
Mil e um capítulos de histórias: Globo play no ar

¹Francisco MALTA²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo:

Este artigo analisa a telenovela no Brasil, tendo como recorte a rede Globo de televisão como líder absoluta de audiência e produtora de conteúdo, onde procura apresentar os principais pontos de transição desde o surgimento do folhetim literário, passando pela telenovela, a era transmídia e o aplicativo *Globo Play* lançado pela emissora carioca com serviço de *stream*. São elementos que se coadunam em busca de um único objetivo: contar uma história e chegar ao telespectador.

Palavras-Chave: Telenovela, Stream, Globo Play

Introdução

A telenovela é uma instituição no Brasil.” (ARRAES apud MARTEL, 2012, p.306). Essa assertiva vem ao encontro deste produto cultural brasileiro que é bastante difundido em nossa sociedade, afinal, quando se fala em telenovela no Brasil, muitos são a favor ou contra, mas o importante é que o público sempre comparece. Em relação a teledramaturgia já são mais de sessenta anos de história, onde cinquenta anos deste período produtivo são de atuação em território nacional da Rede Globo de televisão, emissora que sempre procurou levar ao telespectador o melhor ao que tange a teledramaturgia. Não foi diferente essa opção, em um momento em que todas as emissoras do mundo se viram diante do desafio de conquistar o telespectador com o artefato das novas mídias. Este avanço trouxe o canal *stream* da TV Globo, ou seja, o Globo Play.

O canal de assinatura Globo Play foi lançado com o objetivo de angariar nossos telespectadores dentro da esfera digital e também para fidelizar o seu público que, por

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

² Doutorando em Literatura Comparada pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Roteirista de Cinema e TV. Professor do Curso de Cinema da UNESA – Campus João Uchôa e Publicidade no Ibmecc/Barra, email: chicomalta@gmail.com

uma questão de horário, em sua grande maioria não vai poder acompanhar o capítulo da telenovela ou seriado no momento em que vai ao ar. Com o canal por assinatura, o telespectador escolhe assistir na hora que quiser e como quiser: um único capítulo ou, como no caso dos seriados, uma maratona, algo já comum entre o público brasileiro, vide os seguidores das séries americanas.

A pergunta que se pretende no artigo é discutir: como a tecnologia e a linguagem intervêm na forma de construir uma história? O que acontece com este produto quando ele se transmidializa? A TV Globo é a maior produtora de conteúdo do Brasil e uma das maiores do mundo e, sendo assim, não poderia passar indiferente a essas mudanças que já fazem parte do dia a dia dos brasileiros. Uma das hipóteses para essa transformação é a constante queda de audiência a cada ano e a preocupação em se aproximar de um público mais jovem e dinâmico que está nas redes sociais e não pretende seguir um padrão de TV que foi instalado na década de setenta. Propõe-se discutir o perfil da TV Globo como campeã de audiência, especialmente em telenovela, que é seu produto exportação, e as transformações em que a emissora vem fazendo ao longo dos anos para procurar atender a expectativa dos seus fiéis consumidores de teledramaturgia.

A motivação para essa pesquisa atende-se pelo fato de eu ser roteirista e também estar atento a essas mudanças que acompanhamos diariamente para angariar novos telespectadores. Qual o melhor jeito de contar uma história? Como vamos chegar ao telespectador? São muitas questões hoje para um roteirista no momento da sua criação e o canal *stream* não nos é indiferente, visto que exige do roteirista um grau de exigência de comunicação com este outro público que não vai acompanhar a novela ou o seriado no horário e que precisa ser cativado para que o mesmo possa se interessar e manter-se fiel ao produto até o fim da temporada.

Para o desenvolvimento deste trabalho foi necessário a leitura de autores específicos desta área de estudo, como: Frédéric Martel, como sua obra *Mainstream*; Henry Jenkins, com *Cultura da convergência*; Martín Barbero, com *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*; Maria Immacolata Vassalo de Lopes, pelo Observatório Ibero-Americano da ficção televisiva; e Marlyse Meyer, com *Folhetim, uma história*. Ainda procurei acompanhar reportagens e artigos que abordavam essa estratégia da TV Globo para o lançamento do canal Globo Play.

