

Entre Telas e Capítulos: Caminhos da Telenovela na Contemporaneidade¹

Tcharly Magalhães BRIGLIA²
Betânia Maria Vilas Bôas BARRETO³
Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA

RESUMO

A partir dos estudos sobre a convergência tecnológica (JENKINS, 2009), este artigo traça um panorama acerca das características contemporâneas do gênero telenovela (SOUSA, 2004). Parte-se da ideia de que as novelas têm apresentado transformações nos últimos quatro anos, no Brasil, embora ainda preservem os seus elementos básicos essenciais (HAMBURGER, 2005). Nesse sentido, busca-se inserir a narrativa teledramatúrgica diária nos fenômenos modernos de consumo de conteúdos televisivos, tais como o *second screen*, o *social TV* (PROUX; SHEPATIN, 2012) e a hipertelevisão (SCOLARI, 2008). A partir de uma análise geral dos folhetins eletrônicos exibidos entre 2012 e 2016, nos horários das 19h e das 21h, na Rede Globo, pretende-se expor um painel descritivo acerca do conteúdo audiovisual de maior penetração no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: televisão, telenovela, convergência tecnológica

Introdução

Principal produto da indústria do entretenimento nacional, as narrativas teledramatúrgicas diárias acompanham o cotidiano da população há décadas, por meio de seus enredos envolventes e, em boa parte dos casos, representativos de aspectos culturais do país. É significativo o impacto dos folhetins eletrônicos na sociedade. Tal grau de penetração, embora tenha diminuído ao longo dos últimos anos, não impede que a novela alcance grande público e interfira na agenda de discussões pessoais e coletivas de milhões de brasileiros. É notório, no entanto, que a ascensão de outras mídias, especialmente da internet e das múltiplas funções da telefonia móvel, tem reconfigurado o modo de ver e fazer TV no Brasil. A novela, como marca cultural e televisiva desta nação, não poderia passar incólume por esse turbilhão de transformações.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Rádio, TV e Internet (Multimídia), da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Aluno recém-graduado no curso de Comunicação Social (Rádio e TV), da Universidade Estadual de Santa Cruz, e-mail: tcharlybriglia@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social (Rádio e TV), da Universidade Estadual de Santa Cruz, e-mail: bete_vilas@hotmail.com.

A despeito de 95% da população brasileira consumir em torno de quatro horas e trinta minutos de televisão por dia (BRASIL, 2015), o crescimento de outras plataformas e de aparelhos tecnológicos está criando uma nova rede de relacionamentos. A noção de espectador ou receptor está sendo revista, como discutem Machado (2014) e Scolari (2008). Os novos rumos da interatividade e o consumo em múltiplas telas (*smartphone, smart TV, tablet, laptop*) sinalizam a necessidade de os produtores de TV investirem em conteúdos variados, em mais de uma tela. O acesso às atrações de *second screen* (segunda tela) e a interação realizada por meio da *social TV* (TV social) reforçam que a contemporaneidade tem sido o cenário de uma intensa, embora gradual, mudança de hábito de consumo.

Nesse sentido, este artigo busca traçar um breve painel analítico e descritivo da telenovela contemporânea, a partir da reflexão acerca do impacto causado pela convergência tecnológica (JENKINS, 2009) na produção de conteúdos para a TV. Para isso, discute-se a importância e o breve histórico dessas narrativas no país. Em seguida, apresenta-se um panorama das tendências comportamentais e teóricas voltadas para os estudos sobre convergência. Por fim, uma análise geral acerca dos sintomas de uma nova fase de produção de novelas, partindo do *boom* causado por Avenida Brasil e Cheias de Charme (Globo, 2012), até o contexto atual, no qual as três grandes emissoras brasileiras (Globo, Record e SBT) produzem tramas que atingem significativos e diferentes públicos.

Telenovela no Brasil: aspectos conceituais e históricos

A narrativa televisiva constrói um imaginário nacional pautado por elementos diversos, como o seu viés artístico e o seu teor mercadológico, voltados ao consumo dos meios de comunicação de massa, à indústria cultural e aos bens simbólicos. Os limites entre o real e o ficcional são, muitas vezes, burlados pela televisão, que busca reproduzir a exclusão social e acaba por contribuir para a criação de uma imagem falsa, idealisticamente integrada, mas, de fato, reprodutora de imagens da elite, conforme aborda Bucci (1997). As críticas voltadas para a telenovela não podem, entretanto, significar uma rejeição a análises de cunho teórico-prático. É quase inquestionável a influência da novela, a ponto de ela ser vista como fator de integração nacional, a despeito de toda a saturação do gênero observada na pós-modernidade. De qualquer modo, ainda é diante das telenovelas que muitos brasileiros se identificam e/ou buscam referências identitárias.

