectadores e produtores (autores, elenco, produtores transmídia, influenciadores digitais, comentadores contratados etc.). De modo geral, o seu objetivo é estabelecer vínculos entre actantes envolvidos com o texto televisivo, criando uma rede de conversações e promovendo um efeito de “ver TV ao vivo”, o que valoriza a lógica da

2 Consiste na elaboração de artefatos extraídos do mundo ficcional, como se eles fossem “verdadeiros”.

grade de programação em fluxo. Isso exige que os espectadores estejam, ao mesmo tempo, assistindo ao programa e interagindo on-line, discutindo ou publicando suas reações relacionadas ao conteúdo exibido na televisão. Tal efeito pode ser construído por meio de aplicativos especificamente criados pela emissora ou utilizando plataformas de redes sociais digitais já existentes, como Twitter, TV Time ou Facebook. O fator determinante para caracterizar a experiência de TV Social é a produção de um efeito de temporalidade compartilhada, pois é na duração comum de programa e interações em rede que se estabelece a sensação de “assistir junto com” (FECHINE; CAVALCANTI, 2017).

Pelo seu caráter dinâmico e efêmero, o Twitter é a principal rede social utilizada nas estratégias de TV Social da Rede Globo. A emissora administra dois perfis principais, que são os responsáveis pelas postagens sobre as telenovelas no canal aberto: o @tvglobo e o @gshow. A observação dos perfis selecionados revelou ao menos dois procedimentos predominantes envolvidos nas diferentes estratégias transmídias adotadas nas reprises. No perfil TV Globo, as estratégias foram, de modo geral, semelhantes às aquelas utilizadas na exibição de produção inédita, com foco no *live-tweeting* (realização de comentários sobre os acontecimentos da narrativa, publicados pela instância produtiva de modo simultâneo à sua exibição, “em tempo real”).

Já o Gshow, que costumava ser o perfil mais utilizado pela Rede Globo para tratar de telenovelas, diminuiu drasticamente a quantidade de publicações, deixando o *live-tweeting* e focando em publicações que exploravam mais o interesse sobre o processo de produção do que sobre o *produto* exibido (o desenrolar da trama, especialmente). Por ser um perfil voltado mais diretamente aos produtos de entretenimento, o Gshow concentrou as estratégias transmídias desenvolvidas para as telenovelas, como constatamos em trabalhos anteriores. Aglutinando todos os produtos da emissora (da informação ao entretenimento), menos segmentado e com um número de seguidores muito maior, o perfil TV Globo investiu mais na exploração do universo diegético, apostando também no público que assistia à telenovela pela primeira vez. Embora não se possa afirmar que essa complementaridade entre o Gshow e o TV Globo tenha sido inaugurada pelas reprises, é razoável supor que essa articulação se tornou mais evidente, sugerindo a adoção da lógica transmídia na gestão interna dos conteúdos destinados a cada perfil.

Já no Instagram, notamos um certo aumento do uso para práticas de TV Social em comparação ao percebido em investigações anteriores. A emissora e membros da produção fizeram postagens durante a exibição de novelas que configuram uma prática similar à do *live-tweeting*, o que nos levou a expandir a categoria para dar conta de uso similar em outra plataforma. Passamos, então, a denominá-la de “Comentários ao vivo”.

Notamos o uso recorrente de determinadas práticas como parte integrante desse modelo de produção transmídia (FECHINE et al., 2015). Na Figura 1, apresentamos os dados gerais de observação das práticas de TV Social categorizadas em trabalhos anteriores – Comentário ao vivo (anteriormente denominado *Live-tweeting*), Chat com elenco, Criação de *hashtags* e *Call-for-action*. Partiremos delas para analisar o uso de cada uma das estratégias na exibição das reprises que compõem nosso *corpus* de pesquisa.

Figura 1 - Mapeamento das práticas de TV Social nas reprises analisadas

	TOTALMENTE DEMAIS	HAJA CORAÇÃO	A VIDA DA GENTE	NOVO MUNDO	MALHAÇÃO VIVA A DIFERENÇA	MALHAÇÃO SONHOS	IMPÉRIO
COMENTÁRIO AO VIVO (EMISSORA)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CHAT COM O ELENCO	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
criação de HASHTAGS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
COMENTÁRIO AO VIVO (ADJUVANTES)	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
CALL FOR ACTION	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗

Fonte: Elaboração própria.

Boa parte das práticas de TV Social continuaram sendo usadas no contexto de reprises, à exceção do Chat com o elenco e do *Call for action*. Cabe destacar que o Chat com o elenco ainda é recorrente durante a exibição de telenovelas inéditas, mas não ocorreu durante reprises. Já o *Call for action* é um tipo de ação que requer maior engajamento dos telespectadores. Em análises ante-

riores, percebemos que esse tipo de prática ganha mais destaque em outros gêneros televisivos como os *reality shows*, embora também apareça na teledramaturgia (CAVALCANTI, 2016).

A Criação de *hashtags* (definição de palavra-chave que serve como termo agregador e indexador das conversações on-line) foi usada muitas vezes em conjunção com a publicação de Comentários ao vivo. Este último é a principal estratégia de TV Social da Rede Globo, mas também a que mais depende da processualidade da narrativa. Por isso, parece ter perdido força no caso das reprises. A estratégia continuou sendo usada, assim como é usada com produções reprisadas no *Vale a Pena Ver de Novo* ou no canal Viva. No entanto, no corpus aqui analisado, percebemos que a emissora utilizou uma frequência de *tweets* bem menor durante a exibição das reprises do que costuma fazer nas inéditas.

Ainda assim, interessa destacar que, em vez de simplesmente descrever os acontecimentos narrativos e comentá-los de forma síncrona, o Comentário ao vivo das reprises tentou estabelecer uma relação de pertencimento do espectador à trama, ressaltando aspectos que não se limitam à narrativa, mas sim ao fazer da telenovela, aspectos produtivos que evocam uma certa memória dos envolvidos nesse fazer produtivo, tais como atores relembando momentos difíceis de seus personagens, cenas cuja produção foi desafiadora etc.

Além do Comentário ao vivo tradicional, feito a partir dos perfis institucionais (@tvglobou @gshow, seja no Twitter ou Instagram), consideramos também um tipo de Comentário ao vivo aquele realizado por adjuvantes diretamente relacionados com a instância produtora, como autores e atores das produções, por meio de seus perfis pessoais. Essa estratégia não é propriamente uma novidade: o elenco e, ainda que menos frequentemente, os autores sempre foram convocados a colaborar nas ações transmídias associadas às telenovelas das quais tomavam parte. O que observamos durante as reprises foi um aumento nas ações que partiam dos perfis de determinados atores, atrizes e autores das produções reprisadas, evidenciando uma maior contribuição do elenco e ampliando os agentes envolvidos mais diretamente na construção do universo transmídia.

Em *A Vida da Gente*, por exemplo, a atriz Regiane Alves fez publicações no Twitter durante a exibição da novela. No dia da reestreia, a atriz, que interpretou a personagem Cris na trama, comentou: “Começou #AVidadaGente!! Já estou ligando pro Fantástico pra escolher minha música pois essa é a minha terceira reprise

no ar”, fazendo referência ao fato de estar no ar também em *Mulheres Apaixonadas*, veiculada no Viva, e *Laços de Família*, que ocupou a faixa do *Vale a Pena Ver de Novo*. No dia do primeiro capítulo, quando a personagem apareceu em cena, Regiane tuitou: “Cris chegou!! #AVidaDaGente”. Em *Império*, o ator Alexandre Nero usou suas redes pessoais para divulgar a volta do Comendador, personagem memorável que protagonizou o folhetim. Ele diz: “Desejo que esse trabalho, que fui profundamente feliz, cercado de pessoas que amo e admiro, possa aliviar e carinhar cada um de vcs em tempos tão pouco afáveis. Voa #Comendador Vem #Império”. O tom da publicação tem um ar de nostalgia e remete à possibilidade de que a telenovela possa trazer certo conforto em tempos difíceis. Também de *Império*, a atriz Marina Ruy Barbosa, muito ativa nas redes sociais digitais, republicou conteúdos feitos pela Rede Globo, por perfis especializados em televisão e por perfis de fãs do casal Alfredo e Isis (Alfredisis). Na reprise de *Malhação: Sonhos*, um dos autores da telenovela, assim como diversos atores, realizou comentários ao vivo (no Twitter e/ou Instagram).

Figura 2 - Autores e autora de *Malhação* comentam estreia da reprise



Fonte: Elaboração própria a partir do site Twitter.

Sobre a resposta dos usuários às reprises, destaca-se o sucesso de *Totalmente Demais*, o que pode ser atribuído à aproximação com um público mais jovem e por ter feito bastante sucesso em sua exibição original. A trama não só conseguiu atingir um público novo que desconhecia a história, como também recuperar parte de sua base de fãs. As estratégias sobre a narrativa envolveram os casais, ou melhor, a torcida em torno do triângulo amoroso da trama, Artur e Eliza (Arliza) x Jonatas e Eliza (Joliza). Os fãs dos casais reacenderam a antiga disputa, criando *hashtags* e divulgando conteúdos. Mesmo cientes da não processualidade, eles ainda estavam se fazendo presentes na defesa de seu casal predileto. Caso semelhante é o de *Império*, em torno da qual perfis especializados de fãs voltaram a ter atividade, mesmo que o desfecho já fosse conhecido. Já em *A Vida da Gente*, houve pedidos nas redes para que o final original da trama fosse modificado na reexibição, pois o tempo não foi benevolente com um dos personagens principais, interpretado por Rodrigo Cardoso, que passou a ser visto como menino indeciso e imaturo. Assim, nota-se o papel da reprise também para provocar conversações novas, a partir da reinterpretação de significados antigos.

Considerações finais

As formas de rever e reviver fazem parte da nossa dinâmica de consumo de conteúdo. Eles configuram uma experiência que pode acontecer por meio de uma chave exploratória ou de conforto, ambas permeadas por práticas mnemônicas. O telespectador de telenovelas brasileiras está acostumado com a ideia de ver novamente. Emissoras como SBT e Record reprisam suas produções constantemente e a Rede Globo tem em sua grade regular uma faixa específica para abrigar as produções já exibidas, o *Vale a Pena Ver de Novo*. Ainda assim, a pandemia nos apresentou um cenário singular de interrupção produtiva. A história da emissora teve casos de interrupções pontuais, em uma só faixa de horário ou por períodos determinados, como a paralisação de exibição de *Geração Brasil* durante a Copa do Mundo de 2014. Desse modo, a suspensão de produtos originais e inéditos por um ano, em todos os horários, é algo sem precedentes.

A principal questão que este artigo se propôs a responder envolve a relação entre as reprises e a processualidade no modelo de produção transmídia. Há, de maneira geral, uma certa manutenção do modo de operação da emissora nas redes: não foram encontra-

das, durante o período de análise, novidades consideráveis no que diz respeito às tipificações tanto das estratégias transmídias e, sobretudo, nas de TV Social. No entanto, há uma mudança relacionada ao tipo de conteúdo explorado nessas estratégias.

Pensando nesses conteúdos, a principal mudança flagrada foi o apelo predominante à rememoração, o que se justifica pela necessidade de explorar o elo nostálgico que existe entre o consumidor e o ato de reassistir. Nas duas chaves transmídias com as quais trabalhamos (propagação e expansão), é justamente a de propagação, fundamentada em um “falar sobre”, que se destaca por favorecer ações que exploram conteúdos de antecipação, recuperação, remigação, contextuais e promocionais. A exploração de uma relação prévia parece explorar menos o potencial de expansão e mais essa ideia de reencontro com o objeto de afeto nostálgico. Como exemplo, podemos citar aqui a forma como os fãs da telenovela *Totalmente Demais*, mesmo na reprise, se engajaram na defesa de seus casais prediletos, reacendendo uma disputa nas redes, que fora alimentada pela própria emissora, mesmo na reprise.

Por fim, embora tenhamos optado aqui por trabalhar com a observação das estratégias usadas pela Rede Globo para suas reprises durante os anos de 2020-2021, não desconsideramos o fato de que a pandemia também impôs uma espécie de “modo de manutenção” das telenovelas que estavam com suas produções paralisadas. No caso de *Nos Tempos do Imperador*, a reprise de *Novo Mundo*, do qual é derivada, serviu como uma forma de aquecimento para a exibição da inédita. Nas redes sociais, embora não tenha havido mobilização por parte dos perfis oficiais da emissora na manutenção do interesse do público pelas inéditas que estavam paralisadas, os atores e autor da telenovela estabeleceram um elo com os telespectadores por meio de *lives* realizadas no perfil do autor no Instagram. Isso também aconteceu durante a paralisação de *Salve-se Quem Puder*, quando o autor da trama, Daniel Ortiz, realizou transmissões ao vivo conversando com os atores sobre o futuro dos personagens, falando sobre o processo de criação dos personagens, discutindo cenas, respondendo a perguntas dos telespectadores e até mesmo contando sobre os cortes e ajustes necessários para adequação aos protocolos de segurança e necessidade de garantir celeridade nas filmagens.

Dessa forma, atores, roteiristas, produtores e autores que, independentemente de agirem por conta própria ou não, produziram conteúdos transmídias a serviço das estratégias transmídias de propagação em torno da telenovela, foram cada vez mais incorporados

ao projeto transmídia. Pode-se, por isso mesmo, falar que a necessidade de motivar o público para reassistir às telenovelas resultou em um leque maior de profissionais envolvidos na transmídiação da telenovela. Essa expansão dos agentes da instância produtora envolvidos nas ações transmídias e a maior exploração do processo de produção da telenovela – no qual se inclui também a rememoração – ficam como práticas que se sobressaem na exibição das reprises, mas que podem ser melhor exploradas de modo conjugado à processualidade que caracteriza esse tipo de produto televisual.

Referências

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. Produção televisiva e instrumentalização da nostalgia: o caso netflix. **Revista GEMInIS**, São Carlos, UFSCar, v. 8, n. 1, p. 60-86, jan. / abr. 2017.

CAVALCANTI, G. **Televisão e redes sociais: configurações de TV social em Malhação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. Recife: UFPE, 2016.

FECHINE, Yvana *et al.* Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FECHINE, Yvana *et al.* Governo da participação: uma discussão sobre processos interacionais em ações transmídias a partir da teledramaturgia da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

FECHINE, Yvana; GOUVEIA, Diego; ALMEIDA, Cecilia; CAVALCANTI, Gêsa. TV social como estratégia de produção na ficção seriada da Globo: a controvérsia como recurso. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira II: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

FECHINE, Yvana; CAVALCANTI, G. K. M. TV Social em telenovelas da Rede Globo: estratégias e papéis. **Lumina**, [S. l.], v. 11, n. 2, p. 193–215, 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KOMPARE, D. **Rerun nation**: How repeats invented American television. Routledge, 2006.

MITTEL, Jason. 2011. **Notes on rewatching**. Disponível em: <https://justtv.wordpress.com/2011/01/27/notes-on-rewatching/>. Acesso em: 1 ago. 2021.

Remakes, reprises e cultura da nostalgia em tempos de Covid-19: dinâmicas da memória na teledramaturgia da Globo

Ana Paula Goulart Ribeiro (coord.)
Igor Sacramento (vice-coord.)

Patrícia Cardoso D'Abreu
Tatiana Oliveira Siciliano
Juliana Tillmann
Rhayller Peixoto
Thiago Guimarães
Gabriela Pereira da Silva
Daniel Rossmann Jacobsen
Leonardo Miranda Rangel
Miranda Perozini

Introdução

Os *remakes*, *reprises*, *reboots*, *prequelas* e produções de épocas fazem parte de uma “lógica de retomada”, característica da cultura da nostalgia, que tem afetado as produções audiovisuais contemporâneas. Trata-se de uma tendência identificada tanto no cenário nacional como no internacional há, pelo menos, mais de duas décadas. A questão tem chamado atenção de muitos pesquisadores e os estudos acadêmicos sobre o fenômeno crescem significativamente a cada ano. Muitos autores ressaltam o caráter multifacetado e mesmo ambíguo dessas práticas culturais, que apontam para formas específicas de nossa época lidar com sua temporalidade, em especial com seu passado.

Observamos, cada vez mais, reavivamentos da música, moda, móveis, videogames, alimentos, bebidas e outros objetos cotidianos do passado (RIBEIRO, 2018). Isso é o que podemos observar superficialmente, pelos efeitos de uma cultura da nostalgia, pelos seus produtos e resultados, mas o que são culturalmente esses anseios contemporâneos pelo passado? Certamente, poderíamos tratar dessa onda de nostalgia por meio de termos como o “retrô” ou o vintage. Mas a nostalgia não é apenas moda ou tendência. Em vez disso, muitas vezes expressa ou sugere algo mais profundo, visto que lida com relações com o tempo e o espaço. Diz respeito a uma forma de viver, imaginar, explorar e (re)inventar o passado, o presente e o futuro.

Para a nossa pesquisa, pretendemos identificar os diferentes sentidos da nostalgia nas suas configurações televisivas e suas singularidades. Amy Holdsworth (2011) mostra que é necessário pensar a questão levando em consideração dois pontos. Primeiro, o papel da TV na constituição da memória contemporânea e, segundo, o papel da memória no funcionamento da própria televisão. O primeiro ponto é mais claro e vem sendo objeto de diferentes estudos no campo da memória e dos estudos sobre telenovelas. O segundo, muito caro à nossa reflexão, entende a televisão como um sistema produtor de uma memória de si mesmo. A televisão não é apenas um dispositivo que veicula produtos memorialísticos, é também ela mesma produtora de memórias, inclusive de si própria. Canais de TV estão constantemente reprisando sua programação, produzindo *remakes*, fazendo citações e referências a programas que apelam à memória televisiva e afetiva de seus telespectadores. Essa característica tem se intensificado nos últimos anos, quando o veículo vem sofrendo transformações profundas com a emergência das tecnologias digitais e em rede.

A reflexão aqui proposta se inscreve nesse debate. Nossa intenção é investigar os contornos específicos que a nostalgia audiovisual, em especial a televisiva, ganhou no Brasil durante o primeiro ano da pandemia de Covid-19. A partir de março de 2020, as medidas sanitárias tomadas pelas autoridades estaduais e municipais no país para conter o avanço do novo coronavírus, em especial a quarentena e o isolamento social, produziram um efeito cultural curioso, associado à reprise de telenovelas, que acreditamos valer a pena observar.

Nosso olhar vai se deter na TV Globo. A emissora anunciou a paralisação das gravações de sua dramaturgia já em 16 de março de 2020, cinco dias após o comunicado oficial da Organização Mundial da Saúde (OMS). Naquele momento, a novela *Éramos Seis* (2019) já

estava em suas últimas semanas e era anunciada a estreia de *Nos Tempos do Imperador* para substituí-la no horário das 18 horas. *Salve-se Quem Puder* (2020) estava no seu primeiro mês às 19 horas, e *Amor de Mãe* (2019), novela das 21h, se aproximava do capítulo 100.

Aos poucos, a Globo foi substituindo o material que já tinha sido gravado por produções antigas. Assim que acabou *Éramos Seis*, decidiu reprisar *Novo Mundo* (2017). Naquele momento, acreditava-se que a pandemia duraria apenas alguns meses, e a escolha tinha a intenção de ambientar o público para *Nos Tempos do Imperador* (que seria uma espécie de sequência de *Novo Mundo*). No horário das 19h, foi reexibida *Totalmente Demais* (2015) e, às 21h, *Fina Estampa* (2011). Em 6 de abril, todas as telenovelas no ar na emissora eram reprises.

Chamava atenção a singularidade da situação. Desde sua inauguração, a Globo só havia reprisado uma novela em sua faixa de horário noturno. Foi em 1975, quando a novela *Roque Santeiro*, de Dias Gomes, foi censurada na véspera da sua estreia. Naquela ocasião, a emissora colocou no ar um compacto de *Selva de Pedra* (1973), até que *Pecado Capital*, obra escrita às pressas por Janete Clair, tivesse condições de estrear. Mas o contexto era outro, de ditadura militar. E, agora, não era uma novela apenas que deixava de ir ao ar, mas toda a produção dramatúrgica que se interrompia. Como a audiência se comportaria diante dessa situação?

Ora, o que se viu foi que as novelas antigas tiveram uma excelente aceitação do público, muito mais do que o esperado. É claro que a situação era favorável: pessoas dos mais diferentes perfis e idades estavam isoladas em casa, afastadas de suas atividades cotidianas e ávidas por entretenimento. Mas isso não explica tudo. Por que, entre uma gama ampla e variada de produtos culturais disponíveis, um grupo significativo escolheu as novelas antigas como forma de diversão e de passar o tempo? Acreditamos que a nostalgia teve um papel fundamental, senão determinante, para garantir o sucesso das reprises televisivas. E é esse o nosso argumento central neste texto.

É interessante observar que o fenômeno não se limitou à TV aberta. Também os canais de assinatura do Grupo Globo, em especial o Viva, assim como sua plataforma de *streaming*, a *Globo-play*, souberam explorar a seu favor esse momento. Já em 2 de abril, Chico Barney, colunista do UOL, chamava atenção para o grande potencial comercial do arquivo da emissora. O assunto foi tema da reportagem de capa do caderno *Ilustrada*, da Folha de S. Paulo, no dia 27 de março de 2020. O texto chamava atenção para o poder de atração de conteúdos antigos e para o fato de, no meio da pande-

mia, a televisão estar sobrevivendo do seu passado. Mauricio Stycer, também colunista do UOL, chegou a afirmar, em 7 de julho do mesmo ano, que as reprises poderiam colocar em risco as produções inéditas da emissora.

Os dados da audiência da Globo entre 1º de janeiro e 31 de julho de 2020, realmente, impressionam. No horário entre 18h e 24h, a emissora registrou 24 pontos de audiência e teve 40% de *share*. Especificamente no horário nobre, houve um aumento de 23% do telespectador infantil e de 22% do adolescente. O rejuvenescimento do público chamou atenção de Patrícia Kogut, que comentou, na sua coluna no jornal *O Globo* (17/05/2020), que as novas gerações estavam aprendendo a gostar de novela pelas reprises.

Vale mencionar que o aumento da audiência também ocorreu no *Vale a Pena Ver de Novo*, faixa da programação que, há mais de 40 anos, se dedica a reprises de novelas.

