

## **História e produção de novelas: produção recente da Televisa<sup>1</sup>**

Maria Angela RAUS<sup>2</sup>  
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### **RESUMO**

O desenvolvimento da internet e a possibilidade de acessar informações e conteúdos audiovisuais de outros países, possibilita a pesquisadores de diversas áreas do conhecimento ampliarem seus objetos e temas de pesquisa. Para os historiadores além dessas possibilidades também é um desafio o trabalho com fontes contemporâneas e relacionadas à História do Tempo Presente. O audiovisual e seu processo de produção é um tema que abrange o tempo presente e a interdisciplinaridade com outras áreas, como a Comunicação. O presente trabalho apresenta reflexões sobre o processo de produção da empresa Televisa em suas telenovelas recentes.<sup>3</sup>

**PALAVRAS-CHAVE:** Produção; telenovela; história.

### **Introdução**

O desenvolvimento da internet e a possibilidade de acessar informações e conteúdos audiovisuais de outros países, possibilita a pesquisadores de diversas áreas do conhecimento ampliarem seus objetos e temas de pesquisa.

Para os historiadores, vistos como pesquisadores do passado, é um desafio o trabalho com fontes contemporâneas e relacionadas à História do Tempo Presente.

O audiovisual já é um objeto de estudo da História desde a década de 1970<sup>4</sup>, predominando os estudos sobre cinema e atendo-se mais às questões socioculturais e às representações de outras épocas, de personagens e de acontecimentos históricos. As metodologias de análise do filme (unidade) passam a ser adaptadas para a ficção seriada

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em História Econômica da FFLCH-USP. Docente de Ensino Superior da FATEC SP, e-mail: [maraus@usp.br](mailto:maraus@usp.br).

<sup>3</sup> O material apresentado é parte da pesquisa de doutorado em andamento *O Espetáculo contemporâneo: a ficção seriada audiovisual e a sua circulação* (título provisório), que pretende analisar as formas de circulação de narrativas ficcionais seriadas e seus desdobramentos econômicos como o processo de produção e a atuação de seus agentes nas questões econômicas e de mercado.

<sup>4</sup> Estudos do historiador Marc Ferro.

---

(capítulos), sejam novelas, séries ou minisséries. No aspecto econômico, estudos históricos sobre a produção audiovisual são menos frequentes, especialmente se envolvem questões de circulação internacional do produto.

Nessa perspectiva, o trabalho a seguir apresenta elementos da produção recente da empresa mexicana Televisa. Os dados foram coletados no período de setembro a dezembro de 2019, tendo como fonte principal o material produzido pela própria empresa e disponibilizado em seus canais de comunicação (site, canal You Tube e aplicativos).

### **O trabalho do historiador e as fontes digitais**

Estudar algo que não está em um passado remoto é visto por alguns historiadores como algo bastante desafiador. A definição das fontes a serem analisadas no trabalho histórico é parte inicial do processo de pesquisa e até pouco tempo, antes da popularização da internet, constituía uma atividade presencial em instituições de guarda da memória como arquivos e bibliotecas. Predominava o conjunto das fontes como séries documentais, fechadas em contextos específicos, delimitadas por tempo e espaço.

A digitalização de documentos, inicialmente restrita à consulta presencial em equipamentos dos acervos, passando ao armazenamento em nuvem e sua disponibilidade na internet, impacta nas metodologias de pesquisa do historiador e igualmente coloca novas possibilidades de objetos e de temas de estudo.

A história está em diálogo constante não só com o passado, mas também com o presente, sendo produto de sua época. Existe uma dinâmica do conhecimento histórico e de sua produção que se manifestam em propostas metodológicas.

No último quartel do século XX, as mudanças políticas, econômicas e socioculturais, decorrentes da industrialização, da urbanização, da globalização, da aceleração temporal, das transformações tecnológicas, da ‘quebra dos paradigmas’ clássicos – os de interpretação dos fenômenos sociais, com o peso das demandas sociais veiculadas pelos meios de comunicação de massa – abriram outras possibilidades de leitura historiográficas que são muito distantes daquelas que se estabeleceram como parâmetros quando a História se constituiu como campo de conhecimento científico e disciplina (GLEZER, 2007, p. 42).