Tal ideia de narrativa do cotidiano faz do “folhetim eletrônico” elemento indispensável na rotina familiar. Nesse sentido, todos os profissionais envolvidos em sua produção se tornam mediadores do processo de produção de significados, tal como destaca Hamburger (2005, p.40). O repertório compartilhado pelos espectadores contribui para que a novela seja compreendida como metáfora do cotidiano: “Colado no cotidiano, o folhetim se estrutura a partir de uma continuidade – não de uma coincidência – temporal entre o universo diegético e o extradiegético, abarcando telespectadores e autores”.

A telenovela, no Brasil, passa a ter considerável importância a partir do fim da década de 1960, com o sucesso de Beto Rockfeller (1968-1969), na TV Tupi. A linguagem coloquial e os personagens urbanos e verossímeis fizeram da trama de Bráulio Pedrosa um fenômeno. Nessa época, a Rede Globo ainda estava iniciando seu processo de produção. Os folhetins que eram exibidos correspondiam a adaptações de histórias clássicas, com cavaleiros, ciganos e piratas, extremamente distantes da realidade local. Não por acaso, entre o fim dos anos 1960 e o início dos anos 1970, o diretor Daniel Filho e a novelista Janete Clair são alguns dos responsáveis por introduzir um novo parâmetro para as novelas da Globo. Alencar (2004, p. 53) ressalta que a TV Tupi revolucionou o gênero, cabendo a Globo um papel ainda mais representativo: o de ampliar e consolidar a indústria, abasileirando-a: “É nesse ponto que ocorre a segunda revolução da telenovela – a ‘revolução industrial’ da ficção brasileira – o início da ‘moderna telenovela brasileira’”.

Desde *Véu de Noiva* (1969-1970), as tramas da emissora nunca mais seriam as mesmas: as temáticas, os personagens, as abordagens, a linguagem, o tom urbano e descritivo da vida privada. A televisão nacional estava, enfim, fazendo novela com “cara de Brasil”, e o tal modelo de representação da nação seja objeto de questionamentos até hoje. É inevitável, todavia, que a partir dali, as telenovelas passaram a ocupar um espaço privilegiado na programação das emissoras, a ponto de ainda na atualidade corresponderem aos principais produtos do entretenimento da Globo e da Record.

São muitos os sucessos e os períodos históricos didáticos que viabilizam o estudo sobre telenovelas. Se a década de 1970 consolidou a Globo como principal produtora de novelas do país, em constante disputa com a Tupi e a Excelsior, os anos seguintes consolidaram seu monopólio. Destacam-se, entre outros, folhetins que marcaram época, especialmente pelas inovações de linguagem e abordagem das temáticas: *Irmãos Coragem* (Globo, 1970), *Escrava Isaura* (Globo, 1976), *Dancin’ Days* (Globo, 1978), *Roque Santeiro* (Globo, 1985), *Vale Tudo* (Globo, 1988), *Pantanal* (Manchete, 1999), *Éramos Seis* (SBT,

1994), *A Próxima Vítima* (Globo, 1995), *Laços de Família* (Globo, 2000), *Senhora do Destino* (Globo, 2004), *Caminhos do Coração* (Record, 2007), *Avenida Brasil* (Globo, 2012), *Os Dez Mandamentos* (Record, 2015), entre tantas outras.

Do ponto de vista teórico, as novelas podem ser classificadas, segundo Sousa (2004) como uma manifestação do gênero entretenimento que se apresenta por meio do formato de capítulos. Duarte (2007), por sua vez, defende que os gêneros se manifestam discursivamente por meio de subgêneros e formatos. Híbridos, os gêneros passam a ser reconhecidos pelo público a partir do nível de aproximação com a realidade. A TV, construtora de sentidos, lança mão de diversas estratégias de linguagem para apresentar seu conteúdo. Na ótica de Duarte, a novela faz parte dos gêneros marcados pela supra realidade, haja vista o nível de ficção e verossimilhança empregados. Para a autora, os gêneros televisivos seriam articulações de categorias semânticas afins, identificadas pelo nível de realidade e pelo horizonte de expectativas da audiência. Dentro do gênero teledramatúrgico, por exemplo, estão os subgêneros novela, seriado, minissérie, entre outros.

Nota-se o papel do público na produção e consumo de telenovelas, não obstante sejam as televisões as principais mediadoras do processo. De todo modo, “É fundamental para o desenvolvimento da narrativa o fato de que o telespectador passou a ser uma espécie de coautor da novela, uma vez que a reação da audiência interfere no desfecho da trama”. (MELO, 2015, p. 50). Não apenas há a interferência do espectador no desenrolar do enredo, como também há necessidade de se compreender a audiência a fim de se atingir maiores públicos. Personagens rejeitados, enredos confusos, anacrônicos ou preconceituosos são sempre notados, especialmente em tempos de acesso quase que integral às redes sociais.