No primeiro semestre de 2020, atingiu 21 pontos, quatro a mais do que a média do mesmo período em 2019. Os aumentos foram significativos: 38% do público masculino; 30%, feminino; 37%, infantil; 42%, adolescente e 35%, jovem. O sucesso se deveu à reprise de *Avenida Brasil* (2012).

Um ponto sobre o qual gostaríamos de refletir diz respeito à relação da cultura da nostalgia com a memória da própria televisão. Será que as reprises (assim como os *remakes*) não são também metadiscursos televisivos, no sentido de valorizarem – através do gesto em direção ao passado – a história da emissora e da própria telenovela como gênero? Outra questão a pensar: como as reprises revitalizam a memória das produções televisivas ao darem visibilidade às transformações éticas e estéticas pelas quais passaram as teleficções ao longo do tempo?

Uma nota metodológica

Nosso foco analítico amplia a observação de Pierre Bourdieu (1968) sobre as instâncias de reconhecimento, o que implica observar as formas de consagração, legitimação e depreciação de determinados produtos no mercado de bens culturais. Esse processo produz formas específicas de classificação e distinção de cada produto no campo da produção cultural. A perspectiva desenvolvida por Bourdieu (1968) está plenamente interessada em demonstrar que o campo de produção cultural funciona como um *sistema de*

comunicação que envolve as instâncias de produção e de reconhecimento e que há um processo de construção social do valor da obra e do autor por meio de específicas formas de avaliação, classificação e posicionamento.

Como instâncias de reconhecimento, estamos considerando as matérias publicadas em portais de notícias como UOL, G1 e Gshow e os comentários de telespectadores pelo Twitter, tudo referente às exhibições do *remake* de *Éramos Seis* e às reprises de *Novo Mundo*, *Totalmente Demais* e *Fina Estampa*, publicadas no período entre 13 de março e 10 de outubro de 2020. O primeiro tipo de fontes documentais dá conta de um material já conhecido nos estudos de televisão – a crítica televisiva especializada –, que, especialmente a partir dos anos 1970, consolidou-se nos principais jornais do país como espaço de análise e apreciação críticas de programas televisivos (SILVA, 2016). O segundo tipo diz respeito à cultura transmidiática contemporânea. Os consumidores online negociam criativamente com a ficção televisiva, quando desenvolvem uma interação sistemática e um envolvimento informado com tais produtos, realizando novas narrativas. O consumo televisivo, particularmente de narrativas ficcionais, segue uma tendência mais ativa – embora em diferentes níveis –, e os receptores, por meio da Internet e das tecnologias digitais, podem acessar e experienciar coletivamente o desenrolar das histórias. Esse processo é definido por Lopes (2011) como “recepção transmidiática”.

O *remake* de *Éramos seis*

Das quatro novelas analisadas, *Éramos seis* é a única que é um *remake* e também a única que já estava no ar quando a Globo se viu na obrigação de paralisar a sua produção de telenovelas. Como faltavam duas semanas para o fim da novela e grande parte das cenas previstas para ir ao ar já haviam sido gravadas quando eclodiu a pandemia de Covid-19 no Brasil, em torno dos dias 13 e 16 de março de 2020, a emissora decidiu dar continuidade à sua produção, antecipando gravações e reescrevendo roteiros (TV GLOBO, 2020). Nos dias que se seguiram, novos protocolos de saúde para realização das gravações foram implementados, ocasionando mudanças de roteiro e produção. Na terça-feira, 17 de março de 2020, as gravações de cenas importantes do último capítulo sofreram grandes modificações, em termos de produção, devido ao coronavírus, como o casamento

entre as personagens Lola, interpretada por Glória Pires, e Afonso, Cássio Gabus Mendes. As gravações seriam realizadas em Itapetinga, interior de São Paulo, mas foram transferidas para os Estúdios Globo, anteriormente chamado de Projac. A autora Ângela Chaves reescreveu a cena para se adaptar à recém realidade da pandemia de Covid-19. Além da troca de locação, foram cortados parte do elenco e os figurantes para evitar aglomeração, reduzindo os presentes às personagens de maior relevância na trama (FEFITO, 2020a).

Adaptada do livro homônimo de Maria José Dupré, publicado em 1943, teve sua primeira adaptação para o rádio, na Tupi, em 1945. A primeira adaptação televisiva foi em 1958, pela Record, e ao vivo, com Gessy Fonseca no papel de Lola. Em 1967, teve a segunda versão pela Tupi, tendo Cleyde Yáconis como protagonista. Na mesma emissora, teve a sua terceira adaptação, com autoria de Silvio de Abreu e Rubens Ewald Filho, e Nicette Bruno e Gianfrancesco Guarnieri nos papéis principais. Em 1994, foi produzida uma nova versão, com os mesmos autores, pelo SBT, tendo Othon Bastos e Irene Ravache como casal protagonista. O *remake* de 2019, escrito por Ângela Chaves, foi baseado na adaptação de Silvio de Abreu e Rubens Ewald Filho. Proporcionava, através da memória das adaptações anteriores, sentimentos nostálgicos no público, que remetem a épocas e produtos midiáticos vividos ou imaginados, mesmo sendo um novo produto.

Essa nostalgia pode ser identificada em *Éramos seis* na decisão de convidar atrizes e atores de versões anteriores para a nova versão, como Nicette Bruno (em seu último papel na televisão, porque veio a falecer em decorrência do Covid-19), Irene Ravache, Othon Bastos, Marcos Caruso, Luciana Braga e Wagner Santistebam. Dessa forma, experiências antigas são enquadradas nas novas narrativas, fazendo referência e acionando uma imaginação televisual.

Essa estratégia é reforçada em matérias de outros veículos da empresa. Em reportagem de divulgação da estreia da novela no Fantástico, com exibição em 29 de setembro de 2019, a apresentadora Poliana Abritta anuncia: “preparem-se para conhecer uma matriarca histórica” e entrevista a atriz Glória Pires na casa que serve de cenário para a história. Ao fim da reportagem, o programa reúne a atriz da nova versão com as das duas últimas, Nicette Bruno e Irene Ravache. As três falam sobre a ligação afetiva com a novela e com a história (LADO, 2020). A participação das atrizes no programa é pequena. No entanto, um vídeo intitulado *Éramos Seis: Glória Pires recebe Lolas de outras versões da novela*, com a

hashtag #EncontroDasLolas, foi publicado no YouTube, no canal da TV Globo, no mesmo dia da reportagem do Fantástico, tendo 191.771 visualizações, 830 comentários, 6.900 “Gostei” e 92 “não gostei” (TV GLOBO, 2019)¹. Nele, Nicette Bruno fala que a história de *Éramos seis* deixa uma marca em quem realiza e em quem assiste. Irene Ravache comenta que, quando interpretava Lola, se lembrava de casas queridas, a casa de uma avó, de uma tia, e Glória Pires, concordando, acrescenta que as casas são personagens nas vidas das pessoas, enquanto isso tudo é falado no cenário da casa de *Éramos seis*. Todas as falas e a cenografia evocam sentimentos afetivos, pessoais e coletivos, da memória das atrizes e dos espectadores. Glória Pires também diz que algo completamente novo está acontecendo com ela ao interpretar a personagem; lembranças que estavam silenciadas, latentes, estão vindo à tona com a novela, lembranças de seus pais e avós. A atriz diz que lê uma fala e parece que está vendo a sua avó falando. Também comenta que o cenário da novela tem uma sala de costura e que remete muito à sua mãe, que costurava. A novela estimula memórias, afetos e sentimentos nostálgicos.

Nesse mesmo vídeo, há 830 comentários que revelam esses afetos, memórias individuais e coletivas e sentimentos nostálgicos por parte do público de várias gerações, como: “Dona Lola da Irene foi inesquecível”; “Eu também amava essa novela. Assisti a Lola de Irene Ravache... Muito gratificante pra mim ter oportunidade de ver essa novela novamente, eu era criança na época, mas essa novela me marcou muito”; “assistia com minha avó, ela lembrava de td dos anos 40, hj chorei muito lembrando dela”; “Eu me lembro de cada detalhes com a Lola (irene revanche), foi perfeita, os atores eram excelentes, que saudade da época em que passou”; “Eu via aos 14 anos na verão do SBT e acreditem: Após ver essa novela a gente muda sim, eu me lembro que quando entendi que *éramos seis* era cada um saindo, morrendo, me tocou muito”.

Também aparecem pedidos por novos *remakes*: “Deveriam também fazer um *Remake* de *Tieta e pedra sobre pedra*!!”; “Poderia fazer o *remake* da *DONA BEIJA* da manchete, seria ótima”; “Dona Globo, poderia fazer o *remake* das *Pupilas do Senhor Reitor* como *Série*”. E houve também comentários de quem não viu nenhuma versão, mas tem expectativas: “Não assisti às outras versões, mas amo novela de época, muito bom ver as outras Lolas compartilhando momentos. Estou amando”.

¹ Os números se referem aos dados coletados em 28 de maio de 2021.

Compreendendo a nostalgia televisiva a partir das categorias estabelecidas por Stefanie Armbruster (2016), *Éramos seis* se situa no conjunto de produções midiáticas que são intencionalmente nostálgicas. A novela em si traz elementos que promovem sentimentos de nostalgia e memórias nos telespectadores, primeiro, por sua condição de *remake*, mas também pela própria forma como foi produzida e divulgada pela emissora. A própria autora, Ângela Chaves, destaca em entrevista a sua relação afetiva com o *remake* de 1977 da TV Tupi, dizendo: “As lembranças que eu tenho são de algumas cenas. E o meu avô, que era um homem que não costumava ver novelas e só gostava de filme de banguê-banguê, falava que era uma novela que mostrava a realidade. Isso me marcou” (PEREIRA, 2019).

Sobre a intenção nostálgica da produção, a crítica de televisão de O Globo, Patrícia Kogut (2020a), em um balanço da novela, escreve:

É difícil dizer o que anda mais emocionante nesta reta final de *Éramos seis*. Seriam as participações luxuosíssimas de Irene Ravache, Nicette Bruno e Othon Bastos? Ou ainda todo o conjunto de referências subentendido nas cenas desses atores?

Irene e Nicette foram Lola em adaptações anteriores da história de Maria José Dupré. O encontro das três nas sequências do asilo é, portanto, repleto de significados e uma grande homenagem à memória da televisão brasileira. Ele também expressa o respeito que o *remake* atual dedica às versões antecessoras. É uma reverência justa, que não diminui em nada a importância da novela que terminará esta noite. Ao contrário: com a reunião de Lolas, ‘*Éramos seis*’ sublinhou a força de um livro publicado em 1943 e atravessou os tempos emocionando.

Kogut expõe em seu comentário aspectos da autorreferência que a televisão faz, produzindo novas versões, os *remakes*, e destacando semelhanças, rupturas e continuidades. Além disso, a televisão produz memória da televisão e nostalgia, obtendo uma resposta também positiva do público, como pode ser observado tanto pela audiência – com média de 21 (SP) e 24 (RJ) e capítulo final de 26 (SP) e 29 (RJ) – quanto pelas manifestações nostálgicas, como pôde ser visto nos comentários anteriormente citados, criando e reproduzindo, assim, uma imaginação televisual e produzindo uma espécie de catálogo de nostalgias e memórias.

Esse *remake* trouxe ainda as reinvenções e os acertos de contas com o passado – como no caso do final feliz de Dona Lola, celebrado por muitos e lamentado por poucos –, que oferecem um ponto de ancoragem, mas também comercializam o presente no desempenho ou na reimaginação do passado. A protagonista Dona Lola não terminou seus dias sozinha em um asilo. Diferente do livro e das adaptações anteriores, Lola ganhou um final feliz ao lado de Afonso e conseguiu resgatar sua antiga casa na Avenida Angélica.

A reprise no horário das 18h: Novo Mundo

De acordo com a coluna de Maurício Stycer, publicada no UOL em 7 de julho de 2020, a reprise de *Novo Mundo* registrou 21 pontos de média de audiência, com destaque para o aumento de 9% de telespectadores do sexo masculino; 7% de aumento de telespectadores do sexo feminino; 15% de aumento do público infantil; 19% de aumento do público adolescente; e 9% de aumento do público de jovens.

Veiculada entre 30 de março e 28 de agosto de 2020, a reprise de *Novo Mundo* levou a atriz Isabelle Drummond a afirmar, em entrevista veiculada no GShow em 21 de abril de 2020: “A novela em si era um projeto muito especial. É a gente retornar para entender o que somos” (DRUMMOND, 2020). Em 24 de abril foi a vez de Ingrid Guimarães declarar sobre a reprise: “Minha filha está estudando história, estou estudando com ela” (GUIMARÃES, 2020).

Em 9 de julho, o GShow publicou o vídeo do quadro #TBT do *Encontro*, do programa *Encontro com Fátima Bernardes*, sob o título “TBT: confira um dos momentos memoráveis da novela *Novo Mundo*”. Nele, o apresentador André Curvello comenta sobre o romance de Anna Millman (Isabelle Drummond) com o ator luso-brasileiro Joaquim Martinho (Chay Suede): “Embora seja reprise, eu continuo torcendo por esse amor. É tão bom rever a história do Brasil neste momento!” (ISABELLE 2020). No mesmo vídeo, a atriz analisa: “É uma maneira didática de falar sobre a história, que grande parte da população muitas vezes não tem acesso. [...] Acho importante *Novo Mundo* vir contar por que nós somos quem somos. [...] Acho que tem que ser contada a nossa história. E as novelas são educativas” (ibidem).

Em 22 de julho, a matéria do GShow intitulada “Elenco de *Novo Mundo* relembra grandes momentos da trama e fala do legado da novela” traz a seguinte afirmação da atriz Letícia Collin: “É sempre muito desafiador fazer novela de época porque tem um rigor e um

cuidado com os signos e códigos de época” (ELENCO, 2020). Em 17 de agosto, o GShow mostrou como os internautas que assistiam à reprise de *Novo Mundo* reconheciam o protagonismo de D. Leopoldina no processo de Independência do Brasil, na reportagem “Internautas celebram a sequência da Independência do Brasil em *Novo Mundo*”.

Em 28 de agosto, dia do último capítulo da reprise de *Novo Mundo*, o GShow publicou uma matéria cujo tom tratava a novela como trama inédita. Abaixo do título “Anna grávida, Elvira atriz internacional, Patrick escravo: saiba os desfechos de *Novo Mundo*”, o texto começava dizendo: “Alerta de spoiler! Daqui a pouco, vai ao ar o último capítulo de *Novo Mundo* e contamos aqui o desfecho de alguns personagens”. Além disso, também foram veiculados vídeos de 2017, com os bastidores da despedida da trama por ocasião de sua veiculação inédita.

No Twitter, a reprise de *Novo Mundo* dialogou com a exibição do reality show *Big Brother Brasil 2020*: foram populares as lembranças do personagem Jacinto, interpretado por Babu Santana, que também estava no elenco do BBB 20 e lembrou no programa sua carreira como ator. Aos fãs do reality e do participante, militante das questões raciais, a reprise possibilitou conhecer pela primeira vez ou então revisitar o trabalho de Babu na televisão. Esse engajamento também é notável no caso do perfil @listaPreta, plataforma que se autodefine como celebradora e questionadora acerca da identidade negra, da representação e da autoestima. O perfil possui 52,2 mil seguidores.

A reprise no horário das 19h: *Totalmente Demais*

Primeira novela escolhida para ocupar o horário das 19h no lugar de *Salve-se Quem Puder* – quando da paralisação de exibição de novelas inéditas em razão da crise do coronavírus – *Totalmente Demais* esteve no ar entre 30 de março e 10 de outubro de 2020. Escrita por Rosane Svartman em parceria com Paulo Halm e exibida originalmente entre os anos de 2015 e 2016, a trama típica do horário das 19h misturava humor e drama a um enredo comum aos telespectadores de telenovelas: a ascensão de uma moça sofrida e batalhadora à elite, neste caso, da moda.

A história de Eliza (Marina Ruy Barbosa), menina pobre que sai do interior do Rio de Janeiro para a capital a fim de fugir das investidas do padrasto abusivo, chamou a atenção do público na televisão

e na web. Repleta de referências a contos de fadas, com destaque para a *Cinderela* dos irmãos Grimm, a trama usa citações literárias de peças teatrais e poesias clássicas, funcionando como uma releitura contemporânea de uma série de histórias comuns ao público. Sua maior referência, no entanto, é *Pigmalião*, de George Bernard Shaw, já adaptada anteriormente pela Globo com o nome de *Pigmalião 70*, na década homônima. Na versão de Svartman e Halm, Eliza vê sua vida mudar ao se tornar peça principal de uma aposta entre o empresário Arthur (Fábio Assunção) e Carolina (Juliana Paes), sua parceira no trabalho, com quem este também tem um caso. Antes uma simples florista de rua, cabe à personagem de Assunção, como parte do combinado, transformar Eliza num nome forte das passarelas e do mercado da moda, a fim de fazê-la vencer o concurso que dá nome à novela. Funcionando também como vilã, Carolina fazia de tudo para impedir Eliza de vencer o concurso, além de barrar o romance da moça com Arthur, visto que em dado momento os dois se apaixonam e começam a namorar, reiterando o papel de príncipe encantado para com a personagem protagonista. O outro interesse amoroso de Eliza, Jonatas (Felipe Simas), é diferente do bem-sucedido Arthur: pobre, ajuda a mocinha a se manter como “empresária das ruas”, contribuindo para sua estabilidade durante os conturbados primeiros dias no Rio de Janeiro e ganhando sua confiança e amor. Eliza tem então uma difícil missão: se transformar em uma “lady”, nas palavras de Stelinha (Glória Menezes), para conseguir o dinheiro do concurso e livrar sua família das mãos de seu padrasto, tudo isso enquanto é disputada por seus dois amores. O romance, um dos marcadores da trama, também aproxima a audiência de um tipo comum às telenovelas e, associado à noção de conto de fadas, se mostra um ponto forte da relação entre a nostalgia presente na história do triângulo amoroso envolvendo Eliza, Arthur e Jonatas.

Consolidando também seu sucesso em números, *Totalmente Demais* figura entre as maiores audiências da década passada no horário, a maior desde 2012. Mais do que isso, conseguiu ser superior em sua reprise, alcançando a média de 30 pontos e desbancando a audiência da primeira exibição, que marcou 27 (O GLOBO, 2020c). Os feitos de *Totalmente Demais* não se resumem apenas aos números de audiência, sendo também expressivos na web, com forte apelo no Twitter. Se os elementos citados anteriormente (contos de fadas, personagens comuns ao público de telenovela e ambientação convidativa às tramas do horário) fizeram toda a diferença na hora de cativar quem assiste na TV, os *shippers* foram a febre

de quem, além de acompanhar a trama, comenta nas redes sociais. As idas e vindas dos relacionamentos de Eliza com Arthur e Jonas formaram #Arliza e #Joliza. As duas versões do final feliz dessa história, à medida que disputavam o coração da protagonista, ganhavam milhares de torcedores. No Twitter, não eram incomuns as manifestações que reforçavam que, ainda que se tratasse de uma reprise, havia a sensação de ineditismo. Em relação ao casal, esse é um comportamento curioso, já que o público sabia com quem a protagonista terminaria a trama. A nostalgia, longe de trazer a frustração pelo *shipp* não concretizado, faz rememorar a euforia da primeira vez em que levantaram torcida para o casal e uma nostalgia criada pela mídia na telenovela, reforçada pelos portais durante a reprise e experimentada não como novidade, mas como retorno pelos torcedores no Twitter, o que reforça a ideia de nostalgia mediada (LIZARDI, 2014), uma vez que, experimentando o passado na briga dos casais na web, o torcedor tem condições de repetir o comportamento na reprise. Não eram incomuns as vezes em que *Totalmente Demais* se tornava um dos assuntos mais comentados no Twitter, grande parte deles incentivados pelos casais formados pela protagonista (O GLOBO, 2020b).

Com a expressividade de *Totalmente Demais* nas redes, que teve, assim como outras reprises, as pesquisas pelo título explodindo em sites de busca (O GLOBO, 2020d), os portais frequentemente exibiam matérias com relação à trama. As entrevistas com artistas que participaram da novela comentando lembranças dos bastidores e o contexto de suas vidas diante da recém-chegada pandemia de Covid-19 se tornaram comuns.

Durante a exibição, também foi possível perceber uma contextualização de como as coisas eram na época da produção da telenovela, com algumas curiosidades sobre os envolvidos. Nesse panorama, destaca-se O Globo, que no período de exibição da reprise (março a outubro de 2020) veiculou 37 matérias relacionadas a *Totalmente Demais*. O sucesso da telenovela serviu para alavancar o conteúdo gerado nos portais, que destrincharam situações específicas da produção, depoimentos de artistas envolvidos e o impacto da trama em outros países, como estratégias para criar um ambiente propício para que a obra permanecesse sendo comentada mesmo sem o fator ineditismo. Percebe-se uma referência a si não apenas a partir da televisão, mas também dos portais vinculados à TV Globo. Uma nostalgia que não se resume somente a fazer o público rememorar a época em que *Totalmente Demais* foi exibida, mas ao modo com que os artistas e o

público receberam a trama durante a primeira exibição e as mudanças ocasionadas pela passagem do tempo. Soma-se a isso a pandemia de coronavírus, o texto e suas inspirações que passam por *Pigmalião* e os tipos comuns ao formato telenovela, uma autorreferência da mídia pela mídia que reforça a criação de um ambiente propício para experimentar a nostalgia (DAVIS, 1979). A experiência, no entanto, se caracteriza nesse lugar de reviver as tramas e a partir dela se localizar no tempo. No contexto da Covid-19 isso se dá na cobertura sobre o status dos artistas nesse momento e até em como a vida era na época da primeira exibição. A televisão se coloca então como uma fonte na qual experimentar o sentimento nostálgico se resume a assistir à telenovela, mas a usa como o meio pelo qual as memórias são acionadas. Rememorar esse lugar através de entrevistas, matérias e curiosidades dos bastidores indica o passado e o presente de quem assiste, um passado marcado pela alegria revivida num tempo dificultado pela pandemia.