A terminologia História do Tempo Presente surge dentro da Teoria da História e da Teoria e História da Historiografia “assumindo a subjetividade, a relatividade e a

---

transitoriedade do conhecimento que produz” (GLEZER, 2007, p. 38). Tal forma de produção da História se relaciona bem com os Estudos Culturais, que são:

desde os anos oitenta do século XX, o campo privilegiado de pesquisa, em muitas das Ciências Humanas, o que possibilita a circulação de especialistas e de temas. As discussões teóricas, obrigatoriamente interdisciplinares, estão centradas em fontes e metodologias de pesquisa. A fragmentação dos estudos culturais colabora para o desenvolvimento de estudos esparsos, dispersos, difíceis de serem aglutinados.

Raros são os autores nos estudos culturais que discutem questões como o tempo e temporalidade (GLEZER, 2007, p. 39 e 40).

Entende-se que o trabalho com fontes digitais pode apresentar elementos fragmentados, pois os mesmos podem não permanecer disponíveis nos canais. Porém, mesmo com essas dificuldades, é um material que oferece informações importantes para compreender a história da empresa e seu processo de produção, sendo possível também observar mudanças no decorrer do tempo.

### **Processo de produção da Televisa**

Em primeiro lugar, deve-se destacar que *Televisa* é o nome de um grupo empresarial que, entre outras atividades na comunicação e no entretenimento, produz novelas. Essas novelas são apresentadas em um de seus canais na TV aberta mexicana: o canal *Las Estrellas*.

O canal *Las Estrellas* já teve outros nomes: “El rebranding del canal 2 es algo cíclico, de las décadas de los 60 y 70 del siglo pasado, era conocido por el logo con un número 2, en los ochenta se impulsó la marca “Canal de las Estrellas” y se usaron logos con esa imagen” (OLIVAS, 2019).

Essa mudança de nome se deu em 2016 e está associada a dados sobre a situação financeira da Televisa, que apesar de registrar na época um aumento de sua receita, foi diagnosticada a perda de anunciantes. A mudança da marca indica um esforço da empresa em reverter isso e manter o seu público, como indica o trecho a seguir:

Si todo está bien en el aspecto económico en general, ¿por qué Televisa hizo un rebranding del Canal de las Estrellas? Por que a este no le va bien en cuestión de anunciantes.

---

Televisa cuenta con un segmento denominado Contenidos, que de acuerdo con el reporte financiero de 2015 de la compañía, este clasifica los ingresos obtenidos de la siguiente forma: Publicidad, Venta de Canales; y Venta de Programas y Licencias.

Aunque los ingresos de Televisa aumentan considerablemente, el segmento de contenidos parece estar estancada. En 2013 obtuvo ventas totales por 33 millones 817 mil 617 pesos, el año siguiente fueron 34 millones 868 mil pesos y en 2015 hubo una reducción en las ventas al conseguir 34 millones 332 mil pesos, lo que dejó menos utilidades por ese concepto.

El rebranding de “Las Estrellas” parece ser un esfuerzo de la televisora por retener a su audiencia en un mercado cada vez más competido por causa de los contenidos digitales. Desde hace tiempo el canal ha intentado sumarse a las redes sociales con hashtags para sus programas y eventos. Para el rebranding existe el hashtag #ConLasEstrellas (OLIVAS, 2019).

O *Las Estrellas* possuía em novembro de 2019 três horários de novelas inéditas.<sup>5</sup> Também apresentava outros formatos de ficção seriada unitários e séries de comédia. Os horários das novelas eram 18h30, 20h30 e 21h30. Houve épocas em que a empresa produzia mais um horário de novelas entre 16h-16h30. Esse horário passou a exibir outros programas, pois suas últimas produções não apresentaram resultados satisfatórios. Os capítulos têm aproximadamente 45 a 50 minutos sem as propagandas e, diferente da maioria das novelas da Globo, são exibidos apenas de segunda-feira a sexta-feira.