Daniel Filho (2003) reforça essa supremacia do poder do público: “Existe uma relação essencial, na qual o público, de uma forma ou de outra, é o senhor. Ele tem o poder de manter no ar os programas de que gosta e eliminar os que o desagradam” (DANIEL FILHO, 2003, p. 353). Não por acaso, alguns personagens já sumiram das tramas por conta da não aceitação do público, sendo o episódio mais clássico o das atrizes Christiane Torloni e Sílvia Pfeifer, cujos personagens homossexuais foram retirados da novela *Torre de Babel* (Globo, 1998), por conta do conservadorismo do público. Por outro lado, quase vinte anos depois, o país aprovou o primeiro beijo gay em uma telenovela das 21h (*Amor à Vida*, (2013-2014) protagonizado pelos atores Mateus Solano e Thiago Fragoso, o que consagrou um ato político e dramatúrgico de grande relevância para os avanços da sociedade.

Tantas mudanças culturais não ocorreram de forma repentina, mas evidenciam que a telenovela está em total sintonia com as transformações sociais. Mais do que discursos apenas, são situações que ora refletem, ora são o reflexo de diversos aspectos de ordem coletiva e cultural. “Por isso, sua força de penetração e, teoricamente, seu alcance social, pelo menos em matéria de costumes. Pois é exatamente nesse gênero de obra dramática que o Brasil se retrata melhor”. (ALENCAR, 2004, p. 89). Se o comportamento do público diante das questões morais e das temáticas abordadas evidenciam o caráter de mudança pelo qual o gênero tem passado, as alterações de ordem tecnológica não são menos importantes. Um novo público pede um novo produto. E é exatamente sobre esse público e essas alterações que a próxima parte deste artigo vai se debruçar.

A televisão contemporânea e o impacto da convergência

Embora a convergência tecnológica esteja sendo uma constante temática no cenário atual da comunicação, é importante situar que alguns fenômenos tidos como recentes são, de fato, reconfigurações e novos rearranjos de comportamentos que o público tem adotado ao longo da sua história de consumo com os conteúdos audiovisuais.

Lévy (1999), em seus estudos sobre a cibercultura, ressalta a importância de se repensar continuamente as implicações culturais e sociais causadas pelos novos comportamentos da era digital, como as interfaces entre o corpo e o sistema cognitivo humano, o desenvolvimento das mídias e as transformações tecnológicas e culturais que dela decorrem. O chamado ciberespaço, espaço de interação e participação dos indivíduos que compartilham da mesma comunidade virtual, só tem crescido, e atualmente é favorecido pelo aumento exponencial do acesso à internet e às redes sociais digitais.

Lemos (2005), ao refletir sobre a transformação causada pela cibercultura, aponta o surgimento da informática, a convergência tecnológica, o desenvolvimento dos computadores e dos dispositivos móveis, a privatização do espaço público – com a diminuição da privacidade –, como alguns dos elementos essenciais dessas comunidades virtuais. Jenkins (2009), por sua vez, amplia e atualiza diversos debates concernentes a essas temáticas, especialmente no que compete à convergência e às culturas participativas.

Um das consequências mais impactantes do processo de evolução digital foi a convergência das mídias. Na ótica de Santaella (2003), as quatro formas de comunicação –

o documento escrito, o audiovisual, as telecomunicações e a informática – transformaram-se em um único setor, configurando, assim, um constante diálogo entre as mídias. Jenkins (2009) reforça que a convergência, em si, é um fenômeno inacabado, haja vista que as alterações são contínuas. A principal consequência é a reconfiguração das relações dos espectadores com os conteúdos. Forma-se, assim, uma cultura participativa, termo utilizado por Jenkins para designar as relações que se estabelecem entre a tecnologia digital, os conteúdos consumidos pelo público e as possíveis alterações no mercado da mídia.

As noções de participação e interatividade geram interpretações variadas, especialmente no que diz respeito às dimensões políticas e culturais de tais atos. Se o controle remoto já foi símbolo de intensa autonomia, percebe-se que, hoje, o espectador exige novas experiências, que vão perpassar exatamente pela necessidade de não serem apenas consumidores, mas além disso, produtores e complementadores dos conteúdos. Assim, compartilhar, curtir, comentar e intervir passam a ser ações corriqueiras na rotina de quem tem acesso aos meios facilitadores da interatividade, essa última compreendida, aqui, em seu nível mais pleno, de acordo com os revisados por Montez (2005).

