

Claudinei Lopes Junior
Universidade de São
Paulo – USP

E-mail:

claudine.i.lopes@hotmail.com
junior.lopes@usp.br



Este trabalho está licenciado sob uma
licença [Creative Commons
Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (©):

Aos autores pertence o direito
exclusivo de utilização ou reprodução

ISSN: 2175-8689

A telenovela brasileira: enquadramentos possíveis para o futuro

*The Brazilian soap opera:
possible frameworks for the future*

*Le feuilleton brésilien:
des cadres possibles pour l'avenir*

RESUMO

Nesta resenha, visitamos o livro *A telenovela e o futuro da televisão brasileira* (2023) em que a cineasta, escritora, diretora e produtora cinematográfica estadunidense, radicada no Brasil, Rosane Svartman aborda como a televisão brasileira e, em especial, a telenovela se transformam, resistem, negociam, sobrevivem e aderem à chegada das plataformas digitais de vídeo sob demanda e às mudanças que esse novo contexto de consumo impele aos espectadores.

PALAVRAS-CHAVE: *Televisão brasileira; Telenovela; Plataformas digitais; Espectatorialidade.*

ABSTRACT

In this review, the book *A telenovela e o futuro da televisão brasileira* (2023) is visited. In it, the American filmmaker, writer, director and film producer, based in Brazil, Rosane Svartman addresses how Brazilian television and, especially, the soap opera transform, resist, negotiate, survive and adhere to the arrival of video on-demand digital platforms and to the changes that this new consumption context imposes on viewers.

KEYWORDS: *Brazilian television; Soap opera; Digital platforms; Spectatorship.*

RÉSUMÉ

Dans cette revue, nous visitons le livre *A telenovela e o futuro da televisão brasileira* (2023) dans lequel la cinéaste, écrivaine, réalisatrice et productrice américaine, basée au Brésil, Rosane Svartman explique comment la télévision brésilienne et, en particulier, le feuilleton se transforment, résistent, négocient, survivent et adhèrent à l'arrivée des plateformes numériques de vidéo à la demande et aux changements que ce nouveau contexte de consommation impose aux spectateurs.

MOTS-CLÉS: *Télévision brésilienne; Feuilleton; Plateformes numériques; Spectateur.*

Submissão em 23 de novembro de 2023

Aceito em 14 de março de 2024

Publicado em 2023, pela editora Cobogó, *A telenovela e o futuro da televisão brasileira* é um livro de Rosane Svartman, autora, diretora, produtora audiovisual e doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Seu currículo profissional, inclui uma ampla gama de trabalhos audiovisuais, desde a direção de filmes infantis e de comédia até a autoria de telenovelas exportadas e exibidas em mais de cem territórios ao redor do mundo. *Desenrola* (2011), *Pluft, o Fantasminha* (2022), *Totalmente Demais* (2015), *Bom Sucesso* (2019) e *Vai na Fé* (2023) são exemplos de obras de destaque de Rosane Svartman. No prefácio desta primeira edição do livro, Walcyr Carrasco, um expoente da teledramaturgia brasileira, destaca que desde os primórdios, a espécie humana já contava histórias de maneira oral ao redor de fogueiras; mais tarde, alguém já contava histórias em escrita cuneiforme; e atualmente lemos, ouvimos e vemos histórias sendo narradas em livros, em filmes, em roteiros para a TV e em tantos outros formatos narrativos na diversa cultura contemporânea. Mesmo no contexto globalizado e digital em que vivemos, a figura do autor ainda detém uma importante função de refletir em suas histórias, por meio da imaginação, a nossa própria realidade, e por isso a telenovela ainda é uma chama ardente no cotidiano do público, em especial, o brasileiro, que “[...] com o calor da imaginação dos autores que contam e recontam os mitos que nos abraçam hoje em dia” (Carrasco, 2023, p. 6) fornece uma dose diária de ficção.

Na introdução da obra, destaca-se que dentro dos territórios das tecnologias e das telas, além da figura do autor, outro agente ganha notoriedade: o espectador, o público ou ainda a espectadorialidade. Nesse sentido, Svartman indica uma análise do contexto da sociedade brasileira atual em relação à assistência à TV e à experiência de conectividade e do consumo em plataforma digitais. Como ponto de partida busca-se compreender:

como a televisão brasileira e sua enorme audiência, tendo como objeto seu conteúdo de dramaturgia mais tradicional, a telenovela pode ou não se transformar e sobreviver à chegada de plataformas digitais de conteúdo segmentado (Svartman, 2023, p. 15).