Nesta pesquisa, essas produções foram acessadas por meio dos canais oficiais no You Tube (*Las Estrellas* e *Tlnovelas*) e pelo aplicativo *Las Estrellas*. Existe também o serviço *on demand* (VoD) próprio, Blim, que é disponível para o México e alguns países da América Latina, mas não está disponível para o Brasil.<sup>6</sup> Com isso, foi possível acompanhar diversas produções dos diferentes horários e identificar algumas de suas características. Porém, nos últimos anos, a Televisa fez tantas mudanças na sua programação que ficou muito difícil definir qual é a proposta de cada horário.

Em comparação com a Globo, observa-se que a empresa brasileira apesar de procurar sempre inovar, manteve algumas características para as suas novelas em cada horário: a “novela das seis” (romance, histórias maniqueístas), a “novela das sete”

---

<sup>5</sup> Atualmente, esses horários já sofreram alterações tanto por questões de audiência, como por fatores ligados à pandemia de COVID – 19.

<sup>6</sup> BLIM. Disponível em: <<http://www.blim.com/>>. Acesso em: 16 nov. 2019.

LAS ESTRELLAS. *Las Estrellas*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/CanaldelasEstrellas>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

TLNOVELAS. *Tlnovelas*. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/user/TelenovelaTelevisa/featured>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

LAS ESTRELLAS. *Las Estrellas*. Aplicativo para Android. Disponível em:

<[https://play.google.com/store/apps/details?id=mx.naat.televisa.video&hl=pt\\_BR](https://play.google.com/store/apps/details?id=mx.naat.televisa.video&hl=pt_BR)>. Acesso em: 27 nov. 2019.

---

(experimentação, comédia) e “novela das oito” (temas mais fortes, polêmicos, realistas) (BALOGH, p. 159-163).

Tentar uma comparação com o canal *Las Estrellas* em termos de estratégia é algo que não parece ser compatível. Porém, de maneira geral, pode-se identificar o horário de 21h30, como aquele que deve abrigar a atração principal, a “estelar”. Espera-se nela uma produção mais destacada, com atores consagrados, produtor de trajetória, um orçamento maior e menos restrições em diálogos, cenas de sexo e afins, além de uma história dramática. O horário de 20h30 é um horário para “histórias familiares”, com doses de comédia, de romance e com dramas mais leves. Envolve no elenco personagens mais jovens, idosos e crianças, atendendo a um público variado. Já o horário de 18h30 ficou com as histórias mais românticas, o melodrama clássico, histórias juvenis e experimentações.

Os horários foram apresentados em ordem decrescente, em virtude da dificuldade de se identificar características permanentes neles. Os horários de 20h30 e 21h30 são os mais estáveis nas suas propostas. O horário de 18h30 sofreu diversas alterações dependentes da audiência e da extinção do horário de 16h-16h30, em que costumava passar as histórias mais tradicionais do melodrama, o que o produtor Valentín Pimstein, consagrou como a “novela rosa”.<sup>7</sup>

A literatura acadêmica sobre telenovelas classifica a novela da Televisa como melodramática. Seu modelo ficou identificado como “a novela mexicana”, pois essa empresa é a mais tradicional na produção e exportação de novelas do país. As questões de identidade dessa produção são trabalhadas por autores como Mazziotti e Orozco Gómez. Nesses artigos os autores também apontam ideias que motivaram a pesquisa relacionada à circulação:

También reparar en las invariantes que han sido señalados como conformadores de la telenovela, lleva a plantearnos interrogantes que aún no han sido lo suficientemente abordados: Qué otros préstamos recibe y procesa la telenovela del cine, del teatro, bien la literatura? De qué manera se redefinen o perduran los estilos actorales provenientes de una tradición teatral o cinematográfica previa, que como en el caso de la Argentina, o México, es fuerte? Cómo se juega el traslado de formato radial al televisivo, habida cuenta de que los libretos radiales nutrieron los primeros años de la telenovela, y que además, la circulación en el continente de dichos libretos fue intensa, favorecida por los auspiciantes internacionales, como Palmilive o Lux? Qué especificidades aporta la factura televisiva?