Folhetim: do literário ao eletrônico

Para falar do universo da telenovela, antes é preciso fazer um resgate da base que originou a fragmentação de contar histórias de forma seriada, ou seja, a construção do folhetim. Marlyse Meyer (2005) pontua que o folhetim nasce na França no século XIX pelas mãos de Émile Girardin. Segundo Meyer, “o passo decisivo é dado quando Girardin, utilizando o que já vinha sendo feito para os periódicos, decide publicar ficção em pedaços. Está criado o chamariz ‘continua no próximo número’”. (MEYER, 2005, p.31). Desde o início do século havia o *feuilleton*, ou rodapé, destinado a assuntos mais leves. Essa ideia surgiu para ampliar o público e consequentemente o barateamento do jornal. Meyer afirma que “le feuilleton designa um lugar preciso do jornal: o rez-de-chaussée-rés do chão, rodapé, geralmente o da primeira página. Tinha uma finalidade precisa: era um espaço vazio destinado ao entretenimento.” (MEYER, 2005, p.57). Diferentes escritos foram sendo publicados até 1836, quando surgem os chamados “folhetins folhetinescos”, escrito por Balzac, com *La vieille fille*. A técnica “continua no próximo capítulo” só veio a aparecer no final do ano.

Em 1837, surge uma série de folhetins populares. Em seguida o jornal convida Alexandre Dumas, que publica “O capitão Paulo” já em 1838. Para Meyer, “Dumas descobre o essencial da técnica de folhetim: mergulha o leitor in media res, diálogos vivos, personagens tipificados, e tem senso do corte de capítulo”. (MEYER, 2005, p.61). O sucesso de Dumas foi imediato e o autor chegou a assinar um contrato de exclusividade para escrever 100 mil linhas por ano a um franco e meio a linha, isso para multiplicar as vendas do jornal, como esclarece Meyer (2005). Este prestígio alcançado pelo escritor nos equivale hoje ao autor de uma novela das 21 horas.

São muitos os elementos que herdamos do folhetim e não demorou para que o mesmo atravessasse os mares e chegasse ao Brasil.

O folhetim no Brasil

Marlyse Meyer aponta que o folhetim já estava por aqui desde 1840. Segundo Meyer, “em 1839 e 1842 os folhetins-romance são praticamente cotidianos no jornal do comércio, embora os autores ainda não sejam os mais modernos.” (MEYER, 2005,

p.283). As histórias fragmentadas e interrompidas pela técnica do ‘continua amanhã’ traziam uma mistura de melodrama. Meyer lembra que:

O romance em fascículos se inscreve na linha “desgraça pouca é bobagem”, na qual “a virtude triunfa sempre”, da qual tivemos contundente exemplo com um folhetim do qual lancei mão frequentemente: O poder dos humildes, de Contreras. Nele e congêneres vão se encontrar coortes de honradas, virtuosas ricas e pobres órfãs virgens, esposas irmãs, adultérios involuntários, mulheres perdidas (por erro), estupros e seus hediondos efeitos, “tremendos incestos”, lágrimas e sofrimentos mil, redimidos pelo sofrimento de O mártir de Gólgota. Grande glória circense, obra popularíssima de Pérez Escrich. (MEYER, 2005, p.323)

Como podemos perceber, os elementos que compunham os fascículos não eram diferentes dos mesmos que preenchem a estrutura do capítulo de uma novela ou seriado nos dias atuais. A discussão acerca de gêneros e formatos para a televisão nos leva a questionar a definição de um e de outro destes termos. Para Martín-Barbero “os gêneros, antes de categorizarem narrativas, ocupam um lugar exterior à obra, a partir do qual o sentido da narrativa é produzido e consumido” (BARBERO, 2009, p.36). Sessenta anos depois, é possível afirmar que o folhetim eletrônico conquistou reconhecimento como produto artístico e cultural. No entendimento de Barbero (2009) e Lopes (2013), os gêneros, antes de categorizarem narrativas, ocupam um lugar exterior à obra, a partir do qual o sentido da narrativa é produzido e consumido. Para Maria Immacolata Lopes (2013), os formatos, por sua vez, estão associados a uma ritualização da ação, que, engendrada tanto por técnicas ligadas aos modos de narrar quanto por fatores industriais e estratégias de comercialização, dá origem a uma família de histórias.