O objetivo, portanto, é verificar como a telenovela resiste, negocia e adere às transformações de espectadorialidade que transcendem as fronteiras do formato narrativo e do dispositivo de distribuição e de consumo desse produto cultural.

No primeiro capítulo da obra, a autora se concentra no esforço se concentra em fazer uma recapitulação histórico-cultural das telenovelas e das possíveis permanências e alterações implicadas a esse tipo de narrativa tendo em vista seus 70 anos de existência. Sendo assim, as principais características da telenovela, enquanto gênero televisivo mais longo da TV brasileira e ancorado numa matriz melodramática latino-americana, são apresentadas em relação ao tema, ao formato e aos elementos linguísticos. Desde a primeira telenovela, *Sua vida me pertence*, de 1951, exibida na antiga TV Tupi, estabeleceram-se conexões fortes entre o formato e o público. Este intenso relacionamento entre a telenovela e a sociedade é uma das permanências perceptíveis até hoje nas telenovelas, o que faz com que “a verossimilhança com o cotidiano a partir dos diálogos, dos enredos, dos temas e, especialmente, com personagens imperfeitos e mais realistas é uma característica marcante das telenovelas [...]” (Svartman, 2023, p. 49-50).

A telenovela acompanha as mudanças sociais conforme a percepção dos espectadores muda, procurando cada vez mais possibilidades de identificação, diálogo e sintonia para manter a relevância e atingir o sucesso. Para tanto, o êxito de uma telenovela depende da audiência a qual, por sua vez, se configura a partir da leitura que cada indivíduo faz da obra audiovisual, e emissoras brasileiras usam pesquisas qualitativas como principal ferramenta para entender o desejo do público em relação ao andamento da narrativa da telenovela.

Além disso, as telenovelas atuais também herdaram daquelas antigas a matriz melodramática, que emprega ganchos e falsos ganchos para que haja o encadeamento dos eventos da história ficcional. Afinal, esses recursos oferecem ao espectador a sensação de que a história está avançando. O pleonasma é um elemento linguístico importante para a linguagem da telenovela uma vez que ao associar ações e diálogos, as decisões das personagens são reafirmadas para o público de modo que possa haver uma espécie de recapitulação do que já aconteceu. Essa retomada também circunscreve a figura do narrador que, por meio de uma série de comentários rápidos, auxilia o público para a conferência dos fatos que decorreram na narrativa.

No que diz respeito às transformações pelas quais as telenovelas passaram nas últimas décadas no Brasil, Svartman lembra que sua longa duração, o fato de não serem mais exibidas ao vivo, a multiplicidade de núcleos narrativos, a necessidade de repercussão dos

ganchos em todos esses núcleos e a influência das séries de TV com maior complexidade narrativa são as mudanças mais marcantes. Apesar dessas modificações, de certo modo evolutivas em relação à espectralidade e à dimensão subjetiva da sociedade brasileira, a telenovela mantém-se resiliente como um formato que alcança grandes audiências e potente comercialização.

O segundo capítulo do livro se dedica a esclarecer o ritmo de produção industrial e os interesses comerciais que compõem o cenário de escrita de uma telenovela. É curioso ressaltar que essa contribuição em esmiuçar o método de desenvolvimento de roteiros e de produção de telenovelas é uma abordagem empírica enriquecedora, já que poucos acadêmicos exploram esse tema. Na construção desse capítulo, Svartman coloca em marcha sua experiência como autora de telenovelas de sucesso exibidas na TV Globo, a maior emissora de transmissão aberta no Brasil.

O primeiro passo para a concepção de uma telenovela é ter uma ideia de história. Arelada à ideia, há a busca por temas que sejam alinhavados pelas personagens e pelas tramas que permitirão a construção da narrativa da telenovela. O autor é bem significativo nesse início do processo de elaboração de uma história para uma telenovela já que ele é o detentor da ideia motriz da trama e dos temas a serem inseridos pelo contexto abordado. Muitas vezes, esses temas trabalhados pelos autores em suas telenovelas são oriundos de suas próprias experiências em vida ou daquelas que eles observam ao seu redor; ou podem ser pautas e assuntos de grande repercussão social e podem ainda sofrer estímulos a partir de histórias clássicas ou de outras obras ficcionais contemporâneas. O que é importante pontuar é que esses campos de ideia de temas podem trabalhar juntos na construção da história da telenovela.