---

<sup>7</sup> Produtor de telenovelas chileno que fez sua carreira no México e consagrou o estilo de novelas românticas. Outro produtor da mesma geração foi Ernesto Alonso, conhecido como “El Señor Telenovela”, que realizou grandes produções dramáticas.

---

En esa circulación, debemos igualmente detenernos en la manera en que fueron tratadas distintas versiones de un mismo título. Por ejemplo, *Simplemente María*, de Celia Alcántara, tiene una versión original en Argentina en 1967. Luego es hecha en Perú en la década del 70, y sobre fines de los 70 es *Rosa de lejos* producción Argentina. Además de la mexicana de fines de los 80, hay radioteatro español en los 70. Se trata de distintas "remakes", con la intención de "calco explícito y denunciado" o en ellas pueden los suaves leerse modificaciones sustanciales al modelo original? Y a su vez, esas modificaciones - de la trama algo argumental, de los personajes, del tratamiento general - a cuántas lógicas obedece: A la identidad de un estilo, a la modificación de los contextos de recepción, a las posibilidades de comercialización?" (MAZZIOTTI, 1992, p. 28-29).

Orozco Gómez discutiu, em artigo da década passada, a questão da fragmentação da identidade sendo sobreposta pela mercantilização, podendo ser uma das justificativas pelas opções por *remakes* e por adaptações de roteiros estrangeiros:

o que se aprecia hoy en día con las más recientes producciones (como la telenovela "Rebelde" con libreto argentino pero producida y transmitida durante 2005 y 2006 en México por Televisa como remake, o con la telenovela "Amor en custodia", de similares características, pero transmitida por TV Azteca durante 2006), es una explosión narrativa que fragmenta el relato melodramático en pequeños *spots* engarzados bajo criterios variados, a veces formales, otras sensoriales y otras más lingüísticos. Esta explosión cambia el peso y la base de la interpelación del producto de ficción; la "nueva" telenovela ya no parece estar tan preocupada por reflejar una interpretación y recreación adecuada de la cultura, y por tanto tampoco en posibilitar ese reconocimiento identitario por parte de los televidentes. ¡La telenovela y quienes la realizan hoy en día parecen estar simplemente preocupados por venderla! Para ello junto con la telenovela se despliega toda una "estrategia de marketing". Y esta estrategia, independientemente del reconocimiento por parte de la audiencia, busca solamente su aceptación. La telenovela, entonces, muestra imágenes atractivas, como las de sus actores, semidesnudos masculinos y femeninos, y muestra rasgos de moda, tanto en el vestido como en el lenguaje y los gestos, que al presentarse con caras y cuerpos atractivos se hacen *apetecibles* a los ojos de los televidentes, y por tanto consumibles.

Este fenómeno de mercantilización, donde el éxito de la compraventa del producto es lo que le da cierta naturalización y se antepone a otros criterios de estética, calidad técnica y dramática o de innovación, había sido anticipado y advertido hace más de una década por Martín-Barbero (...) (OROZCO GÓMEZ, 2015, p. 16 – 17).<sup>8</sup>

Acrescenta-se a esse cenário o surgimento de outros grupos de comunicação com canais abertos comerciais, como a TV Azteca e a Imagen Televisión. A telenovela mexicana se consagrou pela Televisa, que por décadas não teve concorrência. Na década

---

<sup>8</sup> *Rebelde* é originalmente uma novela argentina, feita para o público juvenil. Fez sucesso em seu país de origem e o roteiro foi vendido e adaptado para diversos países, entre eles México, Portugal, Brasil. A versão mexicana foi a que se popularizou mais, com a banda RBD. Todas as versões trabalharam com música. *Amor em Custódia*, também é argentina e foi produzida em 2005. Teve duas versões no México: para a TV Azteca, em 2005-2006, e para Televisa, 2012-2013, com o título de *Amores Verdaderos*.