A telenovela conseguiu expressar-se e construiu sua história. As tramas brasileiras adquiriram, neste processo, um estilo próprio, com seu colorido apresentando elementos da cultura nacional, a título de exemplificação a telenovela do horário nobre: A força do Querer, de Gloria Perez (2017³). Nossas tramas são dotadas de linguagem dinâmica, que falam do dia a dia, dos hábitos, sonhos e das frustrações presentes nas diferentes camadas sociais. Durante a exibição de A força do Querer, o locutor resgata

³ PEREZ, Gloria. A força do Querer. Disponível em <http://gshow.globo.com/novelas/a-forca-do-querer>. Acesso em 21/04/2017.

para o telespectador a seguinte mensagem “No capítulo anterior” e surge um compacto com as cenas marcantes para dar seguimento ao capítulo do dia enquanto surge a voz do locutor novamente: “Fique agora com o capítulo de hoje”.⁴ Essas informações são importantes para o telespectador, pois o situa no desenrolar da trama daquele dia. Essa reiteração do capítulo é uma técnica do folhetim, visto que o telespectador que por ventura sentou pela primeira vez para assistir ao episódio não ficará de fora do entendimento. O capítulo exibido possui um arco dramático, mas a história ruma sempre para novos acontecimentos.

Uma das principais características de herança do romance-folhetim para a telenovela é a redundância, ou repetição, como é mais usado hoje. Um reforço daquela história ou situação em cada capítulo para situar o telespectador que por ventura esteja acompanhando o episódio pela primeira vez. Barbero destaca sobre a popularização do folhetim:

Faz-se indispensável propor a questão das matrizes culturais, pois só daí é pensável a *mediação* efetivada pelo melodrama entre o folclore das feiras e o espetáculo popular-urbano, quer dizer, massivo. Mediação que no plano das narrativas passa pelo folhetim e no dos espetáculos pelo *music-hall* e o cinema. Do cinema ao rádioteatro, uma história dos modos de narrar e da encenação da cultura de massas é, em grande parte, uma história de melodrama. (BARBERO, 2009, p.172).

As pontuações anteriores nos fazem observar que foram estes alguns dos elementos da gramática que Hollywood fez do cinema uma linguagem universal e que a TV americana faz hoje com seus seriados, onde os produtores vivem a chamada “Era de ouro.” A pesquisadora Maria Immacolata Lopes (2013) aponta que foi a partir do aumento da autonomia e da criatividade dos editores de jornais e revistas que o folhetim começou a ganhar relevância entre as publicações e serviu como grande atrativo para as vendas dos jornais, abrindo caminhos para novas modalidades de escrita do gênero: a ficcional e a serial. É importante ressaltar que, depois de publicados em jornal, os romances também saíam em volume. Visto como o primeiro produto da cultura popular, o folhetim também suscitava a vontade do público em participar e colaborar para o desenvolvimento das tramas. Este é um ponto em comum com as telenovelas. Isso porque frequentemente

⁴ A Força do Querer. Disponível em <http://gshow.globo.com/novelas/a-forca-do-querer>. Acesso em 21/04/2017.