O material produzido para a cobertura de *Totalmente Demais*, não diferente das outras tramas analisadas, também reiterava as condições na qual a reprise se estabelecia e as dificuldades da retomada das gravações durante o período pandêmico. É possível perceber um uso da nostalgia para dar conta de um problema de hoje. Flávio Ricco disse em sua coluna no Uol: “Um trabalho de qualidade que reúne valores na frente e detrás das câmeras, porém contando com uma participação importante do isolamento social nos seus resultados” (RICCO, 2020), ao analisar o sucesso da reprise em questão. Na grande maioria das vezes em que televisão e web se encontram nas análises, é para reforçar que o passado está sendo acionado para dar conta de um problema do presente.

Os portais analisados (O Globo e G1) focaram em matérias contextuais que, por fazerem parte do mesmo conglomerado de empresas, estabeleceram uma conexão por meio da nostalgia para atualizar o leitor quanto ao que levou às reprises das telenovelas, algo que consequentemente envolve seus atores e a situação diante da pandemia. Os conteúdos dos sites Notícias da Tv e Uol traziam a situação numa área mais comum ao portal, com o colunista/repórter focando na trama e seus desdobramentos, destacando audiência, com opiniões de especialistas sobre a história. Destacam-se as análises sobre o desempenho de atrizes e atores, crescimento da audiência em relação à primeira exibição e a outras tramas inéditas exibidas no horário das 19h, o impacto da reprise na web e vídeos temáticos que discutem opiniões controversas sobre personagens, além das escolhas criati-

vas da trama. As impressões sobre os autores também constituem um ponto a se considerar, dadas as transformações perceptíveis nos quatro anos que separam o fim da novela do início da reprise. Rosane Svartman e Paulo Halm, em entrevista ao jornalista Maurício Stycer, comentaram aspectos importantes para o sucesso de *Totalmente Demais*, como a disputa de fãs dos casais nas redes sociais e a história simples, mas que, ao mesmo tempo, consegue inovar o formato da telenovela, com cuidado na hora de compor as personagens diante dos dilemas que são postos a elas. A entrevista destaca que agora ambos podem ser também telespectadores da obra, sem as pressões de entregas dos capítulos, o que acaba por gerar um olhar diferente sobre aquilo que escreveram. Stycer reforça a importância da telenovela nesse período, por apresentar um alívio diante das dificuldades na pandemia. Na ocasião, os autores também comemoraram o sucesso da parceria na reprise (STYCER, 2020b).

A reprise no horário das 21h: *Fina Estampa*

Lançada originalmente em 2011, *Fina estampa*, novela de Aguinaldo Silva, conseguiu alavancar a audiência do horário nobre da TV Globo, que andou em baixa durante a exibição de suas antecessoras. Ao longo da década de 2010, a trama protagonizada por Lília Cabral manteve-se como líder no ranking de audiência entre as novelas das 21h, fator determinante para que a emissora decidisse reprisá-la, em substituição a *Amor de mãe*, quando a produção da obra de Manuela Dias foi suspensa devido ao avanço da pandemia do novo coronavírus no país.

A decisão de suspender a produção de uma novela antes do seu final, dividindo-a em temporadas, foi inédita, tendo como paralelo mais próximo a reprise de *Selva de pedra* após a ditadura militar proibir a exibição de *Roque Santeiro* no dia de sua estreia (SANCHEZ, 2020). O fato é que, em função dos riscos de disseminação de casos de Covid-19 dentro dos bastidores da TV Globo e em respeito às orientações de isolamento social, algo que impacta a própria natureza das telenovelas, marcadas por “abraços, apertos de mão, beijos, festas, cenas de amor, cenas de carinho, tudo aquilo que reflete a vida real, mas que, hoje, não pode ser encenado em segurança” (O GLOBO, 2020a), *Fina estampa* voltou a ser exibida em 23 de março de 2020, curiosamente o mesmo dia e mês em que seu último capítulo foi ao ar originalmente.

Ao longo de sua reexibição, *Fina estampa* apresentou bons índices de audiência, com média geral de 33,6 pontos (TV FOCO, 2020), um desempenho melhor que “oito das 17 novelas exibidas pela Globo nesta década na faixa das 21h” (STYCER, 2020c). Muito embora o Ibope aponte sua popularidade, nas redes sociais, a novela sofreu muitas críticas em função do comportamento de certos personagens e do tratamento dado a alguns temas abordados pela trama. A relação entre Tereza Cristina, personagem de Christiane Torloni, e seu “personal escravo”, Crô (Marcelo Serrado), é apontada como datada:

A trama de Aguinaldo Silva é de 2011, não faz tanto tempo assim. Mas, de lá para cá, muita coisa mudou. O maior sinal de que ela ficou datada em certos aspectos é a relação de Tereza Cristina (Christiane Torloni) com Crô (Marcelo Serrado). Ela (a patroa) o maltrata. Ele (o empregado) a adora. O que na época fez muito sucesso e foi encarado pelo público como algo divertido envelheceu. Agora ganhou outras denominações: *bullying* ou assédio moral (KOGUT, 2020b).

A própria forma como Crô é construído pela trama é amplamente criticada. Apesar do sucesso que a personagem fez em 2011, chegando a ser protagonista de dois *spin offs* nos cinemas, a abordagem caricata gerou questionamentos sobre a forma como os homossexuais são retratados pela teledramaturgia².

Sem direito à afetividade com beijos e abraços, teve namorado misterioso e acabou a trama com um agressor de mulheres. Além disso, era constantemente ofendido por sua patroa e não se impunha, reagia a tudo passivamente, enquanto lhe conferia uma profusão de apelidos como ‘Rainha do Nilo’ ou ‘Nefertiti’. No fim, nem mesmo seu parceiro foi revelado (FEFITO, 2020b).

O colunista do portal UOL também afirma ser “difícil imaginar a viabilidade no mundo de hoje de um homossexual que desperta risada apenas pelo fato de ser afeminado e serve de capacho para a patroa” (FEFITO, 2020c).

2 O autor Aguinaldo Silva defendeu o personagem Crô das críticas feitas à forma como ele foi abordado na novela, chegando a alegar “preconceito dos próprios gays com o mordomo de Tereza Cristina” (STYCER, 2020a).

Outro núcleo que esteve no centro das discussões durante a reexibição de *Fina Estampa* foi o casal Baltazar (Alexandre Nero) e Celeste (Dira Paes), que tinham um relacionamento abusivo marcado por agressões por parte dele. O tema, inclusive, ganhou mais notoriedade por conta de um estudo do Fórum Brasileiro de Segurança Pública que mostrou que “à medida que a quarentena por Covid-19 avançava, os registros policiais de lesão corporal dolosa no contexto da violência doméstica caíram significativamente, sugerindo que as vítimas não estão conseguindo pedir ajuda” (BRASIL, 2020). A própria atriz Dira Paes, em matéria publicada pelo portal Universa, afirma: “É um trabalho que aconteceu há tanto tempo, e a gente ainda acompanha o mesmo quadro, de aumento no número de feminicídios” (ibidem). A forma como as agressões cometidas por Baltazar é tratada pela telenovela sofreu críticas pelo fato de a trama tentar justificar as suas atitudes a partir de uma sexualidade mal resolvida. O personagem não é punido pelo comportamento violento e ainda se desloca para o núcleo cômico da novela.

Além disso, Ricardo Feltrin (2020) deu destaque ao “descancelamento” do ator José Mayer, demitido da Globo após acusação de assédio sexual. O retorno de seu personagem, Pereirinha, rendeu o que o colunista do UOL chamou de “raríssimo fenômeno nestes tempos de linchamento digital” (FELTRIN, 2020). Ele se refere a um clamor do público nas redes sociais, pedindo o retorno do ator ao cast da Globo. Os atores que compõem o elenco de *Fina estampa*, inclusive, são um dos elementos mais explorados pelos veículos analisados. Não são poucas as matérias publicadas que resgatam atores que sumiram das telas, matérias que não hesitam em fazer o clássico antes e depois com fotos dos artistas na época em que a novela foi originalmente ao ar e outras de 2020.

O comentário que ganhou mais repercussão veio de dentro do elenco de *Fina estampa*. Marco Pigossi, intérprete do personagem Rafael, condenou a reexibição da novela, chegando a afirmar que ela “deveria ser proibida de reprisar, porque são tantas barbaridades”. Em resposta, Aguinaldo Silva foi às redes criticar a repercussão alcançada pelo comentário do ator, especialmente pelo uso da expressão “proibida de reprisar”, por remeter ao período da censura durante a ditadura militar. Para o autor, veículos de comunicação se aproveitaram da fala de Pigossi para realizar uma campanha contra a sua novela.

Considerações finais

Uma das questões interessantes sobre as reprises na TV Globo não decorre de uma nostalgia do artefato, na qual há uma concentração no produto televisivo, em vez de uma imersão no mundo ficcional. Majoritariamente, as reprises – também no *Vale a Pena Ver De Novo*, por exemplo – são as telenovelas editadas. Se lá era de modo a adequar a classificação indicativa ao público recomendado no horário (livre, para todas as idades) e para ajustar ao planejamento da programação da emissora, nas reprises de 2020, foram muito presentes tanto as críticas a cenas e falas que passaram a ser entendidas como racistas, misóginas, homofóbicas, discriminatórias e violentas quanto as edições de modo a retirar ou suavizar passagens que poderiam ser consideradas dessa forma.

No caso do remake de *Éramos Seis*, além da referência às outras versões, houve mudanças significativas na caracterização das personagens e especialmente no destino da protagonista. É interessante que não há necessariamente aqui um fosso entre o melhor então e o pior agora. Houve a busca de dar um novo desfecho à Dona Lola, dialogando, em parte, com o desejo de telespectadores, sobretudo, telespectadores que não gostariam mais de ver a protagonista como uma mulher tão resignada, sofrida, sem o direito ao amor e à felicidade. Na cultura da nostalgia mediada pela televisão, como nos processos de produção de memória social, o passado nunca passa ileso às narrativas, disputas e imaginações do presente.

Referências

ARMBRUSTER, Stefanie. **Watching Nostalgia: An Analysis of Nostalgic Television Fiction and its Reception**. New York: Columbia University Press, 2016.

BOURDIEU, Pierre. Campo intelectual e projeto criador. In: POUIL-LON, Jean (org.). **Problemas do estruturalismo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1968.

BRASIL não pode parar, diz Dira Paes sobre combate à violência doméstica. **Universa**, 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/07/31/dira-paes-violencia-domestica.htm>. Acesso em: 12/09/2021.

DAVIS, Fred. **Yearning for Yesterday**: a sociology of nostalgia. New York: Free Press, 1979.

ELENCO de 'Novo Mundo' relembra grandes momentos da trama e fala do legado da novella. **Gshow**, 2020. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/novo-mundo/noticia/elenco-de-novo-mundo-relembra-grandes-momentos-da-trama-e-fala-do-legado-da-novela.ghtml>. Acesso em: 12/09/2021.

FEFITO. Globo grava último capítulo de “Éramos Seis” com casamento sem convidados. **Splash UOL**, 2020a. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/colunas/fefito/2020/03/17/globo-grava-ultimo-capitulo-de-eramos-seis-com-casamento-sem-convidados.htm>. Acesso em: 12/09/2021.

FEFITO. Por que 'Fina Estampa' é considerada uma novela tão ruim hoje?. **Splash UOL**, 2020b. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/colunas/fefito/2020/08/11/por-que-fina-estampa-e-considerada-tao-ruim-hoje.htm>. Acesso em: 12/09/2021.

FEFITO. Por que um personagem como Crô, de “Fina Estampa”, não é mais viável hoje?. **Splash UOL**, 2020c. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/colunas/fefito/2020/07/23/por-que-um-personagem-como-cro-de-fina-estampa-nao-e-mais-possivel-hoje.htm>. Acesso em: 12/09/2021.

FELTRIN, Ricardo. Análise: Por que o público “descancelou” o ator José Mayer? **Splash UOL**, 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2020/05/07/analise-por-que-o-publico-descancelou-ze-mayer.htm>. Acesso em: 12/09/2021.

HOLDSWORTH, Amy. **Television, Memory and Nostalgia**. Palgrave Macmillan, 2011.

ISABELLE Drumond relembra gravações de 'Novo Mundo'. Encontro com Fátima Bernardes. Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8685734/> . Acesso em: 09/04/2021.

KOGUT, Patrícia. Um balanço de 'Éramos seis', que vai deixar saudades. O Globo, 2020a. Disponível em: <https://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/critica/noticia/2020/03/um-balanco-de-eramos-seis.html> . Acesso em: 12/09/2021.

KOGUT, Patrícia. O tempo passa. O Globo, 2020b. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=202020200810> . Acesso em: 09/04/2021.

LADO de Gloria Pires, Nicette Bruno e Irene Ravache relembram Lola de “Éramos Seis”, Ao. **Globoplay**, 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7960834/>. Acesso em: 12/09/2021.

LIZARDI, Ryan. **Mediated Nostalgia**: Individual Memory and Contemporary Mass Media. Lanham, MD: Lexington Books, 2014.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. A Recepção Transmidiática da Ficção Televisiva: novas questões de pesquisa. In: FILHO, João Freire e BORGES, Gabriela (org). **Estudos de televisão**: diálogos Brasil-Portugal. Porto Alegre: Sulina, 2011.

O GLOBO. TV Globo muda grade e cancela gravações de novellas. **O Globo**, Rio de Janeiro, Sociedade, p. 9, 16/03/2020a.

O GLOBO. As novelas e a nostalgia do público. **O Globo**, Rio de Janeiro, Segundo Caderno, p. 3, 03/09/2020b.

O GLOBO. O amor do público por suas novellas. **O Globo**, Rio de Janeiro, Segundo Caderno, p. 5, 20/09/2020c.

O GLOBO. Em Alta. **O Globo**, Rio de Janeiro, Segundo Caderno, p. 3, 21/09/2020d.

PEREIRA, Márcia. Autora de Éramos seis enfrenta o melindre de mexer na obra de ‘poderoso’ da Globo. **Notícias da TV**, 2019. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/autora-de-eramos-seis-enfrenta-o-melindre-de-mexer-na-obra-de-poderoso-da-globo-29770>. Acesso em: 12/09/2021.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. **E-Compós**, [S. l.], v. 21, n. 3, p. 1-15, set./dez. 2018.

RICCO, Flávio. Isolamento faz crescer a audiência de Totalmente Demais em todo o país. **Site Uol**, 27/05/2020. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2020/05/27/isolamento-faz-crescer-audiencia-de-totalmente-demais-em-todo-pais.htm> . Acessom em: 02/04/2021.

SANCHEZ, Leonardo. Fora do ar. **Folha de S.**, 17/03/2020.

SILVA, Fernanda Mauricio. Quando a crítica encontra a TV: uma abordagem cultural para a análise da crítica televisiva. Revista FA-MECOS (Online), v. 23, p. 22177, 2016.

STYCER, Mauricio. “Não consigo entender essa campanha contra a novela”, diz Aguinaldo Silva. **Splash UOL**, 2020a. Disponível em: www.uol.com.br/splash/colunas/mauricio-styker/2020/08/14/nao-consigo-entender-a-campanha-contra-a-novela-diz-aguinaldo-silva.htm Acesso em: 09/04/2021.

STYCER, Mauricio. Reprise de Fina Estampa teve mais ibope que 2 tramas originais de Aguinaldo. **Splash UOL**, 2020b. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/colunas/mauricio-styker/2020/09/18/reprise-de-fina-estampa-teve-mais-ibope-que-2-tramas-originais-de-aguinaldo.htm> . Acesso em: 09/04/2021.

STYCER, Mauricio. Totalmente Demais foi um oásis no meio de tanta notícia ruim, dizem autores. **Splash UOL**, 2020c. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/colunas/mauricio-styker/2020/10/09/totalmente-demais-foi-um-oasis-no-meio-de-tanta-noticia-ruim-dizem-autores.htm> . Acesso em: 09/04/2021.

TV FOCO. Audiência Fina Estampa (edição especial) – detalhada (Ibope). **TV Foco**. Disponível em: <https://www.otvfoco.com.br/audiencias-detalhadas/audiencia-fina-estampa-edicao-especial-detalhada-ibope/> . Acesso em: 09/04/2021.

TV GLOBO. Éramos Seis: Gloria Pires recebe Lolos de outras versões da novela. 29 set. 2019. 1 vídeo (10:33 min). Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7960834/> . Acesso em: 12/09/2021.

Laços de Família 20 anos depois: apropriações da audiência em tempos de pandemia

Lírian Sifuentes (coord.)
Laura Wottrich, Nilda Jacks (vice-coord.)

Daniel Pedroso
Denise Avancini Alves
Erika Oikawa
Fabiane Sgorla
Guilherme Libardi
Joselaine Caroline
Sara Feitosa
Vanessa Scalei

Introdução

Matrizes culturais e históricas perpassam a apropriação das audiências e por isso são importantes para a compreensão de sua experiência com os produtos midiáticos. No caso das reprises, constitui-se uma situação peculiar, pois produtos construídos em uma conjuntura específica são reapresentados às audiências anos, por vezes, décadas depois, como é o caso da telenovela objeto deste estudo, *Laços de Família* (2000).

Embora a exibição de reprises não seja um fenômeno novo na produção televisiva nacional, atravessando a própria consolidação do meio, adquire matizes específicos no cenário atual. No contexto da pandemia de Covid-19, os índices de audiência das reapresentações das novelas, nos diversos horários de transmissão da Rede

Globo, cresceram significativamente. *Vale a Pena Ver de Novo*¹ tem registrado excelente desempenho desde março de 2020 (EM, 2020), quando a pandemia teve início no Brasil. Sobre esse fato, Amauri Soares, diretor da TV Globo, declarou: “É verdade que, por causa da quarentena, tem mais gente em casa. Mas essas pessoas a mais também escolheram ver nossas novelas. O que mostra que nossas escolhas foram acertadas. A telenovela é um hábito, uma tradição, uma paixão dos brasileiros” (EM, 2020).

A reprise de *Laços de Família* teve a melhor audiência entre as novelas de Manoel Carlos reexibidas nessa faixa horária, sendo que as últimas duas semanas bateram recordes (LAÇOS, 2021). Veiculada originalmente entre 05/06/2000 e 02/02/2001, com 209 capítulos, foi reprisada entre 07/09/2020 e 02/04/2021, com 149 capítulos, além de ser disponibilizada na plataforma Globoplay.

A reprise gerou questionamentos sobre o tratamento de alguns temas e sua possível recepção pelo público. Antes do início da reexibição, Valmir Moratelli comentou que, embora as personagens de Manoel Carlos sejam constituídas a partir do cotidiano, o autor, à época, criou alguns personagens datados, como homens machistas, além de retratar um país longe do real: “A geração atual, muito alinhada com as redes sociais, não compreende certas narrativas como possíveis de serem vistas sem discussão. Será interessante notar como o público vai se comportar diante de questões que, naquela época, não eram debatidas” (REPRISES, 2020). Na mesma matéria, o pesquisador Lucas Martins Nêia diz que: “Essas narrativas mais antigas estão com um olhar mais crítico da sociedade, o que é importante. Porém, há uma parcela da sociedade que está mais conservadora, e temas como alcoolismo e homossexualidade foram tratados de forma progressista nessas tramas” (REPRISES, 2020).

De fato, no desenrolar dos capítulos, a reprise evidenciou certo estranhamento da audiência frente ao retrato de um cotidiano pretérito (FARAD, 2020). Consideradas as transformações sociais, culturais e políticas que ocorreram nesse período, a pesquisa tratou das apropriações de suas temáticas pelos receptores no contexto atual, compreendendo que essas também se relacionam, em maior ou menor medida, às estratégias da produção para engajar as audiências. Pergunta-se: Qual a apropriação dos receptores sobre temas representados 20 anos atrás? O objetivo é analisar as leituras dos receptores, tanto novos quanto antigos

1 Desde 2014, *Vale a Pena Ver de Novo* é transmitido depois de *Sessão da Tarde*, após as 16h, e antes de *Malhação*.

telespectadores, frente à reexibição de *Laços de Família*, por meio de entrevistas e da coleta de material postado em redes sociais. Também buscamos conhecer possíveis mudanças nos hábitos de assistir telenovela durante a pandemia.

Para mapear as temáticas tratadas pela trama e cotejá-las com as prováveis transformações de percepção da audiência, identificamos os assuntos levantados na telenovela e os angulamos com a publicação “Agenda Brasileira. Temas de uma sociedade em mudança” (BOTELHO; SCHWARCZ, 2011). Mapeamos os seguintes tópicos: relações de gênero e sexualidade; maternidade; etarismo; racismo; e relações de classe. Os principais assuntos explorados compõem o que Botelho e Schwarcz (2011, p. 13) denominam como “marcadores sociais das diferenças”.

Por sua vez, para a análise das apropriações da audiência, foram realizados dois movimentos: observação da circulação dos temas pela audiência no *Twitter*, *Instagram* e *YouTube*, em uma perspectiva mais quantitativa, e realização de entrevistas em profundidade com receptores, em uma abordagem mais qualitativa.

1 Reprises de telenovela: o apelo nostálgico

Reprises de telenovelas ganharam novos contornos com a pandemia, quando se tornaram alternativa para a manutenção das grades televisivas a partir da interrupção das gravações em março de 2020. Se foram necessárias para preencher o espaço deixado no horário nobre, até então eram utilizadas na programação vespertina com relativo sucesso, devido ao apelo nostálgico e à memória afetiva.

A exibição de reprises é frequente na televisão, uma vez que demanda baixo custo e pode render bons índices de audiência. A popularização dessa prática no Brasil remonta à década de 1960, com a chegada do videoteipe, que permitiu a gravação dos programas. Tal estratégia pode ser vista tanto como um modo para atrair a audiência, quanto como uma forma que a própria TV tem para se recordar ou falar sobre si mesma (ALVES, 2016). Uma das primeiras reprises de telenovelas foi levada ao ar pela TV Rio, em 1966, com a rerepresentação dos capítulos iniciais de *A noiva do passado*. Como constatou Silva (2018, p. 18), a emissora carioca justificou que “trata-se do pedido de ‘milhares’ de telespectadores por ‘cartas, bilhetes, cartões, telegramas, telefonemas”.