---

de 1990, a TV Azteca entrou no mercado e produziu telenovelas, com características diferentes. Em 2016, a Imagen começou as suas atividades, produzindo novelas e séries e exibindo produções de outros países, como turcas, indianas e brasileiras.<sup>9</sup>

Outro fator importante é o desenvolvimento, desde a década passada, de um tipo de ficção seriada com a temática do narcotráfico em produções colombianas, que se propagou para outros países como EUA e México. Conhecidas como narcosséries ou narconovelas, suas tramas trazem como protagonistas traficantes, alguns inspirados em personagens reais. É possível identificar um grande volume dessas produções, muitas delas também realizadas por temporadas.

A Televisa manteve características do melodrama e produziu vários *remakes* e adaptações de histórias não só latinas, mas de outros países, como, por exemplo, da Coreia. Nos últimos anos, coloca em algumas produções promessas de inovação no gênero, tendendo a inserir temáticas que antigamente não seriam aceitas, como: homossexualidade, narcotráfico, doenças, imigração, corrupção política, novas configurações familiares, dubiedade de personagens etc. Essas mudanças talvez sejam mais consequência das necessidades do mercado do que de um projeto mais consistente de mudança ou de atendimento a uma crítica especializada que cobra modernização e qualidade.

Apesar da tentativa de inserir temas mais realistas, nem sempre o desenvolvimento da história e do texto oferecem realismo. Porém, vendo algumas produções mais antigas da Televisa, pode-se encontrar algumas histórias com situações mais polêmicas. A ideia da “novela rosa”, melodramática, da mocinha pobre e o príncipe encantado, ficou muito forte no Brasil em relação à produção da Televisa, em função das novelas importadas, exibidas e reprisadas pelo SBT, mas isso não quer dizer que todas sejam assim.

A produção de uma novela pela Televisa se inicia com grande antecedência, e a novela pode estar até mesmo completamente gravada quando estreia. Isso não impede que as histórias sofram alterações. Com as filmagens mais adiantadas ou completas, as alterações são a redução de capítulos por meio de edição ou a mudança de horário e até mesmo de canal. Em 2019, isso aconteceu em duas produções: *Los elegidos*, com edição, e *Cita a Ciegas*, com mudança de horário.

---

<sup>9</sup> IMAGEN TELEVISIÓN. Teleseries. *Imagen Televisión*. Disponível em: <<https://www.imagentv.com/teleseries>>. Acesso em: 28 nov. 2019.



---

O produtor executivo é o principal responsável pela criação e produção da novela. Os escritores vão seguir suas orientações. Como a maioria das histórias produzidas não são originais, os escritores atuam como adaptadores. Porém, isso não impede que se desenvolvam características originais em cima de textos pré-existentes. Também é possível, ao se comparar diversas novelas de um mesmo produtor, identificar características de sua forma de produzir, o que pode conferir uma marca autoral. Acompanhando material de divulgação e reportagens sobre a pré-produção, observam-se algumas etapas: definição da história pelo produtor ou designação de um produtor para uma história escolhida pela empresa; trabalhos de texto e adaptações; equipe de produção, cenários e locações, escolha de elenco.

A escolha do elenco pode ser determinada pela empresa, pelo produtor ou por testes de elenco. Os testes podem ser feitos mesmo com atores consagrados, que normalmente são protagonistas. Observa-se menos variedade de papéis e menor flexibilidade para os atores do que nas novelas brasileiras. Por exemplo, atores que chegaram a protagonistas, dificilmente farão papel coadjuvante; atrizes que se destacam como vilãs, dificilmente ganharão papéis de mocinhas. Isso independe do desejo dos atores, pois pode haver um bom papel sem ser o de protagonista. São definições da empresa ou questões de contrato.