leitores enviavam cartas para as redações dos jornais, propondo desfechos, destinos de personagens e buscando saber detalhes a mais das histórias. Neste período é iniciada a era da “carta do leitor” e o folhetim começa a ser moldado de acordo com os desejos do público, que quer se identificar com os personagens e simultaneamente vê-los como uma realização de si próprios. Ou seja, mesmo antes da tecnologia já existia um espaço de interatividade com os leitores. Praticamente ao mesmo tempo, o fenômeno chega ao Brasil. Segundo Meyer (2005), os jornais brasileiros publicaram romances de grandes escritores como Dostoievski, Machado de Assis e José Alencar no formato de folhetim. Os autores franceses que escreviam folhetins, especialmente para os jornais, também foram traduzidos e recebidos com êxito pelos leitores da elite brasileira. Com o avanço da tecnologia, alguns elementos usados no folhetim literário, como a carta anônima, hoje deram espaço para filmagem pelo celular, e-mail, vídeos que viralizam nas redes e também uma vasta divulgação multimídia.

A telenovela no Brasil

Muitas etapas foram vencidas até chegar hoje a era transmídia. Desde que a telenovela surge no cenário nacional, ela obtém grande sucesso que pode ser medido em sua grande maioria pela sua repercussão nas redes sociais, pelos lançamentos de modas e criação de bordões.

Na era das transformações, a TV passou a acompanhar o espectador não somente em sua casa, mas também na rua, e isso amplia seu poder de alcance, seja pela mobilidade das telas móveis, seja pelo aumento das telas fixas, aliados à alta definição. A telenovela é uma obra aberta e uma das características do gênero é sua longa duração, onde narra uma trama por meio de imagens, diálogos, ação, romance, intrigas e outros ingredientes do folhetim. De modo geral, sempre é exibida no mesmo horário e em cada horário com uma proposta diferente almejando o público que acompanha. Cada história costuma ter em torno de 150 a 220 capítulos. Segundo Guel Arraes “ para exportação, passamos a reduzir o número de episódios a cinquenta/sessenta, muitas vezes eliminando as intrigas secundárias, para conservar apenas a main story line”.(ARRAES apud MARTEL, 2012, p.306). Por ser uma obra aberta, a escrita ocorre simultaneamente à sua produção, podendo o autor fazer ajustes na narrativa para agradar ao público. A título de registro, os folhetins literários também atendiam a um formato e temática. O romance *Lucíola*, (1862) de José de Alencar, possui um tema forte e ousado para a época; hoje equivaleria

a uma novela das 23 horas. Já *Memória de um Sargento de Milícias* (1852), de Manuel Antônio de Almeida, pela temática do humor e crítica, seria levada ao ar no horário das 19 horas.

O território da internet é livre na forma de alcançar a busca pelo telespectador e para isso os grandes blocos de mídias são responsáveis por aproximar a televisão do público. A própria TV Globo criou uma página no Facebook, uma fan page institucional, com chamadas imediatas dos seus programas. Isso é uma tentativa de estimular e lembrar ao espectador que o programa vai começar. Maria Immacolata Lopes, integrante do Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva (OBITEL), destaca que “nessa seção, são apresentadas informações parciais e imagens das cenas que ainda não foram exibidas, funcionando, desse modo, como um *teaser* do capítulo, buscando aumentar a curiosidade ou o suspense.” (LOPES, 2013, p.76).

A TV em trânsito

O canal de assinatura *Globo Play* foi lançado com objetivo de conquistar novos telespectadores dentro da esfera digital e também para fidelizar o seu público que por uma questão de horário, em sua grande maioria não vai poder acompanhar o capítulo da telenovela ou seriado no momento em que vai ao ar. Seguindo o protocolo das grandes empresas e estúdios, como Netflix e HBO, a TV Globo deu um passo à frente ao manter disponível para o telespectador a opção de assistir aos seus programas na hora em que o telespectador quiser. Em 2016, a emissora optou por um avanço mais ousado. Agora, suas séries ficam disponíveis para os assinantes do *Globo Play*, que assim como os assinantes da Netflix têm a possibilidade de assistir antes dos demais. Em 2016, as experiências foram com três novos seriados: *Justiça*, *Supermax* e *Nada será como antes* e ainda o *spin-off* da novela *Haja Coração*. Patricia Kogut,⁵ colunista do jornal O Globo e especialista em televisão, confirma em nota a resistência na própria emissora em tomar essa decisão:

A iniciativa de lançar séries no *Globo Play* antes de elas chegarem à televisão já motivou discussões. Hoje é vista com bons olhos na Globo e não enfrenta muita resistência. A exemplo de “*Justiça*” e “*Supermax*”, “*Nada será como antes*” chegou na sexta ao aplicativo.