Já escolhidos os temas e tendo a premissa da história aprovada, o processo de pesquisa começa para que a telenovela tenha andamento.

Durante a telenovela, o pesquisador é a janela que o autor tem com o mundo, ele pode trazer relatos e histórias que provocam sub tramas ou até mesmo obstáculos para a história principal, alimentando o autor com informações para sustentar mais de uma centena de capítulos (Svartman, 2023, p. 67).

A construção das personagens da narrativa é outro passo na criação de uma história que terá o formato de uma telenovela. Sobretudo, nessa etapa, deve-se valorizar a complexidade dessas personagens em sua construção lembrando que primeiramente esse processo se restringe ao autor, mas, mais tarde, diretoras, diretores, atrizes e atores adquirem certo controle. Propriamente, a construção das protagonistas deve se ater a de maneira nítida a um objetivo ou a uma motivação, mesmo que seja variante ao longo do tempo, porque assim há credibilidade e empatia por parte do público, e “há uma regra simples para criar personagens secundários ou mesmo antagonistas: eles devem exacerbar as características mais essenciais do protagonista, especialmente por meio das diferenças” (Svartman, 2023, p. 73). Em suma, todas as personagens principais da trama, independentemente de seus núcleos, devem passar por transformações, e por meio delas reafirmam-se suas personalidades e seus objetivos. Uma quantidade tão grande e duradoura de arcos de personagens (protagonistas, secundários e antagonistas), arcos narrativos que ainda devem se cruzar entre si, gerando uma constelação narrativa de ordem bastante complexa, faz com que a telenovela seja “uma obra aberta, um trabalho que é escrito enquanto é produzido e exibido” (Svartman, 2023, p. 73).

Por conta de ser uma obra aberta, na elaboração da sinopse da telenovela não existem indícios do fim da história. Na verdade, a construção da sinopse se justifica pela convergência de interesses e pela necessidade de manter um denominador comum entre diversas áreas da emissora: comercial, pesquisa, criação, técnicos e performances. Antes de ser produzida, a telenovela precisa ser aprovada e o meio pelo qual essa aprovação acontece é pela sinopse; por isso que uma boa sinopse de telenovela precisa conter pontos de revelações que são pequenas e grandes reviravoltas. “Essa grande virada se desenvolve em viradas e revelações menores, ou secundárias, a cada semana, e bons ganchos a cada capítulo” (Svartman, 2023, p. 81). Portanto, na prática, numa sinopse de telenovela, é preciso que haja uma lista de acontecimentos que serão esses pontos de virada, um detalhamento da trama principal, uma lista de personagens com suas características e dos principais cenários e uma apresentação das tramas secundárias e suas respectivas reviravoltas.

No momento da escrita de cada capítulo, autores e equipe de roteiristas devem sempre lembrar-se do ritmo industrial que uma telenovela possui por fazer parte da programação de

uma emissora de TV comercial. A roteirização dos capítulos exige estratégias para suprir a produção de textos e de adaptações possíveis oriundas das pesquisas qualitativas realizadas depois da estreia da telenovela além de considerar eventuais circunstâncias que possam surgir como problemas de produção. No livro, Svartman apresenta como trabalhou em duas telenovelas da TV Globo, *Bom Sucesso* e *Totalmente Demais*, as quais assinou como autora principal. “O grande desafio é conservar, dentro das características de produção, o diálogo com o público e a qualidade da obra já que em uma telenovela essas duas dimensões se confundem e são mensuradas pela emissora e pelos próprios autores por meio dos índices da audiência” (Svartman, 2023, p. 94).