A estrutura de elenco costuma ser apresentada nos créditos com protagonistas, antagonistas, atores estelares, primeiros atores, protagonistas juvenis, lançamentos, regresso de atores afastados; todos bem definidos em relação à importância do papel na história e em relação à importância do indivíduo no *star system*. Além do elenco são apresentados outros profissionais: o autor original (ideia original), adaptação, produção, direção, produção executiva, cantor ou músico responsável pelo tema. Nos créditos ao final do capítulo, são apresentados os demais profissionais.

A Televisa investe na formação de um elenco próprio, pelo seu Centro de Educación Artística Eugenio Cobo, mais conhecido com CEA. Oferece um curso de três anos em período integral para jovens de 18 a 25 anos, que queiram se dedicar não só à atuação para teatro, cinema e televisão, mas também a outras atividades relacionadas, como apresentar programas e participar de campanhas publicitárias. O curso é gratuito, porém os candidatos aprovados precisam residir na Cidade do México, sendo as despesas de manutenção por conta deles, independentemente da cidade ou país de origem. Podem se inscrever jovens mexicanos ou estrangeiros, sendo necessário falar bem o espanhol.



---

A Televisa tem em seu elenco atores de diversos países, especialmente países hispanofalantes na América e Espanha. Porém, há atores de outras nacionalidades, falantes de outros idiomas, que foram criados no México ou que optaram por desenvolver suas carreiras artísticas nesse país.

Abaixo a transcrição do texto informativo do site explicando o que é o CEA:

### **Centro de Educación Artística Eugenio Cobo**

Fundado en 1978 y dirigido por el Sr. Eugenio Cobo desde 1987. El CEA es una escuela que forma actores profesionales desde un enfoque integral: Concibe al alumno no sólo como un sujeto susceptible de adquirir técnicas específicas sino, además, como una persona en toda su dimensión humana; un Ser que integra sus habilidades, sus valores, su conocimiento y su propia historia en su desarrollo artístico.

El objetivo del CEA es formar jóvenes actores que tengan la personalidad y capacidad adecuadas para interpretar papeles protagónicos en los diferentes medios de producción de Televisa (televisión, cine, teatro, radio...). Durante 3 intensos años, de lunes a viernes (más fines de semanas en periodos de ensayos y montajes), los alumnos son entrenados en áreas fundamentales del quehacer actuarial:

#### ***Área Actoral***

Las técnicas más vigentes en la historia de la actuación, las metodologías más avanzadas, son puestas a prueba en la construcción de un actor que sea capaz de integrar: mente, cuerpo y alma en la formación de su ser artístico. Así, las técnicas de la teatralidad más consecuente, de televisión, de cine, radio; pero también del trabajo de la Imaginación, de la Expresión Oral, de Respiración, etc. forman un conjunto de exigencias que el alumno ha de apropiarse día con día.

#### ***Área Corporal***

Las técnicas clásicas del entrenamiento corporal para hacedores escénicos, junto con las técnicas más modernas de dicho entrenamiento, conforman esta área de alto rendimiento físico.

#### ***Área Teórico-Cultural***

Los desarrollos históricos del Arte, el conocimiento acumulado y más vigente de la teatralidad, así como las pautas modernas y siempre cambiantes del ejercicio actuarial, son parte esencial de una intensa actividad intelectual de alumnos y maestros.

A lo largo de su historia, el CEA ha sido capaz de proveer, de manera sostenida, el 90% del talento artístico que labora en las diferentes producciones de Televisa.

Si bien el CEA ofrece únicamente la carrera de Actuación, no pocos de sus egresados alcanzan competencia en otras actividades del amplio campo del espectáculo: Canto, baile, conducción, producción, etc.

El CEA no tiene escuelas asociadas en CDMX ni en el interior de la República. Tampoco en otras ciudades del mundo.

EL CEA no tiene costo, únicamente deberán solventar los gastos escolares: material didáctico, libros, equipo de trabajo, etc. Así mismo, deberán ocuparse de su manutención y vivienda en la ciudad de México.

El CEA no cuenta con dormitorios escolares (LÓPEZ, 2019).