⁵ KOGUT, Patrícia. Disponível em <http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/noticia/2017/03/os-trapalhoes-armando-babai-off-esta-cotado-para-interpretar-dede.html>. Acesso em 26/03/2017

No ano de 2017, outros produtos inéditos já estão disponíveis para os assinantes do Globo Play, tal como: *Filhos da Pátria* e *Jovens*.⁶ O público da TV aberta só irá conferir estes programas na grade de 2018.

A era digital completou 25 anos e aqui no Brasil: 20 anos. Segundo fontes do Pnad⁷ (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), houve 95,4 milhões de acessos por pessoas acima de 10 anos. O Instituto afirma ainda que 32,5 milhões de domicílios possuem microcomputador e 28,2 milhões contam com acesso à internet. Outro elemento é o Smartphone, que já atinge 90% da população, ao passo que o Android operacional aparece com 78% em média. O Obitel, expõe em sua pesquisa que a média de aplicativos por usuário é de 20, sendo que seis deles são utilizados semanalmente.

Assim que surgiu no cenário nacional, a TV Globo timidamente concorria com a extinta TV Tupi, até o momento em que passou a ser a líder absoluta do mercado nacional. Não há como separar as nossas telenovelas do contexto histórico do próprio Brasil. A título de exemplificação, temos a novela *Vale Tudo*, assinada por Aguinaldo Silva e Gilberto Braga em 1988, onde a trama abordava o retrato crítico do país. Em um diálogo universal, surge *O clone* de Glória Perez. Em 2012, com o avanço da classe C, surgem duas tramas que conquistam o Brasil. São dois grandes sucessos que em poucos dias tornaram-se fenômenos de audiência: *Avenida Brasil* e *Cheias de charme*, essa última em reprise às tardes no programa *Vale a pena ver de novo* e com um diálogo transmídia direto com o telespectador. São duas obras que marcam o diálogo transmídia em suas narrativas.

O movimento de adequação às novas mídias se iniciou gradativamente. Em 2009, a personagem Luciana da novela *Viver a vida*, de Manoel Carlos, mantinha um blog interativo com o público, onde o mesmo podia relatar em depoimentos, histórias como a da personagem que havia ficado tetraplégica. Com a novela *Avenida Brasil* e *Cheias de Charme*, a emissora decide avançar no cenário digital, buscando uma maior aproximação com o telespectador. *Avenida Brasil* é uma novela de João Emanuel Carneiro, escrita com a colaboração de Antonio Prata, Alessandro Marson, Luciana Pessanha, Márcia Prates e Thereza Falcão, com direção de Gustavo Fernandez, Thiago Teitelroit, Paulo Silvestrini,

⁶ KOGUT, Patrícia. Disponível em <http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/noticia/2017/03/os-trapalhoes-armando-babai-off-esta-cotado-para-interpretar-dede.html>. Acesso em 26/03/2017

⁷ PNAD. Disponível em : http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40em . Acesso em 24/04/2017

André Camara e Joana Jabace.⁸ e *Cheias de Charme* é uma novela de Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, escrita com colaboração de Daysi Chaves, Paula Amaral, Sergio Marques, João Brandão, Lais Mendes Pimentel e supervisão de texto de Ricardo Linhares. A direção artística de Denise Saraceni e direção geral de Carlos Araújo, Allan Fiterman e Maria de Médicis.⁹

Avenida Brasil tinha liderança absoluta de audiência em todo Brasil e em todo final de capítulo a imagem dos protagonistas ficavam congeladas. O sucesso nas redes sociais foi imediato e a TV Globo liberou o aplicativo no site da novela para que cada telespectador pudesse fazer também sua foto congelada no Facebook. Outro elemento que foi recorrente, na *fan page*, eram as postagens com *teasers* do capítulo seguinte, em formato de vídeo. O autor João Emanuel Carneiro procurou resgatar um trunfo conhecido do antigo folhetim que são os ganchos. Ou seja, o suspense no final do capítulo, podendo ser uma revelação ou uma passagem emocionante, procurando deixar um enigma no ar para que fosse desvendado no próximo episódio.