No terceiro capítulo, somos lembrados de que a TV mantém um pacto de negociação com o público e que, na verdade, a audiência é um fator determinante na produção e no consumo de uma telenovela. Atualmente, com o advento das tecnologias digitais e as transformações na forma como as pessoas consomem mídia, o público busca novas maneiras de se relacionar com os produtos culturais audiovisuais. No entanto, mesmo diante dessas mudanças, o público não abandona a telenovela. Isso se deve ao fato de que ela reflete a realidade e o cotidiano, aborda temas relevantes da sociedade, mantém os espectadores informados e, ao mesmo tempo, oferece uma oportunidade de relaxamento e inspiração, que se distancia da realidade propriamente dita. A reflexão desse capítulo se escora na relação possível da telenovela, dos autores e das emissoras de TV com o público. É perceptível que o público atual, ao passo que consome a telenovela, “[...] se manifesta sobre o conteúdo audiovisual em diferentes redes sociais, participa de grupos de discussão online, produz conteúdos derivados de personagens e narrativas com imediatismo sem precedentes” (Svartman, 2023, p. 121). Esses aspectos caracterizam o espectador como fã que ao estreitar laços profundos com a ficção se envolvendo emocionalmente inicia um processo de exploração da trama da telenovela, muitas vezes, expandindo-a. Essa cultura participativa não é um fenômeno novo. Na verdade, sempre existiram ao longo da história da televisão trocas entre o espectador e a emissora de TV. Contudo, essa audiência de hoje, de um mundo mais globalizado e integrado, mobiliza novas ferramentas que aumentam a circulação de conteúdos produzidos por fãs os quais, por sua vez, fomentam a repercussão da telenovela.

No quarto capítulo, a atenção é voltada para os diferentes modelos de negócios de conteúdo audiovisual vigentes no ecossistema midiático atual caracterizado pela simbiose dos moldes tradicionais do cinema e da TV linear e aberta com a proliferação de telas e com os conteúdos das plataformas digitais, como Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max e Globoplay. Em relação aos modelos de negócios das telenovelas, que também compõem a dinâmica de vida desse novo ecossistema, é possível afirmar que a audiência e a credibilidade de venda de espaços comerciais, ou seja, a publicidade, são as principais responsáveis pela receita de que uma telenovela dispõe para ser produzida e lucrativa.

Em contrapartida, com a popularização dos serviços de vídeos entregues ao consumidor de maneira direta por meio da internet e diante do crescimento de empresas nativas digitais dedicadas à distribuição de ficção televisiva de *streaming*, as redes da TV linear precisaram se ajustar de maneira estratégica com o lançamento de plataformas digitais próprias protegendo o modelo de negócio, ancorado na publicidade e no público, com mais uma janela de exibição transmitida por *streaming* de forma não linear. “Os brasileiros não trocaram um meio por outro, mas adicionaram as novas plataformas à rotina” (Svartman, 2023, p. 152). E nessa lógica que aproxima a convergência midiática, como fenômeno econômico, cultural e tecnológico, a linha tênue que separa as empresas nativas digitais e as emissoras tradicionais de televisão fica cada vez mais imperceptível. No contexto brasileiro, podemos citar a adoção estratégica da TV Globo a essa nova era de tecnologia com lançamento do Globoplay em 2015.

No último capítulo da obra, por meio da análise de quatro exemplos práticos de experiências empíricas, comprova-se que a telenovela, enquanto formato, e o modelo de negócio das emissoras de televisão *broadcasting* sofreram e sofrem adaptações contínuas dado o momento atual de consumo televisivo brasileiro, o qual é construído por uma audiência multiplataforma. O primeiro desses casos corresponde ao deslizamento de conteúdo de uma telenovela para outras mídias. Explorou-se a experiência narrativa transmídia da telenovela *Passione* (2010) que se resume em quatro estratégias que chamam a atenção por terem sido novidades na época: a extensão de pelo menos uma cena de cada capítulo para a internet; a criação de perfis de alguns personagens da trama da telenovela nas redes sociais; a alimentação de um *blog* cuja discussão era a moda, tema de uma personagem; e a criação de um jogo com o recurso do *Quem matou?* Tais proposições transmidiáticas caminham para uma

inovação na forma com que os espectadores poderiam consumir a telenovela. É possível enxergar “[...] que naquele momento ‘velhas’ e ‘novas’ mídias caminhavam para ser complementares, e não conflituosas” (Svartman, 2023, p. 178).

O segundo caso empírico oferece pistas sobre produções de narrativas transmidiáticas por meio da participação do público. A experiência analisada consiste na adoção de um material escrito por fãs a partir do universo fictício da obra o qual foi selecionado a partir de uma promoção colaborativa. Por esse lado, é importante destacar que as *fanfics*, abreviação de *fan fictions*, textos derivados de um universo original e produzidos por fãs, apesar de apresentarem novas histórias, com alterações ou ainda com continuações, mantêm forte ligação com a história original. A telenovela *Malhação - Sonhos* (2014-2015) serviu para esse diálogo colaborativo entre fãs, criadores de *fanfics*, e autoria e produção de uma telenovela com a promoção que escolheria uma cena criada por fãs para ser filmada profissionalmente. Tal projeto transmidiático se configura como uma boa iniciativa para interação e aprendizagem com a audiência e como uma reinvenção do modelo de produção e consumo de uma telenovela os quais se mostram permissíveis de um processo colaborativo de criação mesmo diante de implicações éticas de autoria que envolvem a própria emissora de TV e o conteúdo amador produzido por fãs.