Além da dimensão reativa, na qual o *feedback* é mínimo, passa-se pelo estágio coativo, no qual o público amplia sua esfera de participação, e, por fim, alcança-se o patamar visto atualmente, o pró-ativo. O participante, nesse nível, controla a estrutura e o conteúdo do que vê, refazendo a noção básica de consumo unilateral, conquistando, por vezes, o *status* de colaborador e produtor de conteúdos.

Machado (2014) e Scolari (2008) discorrem acerca da importância de se repensar a categoria público, distanciando-a da sua hipotética situação de submissão e passividade. Machado (2014) fala em um interator, um novo agente de interação. Metaforicamente, a experiência vivida no universo digital por esse consumidor ganha novos tons, com o aumento da participação, o teor colaborativo e a necessidade de intervenção. Não faz sentido, assim, falar em receptor, quando o que se tem, na verdade, é uma categoria muito mais autônoma. Scolari (2008) classifica esse novo tipo de mediador de conteúdo como um prosumidor, em uma analogia com a ideia de produtor. Participar, intervir, colaborar e reinventar tornam-se, assim, ações de primeira ordem neste cenário.

Atuar como um interator/prosumidor no ciberespaço implica em participar das redes sociais. Martino (2014, p. 57), classifica as redes como “[...] um tipo de relação entre seres humanos, pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes”. Sem uma rígida hierarquia, a dinâmica das redes está voltada para a

interação entre os interatores, a partir da intensificação do movimento, da velocidade, da flexibilidade e da fluidez.

Um hábito que tem se tornado cada vez mais atual no consumo de produtos audiovisuais é a prática do *social TV*. Proux e Shepatin (2012) expõem diversos conceitos e metáforas para explicar esse fenômeno, que diz respeito às interações dos indivíduos nas redes sociais, durante a exibição ou em resposta a algum programa da TV. Os autores nomeiam as interações de antes, durante e depois dos programas como uma “gigante festa virtual”. Os comentários que são feitos no *Twitter*, por exemplo, são comparados a um “eletrocardiograma dos batimentos cardíacos da TV” (PROUX; SHEPATIN, 2012, p.12, tradução nossa). Tal quadro de interação envolve a troca de ideias entre os usuários das redes; a exibição dos comentários dos espectadores na tela da TV; as constantes transmissões ao vivo que ampliam o engajamento e o interesse do público, e o *buzz* gerado nas redes quando um programa faz muito sucesso ou é um grande fracasso.

O quadro de constantes transformações condiciona o mercado televisivo a gerar novas alternativas de acesso aos conteúdos. Surgem daí os chamados conteúdos de segunda tela (*second screen*). Trata-se, como expõem Proux e Shepatin (2012), de uma camada de conteúdo sincronizado que dá ao interator a possibilidade de consumir atrações da TV simultaneamente ao uso de outros dispositivos, tais como as do celular e do computador.

Marquioni (2014) observa que esses conteúdos de segunda tela podem expandir experiências de programas relacionados tanto à informação quanto ao entretenimento. O uso simultâneo de outros aparelhos na hora de assistir à TV é um novo modo de compartilhar opiniões. Se, antes, essa troca era feita entre os que compartilhavam do mesmo sofá e residência, hoje é possível participar de ambientes de interação entre pessoas de todo o mundo. As tevês também se apropriam disso para ampliar as possibilidades de domínio, criando redes de conteúdos que passam por diversas mídias.

Outro aspecto de suma relevância quando se aborda o impacto da convergência no ambiente televisivo é a progressiva transição de um modelo de programação pautado no *broadcasting* para o padrão de vídeos *on demand* (VOD). Apesar de se tratar de uma transformação que atinge, especialmente, uma parte da população com maior acesso aos bens de consumo, como a internet de banda larga, a transição do modelo de programação com hora marcada e sinal unidirecional tem sido posto em revisão pelos prosumidores contemporâneos, que desejam assistir aos conteúdos no horário que escolhem, nas telas em que preferirem. Assim, a ideia de horário nobre, que conduziu a programação das emissoras

durante décadas, é revista. A TV de hora marcada (*appointment TV*), como aborda Machado (2014) se transforma na TV *everywhere*, uma vez que os espaços e tempos são bem individualizados e os interatores consomem conforme seus desejos. Os serviços do *Netflix*, *YouTube* e *Globo Play* são exemplos de plataformas de VOD de sucesso.

Esse é um dos sintomas do que Scolari (2008) discute como hipertelevisão, período atual da TV, que se apresenta com traços distintivos. O maior nível de interação entre quem produz e consome, a segmentação das audiências, os limites menos fixos entre realidade e ficção, e a disposição alternativa dos conteúdos na tela, são, entre outras, tendências dessa hipertelevisão que se compõem como resposta estética à convergência.