Em 1969, a Rede Globo criou a faixa *Romance da Tarde* para reapresentar novelas antigas que obtiveram boa audiência. A partir de 1976, essa sessão foi fixada às 13h30min, após o Jornal Hoje. Quatro anos depois, a emissora resolveu adotar outro nome e, em 5 de maio de 1980, estreou o *Vale a pena ver de novo*. A novela escolhida para reprise foi *Dona Xepa*, exibida originalmente em 1977. Da década de 1970 até 2021, já foram levadas ao ar 102 telenovelas no horário vespertino da Globo². Além das reprises, outro tipo de produção são os *remakes*. Na Globo, segundo o site Memória Globo (2021), foram 16 até 2021.

Além da segurança de gerar empatia, as reprises e os *remakes* de telenovelas ativam a memória afetiva e acabam funcionando como “um dos mais tradicionais dispositivos de memórias da ficção televisiva” (LOPES, 2014, p. 13). Isso porque as tramas revistas levam o telespectador a recuperar sentimentos e emoções de sua própria história e ainda possibilitam uma análise das transformações passadas pela sociedade entre a exibição original da telenovela e a sua reprise. Dessa memória afetiva, nasce a memória coletiva e, quando ambas são ativadas no ato de rever, superam a mera recordação e constituem uma nova compreensão da trama, como discute Lopes (2014) a partir de Ecléa Bosi e Marilena Chauí.

Os bons índices de audiência obtidos pelas reprises têm, entre suas justificativas, as emoções e sensações provocadas por essas memórias social e afetiva, como ficou constatado em trabalho que mapeou práticas de consumo de telenovela no contexto da pandemia (JACKS *et al.*, 2020): as motivações declaradas pelos entrevistados foram “sentimento de nostalgia”, “rever personagens cativantes”, “lembrar como determinado tema foi abordado” e “rever com outros olhos”. A maioria dos entrevistados disse ter mudado total ou parcialmente sua percepção sobre as tramas revistas. Dessa forma, se as novelas podem pautar a agenda pública e servir de arquivo para a memória coletiva, ao serem revistas elas também atuam para gerar novos debates sobre antigas problematizações, como veremos na análise.

2 Agenda brasileira: transformações em curso

A sociedade brasileira experimentou grandes transformações nas últimas décadas, associadas a processos internos e também globais, gerando debates. Botelho e Schwarcz (2011, p. 15)

2 Há também as reprises do canal Viva, pertencente ao Grupo Globo e lançado em 2010. Focado nas reapresentações de programas antigos da Rede Globo, costuma figurar entre as maiores audiências dos canais pagos brasileiros.

salientam, em obra dedicada a pensar as mudanças da sociedade brasileira, que os temas que estão na agenda contemporânea falam de um “País de extremos, e marcado por ciclos que preveem inclusão, mas igualmente larga e sistemática exclusão social”. Nessa agenda nacional, foram mapeados 48 temas, dos quais tomamos os que eles denominam como marcadores sociais das diferenças, abarcando “questões como desigualdade e diversidade, racismo, gênero, envelhecimento, dentre outros temas que compõem esse subconjunto” (BOTELHO, SCHWARCZ, 2011, p. 13). Eles ressaltam que esses marcadores também tensionam a identidade nacional, mas que seu cerne é a mudança social em vários de seus aspectos, chave para tentar entender os 20 anos que separam a primeira transmissão da telenovela em questão e sua apreensão pela audiência da reprise.

O enfoque desse subconjunto contempla parte dos temas encontrados na análise da telenovela: gênero e sexualidade; etarismo; racismo; relações de classe; maternidade; violência urbana; câncer e doação de órgãos. Os dois últimos não foram agendados no livro, e a violência urbana está contemplada sob a denominação de “sociedade brasileira”.

Tratando do racismo, de desigualdade e diversidade, da velhice e da questão de gênero, os autores concordam que há contradições e ambivalências praticadas no país. No que diz respeito ao racismo, para Schwarcz (2011, p. 436), “não se nega mais que exista o racismo no Brasil, mas ele é sempre um atributo do ‘outro’. Seja da parte de quem preconceitua ou de quem é preconceituado, o difícil é admitir a própria discriminação, e não o ato de discriminar”.

É na esfera privada, também, que Guimarães (2011) localiza a expressão e a construção de diferenças culturais pelos Estados Modernos. Ele está se referindo às estratégias para preservação das igualdades nas democracias ocidentais, que se dão no “plano dos direitos civis, sociais e econômicos, enquanto no plano dos valores relativos à cultura e suas expressões, vige a norma do respeito à diversidade, contrariamente a qualquer tentativa estatal ou de qualquer grupo particular de impor homogeneidade” (GUIMARÃES, 2011, p. 171). Essa ambiguidade faz com que

desigualdade passa[e] a referir-se apenas à quebra da regra da igualdade de tratamento e de oportunidade na esfera pública, enquanto se usa o termo diversidade para se referir à expressão cultural, religiosa, lin-

guística etc. de membros de grupos sociais, especificamente os de minoria política, social ou demográfica (GUIMARÃES, 2011, p. 172).

Quanto ao gênero, Correa (2011, p. 232) afirma que não é propriamente um tema do pensamento social brasileiro: “É antes uma maneira de olhar, um olhar transversal, uma leitura de entrelinhas”. A partir da análise das convenções vigentes, esse tema busca “entender como as diferentes sociedades atribuem características femininas ou masculinas aos seus integrantes – quais são suas contradições, os termos em disputa e, principalmente, as questões implícitas em todas essas atribuições” (ibidem). Dessa forma, assim como o racismo, as questões de gênero e suas relações dependem do contexto, do momento histórico. A autora parte da análise do abolicionismo para abordar esse tema, tanto quanto a maternidade das escravas, assunto que pautava a lei do ventre-livre, mostrando desde essa origem as contradições que cercam os dois temas. Na verdade, os temas tratados aqui estão todos entrelaçados e profundamente vinculados à questão de classe e, segundo os autores, com fortes implicações do sistema escravocrata, origem das dificuldades que o país tem para enfrentar seus problemas sociais.

Por fim, a velhice também não escapa nem das condições de classe, nem das ambiguidades apresentadas nos outros temas, uma vez que é, ao mesmo tempo, um avanço na qualidade de vida dos aposentados e um perigo para o sistema de saúde devido ao aumento da longevidade. Segundo Debert (2011), com a visibilidade que adquiriu, é uma questão pública no país e está, por outro lado, em processo de reprivatização, uma vez que as políticas públicas não encontram saída para a sustentação do sistema, colocando em risco a ascensão social do segmento. Se *Laços de Família* abordou essas temáticas, cabe refletir de que modo elas apareceram, circularam e foram apropriadas anos depois.

3 Narrativa: adequações a novos tempos

Do ponto de vista da narrativa, três pontos centrais merecem destaque em relação a *Laços de Família* e sua reprise: elementos técnico-estéticos relacionados a cinematografia, exibição e edição dos capítulos para a reexibição. No que se refere à planificação, apesar de ser a primeira novela do horário nos anos 2000, mantém os enquadramentos mais fechados, com diálogos mais longos, manten-

do-se fiel à planificação característica das telenovelas da TV Globo nos anos de 1990. O diretor Ricardo Waddington apostou em poucos movimentos de câmera para traduzir a sensação de intimidade que foi proposta pelo texto de Manoel Carlos. O plano sequência também foi adotado com objetivo de menor interferência nas cenas.

Ressalta-se o redimensionamento da janela de exibição. Inicialmente, foi exibida no formato SDTV, ou seja, no formato *Standard* digital com 640 X 480 pixels, na proporção 4:3. Na reprise, foi exibida em HDTV, isto é, em alta definição digital, com 1920 X 1080 pixels, na proporção 16:9. O redimensionamento acabou distorcendo o tamanho dos planos, que ficaram ainda mais fechados, e gerando algum ruído na textura e dinâmica das cores.

Já do ponto de vista da adaptação de uma novela para a exibição no horário da tarde, ocorreram alguns cortes e ajustes. Também foi identificada alteração da sequência de algumas cenas. Os cinco capítulos da primeira semana de reprise não apresentaram nenhuma exclusão de cenas da narrativa – as cenas excluídas foram de paisagens do Rio de Janeiro, em plano aberto. Vale destacar que os capítulos de *Vale a pena ver de novo* têm cerca de 40 minutos, enquanto os da versão original têm cerca de uma hora. Assim, a primeira semana de reprise apresentou dois capítulos e meio da telenovela de 2000, e não cinco.

No desenrolar da trama, foi possível observar cortes de cenas que não alteraram o fluxo da narrativa. As principais exceções se referem ao personagem Pedro (José Mayer), um dos mais comentados durante a reprise por seu machismo. A cena a seguir foi exibida na versão de 2000: Íris (Deborah Secco) aparece maquiada e vestida para sair na sala em que Pedro está lendo. Ele fica incomodado com sua aparência “provocante” e manda ela tirar aquela roupa e ir para o quarto. A garota diz que ele não manda nela. Ambos batem boca e Íris diz que vai sair com Fábio (Max Fercondini), o garoto que está apaixonado por ela. Pedro coloca Íris no ombro e carrega ela até a pia da cozinha, onde pede ajuda a Socorro (Monica Siedler) para “desmontar” Íris. Logo após, ele tira a maquiagem da garota com um pano, argumentando que maquiagem é coisa de mulher e não de menina. Íris se desvencilha de Pedro, que agarra a garota pelos cabelos e a leva até o banheiro. Lá, coloca a garota embaixo do chuveiro enquanto discutem. Após mandar Íris colocar uma camisola e dormir, Pedro sai; a garota vai atrás dele e bate em suas costas. Pedro segura Íris pelos braços, senta-se na cama, a coloca de bruços e bate 31 vezes em suas nádegas. Após, agarra Íris pelos cabelos e

diz que se ela quiser ficar no haras, vai ser do jeito dele. Íris diz que odeia Pedro. Pedro se levanta da cama, empurra Socorro, manda as duas dormirem e sai do quarto. Na reprise em 2020, a cena termina quando Pedro tira a maquiagem de Íris na pia, e retorna para Íris deitada na cama, chorando e falando que Pedro morreu para ela.

Desse modo, as adaptações da versão de 2020 trataram de realizar cortes de cenas que apresentavam sexismo, machismo e racismo, temas sensíveis na atualidade.

4 Redes sociais digitais: percepções compartilhadas

As observações do *Twitter*, *Youtube* e *Instagram*, que embasam a análise a seguir, foram realizadas em três momentos distintos³ para abarcar o percurso da trama, o que permitiu analisar discussões presentes no âmbito da recepção. Na época da exibição da versão original da novela, essas plataformas digitais inexistiam, o que amplifica a potência de reflexões desses espaços como possibilidades de interações com os temas acionados pela novela, além de observar a instituição de novas práticas no contexto de convergência midiática (JENKINS, 2008).

O *Twitter*⁴ manteve-se como a plataforma preferencial dos receptores para tecer comentários sobre a telenovela, provavelmente, por privilegiar a emissão de mensagens curtas e rápidas e pela facilidade para rastrear conteúdos durante o consumo multitela, gerando uma grande conversação em tempo real (JACKS *et al*, 2013). Entre as postagens, destacam-se aquelas que fazem referência às duas décadas transcorridas desde a primeira exibição da trama, seja indicando mudanças na percepção da trama, reafirmando antigas opiniões ou mesmo comentando sobre as transformações na prática de assistência televisiva:

@ChromaticaTo911: Eu estou assistindo Laços de Família como estudo antropológico. É interessante ver como os pontos de vista do Maneco estavam presentes nas construções dos personagens e hoje muitas dessas visões está mais do que superada na sociedade #valeapenaverdenovo #LaçosDeFamília #vpvndn.

3 Os períodos foram: a semana de estreia, 07-11/09/20 (1ª coleta); meio da novela, 14-18/12/20 (2ª coleta); e a última semana de exibição, 29/03-02/04/21 (3ª coleta).

4 Foram utilizadas para busca as *hashtags* #ValeAPenaVerDeNovo e/ou #LacosDeFamilia, #ManoelCarlos e/ou #Maneco e coletados os 50 primeiros tweets exibidos na aba *Principais*. As postagens foram coletadas utilizando a extensão *Capture Tweet*.

@bru_edlon: Acabou #LacosDeFamilia e notei que tem coisas que é melhor deixar na lembrança, se rever acaba o encanto. A novela é sim boa mas MUITA coisa envelheceu mal nesses 20 anos. Lembrava que tinha adorado na época, agora sei que gostei por ser nova demais pra notar problemáticas.

@Luarajl: Se alguém me dissesse 20 anos atrás, enquanto eu assistia a novela pela primeira vez, que 20 anos depois nós poderíamos falar sobre a novela usando uma #, como um telefone na mão, com gente de todo lugar desse Brasil e do mundo, eu não acreditaria #LaçosDeFamília #valeapenaverdenovo.

Como demonstrado em pesquisas anteriores (JACKS *et al.*, 2013, 2015), assistir TV e comentar nas redes sociais já se tornou uma prática consolidada entre os brasileiros, evidenciada ainda mais durante a pandemia, quando as redes sociais como Facebook, WhatsApp e Instagram tiveram um crescimento mundial de cerca de 40% em março de 2020 (AGRELA, 2020). Segundo pesquisa do Kantar Social TV Ratings (CONTEÚDOS, 2021), mais de 90% dos 363 milhões de tweets gerados em 2020 sobre conteúdos de vídeo trataram de programas da TV aberta, sendo que *Vale a Pena Ver de Novo*⁵ esteve entre os 10 programas que mais se destacaram.

No caso de *Laços de Família*, um dos momentos de destaque nas redes sociais foi o chamado #JudasDay, referente à cena em que Íris escreve “Judas” no espelho de Camila (Carolina Dieckmann), dando início a uma das brigas memoráveis da trama. A hashtag ganhou popularidade após a atriz Deborah Secco incentivar que os fãs postassem fotos de seus espelhos e paredes devidamente escritos com a palavra “Judas”, tornando-se um dos assuntos mais comentados no Twitter brasileiro no dia da exibição da cena, em 08/12/20. A onda de apoio a Íris sinalizou também uma mudança na percepção do público em relação à personagem que, na época da primeira exibição, era criticada por perseguir Camila e, em 2020, foi bastante apoiada pelos internautas, que se sentiram representados pelas críticas que a irmã de Helena (Vera Fischer) fazia a Camila por ter “roubado” o namorado da mãe (DEBORAH, 2020).

As temáticas mais citadas como aquelas que “envelheceram mal” ao longo desses 20 anos foram: o assédio de Danilo (Alexandre Borges) à empregada Ritinha (Juliana Paes), a rotina de trabalho da empregada de Zilda (Thalma de Freitas) e, principalmente, as relações de gênero a partir do comportamento machista de Pedro:

5 Além de *Laços de Família*, em 2020, também foi reprisada *Êta Mundo Bom!*

@ZAMENZA: Evolução da sociedade expõe o péssimo envelhecimento de Pedro em “#LaçosdeFamília”.

@liviacorrea: O jeito que o Pedro fica do lado de fora do banheiro feminino esperando a Cíntia ficar sozinha pra agarrar ela lá dentro, meio escondido, como se fosse pegar ela a força...um personagem desse hoje era o estuprador da novela. #Lacosdefamilia.

Outra situação observada nas postagens da reprise de *Laços de Família* no Twitter foi a referencialidade a outras tramas ficcionais ou a outros produtos midiáticos, ou seja, os “cruzamentos de narrativas produzidos no processo de apropriação dos discursos da produção na recepção” (JACKS *et al.*, 2015, p. 303). Isso pode ser percebido quando os internautas associam as cenas da novela a programas de outras emissoras ou da própria Globo.

No Youtube⁶, boa parte dos conteúdos observados referiam-se aos resumos dos capítulos produzidos pelos próprios fãs e outros perfis não oficiais, ou seja, não pertencentes à Rede Globo, ou a trechos de cenas icônicas da trama disponibilizados por esses usuários. Os conteúdos produzidos e disponibilizados no Youtube, mesmo que fragmentados, indicam as novas formas de consumo televisivo, não mais dependentes da grade da TV aberta, mas realizadas agora de forma mais flexível, de acordo com o interesse dos consumidores.

No Instagram⁷, fora do âmbito da produção e dos perfis da grande mídia, o destaque ficou por conta dos perfis criados por fãs em homenagem aos famosos, como em relação à atriz Giovanna Antonelli e ao autor Manoel Carlos, além de perfis dedicados à própria trama⁸.

5 Leituras dos receptores: novos olhares

Para esta análise, entrevistamos 20 pessoas, 11 mulheres e nove homens, com idades entre 24 e 69 anos. Três se autodeclararam negros e 17, brancos. Todos eram moradores do Rio Grande do Sul. Quatro assistiram apenas a reprise, e o demais, as duas versões.

6 As buscas foram feitas a partir das seguintes *hashtags*: #laços de família 07/09/20, #laços de família 08/09/20, #laços de família 09/09/20, #laços de família 10/09/20, #laços de família 11/09/20, #laços de família capítulo 3, #laços de família capítulo 5, #ValeAPenaVerDeNovo e/ou #LacosDeFamília, #ManoelCarlos e/ou #Maneco.

7 Buscas realizadas por meio das *hashtags* #laçosdefamilia e #clubedomaneco.

8 Apesar da popularidade do Instagram na atualidade, os dados gerados em relação ao objetivo desta pesquisa foram pouco expressivos.

O roteiro de entrevistas foi elaborado com base na repercussão da trama nas mídias sociais, na crítica especializada e apropriando-nos dos “marcadores sociais das diferenças” (BOTELHO; SCHWARCZ, 2011), considerando cinco temáticas: relações de gênero e sexualidade, maternidade, etarismo, racismo e relações de classe. As entrevistas foram realizadas em áudio ou vídeo⁹, entre 25 de março a 10 abril de 2021, período em que a reprise da telenovela chegava ao final.

Transcritas as entrevistas, foi realizada uma leitura flutuante (BARDIN, 2011) com a finalidade de identificar como os telespectadores se apropriam das temáticas mobilizadas no contexto atual. A partir dessa leitura, trechos selecionados das entrevistas foram submetidos ao *software* de análise qualitativa Iramuteq, versão 0.7, para, a partir daí, voltar às entrevistas e discutir como os telespectadores se apropriam de temas presentes na trama no atual contexto.

Primeiramente, em relação ao hábito de assistir à telenovela no período da pandemia, alguns retomaram o hábito de assistência ao terem suas rotinas de trabalho deslocadas ao ambiente doméstico. É o caso do entrevistado I (36 anos): “Provavelmente, se não fosse pela pandemia não teria assistido a reprise da novela. Foi por causa do *home office* que passei a ver mais TV”. A TV ligada em casa, como parte da rotina, estimulou a assistência da trama, o que já não acontecia: “Fazia uns três, quatro anos que eu tinha tirado a TV da minha vida.” O aumento no consumo de reprises também foi identificado, inclusive como um escape do contexto da crise sanitária, como aponta o entrevistado G (38 anos): “Foram uma válvula de escape. Eu tenho olhado bem mais do que antes quietinho com a TV ligada”. Por outro lado, o excesso de reprises afastou alguns espectadores (poucos entrevistados), que optaram por consumir mais séries em serviços de *streaming*, como conta a entrevistada E (50 anos): “Acabei assistindo menos novelas, acho que é porque tem muita reprise no horário das novelas... eu também tenho visto menos TV aberta, tenho assistido mais a séries no Netflix”.

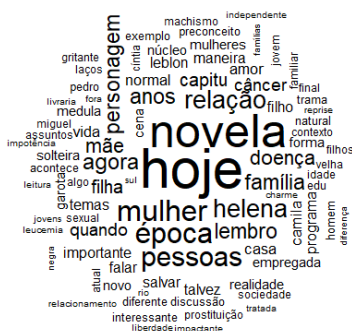
Há ainda entrevistados que já assistiam *Vale a pena ver de novo* e não tiveram seus hábitos de assistência das tramas alterados, porque a pandemia não afetou, de forma substancial, suas rotinas. É o caso da entrevistada L (33 anos): “Sempre tive o hábito de assistir e trabalhar em casa já há um bom tempo. Então, tenho o costume de trabalhar com a TV ligada e nesse horário que começa o *Vale a Pena*

9 Devido às orientações de prevenção à Covid-19, as entrevistas foram todas realizadas remotamente.

Ver de Novo, especialmente quando é uma novela que me interessa, é o horário que costumo parar um pouco e aí acompanho”. Ou, do entrevistado C (60 anos): “É próximo da hora do café, então a gente já senta à mesa ali com a família, tem uma televisão na cozinha e aí a gente assiste”.

Em relação a questões amplas sobre as temáticas presentes na trama, a partir das respostas de todos os informantes, temos a seguinte nuvem de palavras:

Figura 1 – Temas, todos os informantes



Fonte: Elaboração própria.

Chamam a atenção alguns termos que aludem ao marcador de gênero, como mulher, mãe e machismo; além de outros como doença, Helena, Capitú (Giovanna Antonelli), preconceito, empregada e câncer. O destaque da expressão “hoje” na nuvem anterior ilustra o movimento dos informantes de estarem sempre remetendo os acontecimentos da narrativa ao tempo presente, atualizando suas percepções.

A trama engloba vários temas relacionados à condição e lugar da mulher na sociedade. Os entrevistados evidenciam o machismo, especialmente no caso do personagem Pedro. Há uma crítica severa à relação dele com Cíntia. Os dois estabelecem uma relação que hoje parece se caracterizar como abusiva, mas que, nos anos 2000, era romantizada, como menciona a informante S (24 anos): “é abusivo, machista [...] Só que aquilo é romantizado, assim como o Pedro é romantizado”. Na perspectiva da entrevistada P (66 anos): “Naquela época tinha um charme o cara ser assim, ai, pegava e bei-

java, aquela coisa assim... até de ciúme né? [...] que hoje é visto diferente”. Ainda relacionado à questão de gênero e sexualidade, o tema prostituição e a relação de opressão entre a garota de programa Capitú e o machista Orlando (Henri Pagnoncelli) foram lembrados pelos entrevistados.