Totalmente Demais (2015) atua como objeto de observação do terceiro caso empírico. Importa ressaltar que essa telenovela foi uma produção televisiva que contou com a experiência do capítulo zero, uma espécie de amostra do universo da telenovela distribuído primeiramente via internet pela plataforma de streaming Globoplay. O projeto serviu tanto para a promoção da telenovela e como da própria plataforma de streaming da TV Globo. Além dessa ação, outra proposta transmidiática de extensão do conteúdo de *Totalmente Demais* foi idealizada: o *spin-off*, *Totalmente sem noção*, organizado em dez episódios destinados para o ambiente digital depois do fim da telenovela. Diferentemente da experiência do capítulo zero que detinha um valor promocional, o *spin-off* serviu para a emissora de TV como um teste de narrativa transmidiática com potencial de lucro. Destaca-se, nesse sentido, o hibridismo do modelo de negócio ancorado em assinantes com o modelo de negócio pautado pela publicidade considerando que o *spin-off* foi disponibilizado primeiro na Globoplay e teve a marca Risqué com a exclusividade de patrocínio e *merchandising*; além disso, pode-se observar com esse

exemplo empírico o cenário do deslizamento de telenovelas para as plataformas digitais e o público multiplataforma brasileiro.

Para último caso empírico, destaca-se que, para os assinantes da Globoplay, as telenovelas que estão no ar na TV aberta passaram a ter os capítulos completos disponibilizados na plataforma. Todavia, a Globoplay possibilita o consumo gratuito das telenovelas por meio de vídeos que compilam trechos da narrativa com anúncios. Tendo a *Força do Querer* (2017) como objeto de partida para análise, o que se ressalta é que os conteúdos mais consumidos foram aqueles com os ganchos da história. Diante disso, pode-se dizer que “cada espectador adquire o poder de criar uma narrativa própria, como também pode assistir a trechos de um único capítulo ao longo de dias ou trechos referentes a uma semana de uma única vez” (Svartman, 2023, p. 206). Além disso, o público, munido do conteúdo de uma telenovela disposto em forma de banco de dados, é capaz de escolher uma lógica própria que lhe interessa e que lhe convém para assistir ao conteúdo. Estamos, portanto, diante de uma telenovela customizada em que o fluxo temporal narrativo, a continuidade da história e a espetatorialidade são entregues ao público, à audiência.

Em suma, a discussão de *A telenovela e o futuro da televisão brasileira* (2023) versa sobre um momento atual e candente, marcado pela proliferação de telas, pelo deslizamento de conteúdos e pelas práticas de interação e participação mais ativas de espectadores. Um momento em que a televisão brasileira, declaradamente a TV linear e aberta, e seu principal produto de entretenimento, a telenovela, ainda desempenham forte relevância sobre as audiências nacionais mesmo diante das transformações com a chegada das plataformas digitais de conteúdo segmentado. Por fim, com os olhos direcionados para o futuro da TV brasileira, linear e aberta, e da telenovela, corrobora-se a dependência de ambas em relação ao espectador audiovisual da atualidade que mistura as experiências de consumo concebendo novas espetatorialidades. E, além disso, esse novo sujeito espectador fornece à gestão de empresas, corporações e executivos desse contexto de convergência de telas seus novos desejos que são atendidos pela viabilização de novas estratégias de deslizamento de conteúdo considerando formato, linguagem e distribuição.

Referências

CARRASCO, Walcyr. Autores, mitos e emoções. In: SVARTMAN, Rosane. *A telenovela e o futuro da televisão brasileira*. São Paulo: Cobogó, Boitempo, 2023, p. 5-6.

SVARTMAN, Rosane. *A telenovela e o futuro da televisão brasileira*. São Paulo: Cobogó, Boitempo, 2023.

Claudinei Lopes Junior

Bacharel em Comunicação Organizacional pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (2023). Mestre em Média e Sociedade (2019) pelo Instituto Politécnico de Portalegre (IPP). Atualmente realiza doutorado em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. É membro do GELiDis - Grupo de Pesquisa Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação (ECA-SP).

E-mail: claudine.i.lopes@hotmail.com/junior.lopes@usp.br