Todas essas tendências impactam as possibilidades de interação com os conteúdos. É fato que a linguagem e os movimentos estéticos estão possibilitando uma expansão considerável das narrativas e das múltiplas telas. Só não se pode, como enfatiza Wolff (2014), creditar a essa transformação um caráter exagerado, a ponto de se acreditar no fim da TV. “Mesmo considerando que a visão seja verdadeira (fim da TV aberta, do sinal a cabo, por meio do qual, é claro, o *streaming* é possível), nenhum software será capaz de criar comédias e dramas para a televisão [...]. (WOLFF, 2015, p. 92). Diante de um panorama antagônico de tendências, passemos a entender melhor como se dá essa influência da convergência na produção de telenovelas da Globo, de 2012 a 2016.

A convergência e a produção de novelas

Em 2012, a TV Globo exibiu duas das principais tramas da década até então: *Cheias de Charme*, comédia musical do horário das 19h, e *Avenida Brasil*, novela das 21h que alcançou grande repercussão e comoção em todo o país. Em comum, além de roteiros compatíveis com o sociedade da época, que vivia a chamada “ascensão da classe C”, as duas tramas são exemplos cronológicos adequados de uma fase de transição, no que compete à apropriação dos recursos tecnológicos.

Cheias de Charme (maio/outubro de 2012), cuja autoria titular foi de Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, é uma das responsáveis por lançar novas tendências de diálogo entre a TV e a internet. O videoclipe do trio de protagonistas, interpretadas por Taís Araújo, Isabelle Drummond e Leandra Leal, foi ao ar primeiro na internet e depois na televisão, em uma ação inédita até aquele momento. As “empreguetes”, alcunha das empregadas

domésticas e artistas que estrelavam a novela, e o clipe fizeram sucesso, repercutindo na TV, na internet e em toda a imprensa. A partir dali, novas experiências foram testadas no horário, a fim de atrair o público, em meio ao crescimento do alcance das mídias sociais.

As novelas exibidas em sequência, no horário das 19h, tentaram, ora com sucesso, ora sem lograr êxito, atingir esse novo espectador que estava em formação, o chamado interator (MACHADO, 2014) ou prosumidor (SCOLARI, 2008). Guerra dos Sexos (outubro de 2012/abril de 2013), *remake* da comédia de sucesso dos anos 1980, não manteve os mesmos índices de audiência da novela anterior, por conta de diversos fatores, entre eles, a falta de apelo ao público consumidor das redes sociais. Sangue Bom (abril a novembro de 2013), segunda parceria de Maria Adelaide Amaral e Vincent Villari, no horário, alcançou um público significativo, ao se utilizar de uma linguagem mais jovem e contemporânea, com textos, trilhas musicais e personagens de forte apelo.

Além do Horizonte (novembro de 2013 a maio de 2014), trama com clara inspiração no seriado *Lost*, usou de uma nova estética, com uma história ambientada em uma comunidade no Amazonas, mas não conseguiu manter a audiência atenta ao enredo. Restou à Globo recorrer aos autores de Cheias de Charme para emplacar a novela seguinte, Geração Brasil (maio a novembro de 2014). A novela foi anunciada como um possível novo sucesso da dupla de escritores que tão bem soube articular novas e velhas mídias. Geração Brasil tinha como pano de fundo a história de um brasileiro que conquistou renome no mundo da informática, tais como as grandes figuras do Vale do Silício. Repleta de alusões à tecnologia e com uma roupagem *high-tech*, a novela das 19h falhou no quesito crucial para qualquer trama: o enredo. Confusa e com poucos recursos dramaturgicos, a trama se esgotou em poucos meses, embora explorasse bastante o uso das mídias, tal como quando exibiu pequenos capítulos durante a Copa do Mundo de 2014. As “pílulas” convocavam o público para a participação por meio de um aplicativo próprio. A audiência não se empolgou e a novela alcançou uma das piores audiências da história do horário.

Com Alto Astral (novembro de 2014 a maio de 2015) e I Love Paraisópolis (maio a novembro de 2015), a Globo buscou alcançar novos públicos, a partir da criação de enredos com equilíbrio entre conflitos jovens e adultos. Na trama ambientada em Paraisópolis, por exemplo, Caio Castro, Bruna Marquezine e Tatá Werneck, trio que gera constante frisson nas redes sociais, alavancaram os índices de audiência com uma trama simples, mas em sintonia com os anseios dos telespectadores das 19h, culturalmente acostumados com comédias e romances menos profundos.