A maternidade surge especialmente na relação entre a personagem Helena e a filha Camila. Alguns dos entrevistados entendem essa como a temática principal da novela e criticam a relação das duas, especialmente no que se refere aos sacrifícios que a mãe faz pela filha. Quando questionada sobre quais temáticas faziam sentido em 2000 e agora já não fazem mais, a entrevistada L (33 anos) destaca o tratamento da relação materna: “Uma questão que, não que eu não ache importante, mas acho que não seria retratado da mesma forma [...] é essa coisa da mãe se anular ou abrir mão de algo pela filha, que na época achava muito natural”. Ao observar o triângulo amoroso que se estabelece entre Helena, Camila e Edu (Reinaldo Gianecchini), a entrevistada H (37 anos) analisa que, nos anos 2000, havia uma percepção de culpabilização da mulher pelo “roubo do namorado da mãe” e que hoje seria diferente, com o questionamento: “Mas por que tão culpabilizando só a mulher? E o macho dessa relação aí?”.

A questão da diferença de idade perpassa a relação entre os personagens Helena e Edu. Os informantes destacam que, na época em que a novela foi ao ar pela primeira vez, o preconceito a romances entre uma mulher de pouco mais de 40 anos com um jovem recém-formado seria maior do que hoje em dia. A entrevistada Q (63 anos) expressa: eu acho que isso aí agora tá bem mais tranquilo com relação tanto homem com mulher, como mulher e homem. Eu acho que esse assunto tá bem mais light”.

De modo geral, os entrevistados entendem que, apesar de ainda haver muito machismo, as mulheres alcançaram muitas conquistas na sociedade. Quando questionados se essas mudanças são representadas nas telenovelas, a percepção é que as tramas têm acompanhado sim essas transformações. A entrevistada E (50 anos) argumenta: “hoje a gente vê nas histórias das novelas mulheres que são muito batalhadoras, mulheres que são inteligentes, ricas, que têm os seus negócios, as suas empresas, que estão em cargos de liderança”. Já o entrevistado N (31 anos) afirma: “Provavelmente ainda deve ter misóginos hoje em dia sendo retratados na mídia, mas eu acho que de uma certa maneira as coisas têm progredido”. Essa percepção de mudança na representação das mulheres nas telenovelas,

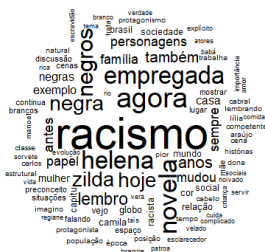
apontada pelos entrevistados, evidencia que os tratamentos dados a alguns temas em *Laços de Família*, especialmente à maternidade e ao tema da prostituição, estão datados.

Quando questionados diretamente se lembravam de alguma cena de preconceito ou opressão, um número significativo cita as situações de relação de gênero, como já mencionado. Quando a questão foi sobre lembrar de alguma cena ou situação de racismo na novela, alguns informantes declararam não lembrar, como o entrevistado F (44 anos, branco): “Especificamente sobre racismo não me lembro de nenhuma cena nesse sentido. O racismo eu acho que não foi tema da novela né”, e a entrevistada B (65 anos, branca): “Sabe que não teve isso aí. Nem teve... A única de raça negra na novela é a empregada da Helena, e muito bem tratada, ela é como pessoa da família, assim”.

Desse modo, para alguns entrevistados, o tema racismo na trama não é explícito e, quando percebido, está relacionado às diferenças entre classes sociais. O racismo se apresentaria principalmente em relação à empregada doméstica de Helena, a Zilda. Para G (38 anos, negro): “Acho que nessa questão da empregada da Helena, [...] tava estruturalmente composto, mas as pessoas não percebiam. Mas, nada muito explícito”. M (66 anos, branca) considera que é “muito forte essa questão do racismo” em relação a Zilda: “ela não tinha direito a nada [...] ela tava sempre ali, servindo a Helena e a família, e ela se sentia feliz com aquilo”. Contudo, embora o tema aparecesse, não foi discutido na trama: “eu não vi na novela uma tentativa de criticar isso, né?”.

Na representação da nuvem de palavras a partir de todos os informantes, destacam-se, além de racismo, as palavras empregada, Zilda e negra.

Figura 2 – Raça, todos os informantes



Fonte: Elaboração própria.

Já a diferença entre classes sociais é apontada na trama, especialmente em relação às empregadas domésticas. A entrevistada L (33 anos, negra) lembra da disparidade entre as classes, não tanto em relação ao poder aquisitivo, mas ao tipo de conteúdo dos diálogos nos diferentes cenários sociais: “na casa da mãe da Cíntia tem uma empregada que sempre que tá rolando um assunto ela lembra de uma tragédia (risos), e aí a mãe da Cíntia diz: ‘nossa, onde tu mora só tem tragédia?’”. A resposta da empregada seria “sim, infelizmente é a minha realidade”. [...] Então, soa como uma realidade paralela dos donos da casa”.

Parte dos entrevistados acredita que, desde a primeira exibição de *Laços de Família*, a representação do racismo nas telenovelas mudou. É o que comenta o informante F (44 anos, branco): “Eu acho que as novelas vêm acompanhando as discussões que a sociedade vem promovendo sobre racismo. E especificamente nas novelas, eu noto uma maior participação de personagens negros, ainda que de forma tímida”; e da entrevistada J (36 anos, negra): “Pô, mudou tudo. Antes não se enxergava, agora se enxerga. Há 20 anos atrás sofria racismo toda hora e não identificava. Agora eu identifico”. Nesse sentido, as mudanças observadas no debate político do país, especificamente em relação ao racismo, teria passado de algo “invisível”, que não se percebia, para algo “visível”.

Considerações finais

Em termos da estruturação de sua narrativa, *Laços de Família* possui elementos técnico-estéticos tributários do período de sua realização, e sua exibição atual não ocorre sem distorções originadas das necessidades técnicas de redimensionamento. No entanto, é no âmbito da sua adaptação aos anos 2020 que a trama sofreu mais ajustes, com alterações na sequência e exclusão de algumas cenas, destacadamente envolvendo o personagem Pedro, alvo de discussão nas redes sociais digitais e entre os entrevistados devido ao comportamento machista. Tais mudanças evidenciam um movimento no âmbito da produção para se ajustar às transformações da agenda brasileira sobre as relações de gênero (BOTELHO; SCHWARCZ, 2011).

A circulação e as apropriações da trama nas redes sociais indicam as novas formas de consumo televisivo, as quais são moldadas pelas especificidades das plataformas em que ocorrem. O Twi-

ter, por exemplo, mantém-se como plataforma preferencial para comentar sobre a telenovela, prática que pode ter se intensificado no contexto da pandemia, considerada a elevação do acesso a redes como essa. Novamente, as relações de gênero ganham destaque como objeto de discussão, em especial o comportamento de Pedro, mas também outras situações de assédio.

As entrevistas possibilitaram aprofundar a compreensão das dinâmicas de apropriação dos informantes. Primeiramente, cabe apontar a dificuldade em encontrar telespectadores com mais de 24 anos de idade que não conhecessem a versão original, uma vez que a assistência contemporânea parece ser motivada, em muitos casos, pela experiência de recepção anterior. A assistência da reprise é motivada pela memória afetiva, que instiga o telespectador a resgatar sua própria história ao ter contato com a trama (LOPES, 2014).

Temas atrelados à condição da mulher na sociedade foram mencionados, especialmente relacionados à maternidade e ao etarismo, havendo comparações frequentes entre o que era aceito 20 anos atrás e já não seria tão facilmente hoje. No entanto, se o estranhamento em relação às representações da mulher na trama foi evidente, o mesmo não é possível afirmar sobre o racismo. Os informantes declararam ou não lembrar da presença do tema raça ou considerar que não foi abordado de forma explícita, fomentando uma discussão ou denúncia. Quando mencionado, o tema foi associado a relações de classe, na situação patrão-empregada. Essa invisibilidade dialoga com o que aponta Schwarcz (2011, p. 437) sobre a permanência de um tipo particular de racismo “silencioso e ambivalente”, no qual persiste “um discurso que tende, senão negar, ao menos a minorar a importância e a evidência do racismo entre nós” (SCHWARCZ, 2011, p. 436). No entanto, os informantes percebem, no contexto contemporâneo da teledramaturgia, que esse tema adquiriu maior visibilidade.

Ao ser reapresentada, *Laços de Família* traz à tona conflitos sociais e experiências cristalizados no Brasil do início do século XXI, hoje percebidos diferencialmente, considerando as mudanças na agenda brasileira. No entanto, isso não ocorre da mesma forma para todos os temas. O racismo, especialmente, é pouco percebido pelos informantes, o que alude à própria dinâmica estrutural do problema, vincado pela naturalização das desigualdades.

Referências

AGRELA, Lucas. WhatsApp cresce até 76% por causa do coronavírus. **EXAME.COM**, 27 mar. 2020. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/whatsapp-cresce-ate-76-por-causa-do-coronavirus/>>. Acesso em: 31 jul. 2021.

ALVES, Clarice Greco. **TV Cult no Brasil** – memória e culto às ficções televisivas em tempos de mídias digitais (Tese de doutorado). São Paulo: USP, 2016.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). **Agenda Brasileira**. Temas de uma sociedade em mudança. São Paulo: Companhia da Letras, 2011.

CONTEÚDOS de TV e VOD que mais agitaram seu feed, Os. **Kantar Ibope Media**, 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/os-conteudos-de-tv-e-vod-que-mais-agitaram-seu-feed>. Acesso em: 20 jul. 2021.

CORREA, Mariza. Gênero, ou a pulseira de Joaquim Nabuco. In: BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). **Agenda Brasileira**. Temas de uma sociedade em mudança. São Paulo: Companhia da Letras, 2011.

DEBERT, Guita. Metamorfoses da velhice. In BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). **Agenda Brasileira**. Temas de uma sociedade em mudança. São Paulo: Companhia da Letras, 2011.

DEBORAH Secco cria o #JudasDay nas redes sociais, por conta da cena de 'Laços de Família'. **GSHOW**, 2020. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/noticia/deborah-secco-cria-o-judas-day-nas-redes-sociais-por-counta-da-cena-de-lacos-de-familia.ghtml>. Acesso em: 30 jul. 2020.

EM meio à pandemia, novelas repetidas são campeãs de audiência. **Exame**, 2021. Disponível em: <https://exame.com/casual/em-meio-a-pandemia-novelas-repetidas-sao-campeas-de-audiencia/>. Acesso em: 12 set. 2021.

FARAD, Daniel. Reprise de Laços de Família choca com Brasil selvagem dos anos 2000. **Notícias da TV**, 2020. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/reprise-de-lacos-de-familia-choca-com-brasil-selvagem-dos-anos-2000-42173>. Acesso em: 12 set. 2021.

GUIMARÃES, Antonio Sérgio. Desigualdade e diversidade: os sentidos contrário da ação. In: BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). **Agenda Brasileira**. Temas de uma sociedade em mudança. São Paulo: Companhia da Letras, 2011.

JACKS, Nilda et al. Passione e Avenida Brasil: produção crossmídia e recepção transmidiática? In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org). **Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

JACKS, Nilda et al. Telenovela em redes sociais: enfoque longitudinal na recepção de três narrativas. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

JACKS, Nilda et al. Telenovela e memória: “Vale a pena ver de novo?”, reprises em tempo de pandemia. **Rumores**, n. 28, v. 14, jul-dez 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LAÇOS de Família. Autoria de Manoel Carlos. Direção de Ricardo Waddington. Rio de Janeiro: TV Globo, 2000-2001. son, color., telev.

LAÇOS de Família bate recorde de audiência em última semana de exibição. **Folha de Pernambuco**, 2021. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/cultura/lacos-de-familia-bate-recorde-de-audiencia-em-ultima-semana-de/178556/>. Acesso em: 12 set. 2021.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Memória e identidade na telenovela brasileira. In: **Anais da Compós XXIII**. Belém: UFPA, 2014.

MEMÓRIA GLOBO. **Vale a Pena Ver de Novo**. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/exclusivo-memoria-globo/projetos-especiais/vale-a-pena-ver-de-novo/>. Acesso em: 18 jul. 2021.

REPRISES trazem novamente à TV o jeito Manoel Carlos de contar histórias. **Isto É**, 2020. Disponível em: <https://istoe.com.br/reprises-trazem-novamente-a-tv-o-jeito-manoel-carlos-de-contar-historias/>. Acesso em: 12 set. 2021.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. Racismo no Brasil: quando inclusão combina com exclusão. In: BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). **Agenda Brasileira**. Temas de uma sociedade em mudança. São Paulo: Companhia da Letras, 2011.

SILVA, Joana D'Arc de Nantes. **Ver e rever**: um estudo sobre a reassistibilidade de telenovelas mexicanas no Brasil (dissertação de mestrado). Niterói: UFF, 2018.

Ritualidades de assistência de ficção televisiva em tempos de pandemia

Sandra Depexe (coord.)

Veneza V. Mayora Ronsini (vice-coord.)

Camila da Silva Marques

Lúcia Loner Coutinho

Luiza Betat Corrêa

Introdução

Com a rápida propagação da nova síndrome respiratória causada por Covid-19, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou uma pandemia mundial em março de 2020. A situação, sem precedentes no mundo globalizado e hiperconectado, trouxe múltiplos impactos e questões a serem exploradas também no campo da comunicação, uma vez que a estratégia de distanciamento social modificou as rotinas de trabalho, estudo e lazer, acentuando a centralidade das interações on-line.

No âmbito da produção de ficção televisiva brasileira, as telenovelas da Rede Globo, maior produtora do país, tiveram gravações suspensas e as tramas foram substituídas por reprises em todas as faixas de horário. Fatores como tecnologia e formato de gravação, autoria, entre outros, foram considerados pela emissora em sua estratégia emergencial para o momento. Em sua história, a única vez que havia parado uma produção teledramatúrgica foi em 1976, quando a primeira versão de *Roque Santeiro* (Globo, 1976) foi censurada durante a ditadura militar. As demais emissoras brasileiras também optaram pelas reprises de telenovelas em suas grades.

No âmbito do consumo, conforme Anuário Obitel 2019, a assistência de vídeos e séries em plataformas on-line, os serviços *on demand*¹ já sinalizavam a importância do *streaming* no Brasil. Dados da Nielsen mostram que, com os efeitos do isolamento social, o consumo geral de mídia aumentou em 15%; plataformas de vídeo e *live streaming* cresceram 66% globalmente.

Em meio à pandemia, a Netflix, em sua operação global, atingiu a marca de 208 milhões de assinantes, com acentuado crescimento durante o primeiro trimestre de 2020. Contudo, durante o mesmo período de 2021, houve retração, possivelmente devido à falta de novos lançamentos e atrasos impostos pela pandemia. Ainda, cerca de 60% dos assinantes da plataforma são de fora dos Estados Unidos e do Canadá (NETFLIX, 2021). No Brasil, no primeiro trimestre de 2020, o Globoplay teve um aumento de 124% de assinaturas em relação ao mesmo período do ano anterior². Durante a pandemia, a plataforma Disney Plus, lançada em novembro de 2019, atingiu a marca de 100 milhões de assinantes em 16 meses de operação, algo não esperado pelos analistas de mercado, os quais acreditam que o cenário pandêmico tenha contribuído para tal fato (NOVO, 2021). Esses dados reforçam a noção de que a internet e demais tecnologias digitais podem funcionar como meios para aliviar o sofrimento social e pessoal causados por doenças físicas, mentais, vícios, entre outros (WINOCUR, 2009).

Tais índices apontam para a transformação do consumo midiático e da indústria da televisão em formatos, conteúdos e modelos de negócio. Ao contrário do que se poderia esperar, a audiência de telenovelas não enfraqueceu, inclusive, virou atrativo de marketing da Globo em relação ao Globoplay. Enquanto espectadores debatiam em redes sociais quais telenovelas gostariam de ver reprisadas no período de recesso de gravações, a plataforma anunciou a disponibilização de algumas destas no serviço. Portanto, nota-se o uso da internet e das tecnologias também em virtude de demandas sociais e culturais do nosso cotidiano, como o entretenimento (WINOCUR, 2009).

As plataformas OTT, além de servirem como alternativa de distribuição de vídeo *on demand* (VoD), têm se destacado como produtoras de ficção audiovisual, como indicam os anuários do Obitel de

1 As plataformas *over the top* (OTT) vinculam-se a diferentes setores: canais de TV aberta, canais de TV paga, empresas de telecomunicações e há os OTTs “puros”: plataformas nativas do serviço de *streaming*, sem vínculo com emissoras de TV ou telecomunicações (LOPES *et al.*, 2019; LEMOS; NÉIA; SANTOS, 2019).

2 Deve-se observar, porém, que o isolamento social no Brasil iniciou somente na metade de março, e é necessário aguardar para dados mais específicos e correlativos aos meses de isolamento.

2017 e 2019. “Essa continuidade reforça a tendência já apontada de que o formato de histórias curtas vem ganhando espaço” (LOPES et al., 2019, p.86). Como apontam Lopes e Castilho (2018, p. 50), “as audiências acompanharam o novo paradigma marcado pela convivência da cultura analógica com a digital, assistindo à TV em múltiplas plataformas, de maneira coletivamente socializada”. Essa interatividade possibilitada pela internet desterritorializa os conteúdos, dando lugar a uma nova cultura do consumo (GARCÍA CANCLINI, 2008) da ficção televisiva, e parece intensificada nesse momento pandêmico.

Portanto, questões como a permanência obrigatória nos lares e o aumento das horas de assistência televisiva e de conteúdo *on demand* nos interpelam a explorar as dinâmicas de consumo de ficção em tempos de pandemia. Partimos do pressuposto de que as ritualidades de assistência configuram formas inovadoras e criativas de consumo próprias da nova indústria de televisão distribuída por internet. Logo, tomamos que “[a]s tecnologias digitais se tornam cada vez mais uma parte intrínseca das vidas cotidianas em vez de uma esfera separada de existência social” (HINE, 2016, p.12). Temos, portanto, como objetivo geral, a investigação das práticas de consumo e ritualidades de assistência de ficção televisiva em tempos de isolamento social e mudanças na própria produção de mídia em decorrência da pandemia do coronavírus. Como objetivos específicos, destacamos: a) Observar e mapear as estratégias de exibição das narrativas ficcionais na grade da Rede Globo e no Globoplay durante a pandemia; b) Identificar as práticas de consumo e ritualidades de assistência de ficção televisiva pelos receptores durante a quarentena; e c) Investigar como e se a ritualidade de assistência *on demand* gerou novas formas de interação com as narrativas ficcionais e pelas plataformas.

1 Bases teóricas: mediações

Essa pesquisa tem como base as contribuições de Martín-Barbero e de seu Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura ([1998] 2001), posta em diálogo com estudos recentes sobre a recepção de ficção televisiva em tempos transmídia (LOPES; CASTILHO, 2018; LOPES et al., 2019; PEREIRA, 2020). A tecnicidade eletrônica (MARTÍN-BARBERO, 2004) e o entendimento da internet como mediação alteram os processos não apenas de produção, mas também de recepção de ficção (BOOTH, 2010), hoje intensificados pela pandemia. Tomamos como ponto de partida as contribuições de Martín-Barbero por propor uma abordagem compreensiva e integradora do estudo de recepção a partir de um conceito-chave: as mediações.

Embasamo-nos nas contribuições do chamado Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura ([1998] 2001)³, segunda versão de seu Mapa, no qual o autor propõe um entendimento das mediações como “processos estruturantes que configuram e reconfiguram tanto a lógica da produção quanto a lógica dos usos” (LOPES, 2018a). Através desse Mapa, Martín-Barbero não concebe mais pensarmos os estudos de recepção e consumo apenas centrados na vida cotidiana dos receptores, ressaltando também a necessidade de compreendermos as lógicas produtivas dos meios e uma mirada para a “interação entre o espaço da produção e do consumo” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 229), “ambos articulados pela vida cotidiana (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos das mídias envolvidas” (LOPES, 2018a, p. 55). As “mediações comunicativas da cultura” presentes no seu mapa noturno são:

a “tecnicidade”; a “institucionalidade” crescente dos meios como instituições sociais e não apenas aparatos, instituições de peso econômico, político, cultural; a “socialidade” – como o laço social está se transformando para os jovens, como as relações entre pais e filhos, e entre casais, estão mudando [...]. E finalmente, as novas “ritualidades” que acontecem em relação aos novos formatos industriais possibilitados pela tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 151-152).

Cabe salientar que a mediação da tecnicidade pode ser entendida “como o novo contexto dos meios; operadores técnicos, perceptivos e estéticos” (LOPES, 2018a, p. 55), que se relaciona às competências na linguagem (MARTÍN-BARBERO, 2004) e aos “operadores perceptivos e destrezas discursivas” (LOPES, 2018b, p. 21). É através dessa mediação que Martín-Barbero confere maior atenção para a convergência midiática, pois, segundo ele, “a estratégica mediação da tecnicidade se delineia atualmente em um novo cenário, o da globalização, [...] não só no espaço das redes informáticas como também na conversão dos meios – televisão e telefone – com o computador” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 19).

Um dos estudos pioneiros no Brasil a adotar a perspectiva sociocultural da recepção apoiada nas obras de Martín-Barbero é o trabalho de Lopes, Borelli e Resende (2002). As autoras tomam

3 Apesar de existir um terceiro mapa proposto pelo autor, entendemos que as mediações do mapa noturno são adequadas à problemática desta pesquisa pois, como afiança Lopes (2018b), a estratégia de uso dos mapas das mediações deve seguir a especificidade da pesquisa empírica.

como base a perspectiva teórica das mediações para refletir, a partir do cotidiano familiar, da subjetividade, do gênero ficcional e da vídeotécnica, de que forma famílias de classes socioeconômicas distintas se relacionam com a telenovela. Pereira (2020), 18 anos depois, realiza uma releitura e atualização teórico-metodológica da clássica pesquisa realizada em *Vivendo com a Telenovela* (2002) e conclui que as novas tecnologias criaram um novo ecossistema comunicacional através dos ambientes transmídia e que tanto a produção quanto a recepção foram ampliadas e ressignificadas, modificando os usos sociais da telenovela.