A pesquisadora Maria Immacolata Lopes do Obitel (2016), destacou a forma como é medida a audiência das redes sociais e explica:¹⁰

O monitoramento na internet de conteúdos gerados pelos usuários (CGUs) vem adquirindo cada vez mais importância no Brasil, uma vez que a repercussão dos programas televisivos passa a ser medida através dos assuntos discutidos na internet e, por vezes, ganha até mais importância do que a própria medida de audiência. O Twitter tem se revelado, nos últimos anos, como a plataforma preferida dos fãs da ficção televisiva para conversar acerca de seus temas de interesse. O universo criativo concebido pelos fãs é permeado por fenômenos que vão ganhando força em diversas plataformas – com maior ou menor intensidade, conforme o panorama digital –, dentro do qual destacam-se memes, remixes, fanfics etc. Todos esses fenômenos resultam de práticas de fãs que se reúnem nas redes por meio de hashtags, cuja criação é uma das principais ferramentas encontrada por essas audiências para a discussão de assuntos de interesse e o compartilhamento de conteúdos na internet – de maneira que outros fãs possam se identificar através dessas palavras-chave.

⁸ AVENIDA BRASIL. Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil>. Acesso em 10/04/2017.

⁹ CHEIAS DE CHARME. Disponível em: show.globo.com/novelas/cheias-de-charme-vale-a-pena-ver-de-novo. Acesso em 10/04/2017.

¹⁰ LOPES, Maria Immacolata. Disponível em: <http://obitel.net/wp-content/uploads/2016/09/obitel-portugues-2016-1.pdf>. Acesso em 26/04/2017

Há duas décadas surgiram rumores para a morte da TV. David Brennan, pesquisador de mídias descorda desta profecia e em entrevista ao programa *Milênio* da Globonews, o mesmo defende: ¹¹

As pessoas estão assistindo mais televisão do que nunca e estão sendo influenciadas por ela mais do que em qualquer período anterior. E a ironia é que as próprias tecnologias que dariam o golpe de misericórdia na TV estão entre as responsáveis pela sua excelente saúde. A TV não está morrendo. Televisão é principalmente conteúdo que nós identificamos como TV. Eu chamo de entretenimento audiovisual de narrativa de formato longo.

Em acordo com Brennan, o que se pode notar ao longo das modificações foi que o folhetim eletrônico vem alcançando sucesso, o que importa sempre é manter a conexão com o seu público. Sempre procurando novos ângulos e formas de contar uma história. Encontrar essa conexão exige mais do roteirista, pois o mesmo precisa pensar e tramas mais elaboradas para ter a atenção do telespectador. Do aspecto da direção, outras possibilidades estão surgindo. Hoje, a tecnologia permite levar câmeras a lugares inéditos, onde pode-se misturar coisas de formas surpreendentes e ainda tem a opção de usar imagens geradas pelo computador para explicar um gráfico ou ilustrar uma informação de forma mais didática.