A Globo só viveu novamente um grande sucesso embalado pela convergência tecnológica com o fenômeno *Totalmente Demais*, exibida entre novembro de 2015 e maio de 2016. Versão moderna do melodrama, com mocinha pobre que se apaixona por mocinho rico e fica dividida entre dois amores, a novela das 19h conseguiu recuperar o público do horário, com dosagem estratégica dos elementos folhetinescos básicos. Para isso, além do roteiro de Rosane Svartman e Paulo Halm, recorreu a protagonistas carismáticos.

Marina Ruy Barbosa, estrela em notória ascensão, se via entre o amor dos personagens de Fábio Assunção (que voltava às novelas após um hiato de sete anos) e Felipe Simas, astro de uma nova geração de atores, que começou a carreira na temporada 2014 da novelinha *teen* *Malhação*. Os internautas, ao longo da exibição, agiam em uma clara manifestação da cultura participativa, ao debateram sobre a preferência entre os casais “Arliza” e “Joliza”, montagem linguística decorrente da aglutinação dos nomes dos personagens. O lado da vilania ficou por conta de Juliana Paes, cujo papel percorreu trajetória de redenção, reforçando sua força como atriz de alta popularidade, haja vista que sua mudança surgiu como resposta às insatisfações do público.

Além de conteúdos inéditos no site da novela, *Totalmente Demais* inovou antes e depois da sua exibição. Em novembro de 2015, levou ao ar na internet o que chamou de “capítulo zero”, um vídeo de menos de dez minutos com a história dos personagens antes da estreia. Assistir ao episódio era uma escolha do público, uma vez que ele ficou disponível apenas na plataforma *on demand* da Globo, o *Globo Play*. A ação, pioneira, serviu como um dos chamarizes para o lançamento do aplicativo. Com o fim da trama, em maio de 2016, duas novas medidas surpreenderam o público. A entrada de uma personagem da novela seguinte no último capítulo – novamente Tatá Werneck, estrela que começou a carreira fazendo sucesso na internet e no canal *MTV* – funcionou como chamada para *Haja Coração*, substituta do horário a partir de maio de 2016. Fedora, personagem de Tatá, dialogava com o casal vivido por Juliana Paes e Fábio Assunção, solicitando ser capa da revista *Totalmente Demais*, em uma ação de *crossover*.

Por fim, a mesma trama apresentou, ao longo de junho de 2016, um *spin-off*, isto é, uma obra derivada e complementar de uma outra. No caso da novela, o *Globo Play* apresentou uma websérie com novas histórias de um dos núcleos da trama, o bairro de Fátima. Intitulada *Totalmente Sem Noção Demais*, a série ampliou repertórios narrativos e criou novos ganchos e enredos, em um exemplo de ação transmídia (JENKINS, 2009), ou

seja, um tipo de narrativa que se desdobra em diferentes tipos de mídia, com cada uma delas contribuindo de forma original e autêntica para o todo.

Avenida Brasil (março a outubro de 2012), novela de João Emmanuel Carneiro, foi um marco do horário das 21h, alcançando grande público ao revisitar o melodrama típico dos folhetins, com uma história clássica de vingança, e apostar em um estilo de narrativa mais intensa e rápida, próxima dos seriados. A trama de Nina (Débora Falabella), Tufão (Murilo Benício), Jorginho (Cauã Reymond) e Carminha (Adriana Esteves) foi o carro-chefe de uma novela que abordou o universo do futebol, discutiu a diferença de classes e recorreu a uma boa dose de humor e romance. Avenida Brasil causou celeuma nas redes sociais, e ficava facilmente entre os *trending topics* do *Twitter*. Tal ação caminhou em paralelo aos memes que circulavam diariamente na internet, em sua maioria, em alusão à vilã Carminha, evidenciando o alto nível de interatividade facilitado pela segunda tela.

Apesar do grande sucesso que atingiu, com médias de quase 40 pontos segundo o Ibope, e com último capítulo recorde de audiência, Avenida Brasil não passou incólume diante de um dos principais “furos” do roteiro: a inabilidade tecnológica dos protagonistas. A falta de cuidado de armazenamento das fotos que comprometiam a vilã fez os mocinhos serem alvos de deboche, haja vista que as imagens não foram salvas em nenhum dispositivo tecnológico. Como os fãs também acompanhavam a história pelas redes sociais, o deslize não passou despercebido. Mesmo assim, a trama marcou época, e também as fotos dos perfis do *Facebook*, uma vez que os usuários brincavam de colocar o avatar com filtro semelhante ao efeito exibido ao término de cada capítulo.