Na semana anterior à estreia da novela, costuma ser feito um evento de apresentação para a imprensa. O evento consiste basicamente na apresentação do elenco e de outros profissionais envolvidos, exibição de um trailer da novela, apresentação musical do tema de abertura e muitas vezes uma pequena dramatização da história. É feita nos estúdios da Televisa. São feitas entrevistas com atores e produtor executivo. Há inúmeros vídeos desses eventos disponíveis no You Tube em canais extraoficiais (que não são da Televisa). Nos canais da Televisa, há partes do evento, algumas entrevistas e matérias de programas dos seus diversos canais de TV sobre o lançamento da novela.

Quanto ao número de capítulos há também irregularidades. Em função das mudanças de mercado e problemas de audiência, estão sendo feitas novelas mais curtas e há projetos que não são chamados de novelas, mas de séries. É o caso do projeto *Fábrica de Sueños* que produz em vinte e cinco capítulos histórias clássicas da teledramaturgia mexicana. Foram gravados e exibidos três projetos: *La Usurpadora*, *Cuna de Lobos* e *Rubi* (TELEVISA, 2019b). Os dois primeiros estão disponíveis no catálogo da Amazon Prime Video, parceiro da Televisa (TELEVISA, 2019a).

A Televisa possui uma seção em seu site chamada Sala de Prensa, onde é possível acessar seus boletins informativos. Neste trabalho foram usados dois desses boletins que informavam sobre as inovações de produção na ficção seriada, como na parceria com a plataforma Amazon Prime Video. O acordo visava fornecer produtos *premium*, que no mercado consiste em produções de melhor qualidade. As produções oferecidas são as do projeto *Fábrica de Sueños*, produções de curta duração, que foram tratadas como superproduções pela empresa. Há discussões sobre a viabilidade de continuação do projeto, pois o custo por capítulo acabou sendo alto para as perspectivas de retorno.

A Televisa também apresenta ações de propaganda com personagens. A novela *Mi marido tiene familia* apresentou ações de propaganda de uma marca de roupas e acessórios, KClass. Na história, a protagonista Julieta era executiva da marca. Várias cenas eram feitas em um cenário de escritório da empresa, fazendo assim a propaganda.

A Televisa, assim como a Globo, possui uma longa trajetória de produção do formato telenovela. Esse *know how* é exposto na complexidade das etapas de produção apresentadas no texto.

---

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A história da telenovela é algo recente para o historiador. Se for considerada apenas a produção audiovisual, sem remontar às origens literárias (folhetim e melodrama) e às radionovelas, a telenovela brasileira tem início em 1951, com a exibição, ainda não diária, de *Sua Vida me Pertence*. Essa data torna-se mais próxima, 1963, se for considerada *2-5499 Ocupado*, a primeira telenovela diária. No México, a produção da primeira telenovela foi *Senda Prohibida*, de 1958.

Dentro dessa história, há ainda outros marcos temporais como o início do videoteipe e da transmissão em rede, a produção a cores, a exportação de novelas e a internacionalização, diversas mudanças técnicas que chegam aos dias atuais com a TV digital e a circulação com a internet.

Cada época, cada fonte, cada método vai oferecer ao historiador elementos de reflexão sobre o conhecimento, não só do objeto, mas também de seu ofício.

Ao pesquisar sobre o processo de produção da Televisa em seu período recente, encontrou-se elementos históricos que permaneceram ou se romperam na forma da empresa produzir e se relacionar com o público.

Entre esses elementos, observou-se a irregularidade de horários e de estilos de produção nos últimos anos e que produções que não atingiram os índices planejados forma substituídas por outros produtos de ficção seriada, novas novelas ou formatos unitários. As constantes mudanças de horário ou a substituição de programas pode ser considerada por uma parte do público uma ação desrespeitosa por parte do canal.

A figura central da história é o produtor executivo, que em alguns casos também roteiriza e dirige cenas. É uma figura muito poderosa nesse contexto.