Uma das preocupações da parte executiva da TV Globo era não perder o seu público e o Globo Play surgiu exatamente para apartar essa nova demanda. Em debate realizado no Festival de Cinema do Rio de Janeiro em 2016, dentro do evento Rio Market, Amauri Soares, que é diretor de programação da emissora, disse:

A janela de exibição é o reflexo direto dos hábitos de consumo de uma época específica, ainda que um padrão de consumo não elimine o outro. É verdade que talvez você queira assistir a uma série de noite, depois da faculdade, sozinho; mas também é verdade que você vai querer assistir à final

¹¹ BRENNAN, David: *Milênio-Globonews*>. Disponível em:

<http://globosatplay.globo.com/globonews/v/5400547/>. Acesso em 30/03/2017

7 SOARES, Amauri. <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/04/1874746-a-netflix-encomenda-aqui-na-globo-temos-estudio-diz-diretor-da-emissora.shtml>. Acesso em 13/04/2017

da Copa do Mundo ou ao capítulo final da novela com os seus amigos. O importante é entender que o consumidor é o referencial.¹²

Para Erick Bretas, diretor de mídias digitais da TV Globo, também presente no evento, o poder associado ao consumidor oferece desafios. Declarou¹³:

É preciso garantir a sustentabilidade do sistema e o melhor ciclo de vida para cada produto, explorando as diferentes janelas. Entretanto, não pode haver a canibalização de uma janela pela outra. O mundo é outro. Agora, o consumidor tem muito mais poder, e a pressão é por ciclos cada vez mais curtos. O produtor, o programador ou a indústria não podem mais explorar apenas os modelos que lhe são mais favoráveis. É preciso haver um equilíbrio.

A busca deste equilíbrio faz parte do universo de quem trabalha com a TV, pois TV antes de tudo televisão é expectativa e novidade. O público gosta de ser surpreendido, mas por ser tão vasta as gamas de possibilidades da comunicação, que se torna primordial o entendimento de quem está do outro lado da tela. David Brennan completa:¹⁴

É irrelevante se sua programação é transmitida de forma linear ou *on demand*, vista em um aparelho de TV ou em um tablet ou smartphone, distribuída por ondas radiofônicas ou por cabo de fibra óptica. Ela ainda é vista, para a quase totalidade das pessoas, como televisão. E continuará sendo vista dessa forma.

Em meio a tantas transformações a TV Globo consegue dialogar com o telespectador e o nascimento do aplicativo Globo Play permite ao mesmo assistir ao capítulo no momento em que ele quiser. Para Amauri Soares, diretor de programação da TV Globo, reforça:

O jogo é de janelas. É a nossa realidade, é o que a tecnologia acabou proporcionando: janelas digitais convivendo com janelas de massa como a TV aberta. Hoje essa integração é a grande oportunidade dos conteúdos. Você

¹² SOARES, Amauri: Disponível em: <http://www.filmeb.com.br/noticias/nacional-exibicao/no-riomarket-globo-discute-janelas-de-exibicao>. Acesso em: 02/04/2017.

¹³ BRETAS, ERICK. Disponível em: <http://www.filmeb.com.br/noticias/nacional-exibicao/no-riomarket-globo-discute-janelas-de-exibicao>. Acesso em: 02/04/2017.

¹⁴ BRENNAN, David. Disponível em: ¹⁴ BRENNAN, David: Milênio-Globonews>. Disponível em: <http://globosatplay.globo.com/globonews/v/5400547/>. Acesso em 30/03/2017

alcança mais gente, ao longo de um ciclo maior. A gente sempre fala de "Justiça", uma série extraordinária no ano passado. Mas se você é jovem, mora em São Paulo, trabalha e faz faculdade, eu não te alcançava na TV aberta. Você está no ônibus na hora em que estou exibindo. Mas eu te alcanço por Globo Play. Como programador, o desafio é o formato mais adequado para cada plataforma. Um formato de 180 capítulos tem questões a serem resolvidas em VOD [vídeo por demanda], por exemplo, de narrativa. É para ser acompanhado diariamente, ao longo de tempo maior. Ele é eventizado, gera comentários, municia você de assuntos. Não imaginamos uma pessoa fazendo "binge watching" de 180 capítulos. [risos] Já a série tem adequação enorme para "binge". É um dos atributos do Globo Play, assistir tudo de uma vez, na hora que quiser. E a Globo é produtora de séries há muito tempo, desde quando não era moda, desde os anos 1960, com o "Delegacia de Mulheres".¹⁵

As colocações de Amauri Soares são importantes para entendermos como a emissora vem planejando este período de transição e vale uma ressalva ao que tange a concepção do programa *Delegacia de Mulheres*,¹⁶ o mesmo foi exibido na década de 1990 e não 1960. Até o momento, a estratégia da emissora tem funcionado em resposta ao crescente consumo de *video on demand* no Brasil e o número de assinantes que a emissora conseguiu.