As relações entre audiência e construção de sentidos dados pela recepção/consumo em ambientes online já se configuram como caminhos de investigação de diversos grupos participantes do Obitel, que se dedicam a entender, dentre outros temas, a recepção transmídia – ou seja, a recepção no ambiente permeado por processos de transmediação (PEREIRA, 2020). Nesta pesquisa, nossa proposta parte do exame da mediação da tecnicidade para chegar à investigação das ritualidades de assistência de ficção televisiva em tempos de pandemia, sem perder o foco na construção de sentidos pela audiência. A problemática nasce, portanto, da mediação da tecnicidade, pois a pesquisa exploratória inicial apontou para uma oferta diferenciada de narrativas televisivas difundidas nas plataformas digitais como uma estratégia da Rede Globo diante do cenário de pausa nas gravações de seus produtos ficcionais. Para tanto, realizamos, na coleta de dados, alguns questionamentos que nos dessem pistas sobre as “muitas interfaces entre os diferentes meios e destes nos diferentes espaços comunicativos do consumo e da criação” (LOPES, 2018b, p. 21).

A partir desses dados, voltamos os esforços analíticos para a esfera do consumo das narrativas ficcionais para além da televisão, observando as novas ritualidades – “modos autorizados de olhar, ouvir, ler, ligados à memória social” (LOPES, 2018a, p. 55) – de assistência desses produtos também no ambiente das redes. De modo empírico, abordamos a ritualidade através do momento do encontro do receptor com a mídia – nos rituais de assistência e modos de ver e ler os produtos ficcionais – para compreender as mutações na produção e, conseqüentemente, nos processos de consumo das narrativas ficcionais, principalmente no que se refere à capacidade de inovação e criação das audiências (LOPES; CASTILHO, 2018), que reconfiguram as ritualidades de assistência devido ao contexto atual das novas mídias, hoje intensificado pelo isolamento social.

2 Abordagem metodológica

A presente pesquisa constrói uma estratégia multimetodológica em uma integração das abordagens quanti e qualitativa (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002). O percurso visa captar pistas sobre os reflexos do isolamento social no cenário de produção e consumo de ficção televisiva no Brasil.

Inicialmente, por meio da técnica de monitoramento on-line, nos aproximamos dos contextos de produção das telenovelas da Rede Globo, observando as estratégias da emissora para ocupar sua grade por conta da pandemia do coronavírus. O mapeamento em sites de notícias e ambiências digitais da emissora conduz à cronologia, isto é, à ordem de ocorrência das decisões da Rede Globo na produção e exibição de suas telenovelas.

Com vistas a refletir sobre o âmbito da recepção, a segunda etapa da pesquisa busca compreender as ritualidades de sujeitos consumidores de telenovela por meio de uma abordagem quantitativa (MARTINO, 2018), que colaborou para termos uma ideia do tamanho da questão e do panorama da quarentena. Assim, realizamos questionários on-line (FLICK, 2009) via *Google Forms*, divulgado nas redes sociais das pesquisadoras durante um mês (julho/agosto de 2021), portanto, de amostra não-probabilística por conveniência. Além do termo de consentimento livre e esclarecido, o questionário contou com 6 questões demográficas; 10 sobre consumo de audiovisual; 12 sobre hábitos e rotinas; e 11 questões sobre telenovela, estas direcionadas apenas a quem assiste novela com alguma frequência. As questões fechadas ou de múltipla escolha, obrigatórias, fornecem parâmetro quantitativo, enquanto as questões abertas, de resposta opcional, permitiram uma aproximação qualitativa, pois revelam “novos” ou reafirmam “velhos” hábitos de consumo ficcional. Os dados foram tratados com o auxílio das ferramentas *Planilhas Google* e *Google Data Studio*.

A amostra é composta por 172 respondentes, com maioria moradora do estado do Rio Grande do Sul, com predominância de sujeitos identificados com o gênero feminino, 68,6%, igualmente encontrado em pesquisas realizadas por Ronsini *et al.* (2017; 2019). 70,3% dos participantes moram com de uma a três pessoas (sendo 68,5% do sexo feminino; 27,2% masculino), 16,9% com de quatro a sete e 12,8% residem sozinhas. Tais dados convergem com o que é apontado na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad Contínua) de 2019, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatís-

tica (IBGE), em que foi constatado como 2,9 o número médio de moradores por domicílio (PNAD, 2019). Na Figura 1, é possível observarmos o perfil geral da amostra:

Figura 1 – Perfil da amostra

172
Respondentes

18 estados brasileiros
incluindo Distrito Federal
+ Residentes no Exterior



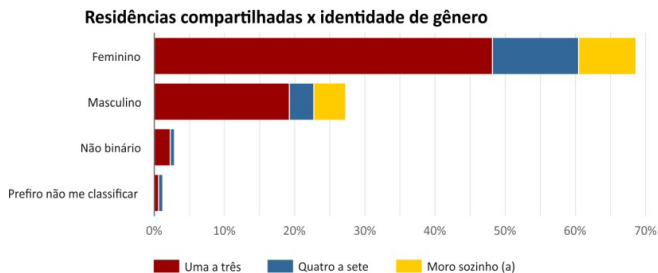
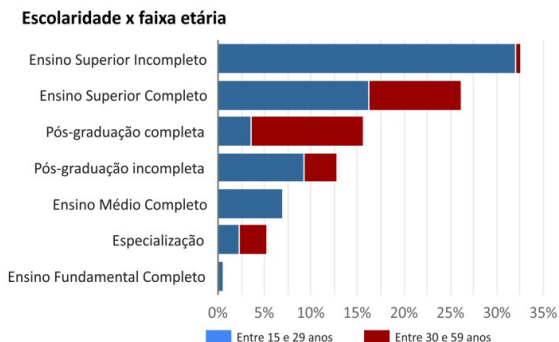
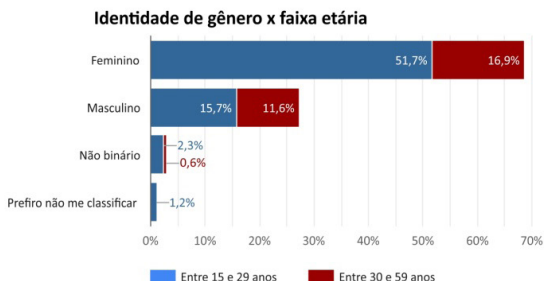
68,6% se identifica com
gênero feminino



A maioria dos respondentes
possui ensino superior



70,3% reside com
até 3 pessoas



Fonte: Elaboração própria.

3 Estratégias de exibição durante a pandemia

Com o começo do período de isolamento em março de 2020, a Rede Globo decidiu suspender a gravação de novelas devido à impossibilidade logística e sanitária que as produções demandavam. *Amor de Mãe* (Globo, 2019) foi interrompida com quatro meses de exibição, e foi seguida por versões reduzidas de *Fina Estampa* (Globo, 2011) e *A Força do Querer* (Globo, 2017), e, posteriormente, por *Império* (Globo, 2014). *Salve-se Quem Puder* (Globo, 2020) - faixa das 19h - foi interrompida com dois meses de exibição e, em sua sequência, foram exibidas *Totalmente Demais* (Globo, 2015) e *Haja Coração* (Globo, 2016), e, posteriormente, *Pega Pega* (Globo, 2017). Já a faixa das 18h não necessitou de interrupção, uma vez que a novela *Éramos Seis* (Globo, 2019) já havia encerrado gravações; no entanto, diante da incerteza do momento, a estreia de *Nos tempos do Imperador* (Globo, 2021) foi adiada, e foi exibida a seguinte sequência de reprises: *Novo Mundo* (Globo, 2017), *Flor do Caribe* (Globo, 2013) e *A Vida da Gente* (Globo, 2011). O mesmo aconteceu com *Malhação*, que findou a temporada *Toda Forma de Amar* (Globo, 2019) e reprisou uma sequência de temporadas antigas - *Viva a Diferença* (Globo, 2017) e *Sonhos* (Globo, 2014). Fatores como tecnologia e formato de gravação, autoria, entre outros, foram considerados pela emissora em sua estratégia emergencial para o momento.

Com o prolongamento da pandemia, a Globo decidiu por finalizar as duas novelas interrompidas. Praticamente um ano após o final da primeira fase, *Amor de Mãe* retornou para uma segunda fase, em março de 2021, para um último mês de exibições. O elenco foi “enxugado”, mantendo apenas tramas principais e seus personagens. Optando por incluir a passagem do tempo, e por incorporar a pandemia à trama, a novela terminou com críticas em relação a sua segunda fase. No total, foram apenas 125 capítulos - as novelas anteriores, desta faixa de horário, tiveram em média 160 capítulos. *Salve-se Quem Puder* teve ainda menos episódios ao todo, com apenas 107, e teve mais dois meses de exibição em sua segunda fase, entre maio e julho de 2021. Em agosto de 2021, a Globo estreou a novela *Nos Tempos do Imperador*, primeira totalmente inédita após os períodos de isolamento por conta da pandemia. De acordo com os novos planejamentos da emissora, até o final de novembro, toda a faixa noturna deve voltar a apresentar novelas

inéditas⁴, com a próxima novela das 21h, carro chefe da emissora, estreando com seus capítulos já praticamente todos gravados, o que pode gerar impactos interessantes com o público, uma vez que a obra já estará fechada.

O grupo Globo já vem há algum tempo apostando em outras formas de consumo de suas telenovelas. O canal por assinatura Viva se especializou em trazer ao ar programas antigos da emissora. Entre março de 2020 e agosto de 2021, a emissora exibiu reprises de telenovelas em quatro faixas de horário, tendo a quarta sido introduzida a partir de 2021. São elas: *Mulheres Apaixonadas* (Globo, 2003), *Da Cor do Pecado* (Globo, 2004), *Chocolate com Pimenta* (Globo, 2003), *A Viagem* (Globo, 1994), *Paraíso Tropical* (Globo, 2007), *Brega & Chique* (Globo, 1997), *Sassaricando* (Globo, 1987), *O Salvador da Pátria* (Globo, 1989), *Sonho Meu* (Globo, 1983) e *Era Uma Vez* (Globo, 1998).

O Brasil é o segundo maior consumidor de *streaming* no mundo. Segundo recente pesquisa, cerca de 65% da população acessa uma das plataformas pagas. A Netflix lidera com 52,69% do mercado, seguido por Amazon Prime Video (16,87%), Disney+ (12,09%) e Globoplay (9,96%) (RAVACHE, 2021). Vale, porém, observar que os dados são ainda do primeiro semestre de 2021, e recentemente dois grandes lançamentos de plataformas foram feitos, a HBO Max e a Star+, que não constam deste levantamento.

Enquanto as plataformas majoritariamente estrangeiras apresentam suas “armas” na competição por assinantes, o Globoplay tem como grande trunfo a expertise da produção com tons locais, e especialmente o catálogo de telenovelas, mas tem investido na produção e compra de séries para fidelizar o público à plataforma, bem como em produções estrangeiras. A opção de alternativa à assinatura de provedor de TV por assinatura, em seus planos, também complementa o catálogo da plataforma. Um dos passos mais relevantes da estratégia do Globoplay, no entanto, foi o resgate e lançamento de telenovelas antigas. Desde maio de 2020, tem sido disponibilizada uma obra completa a cada duas semanas. Novelas como *O Salvador da Pátria*, *O Bem Amado*, *Vereda Tropical*, entre outros títulos, passaram por processo de digitalização e foram relançadas para *streaming*. Um dado interessante é que o Globoplay recentemente adquiriu os direitos de exibição

4 Embora as reprises nos horários tradicionais da emissora estivessem dando bons resultados de audiência, em julho de 2021 a média de espectadores da novela *Império* caiu cerca de 18% em comparação com julho do ano anterior.

de algumas novelas estrangeiras que fizeram sucesso em outras emissoras nacionais, como as mexicanas *A Usurpadora* e *Marimar* (do SBT), ou a novela turca *Fatmagul*, exibida pela Band, demonstrando interesse da rede no público consumidor de telenovelas, de forma geral.

Existem poucos dados confiáveis disponíveis sobre a audiência das plataformas de *streaming*, porém, o Globoplay divulgou uma lista de séries mais assistidas em sua programação. Entre as nacionais, as mais vistas são: *Arcanjo Renegado*, *Desalma*, *As Five*, *Sob Pressão - Plantão Covid*. O Globoplay utiliza, com frequência, um modelo híbrido de lançamento, entre o *streaming* e a televisão aberta. Entre as séries estrangeiras, as mais assistidas são destaques populares que a Globoplay mantém no catálogo, como *The good doctor*, *Grey's Anatomy* e *The big bangtheory* (CONFIRA, 2020). A escassez de dados objetivos sobre as preferências brasileiras no *streaming* limitam uma análise maior sobre as estratégias de conteúdos, conforme observamos, na sequência, com a análise dos resultados de nossa amostra.

4 Pandemia e ritualidades no consumo de mídia

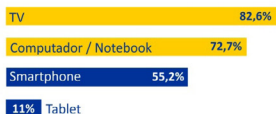
As mudanças sociais e culturais estimuladas pelo Covid-19 impactam a produção das narrativas televisuais atuais e reconfiguram as ritualidades de assistência desses conteúdos no cotidiano dos receptores. A pesquisa empírica nos mostra que, no que concerne às rotinas de trabalho e estudo, 93% apontam alteração durante o período de isolamento social, porém, quando questionados se a rotina das pessoas com quem dividem a casa sofreu alguma mudança, a resposta foi negativa para 32%. Esses dados, quando cruzados, demonstram que 60,5% da amostra está em estudo remoto, fato condizente com a faixa etária e escolaridade da maior parte dos respondentes desta pesquisa. O acompanhamento de aulas remotas no ensino superior chegou a 88% no Brasil, sendo também o nível de escolaridade que mais levou profissionais ao *home office* (65%), segundo o Painel TIC Covid-19 (2020). Importante destacar isso, uma vez que os modos de ver e ler produtos midiáticos são atravessados por diversas mediações socioculturais, como o gênero, a faixa etária e a escolaridade, dentre outras, que funcionam como negociadores em uma complexa teia de relações entre os meios de comunicação de massa e a trama cultural.

Sem dúvidas, a pandemia forçou a migração de diversas atividades para a internet, tornando a tecnicidade uma mediação essencial. Do ensino ao trabalho remoto, passando pelo crescimento das vendas *on-line* e serviços de *delivery* via *apps*, compactuamos com a perspectiva de que as mudanças nas práticas cotidianas estão conectadas aos usos e sentidos que os sujeitos atribuem à tecnologia (HINE, 2015). Entretanto, é preciso mantermos em alerta que as desigualdades sociais e de acesso à internet persistem. Além disso, o isolamento social intensifica o uso de mídias sociais para interação (PRIMO, 2020) e o maior tempo de permanência nos lares traz à tona diversas questões, as quais refletem na saúde mental, com aumento dos quadros de stress, ansiedade, depressão, violência e consumo abusivo de álcool (BOTH *et al.*, 2021). Relatos de ansiedade e dificuldade de concentração, cansaço por uso demasiado de telas e até uso compartilhado do ambiente doméstico são alguns dos exemplos de como a pandemia afetou os informantes, os quais também repercutiram no consumo audiovisual.

Sobre as ritualidades de assistência audiovisual, é possível destacarmos, com a Figura 2: 48,8% afirmam assistir TV aberta. Entretanto, 82,6% afirmam utilizar o aparelho televisor para assistir às produções audiovisuais que acompanham, contra 72,7% que utilizam computadores/notebooks e 55,2% que usam smartphones. Pesquisa recente TIC Domicílios 2020(2021) indicou que, pela primeira vez, o índice de pessoas que utilizam a internet pela televisão (44%) é superior ao uso do computador (42%), fato impulsionado pelas formas de entretenimento. Apesar do uso de outras e/ou múltiplas telas ser parte da cotidianidade da maioria dos respondentes, a supremacia da ritualidade de assistência no aparelho televisor permanece, mesmo que ele seja utilizado apenas como espelhamento para a assistência de programas originários de canais de *streaming*. Os achados vão ao encontro da pesquisa mais recente realizada pelo IBGE, que aponta que, mesmo com o crescente acesso à internet, à posse de celulares e à substituição de TVs de tubo, de 69 milhões de casas, apenas 2,8% não têm TV no Brasil.

Figura 2 – Ritualidades de consumo de produções audiovisuais

Dispositivos utilizados para assistir produções audiovisuais

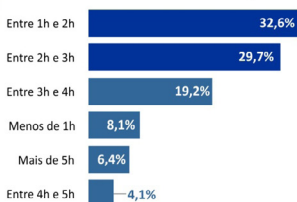


38,3%
consomem TV por assinatura

48,8%
assistem TV aberta

98,8%
consomem streaming
incluindo acesso gratuito, como YouTube

Número de horas de assistência por dia



85,5% 
Consome streaming à noite.
Inclusive quem assiste telenovela.

N **90%**
Campeã de audiência

prime video **68%**
Frete grátis em compras na Amazon + Catálogo

globoplay **43%**
BBB + Olimpíadas + Novelas

Disney+ **35%**
Catálogo infantojuvenil

HBO max **32%**
Promoção + Catálogo

O acesso a múltiplas plataformas de streaming é realidade

Fonte: Elaboração própria.

Sobre o crescente acesso a algum tipo de *streaming*, os dados apontam que 5,8% passaram a assinar alguma plataforma apenas após a pandemia. Dentre as justificativas, destacam-se a necessidade de se estar mais tempo em casa por motivos de isolamento social, os conteúdos exclusivos disponíveis por algumas plataformas, melhores preços e possibilidade de acesso 24h por dia da edição 2021 do *reality show* BBB e da cobertura dos Jogos Olímpicos de 2020, realizados em 2021.

“Porque gosto de seriados e filmes desde criança. Assinei a Globoplay para ver as minhas novelas antigas”.

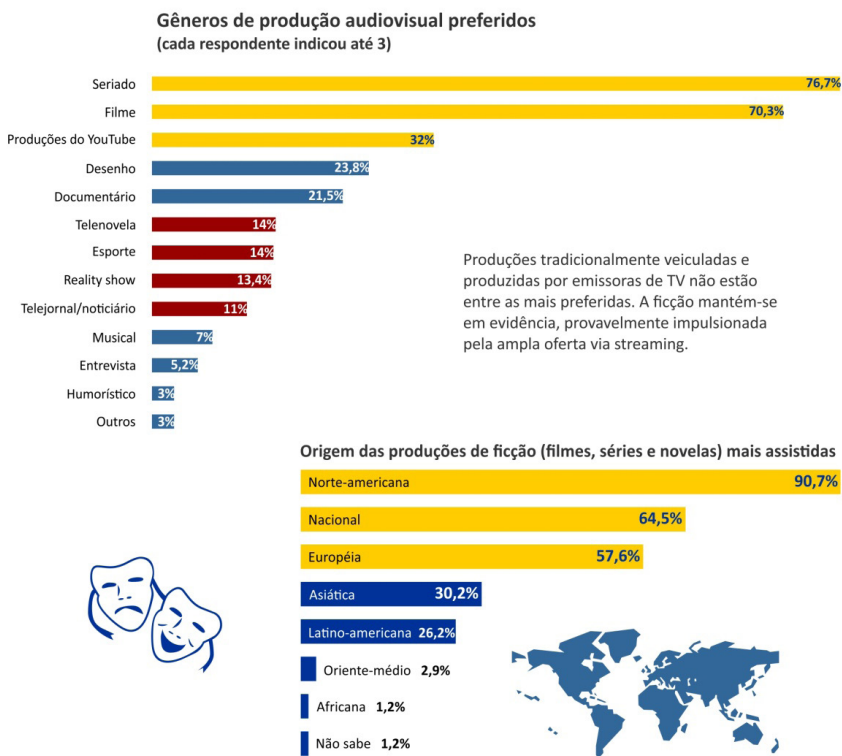
“Eu já acessava antes da pandemia, porém era apenas a plataforma Netflix, durante a pandemia passei a assinar hbo max, Disney+ e Amazon vídeo para ter mais opções de séries e filmes para assistir. Estava com muito tempo ocioso, que antes eram ocupados por ati-

vidades rotineiras típicas do presencial, e os *streamings* passaram a ser meu entretenimento principal para esses momentos”.

“Amazon Prime e HBO pq ficaram mais reconhecidos e com mais produções disponíveis, Globoplay pelo BBB pra acompanhar o confinamento durante o confinamento”.

Dentre os gêneros mais assistidos, destacamos que as telenovelas são indicadas por apenas 14% dos participantes da pesquisa, ficando atrás dos desenhos e documentários e empatando com programas de esporte e *reality shows*, como mostra a Figura 3:

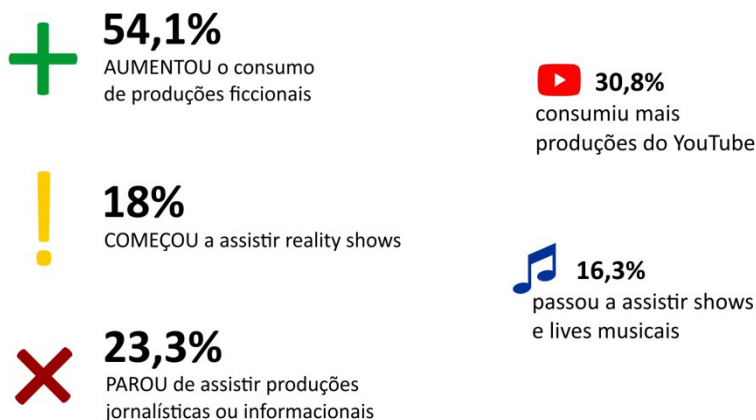
Figura 3 – Preferências de consumo de produções audiovisuais



Fonte: Elaboração própria.

Metade afirma que a permanência em casa por mais tempo afetou o consumo de produções audiovisuais, havendo uma crescente em comparação com o período pré-Covid-19: 54,1% aumentaram o consumo de produções ficcionais, já programas noticiosos e jornalísticos perderam audiência (23,3%).

Figura 4 – Efeitos da pandemia no consumo de produções audiovisuais



Fonte: Elaboração própria.

As falas abaixo ilustram qualitativamente os dados da Figura 4:

“Como não uso tempo em deslocamento, sobra tempo para acompanhar, pelo menos alguns minutos, tramas que estejam passando no Canal VIVA”.

“Consumo produções audiovisuais enquanto faço tarefas de casa, como por exemplo lavar louça, vendo séries ou vídeos no YouTube ou mesmo ouvindo podcasts, enquanto antes da pandemia não eram coisas que eu fazia juntas”.