Foi difícil, para a Globo, encontrar uma sucessora para Avenida Brasil. Desde 2012, nenhuma novela do horário alcançou médias tão altas e próximas dos 40 pontos. Salve Jorge (outubro de 2012 a maio de 2013), trama posterior, obteve pouco êxito mesmo com uma trama sustentada em conflitos policiais e culturais acerca do tráfico de pessoas. Amor à Vida (maio de 2013 a fevereiro de 2014) alcançou boa repercussão, elevando um pouco a audiência. Dois sucessos incontestáveis foram os personagens Félix, vilão complexo que também foi transformado em meme e assunto principal nas redes, e a líder do núcleo de humor, Valdirene, interpretados, respectivamente, por Mateus Solano e Tatá Werneck. Valdirene chegou a entrar como personagem na casa do *reality-show Big Brother Brasil*, comprovando, desde então, o potencial de Tatá para ações de *crossover*.

As novelas seguintes alcançaram audiências menores, não apenas por conta de suas histórias, mas pelo próprio movimento contemporâneo de consumo de TV, cujos traços

mais emblemáticos foram apresentados no tópico anterior. Segunda tela, *social TV*, transmídia, convergência, plataformas de vídeo *on demand*, enfim, muitas transformações alcançaram o universo das novelas. A TV aberta, embora atinja esmagadora maioria do público, já divide a clientela com os conteúdos da TV por assinatura, do *Netflix*, *YouTube* e tantos outros. Os seriados, por exemplo, apresentam-se como símbolos de uma cultura *pop* de classe média que, aos poucos, se distancia do padrão observado nas décadas anteriores. Ainda se consome novela de modo intenso e altamente grandioso, no Brasil, mas não se pode negar que as audiências mais novas (e com mais recursos e acesso à tecnologia) já buscam formas outras de entretenimento, como as redes sociais e os conteúdos *on demand*.

De 2012 até 2016, a Globo viveu intensas transformações no horário das 21h. Em *Família* (fevereiro a julho de 2014) foi considerada um enorme fracasso, encerrando de forma insatisfatória o ciclo de novelas de Manoel Carlos, responsável por tramas de sucesso absoluto no horário, em décadas anteriores, como *Por Amor* (1997) e *Laços de Família* (2000). *Império* (julho de 2014 a março de 2015) trouxe de volta o folhetim clássico, com toques de atualidade, ao contar a história de um homem conflituoso vivido por Alexandre Nero, o Comendador. A novela alcançou um público significativo e consolidou Nero como um dos grandes atores da sua geração. Não por acaso, foi ele o protagonista de *A Regra do Jogo* (agosto de 2015 a março de 2016), outra trama de João Emmanuel Carneiro.

Dessa vez, o sucesso não foi tão fácil e a novela alcançou a posição de segunda pior audiência da história das 21h. Só ficou à frente de *Babilônia* (março a agosto de 2015), novela que enfrentou inúmeros percalços ao apostar em um enredo de teor realista, com críticas à sociedade, abordagens não estereotipadas da homossexualidade e pano de fundo político. Assim como em *A Regra do Jogo*, que inovou ao trazer uma narrativa centrada em uma facção criminosa, em paralelo à crítica social, *Babilônia* não conquistou com o excesso de realismo. As redes sociais boicotaram, por um bom tempo, ambas as tramas.

Quando se discute o impacto da convergência tecnológica no cenário teledramatúrgico, é válido citar os sucessos das novelas das 23h da Rede Globo. A faixa, que exibiu *remakes* de *O Astro* (2011), *Gabriela* (2012) e *Saramandaia* (2013), causou excelente impressão ao reinventar a trama de *O Rebu* (2014), com uma edição não-linear e uma estética inspirada nos usuários das mídias sociais. Com *Verdades Secretas* (2015), o horário atingiu o ápice de interatividade e participação dos prosumidores nas redes. A novela sobre prostituição arrebatou a audiência dentro e fora da TV, com um público de

intensa interferência. *Facebook, Twitter, Instagram e Snapchat* foram um capítulo à parte na repercussão dos personagens e conflitos de toda a trama.

Analisadas de forma panorâmica, as novelas citadas compõem o painel recente de teledramaturgia nos dois principais horários da Rede Globo, no que concerne às transformações provocadas, de modo geral, pela convergência tecnológica e os novos comportamentos do público diante dos conteúdos televisivos. O cenário contemporâneo indica uma fase de constante ruptura e reinvenção, cujo epicentro ainda está sendo compreendido, o que só torna mais curioso o entendimento acerca dos rumos futuros da telenovela e da própria televisão.