Considerações finais

A TV é uma experiência compartilhada. Contar uma história é fundamental para a condição humana. No passado, as pessoas sentavam ao redor das fogueiras e contavam suas histórias e isso veio como parte fundamental da nossa cultura. Já foi decretado o fim do livro, do rádio, do cinema e da própria TV. A chegada da internet avançou rapidamente e mudou a forma de se comunicar. Atento a este movimento, as emissoras foram em busca desta aproximação como o seu público.

Hoje, o telespectador ganhou o poder da escolha e decide como deve assistir ao que quiser. Este fato não ignora parte de uma programação que os jovens, por exemplo, gostam de assistir e compartilhar com amigos, programas como *The Voice* e *Reality Shows*.

¹⁵ SOARES, Amauri. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/04/1874746-a-netflix-encomenda-aqui-na-globo-temos-estudio-diz-diretor-da-emissora.shtml>. Acesso em 13/04/2017

¹⁶ MEMÓRIA GLOBO. Disponível em: ¹⁶ Delegacia de Mulheres: Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/seriados/delegacia-de-mulheres.htm>.

Acesso em 13/04/2017

Ao que tange a forma de interação da tecnologia como a linguagem televisiva, o criador precisa ficar atento aos novos meios. Este poder de escolha ofertado ao telespectador torna o trabalho do roteirista mais exigente, pois o mesmo precisa elaborar a trama já pensando nas variações do produto. Conforme exposto anteriormente, se antes havia o recurso da carta anônima no folhetim, hoje, os recursos são tecnológicos como o vídeo feito pelo celular. Ou seja, modifica-se a forma da escrita, mas se coadunando com a realidade do seu tempo. No fundo, o que interessa é sempre uma boa história, seja em qual plataforma for.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W., HORKHEIMER, Max. **A Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1986.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

JENKINS, Henri. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Org. Maria Immacolata Lopes. Porto Alegre: Sulina, 2013

MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada à sério**. São Paulo: SENAC, 2000.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream: a Guerra Global das Mídias e das Culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús, REY, German. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Senac, 2009.

MEYER, Marlyse. **Folhetim, uma história**. São Paulo: Cia das Letras, 2.ed, 2005.

STAM, Robert. **Bakhtin: da teoria literária à cultura de massa**. São Paulo, Editora Ática, 2000.

INTERNET

AVENIDA BRASIL: Disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/index.html>. Acesso em 10/04/2017.

BRENNAN, David. Entrevista programa Milênio- Globo News. Disponível em:

<http://globosatplay.globo.com/globonews/v/5400547/>. Acesso em: 30/03/2017.

BRETAS, Erick. Entrevista site Filme B. Disponível em:

<http://www.filmeb.com.br/noticias/nacional-exibicao/no-riomarket-globo-discute-janelas-de-exibicao>. Acesso em: 02/04/2017.

CARNEIRO, João Emanuel. CARNEIRO. Disponível em:
<http://colunas.revistaepoca.globo.com/brunoastuto/2012/05/26/joao-emanuel-carneiro-nao-sou-de-turminhas-sobretudo-de-atores>. Acesso em 28/03/2017.

KOUGT, Patrícia. Disponível: <http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/coluna/noticia/2016/09/globo-planeja-exibir-nova-versao-de-os-trapalhoes-com-renato-aragao-aos-domingos.html>. Acesso em 26/04/2017.

SOARES, Amauri. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/04/1874746-a-netflix-encomenda-aqui-na-globo-temos-estudio-diz-diretor-da-emissora.shtml>. Acesso em 13/04/2017