“Aumentou. Antes eu assistia séries só aos finais de semana, a televisão ficava desligada praticamente de segunda a sexta (porque eu mal parava em casa). Hoje, eu assisto mais séries ao longo da semana, todo dia um pouquinho”.

Dentre as séries brasileiras, as mais assistidas pelos nossos respondentes foram: 39,5%, *Coisa Mais Linda*; 33,5%, o seriado 3%; 32,6%, *Cidade Invisível*; e 30,8%, *Bom dia, Verônica*. As quatro séries são da plataforma de streaming Netflix (o que corrobora com a supremacia quantitativa do acesso à Netflix por parte da amostra). Em quinto lugar, aparece o romance *Todas as mulheres do mundo*, produzida pelo Globoplay, mas veiculada também pela Globo, com 16,9%. O seriado 3% foi a primeira produção brasileira da Netflix, e uma das primeiras fora do mundo anglófono. É uma ficção científica e contou com quatro temporadas. *Bom dia, Verônica* e *Cidade Invisível* são thrillers lançados durante a pandemia, e foram renovados para mais uma temporada. Enquanto o primeiro trata de violência contra mulher e corrupção política, o segundo traz em sua trama personagens do folclore brasileiro, elemento pouco explorado pela cultura midiática nacional. *Coisa mais linda* é produzida com características melodramáticas e com elenco de atores conhecidos por atuações na Globo (ROCHA; SILVA; VIEIRA, 2019), indicando que a plataforma pioneira também busca um “flerte” com a telenovela, o que é bem recebido pelo público consumidor em nossa amostra.

Sobre os rituais de assistência de telenovela em específico, nos dedicamos às discussões sobre os modos de ver e ler as tramas da Rede Globo durante a pandemia, seja pelo canal aberto, Tv fechada (*Viva*) ou Globoplay, no próximo subcapítulo.

5 Modos de ver e ler a telenovela

Apesar de não estar entre os gêneros preferidos, 57,5% afirmam acompanhar as telenovelas. Destes, 4,7% começaram a assistir a telenovelas durante a pandemia, 11% passaram a consumir ainda mais nesse período e apenas 1,7% parou de acompanhar esse gênero televisivo. 91,9% acredita que assistir novela, filme ou série é um momento que ajuda a reunir a família e, para 85,9%, a telenovela mobiliza as pessoas da família para uma assistência conjunta, independente da pandemia, como já apontam pesquisas anteriores (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002; PEREIRA, 2020). Essa assistência compartilhada é relatada por 59,6%, seguido de 42,4% que acompanham sozinhos, 24,2% com o companheiro(a) e 4% com os amigos. Como destaca Pereira (2020, p. 234), essa assistência, que indica a permanência de “um ritual familiar compartilhado, atualmente é ampliada e dotada de outros sentidos e significados, visto que, apesar de ainda ter papel importante dentro dos lares, a tele-

visão divide o espaço com outros meios”. Em nossa pesquisa, percebemos que a maioria costuma comentar sobre temas das tramas com os membros da família (66,7%), seguidos dos amigos (42,4%) e da internet, em redes sociais (37,4%), reafirmando a tendência crescente do consumo televisivo amplificado a outras instâncias e telas. Cabe destaque para os 5,1% que participam e comentam em grupos específicos de discussão em redes sociais, prática realizada principalmente por fãs de telenovela (LOPES; CASTILHO, 2018).

Dentre aqueles que afirmam acompanhar, mesmo que esporadicamente, alguma telenovela da Rede Globo, 46,5% contam que estavam assistindo *Amor de Mãe* e 26,6% a *Salve-se Quem Puder*, quando as duas tiveram suas gravações interrompidas assim que a pandemia começou. O número de assistentes da segunda fase de ambas, entretanto, aumentou: 65,7% acompanharam o desfecho de *Amor de Mãe* e 31,3% o de *Salve-se Quem Puder*. Logo, percebemos que o consumo das telenovelas inéditas veiculadas na Rede Globo aumentou durante o isolamento social. Cabe salientar que todos os respondentes julgaram correta a pausa nas gravações das telenovelas, destacando os desafios de um retorno no que se refere à saúde dos trabalhadores da esfera produtiva e tecendo algumas críticas sobre as formas com que as narrativas representam a pandemia em seus retornos:

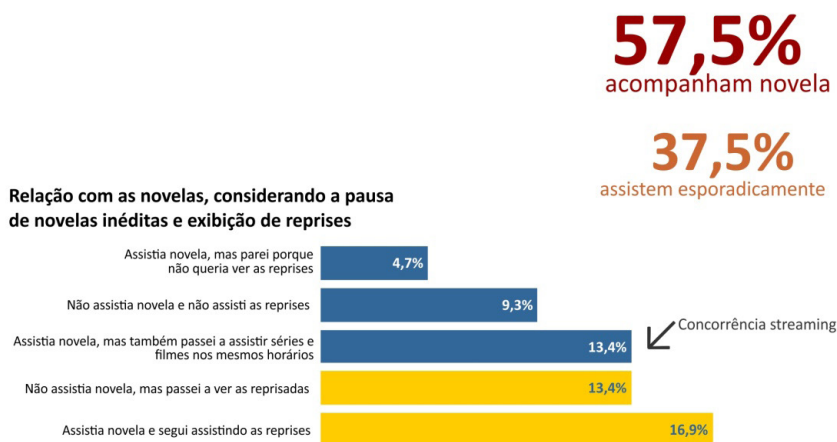
“Sim, também acompanhei bastidores sobre como estavam sendo feitas as gravações durante a pandemia”.

“Com certeza, foi uma decisão necessária pra não pôr em risco a vida dos atores/atrizes e demais funcionários. Tenho a reclamar somente sobre o corte de capítulos na retomada das novelas, estragou o enredo”.

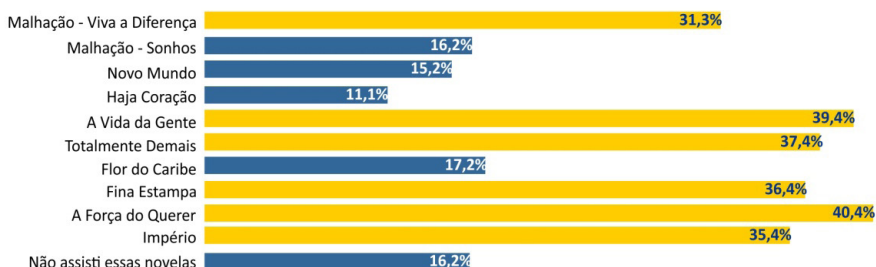
“Achei muito doido como *Amor de Mãe* trouxe a realidade da pandemia na trama. Era muito maluco! Mas, mais maluco que isso, era assistir outras produções, antigas ou recém lançadas, com aglomerações, pessoas se abraçando, era um pouco desconfortável”.

Considerando a pausa das tramas inéditas e a substituição destas por reprises, o consumo se desenha da seguinte forma: 61,6% da amostra afirmam ter assistido às novelas reprisadas pela primeira vez (dado que também dialoga com a faixa etária jovem da maioria dos respondentes). Na Figura 5, é possível observarmos a popularidade das reprises veiculadas no período da pesquisa:

Figura 5 – Assistência de telenovela na pandemia



Assistência de novelas reprisadas durante a pausa na exibição das tramas inéditas



Fonte: Elaboração própria.

Para destacarmos pontos referentes aos modos de ler as telenovelas reprisadas neste período, questionamos aos sujeitos se eles pensaram ou sentiram alguma coisa diferente em relação ao tempo em que assistiram a mesma novela pela primeira vez e 84% responderam que sim.

“Achei interessante ver como algumas novelas de poucos anos ainda tinham posicionamentos retrógrados em relação a pautas sociais”.

“Sim, muitas novelas não envelheceram bem, como por exemplo *Fina Estampa* e *Império*, principalmente com a caricatura de personagens gays e a relação do Comendador e Maria Isis e isso me fez refletir sobre as mudanças sociais”.

“Com certeza, percebi que alguns discursos ou personagens já não fazem mais sentido atualmente, pois são bem preconceituosos”.

“Sim, vendo algumas falas e situações problemáticas retratadas nas tramas, preconceitos que ao passar dos anos vamos desconstruindo sobre racismo, machismo, homofobia, xenofobia, capacitismo entre outras coisas”.

“Sim, pois diversas questões problematizei na minha cabeça, o modo como os enredos são apresentados nas telenovelas, principalmente as antigas, várias mulheres girando ao redor de um relacionamento com um homem, por exemplo, a novela *Laços de Família*, parece que todas as mulheres principais da história queriam o Pedro, isso se repete na novela *Mulheres Apaixonadas*, onde muitas mulheres queriam o Dr. César, isso me incomodou bastante”.

Dentre as maiores diferenças observadas no tratamento de temas que interessam aos receptores, comparando as reprises com as novelas mais atuais, muitos respondentes observaram uma melhora na abordagem de temáticas sociais, como “a questão LGBT”, “violência contra mulher, racismo e homofobia”, “cuidados para não ferir minorias e para tratar de temas que antes eram tabus”, “assuntos de diversidade”, “falas mais empoderadas, uma tentativa (nem sempre representativa) de incluir a diversidade no que toca ao gênero, cor, etnia, sexualidade”.

É possível destacarmos que os receptores tensionam principalmente as temáticas relacionadas a gênero, sexualidade, raça e outras minorias sociais e criticam as formas preconceituosas, conservadoras e estereotipadas com que estas eram trabalhadas no período em que as tramas veicularam pela primeira vez, em comparação com o momento das reprises e/ou com telenovelas inéditas. Alguns, contudo, tecem críticas quanto às representações presentes nas telenovelas, mesmo as atuais, destacando a permanência do machismo, falta de participação da comunidade

LGBTQIA+ em papéis de protagonismo, o conhecimento e reconhecimento das origens africanas no Brasil e a violência contra mulheres, idosos e crianças, apontando para a necessidade desses temas serem abordados de forma crítica e responsável. Vale ressaltar que a maior parte de nossa amostra é composta por jovens estudantes universitários, dialogando com a tendência apontada por Almeida (2001) de que, quanto maior o capital cultural, mais crítico se mostra o receptor quanto à esfera dos costumes. As leituras negociadas e opositivas sobre as telenovelas realizadas pelos receptores dialogam com o momento atual em que pautas sociais, de diversidade e inclusão, circulam com maior presença em outras mídias e, conseqüentemente, afetam as formas com que se debate e se problematiza sobre, também através da telenovela.

Considerações finais

O enfrentamento à pandemia de Covid-19, do isolamento ao distanciamento social, impactou as formas de sociabilidade em diversos níveis. Rituais antes ocorridos face-a-face passaram por uma mediação tecnológica. Hábitos que já eram tradicionalmente mediados por múltiplas telas, como assistir TV e conversar via aplicativo de mensagem, tomaram outra dimensão. No momento em que “tudo parou”, até mesmo as telenovelas tiveram suas gravações interrompidas. As reprises foram ao ar em um momento “inédito”. As dúvidas sobre o amanhã atravessavam não apenas o cotidiano da vida privada, mas as audiências: quando as tramas suspensas serão retomadas? A estratégia adotada pela Rede Globo e Globoplay galgou bons índices, mostrando uma recepção também crítica às narrativas de outrora. O consumo de *streaming* aumentou, indicando a busca por diversificação nos conteúdos e, quem sabe, pondo em xeque fórmulas que não dialogam com os modos de ver o mundo atual. É possível sinalizar que a circulação de ficção em diferentes suportes e plataformas inclui não apenas uma reconfiguração da matriz cultural melodramática (LOPES; CASTILHO, 2018; MARTÍN-BARBERO, 2001), mas também uma alteração nos modos de consumir essas narrativas ficcionais através de um novo paradigma marcado pela convivência da cultura analógica com a digital (LOPES; CASTILHO, 2018), intensificada em tempos pandêmicos.

Dentre as limitações da pesquisa, citamos que a amostra não-probabilística por conveniência, devido às formas de divulgação do questionário, retrata as implicações da pandemia em um grupo com

alta escolaridade, estudantes universitários e atuação profissional majoritária em áreas da comunicação, ensino e tecnologia da informação. Embora os dados não possam ser generalizados para toda população brasileira, encontramos recorrência de nossos achados em pesquisas e levantamentos estatísticos, bem como de indicadores mercadológicos do consumo de produções audiovisuais e dos usos da internet no Brasil. Destaca-se, também, a rapidez com a qual o cenário de consumo de televisão e do próprio *streaming* tem se modificado, com novas plataformas, mudanças constantes de conteúdos e readequação das mídias e das escolhas dos consumidores. Um cenário ainda em construção com a introdução incipiente desses novos formatos.

Sabemos que a pandemia foi vivenciada de formas diferentes entre 2020 e 2021. Alguns setores retornaram às atividades presenciais, enquanto outros permaneceram remotamente. As relações pessoais, de trabalho e de consumo foram, em grande parte, mediadas por tecnologias, com implicações econômicas e psicológicas (BOTH *et al.*, 2021). As telas foram um refúgio, mas também palco para o estarrecer com a desinformação. O momento nos exigiu, como pesquisadoras, resiliência para acreditar e seguir adiante. Estudiar comunicação e atentar às ritualidades de um cotidiano nada normal, de vidas perdidas e ciência questionada, também é um ato de resistência.

Referências

ALMEIDA, H. B. **Muitas mais coisas**: telenovelas, consumo e gênero. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Universidade Estadual de Campinas - Unicamp, Campinas, 2001.

BOOTH, P. **Digital fandom**: new media studies. New York: Peter Lang, 2010.

BOTH, L. M. *et al.* Covid-19 pandemic and social distance: economic, psychological, family and technological effects. **Trends in Psychiatry and Psychotherapy**, v.43, n.2, p. 85-91, 2021.

CONFIRA as series mais assistidas do Globoplay em 2020. **GShow**, 2021. Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/fim-de-ano/noticia/confira-as-series-mais-assistidas-do-globoplay-em-2020.ghtml>. Acesso em: 10 set. 2021.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GARCÍA CANCLINI, N. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

HINE, C. **Ethnography for the Internet**: Embedded, Embodied and Everyday. Londres: Bloomsbury Academic, 2015.

HINE, C. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. In: CAMPANELLA, B.; BARROS, Carla (org). **Etnografia e consumo midiático**: novas tendências e desafios metodológicos. 1 ed., Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

LEMONS, L.M. P.; NÉIA, L. M.; SANTOS, A. A. Ficção televisiva em plataformas de vídeo-on-demand: reconfigurações do cenário audiovisual brasileiro - e suas implicações nos estudos de mídia. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 17, p. 132-142, 2019.

LOPES, M. I. V. A teoria barberiana da comunicação. **Matrizes**, v.12 - nº 1, p. 39-63, jan./abr. 2018a.

LOPES, M. I. V. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. **Revista Intexto**, n. 43, p. 14-23, set./dez. 2018b.

LOPES, M. I. V. A; CASTILHO, F. Recepção transmídia: perspectivas teórico-metodológicas e audiências de ficção televisiva *online*. **Ga-láxia**, n. 39, p. 39-52, set-dez., 2018.

LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. R. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

LOPES, M. I. V. *et al.* Brasil: streaming, tudo junto e misturado. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; OROSCO-GÓMES, Guillermo. (org.). **Modelos de distribuição da televisão por internet**: atores, tecnologias, estratégias - Anuário Obitel 2019. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2019, v. 1, p. 73-108.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001. Obra com a primeira introdução.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Ed. Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, J. **As formas mestiças da mídia**. Pesquisa FAPESP Online, edição 163, p. 10-15, setembro 2009. Entrevista concedida à Mariluce Moura.

MARTINO, L. M. S. **Métodos de pesquisa em comunicação**: projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2018.

NETFLIX ultrapassa marca de 200 milhões de assinantes no mundo. **Meio e Mensagem**, 2021. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2021/01/20/netflix-ultrapassa-200-milhoes-de-assinantes-no-mundo.html>. Acesso em: 13 set. 2021.

NOVO recorde! Disney Plus alcança 100 milhões de assinantes em 16 meses. **Tudo celular**, 2021. Fonte: <https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n170485/disney-plus-alcanca-94-milhoes-de-assinantes.html>. Acesso 13 set. 2021.

PAINEL TIC COVID-19: Pesquisa sobre o uso da Internet no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus - 3ª edição: Ensino remoto e teletrabalho. **Cetic.br**, 2020. Disponível em: <https://www.cetic.br/pt/publicacao/painel-tic-covid-19-pesquisa-sobre-o-uso-da-internet-no-brasil-durante-a-pandemia-do-novo-coronavirus-3-edicao/>. Acesso 02 ago. 2021.

PEREIRA, T. N. **Navegando com a telenovela?** Mediações, recepção e ficção televisiva em tempos transmídia. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Universidade de São Paulo. São Paulo, 2020.

PNAD Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. **IBGE**, 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-e-esporte/17270-pnad-continua.html?edicao=27258&t=resultados>. Acesso em: 12 set. 2021.

PRIMO, A. Afetividade e relacionamentos em tempos de isolamento social: intensificação do uso de mídias sociais para interação durante a pandemia de COVID-19. **Comunicação & Inovação**, v. 21, p. 176-198, 2020.

RAVACHE, Guilherme. Brasil é segundo do mundo em streaming; Prime cresce e Disney+ dispara. **SplashUol**, 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/colunas/guilherme-ravache/2021/08/12/brasil-e-segundo-do-mundo-em-streaming-e-crescimento-do-disney-surpreende.htm>. Acesso em: 10 set. 2021.

ROCHA, S. M.; SILVA, M. V. M. E. ; VIEIRA, G. A. O melodrama virou global? Práticas de produção e de circulação da série Netflix Coisa Mais Linda. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 17, p 168-180, 2019.

RONSINI, V. V. M. *et al.* Distinção e comunicação na apropriação da moda pelos fãs de telenovelas. In: LOPES, M. I. V. de (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira II**: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa. Porto Alegre: Sulina, 2017, p. 173-209.

RONSINI, V. V. M. *et al.* Da concepção ao mito: o mundo da maternidade de A Força do Querer no Facebook. In: LOPES, M. I. V de (org.). **A construção de mundos na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2019, p. 41-62.

TIC Domicílios 2020: lançamento dos resultados. **Cetic.br**, 2021. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2020_coletiva_imprensa.pdf Acesso: 03 set.2021

WINOCUR, R. **Robinson Crusoe ya tiene celular**. La conexión como espacio de control de la incertidumbre. México: Siglo XXI editores, 2009.

SOBRE OS AUTORES E COLABORADORES

Aianne Amado Nunes Costa

Doutoranda do Curso de Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN – ECA/USP) e do Observatório de Economia e Comunicação (OBSCOM – CEPOS/UFS).

E-mail: aianne@usp.br

Amanda Aouad

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professora da Universidade Salvador. Roteirista e crítica cinematográfica. Membro da Associação Brasileira de Críticos de Cinema (Abraccine).

E-mail: a.aouad@gmail.com

Amanda Generozo

Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP. Publicitária e docente na Universidade Anhembi Morumbi.

E-mail: amanda.generozo@gmail.com

Ana Carolina Maoski

Mestre em Comunicação (UFPR). Pesquisadora do Nefics/UFPR e da Rede Obitel Brasil/UFPR-Unisa.

E-mail: anacarolinamaoski@gmail.com

Ana Márcia Andrade

Doutoranda e mestra em Comunicação Audiovisual pela UAM. Especialista em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos (ECA-USP). Jornalista (UniCeub) e Artes Cênicas (UNB). Téc. em Direção Cinematográfica (AIC). Membro do grupo de pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva Brasileira (UAM). Integrante da rede de pesquisadores OBITEL Brasil/Anhembi Morumbi.

E-mail: anacherulli@gmail.com

Ana Paula Goulart Ribeiro

Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ, professora do PPG-Com/UFRJ e coordenadora da equipe Obitel Brasil/UFRJ.

E-mail: goulartap@gmail.com

Anderson Lopes da Silva

Doutor em Ciências da Comunicação (USP). Pesquisador do GELi-Dis (USP/CNPq) e do Nefics (UFPR/CNPq). Membro da Rede Obitel Brasil/UFPR-Unisa.

E-mail: anderlopps@gmail.com

Andreza Almeida dos Santos

Doutoranda em Ciências da Comunicação (ECA-USP). Mestra em Ciências Sociais e bacharela em Comunicação, ambos pela UFRRJ. Pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN).

E-mail: andrezapas@usp.br

Bárbara Vieira

Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia.

E-mail: barbarafvsouza@gmail.com

Beatriz Martins de Castro

Bacharela em História – Memória e Imagem pela UFPR. Graduada de Publicidade e Propaganda pela mesma Universidade, onde também atua como bolsista PIBIC/CNPq veiculada ao NEFICS. Pesquisadora da Rede Obitel Brasil UFPR/Unisa.

E-mail: btmcastro@gmail.com

Bruno Tarin

Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação (ECO) da UFRJ, com ênfase em Tecnologias da Comunicação e Estéticas. Foi Professor Substituto do Magistério Superior na graduação Estudos de Mídia da UFF, área de atuação Mídia e Sociedade, do Departamento de Estudos Culturais e de Mídia. Pesquisador do Laboratório GEMInIS (UFSCAR) e do LABTeC (UFRJ).

E-mail: brunotarin@gmail.com

Camila da Silva Marques

Doutora em Comunicação com doutorado sanduíche na Universidade Católica Portuguesa – Lisboa. Pós-doutoranda e professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, pesquisadora Obitel Brasil/UFSM e produtora audiovisual.

E-mail: milamarkes@gmail.com

Camila Souto

Mestra em Comunicação (UAM). Especialista em Roteiro e Dramaturgia: Cinema, Teatro e Televisão (ESACH) e em Administração de Empresas (FGV-SP). Membro do grupo de pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva (UAM/CNPq). Professora do curso de Relações Públicas da UAM SP. Atua profissionalmente como roteirista de produtos audiovisuais.

E-mail: camila_souto@outlook.com

Carolina Fagundes

Mestra em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe.

E-mail: caroldcriss@gmail.com

Caroline Kuviatkoski de Barros

Mestranda em Comunicação na UFPR. Pesquisadora do Nefics/UFPR e membro da Rede Obitel Brasil/UFPR-Unisa.