Considerações finais

Este artigo buscou situar a telenovela em um contexto contemporâneo de intensas transformações na área da comunicação, que têm surgido como respostas comportamentais, estéticas e culturais à convergência tecnológica. As tramas citadas fazem parte do repertório da Rede Globo, uma das mais importantes produtoras de telenovelas do mundo. O marco temporal estabelecido para análise foi meramente didático, ao localizar o ano de 2012 como mais representativo para o desenrolar das transformações em percurso. Assim, é possível comprovar a presença dos conteúdos de segunda tela e da prática do *social TV* em novelas de grande sucesso, como *Totalmente Demais*, *Verdades Secretas* e as demais citadas, que comprovam o potencial criativo dos produtores de conteúdo, bem como a intensa rede de participação solicitada pelos interatores.

É de se notar que o cenário contemporâneo apresenta também outros traços sintomáticos, tais como a concorrência da Rede Record, que desde 2015 encontrou no filão de novelas bíblicas um nicho com alto potencial de crescimento. Não por acaso a novela *Os Dez Mandamentos* (março a novembro de 2015) obteve mais audiência que a Globo em diversas ocasiões, o que rendeu para a trama uma sequência de continuações, como filme e peça teatral, e até mesmo com uma segunda temporada exibida entre março e julho de 2016.

O SBT também tem garantido um público bem fiel com os folhetins infantis, adaptados de originais estrangeiros, como *Carrossel* (2012), *Chiquititas* (2013) e *Cúmplices de um Resgate* (2014). Diante do sucesso de tramas mais fantásticas e escapistas, a Globo recorreu a Benedito Ruy Barbosa, autor de clássicos como *Pantanal* (1990) e *O Rei do*

Gado (1996), para desenvolver uma história centrada em conflitos familiares e rurais às margens do Rio São Francisco. *Velho Chico*, no ar desde março de 2016, pode não ser um estrondoso sucesso de audiência, mas alcança, com sua direção e roteiros afinadíssimos, uma das experiências estéticas mais bem-sucedidas dos últimos anos, comprovando que a telenovela tem fôlego para surpreender e conquistar diversos públicos, desde àquele mais aficionado nas redes sociais, até os que preferem uma narrativa mais lenta e pautada por uma história de amor. Tradicionais ou modernos, esses interatores contemporâneos querem mesmo é um bom conteúdo, seja ela em qual tela for.

Pode-se expor, assim, possíveis conclusões acerca do consumo de telenovelas em tempos hodiernos. Há uma necessidade de desenvolvimento de estratégias de participação do público, ao passo que há um desejo latente das emissoras em alcançar audiência em diferentes telas. Desse modo, embora a convergência seja uma das responsáveis por revolucionar as formas de acesso e distribuição de conteúdos, ainda é a história o principal elemento para alcançar a fidelidade da audiência. Mesmo que se renovem constantemente, as telenovelas continuam construindo sentidos, mediando relações e contribuindo para narrar a nação em capítulos, cada vez mais rápidos, mais modernos, mais transmidiáticos, mas ainda assim, culturalmente relevantes e significativos para a história do país.

Referências

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood brasileira: panorama da telenovela no Brasil**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Senac - RJ, 2004.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIAS 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2015. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/BlogDoPlanalto/livro-2015-ok-3-2?related=1>>. Acesso em: 22 jun. 2015.

BUCCI, Eugenio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 1997.

DANIEL FILHO. **O Circo Eletrônico: fazendo TV no Brasil**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.

DUARTE, Elisabeth Bastos; CASTRO, Maria Lídia Dias de (orgs.). **Comunicação Audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil Antenado**. A sociedade da novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução: Susana Alexandrina. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão**. Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Rio de Janeiro: UERJ, 2005. Disponível em:
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2015.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACHADO, Arlindo & VÉLEZ, Marta Lucía. Fim da televisão? In: CARLÓN Mario & FECHINE, Yvana (org.). **O fim da televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, p. 54-76.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. Do uso concomitante de dispositivos tecnológicos: a experiência de segunda tela enquanto reconfiguração no modo de assistir TV. **Revista Geminis**. Ano 5. Nº 1. Vol. 2. São Carlos (SP), 2014, p.6-22. Disponível em:
<<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/viewFile/187/156>>. Acesso em 15 mar. 2015.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2014.

MELO, Manuela Costa de Bandeira. **Telenovela**. O amor em doses diárias. Curitiba: Appris, 2015.

MONTEZ, Carlos. **TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil** / Carlos Montez, Valdecir Becker. – 2.ed. rev. E ampl. – Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2005.

PROUX, Mike; SHEPATIN, Stacey. **Social TV: how marketers reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile**. New Jersey (EUA): 2012, John Wiley & sons, Inc.

SANTAELA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediacones**. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona (Espana): Gedisa Editorial, 2008.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

WOLFF, Michael. **Televisão é a nova televisão**. Tradução de Ana Paula Corradini, Guilherme Miranda, Luiza Leal da Cunha. 1ª ed. São Paulo: Globo, 2015.