A Televisa tem produzido roteiros conhecidos do público mexicano ou roteiros de sucesso em outros países. Tal prática é vista de maneira crítica, pois limita a criatividade e a exposição de novos temas, porém pode ser feito assim por razões econômicas que pretendemos explorar mais.

A Televisa investiu em sua própria plataforma, porém não obteve os resultados esperados. Um ponto a se considerar é que o serviço de VoD Blim é disponível para um número restrito de países. Parcerias com Netflix e Amazon Prime permitem a distribuição das produções em nível global.

A Televisa possui também o seu centro de formação, o CEA que recebe aspirantes ao trabalho na área de entretenimento.

O audiovisual representa um segmento da indústria cultural com suas próprias características. Apesar dessas especificidades, esse segmento mostra estruturas e problemáticas similares às de outras indústrias.

## REFERÊNCIAS

BALOGH, Anna Maria. **O discurso ficcional na TV**. São Paulo: EDUSP, 2002.

BLIM. Disponível em: <<http://www.blim.com/>>. Acesso em: 16 nov. 2019.

GLEZER, R. A História e o Tempo-Presente. In: BRUNI, José Carlos; MENNA-BARRETO, Luiz; MARQUES, Nelson (org.). **Decifrando o tempo presente**. São Paulo: editora UNESP, 2007, p. 23-44.

IMAGEN TELEVISIÓN. Teleseries. Imagen Televisión. Disponível em: <<https://www.imagenvt.com/teleseries>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

LAS ESTRELLAS. Las Estrellas. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/CanaldelasEstrellas>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

LAS ESTRELLAS. Las Estrellas. Aplicativo para Android. Disponível em: <[https://play.google.com/store/apps/details?id=mx.naat.televisa.video&hl=pt\\_BR](https://play.google.com/store/apps/details?id=mx.naat.televisa.video&hl=pt_BR)>. Acesso em: 27 nov. 2019.

LÓPEZ, Jesus Andrés. ¿Qué es el CEA?. Las Estrellas. Disponível em: <<https://www.lasestrellas.tv/cea/que-es-cea>>. Acesso em: 29 nov. 2019

MAZZIOTTI, Nora. Acercamientos a las telenovelas latinoamericanas. In: FADUL, A. (ed.). **Serial fiction in TV: the latin american telenovelas: with an annotated bibliography of brazilian telenovelas**. São Paulo: Núcleo de Pesquisa de Telenovelas, ECA/USP, 1992, p. 25-32.

OLIVAS, O. ¿POR QUÉ TELEVISIÓN HIZO UN REBRANDING DEL CANAL 2? AHORA ES “LAS ESTRELLAS” Merca2.0. Disponível em: <<https://www.merca20.com/televisa-rebranding-del-canal-2-ahora-las-estrellas/>>. Acesso em: 25 nov. 2019.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?. **Comunicación y Sociedad**, v. 3, n. 6, p. 11-35, 24 set. 2015. Disponível em: <<http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/3975>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

TELEVISIÓN. Televisa anuncia la creación de Televisa alternative originals (TAO), una división de contenido premium y firma acuerdo de distribución con amazon. Boletín E1375. Sala de Prensa. Televisa. Febrero 22, 2018 - 11:51. Disponível em: <<https://www.televisa.com/sala-de-prensa/corporativo/1032091/televisa-anuncia-creacin-televisa-alternative-originals-cao-divisin-contenido-premium-y-firma-acuerdo-distribucion-con-amazon>>. Acesso em: 29 nov. 2019 (a).

TELEVISA. Fábrica de Sueños Llevará los grandes éxitos del melodrama a las nuevas plataformas. Boletín E1570. Sala de Prensa. Televisa. Octubre 15, 2018 - 9:38. Disponível em: <<https://www.televisa.com/sala-de-prensa/corporativo/1037551/fabrica-suenos-llevara-grandes-exitos-del-melodrama-nuevas-plataformas>>. Acesso em: 29 nov. 2019 (b).

TLNOVELAS. Tlnovelas. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/TelenovelaTelevisa/featured>>. Acesso em: 27 nov. 2019.