E-mail: carol.kbarros@hotmail.com

Cecília Almeida

É jornalista e professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco. É pesquisadora associada ao Obitel Brasil.

E-mail: cecilia.lima@ufpe.br

Daiana Sigiliano

Doutoranda e mestre em Comunicação pela UFJF. Membro do grupo do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF) e vice-coordenadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual. Pesquisadora da Rede Interinstitucional Euroamericana de Competência Midiática para a Cidadania (Alfamed) e do Obitel Brasil.

E-mail: daianasigiliano@gmail.com

Daniel Pedroso

Professor nos cursos de Jornalismo e Realização Audiovisual da Unisinos.

E-mail: dspedroso@gmail.com

Daniel Rossmann Jacobsen

Mestrando em Comunicação e Territorialidades na UFES e jornalista. Integrante da rede de pesquisadores Obitel Brasil/UFRJ.

E-mail: danieljacobsen.ufes@gmail.com

Daniele Rios

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia.

E-mail: dani.valois@gmail.com

Dario Mesquita

Professor adjunto na Universidade Federal de São Carlos. Doutor em Design pela Universidade Anhembi Morumbi. Mestre em Imagem e Som pela UFSCar. Membro do Grupo de Estudos sobre Mídias Interativas em Imagem e Som – GEMInIS.

E-mail: dario.mirg@gmail.com

Denise Avancini Alves

Professora adjunta no curso de Relações Públicas da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS.

E-mail: denise.avancini@ufrgs.br

Diego Gouveia

É jornalista e professor do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. É pesquisador associado ao Obitel Brasil.

Email: diego.moreira@ufpe.br

Elisa Peres Maranhão

Doutoranda em Comunicação (UFPR). Pesquisadora do Nefics/UFPR e da Rede Obitel Brasil/UFPR-Unisa.

E-mail: elisamaranhão@gmail.com

Erika Oikawa

Professora no curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Estado do Pará (Cesupa).

E-mail: erikaoikawa@gmail.com

Eutália Ramos

Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF) e do Observatório da Qualidade no Audiovisual. Pesquisadora do Obitel Brasil.

E-mail: ramoseutalia@gmail.com

Fabiane Sgorla

Professora adjunta no curso de Relações Públicas da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS.

E-mail: fabiane.sgorla@ufrgs.br

Felipe da Costa

Doutorando em Comunicação (UFPR) e mestre em Jornalismo (UFSC). Pesquisador do Nefics/UFPR e membro da rede Obitel Brasil/UFPR-Unisa.

E-mail: contato@felipedacosta.com.br.

Gabriela Borges

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF) e coord. do Observatório da Qualidade no Audiovisual. Coord. da equipe brasileira da Rede Interinstitucional Euroamericana de Competência Midiática para a Cidadania (Alfamed) e da equipe da UFJF do Obitel Brasil.

E-mail: gabriela.borges@ufjf.edu.br

Gabriela Caldeira de Aguiar

Graduada em Publicidade e Propaganda - UEMG, Unidade Frutal. Bolsista do projeto Análise de produtos comunicacionais transmidiáticos e os reflexos na produção publicitária (2018) e aluna especial na disciplina Inovação na Ficção Seriada Audiovisual no Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som - UFSCar.

E-mail: gabes.caldeira@gmail.com

Gabriela Pereira da Silva

Jornalista e integrante da rede de pesquisadores Obitel Brasil/UFRJ.

E-mail: gabrielasilva11@live.com

Gabrielle Camille Ferreira

Mestre em Comunicação (UFPR). Pesquisadora do Nefics/UFPR e da Rede Obitel Brasil/UFPR-Unisa.

E-mail: gabriellecacaf@gmail.com

Genilson Alves

Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia.

E-mail: genilson.falves@gmail.com

Gêsa Cavalcanti

É publicitária e doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. É pesquisadora associada ao Obitel Brasil.

E-mail: gesakarla@hotmail.com

Guilherme Belarmino

Mestrando do Programa de Imagem e Som (PPGIS) e especialista em Produção de Conteúdo Audiovisual para Multiplataformas (EAM/UFSCar). Jornalista pela Faculdade Cásper Líbero, é repórter investigativo. É repórter da Globo, com passagens pela Globonews, Fantástico e Profissão Repórter.

E-mail: guilherme.belarmino@g.globo

Guilherme Libardi

Professor no curso de Publicidade e Propaganda da UFRN.

E-mail: gblibardi@gmail.com

Gustavo Furtuoso

Graduando em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF) e do Observatório da Qualidade no Audiovisual. Pesquisador do Obitel Brasil.

E-mail: gfurtuoso@gmail.com

Gustavo Rodrigues

Graduando em Ciências Sociais pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP). Bolsista TT1 da FAPESP e assistente de edição da Revista MATRIZES (PPGCOM – USP).

E-mail: gustavosrd@mail.ru

Hanna Nolasco

Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia.

E-mail: hannanfl@gmail.com

Henrique Quaioti

Doutorando em Meios e Processos Audiovisuais pela USP. Mestre em Comunicação Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi. Membro no grupo de pesquisa “Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva” (UAM/CNPq). Pós-graduado em Roteiro para Audiovisual na Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP). Graduado em Comunicação - Audiovisual pela Universidade de Brasília (UnB).

E-mail: hquaioti@gmail.com

Hsu Ya Ya

Graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF) e do Observatório da Qualidade no Audiovisual. Pesquisadora do Obitel Brasil.

E-mail: fhernandayaya@gmail.com

Igor Sacramento

Doutor em Comunicação e Cultura pela UFRJ, professor do PPG-Com/UFRJ e do PPGICS/Fiocruz e coordenador da equipe Obitel Brasil/UFRJ.

E-mail: igor-sacramento@gmail.com

Inara Rosas

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professora da Unijorge.

E-mail: inararosas@gmail.com

João Araújo

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia.

E-mail: jesilvaraujo@gmail.com

João Carlos Massarolo

Cineasta, professor universitário; Doutor em Cinema pela USP, é diretor e roteirista de vários filmes e publicou artigos em periódicos nacionais e internacionais. É Professor associado da Universidade Federal de São Carlos; Coordenador do grupo de pesquisa GEMInIS e Editor da Revista GEMInIS.

E-mail: massarolo@terra.com.br

João Paulo Hergesel

Professor do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte da PUC-Campinas. Doutor em Comunicação (UAM), com pós-doutorado em Comunicação e Cultura (Uniso). Membro do grupo de pesquisa Entre(dis)ursos: sujeito e língua(gens). É autor do livro *A telepoética nas produções do SBT* (2019), entre outras publicações. E-mail: jp_hergesel@hotmail.com

Joselaine Caroline

Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS.

E-mail: jo_v6@hotmail.com

Júlia Garcia

Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e jornalista pela mesma instituição. Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF) e do Observatório da Qualidade no Audiovisual. Pesquisadora do Obitel Brasil.

E-mail: julia.ggaa@gmail.com

Julia Monteiro Segadas Vianna

Graduanda em Ciências Sociais pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP). Bolsista PIBIC do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN – ECA/USP).

E-mail: julia.segadas1@gmail.com

Juliana Malacarne de Pinho

Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Mestre em Ciências da Comunicação e graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, ambos pela USP. Atualmente é editora assistente na revista Crescer.

E-mail: juliana.pinho@usp.br

Juliana Tillmann

Doutoranda em Comunicação e Cultura na Eco/UFRJ, historiadora e dramaturga. Integrante da rede de pesquisadores Obitel Brasil/UFRJ.

E-mail: jujutcr@gmail.com

Laura Wottrich

Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS.

E-mail: laura.wottrich@ufrgs.br

Leonardo de Sá Fernandes

Jornalista e dramaturgo. Graduado em jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), é mestrando em Ciências da Comunicação pela mesma instituição. Também é pesquisador do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN – ECA/USP).

E-mail: leonardo.sa.fernandes@gmail.com

Leonardo Miranda Rangem

Graduando em Jornalismo na UFES e integrante da rede de pesquisadores Obitel Brasil/UFRJ.

E-mail: leonardomirandargl@gmail.com

Lírian Sifuentes

Pesquisadora de Pós-Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS. Jornalista na TVE-RS.

E-mail: lisifuentes@yahoo.com.br

Lourdes Ana Pereira Silva

Doutora em Comunicação e Informação pela UFRGS. Docente do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Santo Amaro (SP). Pesquisadora do CISGES/Unisa/CNPq, do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN – ECA/USP) e da Rede Obitel Brasil/UFPR-Unisa.

E-mail: lourde_silva@hotmail.com

Lucas Vieira

Graduando em Rádio, TV e Internet pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF) e do Observatório da Qualidade no Audiovisual. Pesquisador do Obitel Brasil.

E-mail: lucasguimaraes003@gmail.com

Lúcia Loner Coutinho

Doutora em comunicação pela PUCRS, com doutorado sanduíche na Universidade do Minho - Braga, Portugal, pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. Pesquisadora Obitel-Brasil/UFSM.

E-mail: lucialoner@gmail.com

Luciene Aparecida Lemos

Aluna especial do Programa de Imagem e Som (PPGIS) pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), especialista em Coordenação e Supervisão Escolar e graduada em Letras pelo Centro Universitário da Fundação Educacional Guaxupé (Unifeg). Docente há 9 anos na rede pública estadual de ensino de Minas Gerais.

E-mail: luciene.lemos@educacao.mg.gov.br

Luiza Betat Corrêa

Mestre em Comunicação e bacharel em Comunicação Social - Produção Editorial (UFSM). Pesquisadora Obitel Brasil/UFSM.

E-mail: betatluiza@gmail.com

Maira Silva de Moraes

Mestre em Ciências Humanas, Sociedade, Cultura e Linguagem pela Unisa. Pesquisadora do CISGES/Unisa/CNPq; da Rede Obitel Brasil/UFRP-Unisa; e do Grupo de Pesquisa "Information & Media Lab - InfoMedia" da UFRP.

E-mail: mairademoraes@gmail.com

Maria Amélia Paiva Abrão

Doutora e Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PP-GCOM-ESPM. Doutorado Sanduíche no Boston College. Pesquisadora dos Grupos de Pesquisa: Centro de Estudos de Telenovela (CETVN - ECA/USP), Comunicação, Consumo e Identidades Socioculturais (CiCO-ESPM) e Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva (UAM).

E-mail: amelia.abrao@gmail.com

Maria Carmen Jacob de Souza

Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora Titular da Universidade Federal da Bahia. Líder do grupo de pesquisa Laboratório de Análise de Televisão (A-Tevê/UFBA).

E-mail: mcjacobsg@gmail.com

Maria Ignês Carlos Magno

Professora do PPGCOM em Comunicação Audiovisual da Universidade Anhembi Morumbi. Doutora em Ciências da Comunicação (ECA/USP). Mestre em História Social (PUC/SP), Pós-doutorado no PPGCOM da ESPM). Líder do Grupo de Pesquisa: *Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva* (UAM). Autora da seção Resenha-Cinema da revista Comunicação & Educação da ECA/USP.

E-mail: unsigster@gmail.com

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Professora titular sênior da Escola de Comunicações e Artes da USP. Pesquisadora 1A do CNPq. Docente do PPG em Ciências da Comunicação da USP. Diretora da revista MATRIZES. Coordenadora do Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (OBITEL), da Rede Obitel Brasil e do Centro de Estudos de Telenovela (CET-VN-ECA-USP).

E-mail: immaco@usp.br

Miranda Perozini

Graduanda em Jornalismo na UFES e integrante da rede de pesquisadores Obitel Brasil/UFRJ.

E-mail: mirandaperozini@gmail.com

Naia Camara Sadi

Pós-doutora em Comunicação e Artes - UFSCAR, doutora e mestre em Linguística e Língua Portuguesa (UNESP). Docente no programa em Desenvolvimento regional/Uni-Facef), e do curso de Comunicação Social/Unaerp. Líder do grupo de pesquisa TransLEd “Comunicação, Letramentos transmídia e educação” e pesquisadora no Grupo de Estudos Geminis- UFSCAR.

E-mail: naiasadi@gmail.com

Natacha Canesso

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professora Assistente da Universidade Federal do Oeste da Bahia.

E-mail: nscanesso5@gmail.com

Nilda Jacks

Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS. Bolsista de produtividade do CNPq.
E-mail: jacks@ufrgs.br

Patrícia D'Abreu

Doutora em Comunicação Social pela UFF e professora do Departamento de Comunicação da UFES. Integrante da rede de pesquisadores Obitel Brasil/UFRJ.
E-mail: patriciadabreu@gmail.com

Patricia Dantas

Graduada em Letras pela Universidade de Brasília (UnB) e Produção Audiovisual pelo UNICESP. Especialista em Gestão Cultural pelo Senac. Fundou o Coletivo de Cinema Calíandra Filmes em 2009. Leciona as disciplinas de Edição de Vídeo no Curso Técnico de Áudio e Vídeo do IFB Recanto das Emas e colabora em projetos audiovisuais.
E-mail: patricia.caliandra@gmail.com

Pedro Belizário

Roteirista e mestrando do Programa de Pós-graduação em Imagem e Som (UFSCar), onde pesquisa a estrutura narrativa e o melodrama das séries brasileiras.
Email: belizario.n.pedro@gmail.com

Regiane Regina Ribeiro

Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná e dos cursos de graduação do Decom/UFPR. Líder do Grupo de Pesquisa Nefics/UFPR/CNPq, membro da Rede Obitel Brasil/UFPR-Unisa.
E-mail: regianeribeiro5@gmail.com

Renan Villalon

Professor da Escola de Comunicação na Universidade Anhembi Morumbi. Mestre e doutorando em Comunicação (Audiovisual) pelo PP-GCOM da UAM. Bacharel em Comunicação Social: Radialismo (USJT). Membro do Grupo de Pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva Brasileira (Obitel Brasil/UAM). Membro do Grupo de Pesquisa Inovações Tecnológicas (UAM).
E-mail: renan.villalon@gmail.com

Renato Luiz Pucci Jr.

Doutor em Ciências da Comunicação (ECA-USP); Pós-doutor pela Universidade do Algarve, de Faro (Portugal). Autor de Cinema Brasileiro Pós-moderno: o Neon-realismo (Sulina, 2008) e O Equilíbrio das Estrelas: Filosofia e Imagem no Cinema de Walter Hugo Khouri (Annablume, 2001). Pertence ao grupo de pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva Brasileira, associado ao Obitel Brasil.

E-mail: renato.pucci@gmail.com

Rhayller Peixoto

Mestrando em Comunicação e Cultura na Eco/UFRJ e jornalista. Integrante da rede de pesquisadores Obitel Brasil/UFRJ.

E-mail: rhayllerpeixoto@gmail.com

Rogério Ferraraz

Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e Mestre em Multimeios pela UNICAMP. Professor permanente do PPG em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi. Um dos Organizadores do livro *Análise da ficção televisiva: metodologias e práticas* (Insular, 2019). Vice-Líder do GP Inovações e rupturas na ficção televisiva (UAM/CNPq), associado à rede Obitel Brasil.

E-mail: rogerioferraraz@uol.com.br

Sandra Depexe

Doutora e mestre em Comunicação. Docente do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UFSM). Pesquisadora Obitel Brasil/UFSM.

E-mail: sandradpx@gmail.com

Sandra Mônica do Nascimento Moura

Doutoranda em Estudos Literários pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos de Literatura – PPGLit/UFSCar. Graduada em Letras na UFSCar e em Pedagogia pela Universidade de Franca – Unifran. Ama estudar romances e suas transposições midiáticas.

E-mail: sandra.letras07@gmail.com

Sara Feitosa

Professora nos cursos de Jornalismo e Comunicação Social – Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Pampa (Unipampa).

E-mail: sarafeitosa@unipampa.edu.br.

Sofia Federico

Mestranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Diretora e roteirista de cinema e TV. Sócia da Benditas Projetos Criativos.

E-mail: sofia.federico@gmail.com

Sônia Maria Reis de Souza

Mestranda pelo Programa de Imagem e Som – PPGIS, UFSCar. Especialista em Produção de Conteúdo Audiovisual para Multiplataformas – EAM/UFSCar. Graduação: Comunicação Social – Unifran e Serviço Social – UNESP. Experiência em telejornalismo – Grupo Record e grupo EPTV – afiliada da Rede Globo.

E-mail: soniamrsouza@gmail.com

Tatiana Aneas

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professora Adjunta da Universidade Federal de Sergipe. Líder do grupo de pesquisa Laboratório de Análise em Visualidades, Narrativas e Tecnologia (Lavint/UFS).

E-mail: tatiana.aneas@gmail.com

Tatiana Sciliano

Doutora em Antropologia pelo Museu Nacional/UFRJ e professora do PPGCom PUC-Rio. Integrante da rede de pesquisadores Obitel Brasil/UFRJ.

E-mail: tatios@terra.com.br

Tcharly Briglia

Mestrando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Colaborador do Canal Futura na área de produção de documentários, oficinas educativas, roteiro e análise de conteúdos.

E-mail: tcharlybriglia@gmail.com

Thaiane Machado

Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Especialista em Comportamento do Consumidor pelo Instituto de Educação Superior de Brasília.

E-mail: thaianesmachado@gmail.com

Thiago Guimarães

Mestrando em Comunicação e Cultura na Eco/UFRJ e graduado em Rádio e TV. Integrante da rede de pesquisadores Obitel Brasil/UFRJ. E-mail: tgogui86@gmail.com

Valquíria Michela John

Doutora em Comunicação e Informação pela UFRGS. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná e dos cursos de graduação do Decom/UFPR. Pesquisadora do grupo Nefics/UFPR/CNPq e da Rede Obitel Brasil/UFPR-Unisa. Bolsista PQ2 do CNPq. E-mail: vmichela@gmail.com

Vanessa Scalei

Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUCRS. E-mail: vanessa.scalei@gmail.com

Veneza Mayora Ronsini

Pós-doutorado na Nottingham Trent University (CAPES). Doutora em Sociologia (USP) com sanduíche na University of California (CAPES). Mestre em Ciências da Comunicação (USP). Pesquisadora do CNPq e da rede Obitel Brasil/UFSM. E-mail: venezar@gmail.com

Yvana Fechine

É jornalista e professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. É pesquisadora associada ao Obitel Brasil. E-mail: yvana.fechine@ufpe.br

Índice Remissivo

Audiência: 20, 25, 27, 29, 32, 39, 40, 61, 62, 63, 65, 80, 95, 96, 105, 109, 143, 144, 146, 153, 156, 159, 171, 172, 176, 177, 179, 181, 182, 183, 189, 190, 191, 192, 193, 209, 210, 212, 216, 217, 221, 226

Criação: 20, 23, 24, 28, 33, 37, 38, 40, 42, 43, 44, 47, 53, 83, 84, 87, 91, 93, 94, 105, 114, 162, 163, 166, 181, 212

Criatividade: 23, 25, 43, 84, 93, 102, 103, 104, 105, 106, 129, 131, 145

Inovação: 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 30, 31, 33, 42, 60, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 93, 94, 95, 96, 97, 102, 103, 104, 105, 106, 129, 131, 136, 145, 212

Melodrama: 63, 64, 65, 66, 80, 81, 86, 91, 95, 96, 129, 136, 137, 139, 144

Ruptura: 59, 76, 81, 82, 86, 94, 176

Streaming: 26, 27, 42, 54, 103, 109, 112, 123, 129, 131, 137, 141, 142, 143, 144, 145, 159, 171, 199, 209, 216, 217, 218, 219, 222, 226, 227

Televisão: 26, 38, 40, 59, 60, 61, 64, 66, 73, 80, 135, 139, 143, 144, 151, 154, 155, 159, 161, 164, 170, 172, 173, 174, 176, 178, 180, 181, 185, 191, 200, 209, 210, 211, 212, 217, 218, 221, 227

Transmídia: 28, 31, 34, 40, 42, 134, 135, 151, 153, 155, 156, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 165, 166, 167, 173, 210, 212



O sétimo volume da coleção *Teledramaturgia, Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19* (CLEA Editorial, 2021) reúne textos de pesquisadores da Rede Brasileira de Pesquisadores de Ficção Televisiva do OBTEL (Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva).

A atual pesquisa bienal do Obitel Brasil (2020-2021) propõe debater os processos de criação e inovação na ficção televisiva brasileira, nos âmbitos da produção, distribuição e recepção, focando-os especificamente no período da pandemia de Covid-19 no país.

A Rede está estruturada de modo colaborativo e distribuída em dez grupos de pesquisa, com capilaridade nacional, contando com um conjunto de mais de 90 pesquisadores, que organiza e desenvolve pesquisas bienais a partir de suas experiências e expertises, em torno de uma temática comum. São pesquisadores conhecedores e desbravadores da cultura da ficção televisiva no país que discutem, neste livro, elementos teórico-metodológicos envolvidos em fenômenos muito falados mas pouco estudados empiricamente como a criatividade e a inovação na ficção televisiva brasileira, respondendo aos desafios que a pandemia impôs tanto às gravações como à sua assistência.

Nos últimos anos, os modos de produção, distribuição e recepção das ficções televisivas vêm passando por profundas mudanças. Assistimos ao crescimento de plataformas de *video on demand* (VoD), ao acesso à banda larga, a popularização das redes sociais como um ambiente de participação e geração de conteúdos, e à expansão de mundos em narrativas transmidiáticas, entre outros tantos fenômenos.

Somam-se a esse cenário em transição alterações nunca antes vistas trazidas pela pandemia e que ainda estão longe de ser bem conhecidas. No entanto, já é possível observar tensionamentos entre os novos modos de produção e recepção da ficção e a busca por inventividade e principalmente por inovações dramáticas, estéticas, temáticas, além de tecnológicas e econômicas. Como exemplos, emergem ritualidades de consumo da ficção vinculadas às redes de discussão on-line e ao VoD, narrativas publicitárias que saem do intervalo televisivo para se integrar cada vez mais à narrativa ficcional, os tradicionais formatos como a telenovela e a série que devem ser repensados e atualizados em seus múltiplos componentes. São novas dinâmicas que afetam os processos criativos dos profissionais da ficção audiovisual – roteiristas, diretores, produtores e as inovações dos mundos da recepção. Por todas essas e outras razões, *Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19*, tema de estudo deste livro do Obitel Brasil, não podia ser mais oportuno e atual.