

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI  
VINÍCIUS AFONSO DE BARROS ARAÚJO**

**UM ESTUDO SOBRE ACERVOS,  
REMINISCÊNCIAS E A SUA CAPITALIZAÇÃO:  
O CANAL VIVA E A REPRISE DA TELENÓVELA**

**SÃO PAULO**

**2021**

**VINÍCIUS AFONSO DE BARROS ARAÚJO**

**UM ESTUDO SOBRE REMINISCÊNCIAS,  
ACERVOS E A SUA CAPITALIZAÇÃO:  
O CANAL VIVA E A REPRISE DA TELENÓVELA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob a orientação da Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sheila Schvarzman.

**SÃO PAULO**

**2021**

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca UAM  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B277ue BARROS ARAUJO, VINICIUS AFONSO DE  
Um estudo sobre reminiscências, acervos e a sua  
capitalização: o Canal Viva e a reprise da telenovela /  
VINICIUS AFONSO DE BARROS ARAUJO. - 2021.  
233f. : il.; 30cm.

Orientador: Sheila Schvarzman.  
Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo,  
2021.

Bibliografia: f.213

1. Canal Viva. 2. telenovela. 3. acervo audiovisual. 4.  
memória. 5. reprise.

CDD 302.2

**VINÍCIUS AFONSO DE BARROS ARAÚJO**

**UM ESTUDO SOBRE REMINISCÊNCIAS,  
ACERVOS E A SUA CAPITALIZAÇÃO:  
O CANAL VIVA E A REPRISE DA TELENOVELA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob a orientação da Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sheila Schwarzman.

Aprovada em 24/06/2021

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sheila Schwarzman (Orientadora)  
Universidade Anhembi Morumbi - UAM-SP

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Clarice Greco Alves (Titular externo)  
Universidade Paulista - UNIP

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Nara Lya Cabral Scabin (Titular interno)  
Universidade Anhembi Morumbi - UAM-SP

Às pessoas essenciais em minha vida, minha mãe  
Ana, meu pai Eleonardo, minha irmã Aninha e meu  
companheiro Marcos.

## AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Ana, aquela que me incentivou a ser mestre, sempre muito orgulhosa de minha trajetória e torcedora fiel a cada passo dado.

Ao meu pai, Eleonardo, que sequer chegou a me ver graduado, e segue espiritualmente me iluminando de onde estiver em minhas jornadas.

À minha irmã, Aninha, que nesses anos dividiu muitas responsabilidades comigo para que eu pudesse focar nos estudos e sempre me ofertou uma palavra valorosa.

Ao meu companheiro, Marcos, que pacientemente respeitou esses quase trinta meses de isolamento, abdicando da vida social e foco para chegar até aqui.

Ao meu amigo Aylan, um presente que recebi nessa jornada e que se tornou um guia ao me explicar a vida acadêmica e seus meandros.

Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Mestrado e Doutorado da Universidade Anhembi Morumbi (UAM) que acreditou em meu pré-projeto, me conferiu bolsa e infraestrutura para desenvolvimento da pesquisa materializada nesta dissertação.

Aos Professores Doutores dos quais tive o prazer de cursar suas disciplinas e crescer em minha jornada de conhecimento: Cicilia Peruzzo, minha primeira orientadora, desmistificou incontáveis coisas a respeito do mestrado com tranquilidade ímpar e me ajudou a formatar os primeiros esboços. Renato Pucci, um pesquisador referência, ensinou o que é a qualidade, a técnica, e a importância do embasamento teórico, com ele fiquei muito mais exigente. Vicente Gosciola, sua aula diferente e cheia de textos, sua energia e jeito descontraído de discutir teoria e prática me fizeram expandir o pensamento e conhecer alguns dos autores que hoje são parte da pesquisa. Sheila Schvarzman que me apresentou aquele que viria a ser o autor-chave, Andreas Huyssen, e que criou um plano de aula unindo história e audiovisual de forma tão encantadora que era impossível não querer ler e assistir tudo que ela recomendava.

Agradecimento à Professora Doutora Nara Lya Cabral Scabin que conheci na banca de qualificação, me presenteou com uma minuciosa leitura e análise do meu trabalho, e que refletiram em importantes alterações, além de contribuições posteriores à banca.

À orientadora Sheila Schvarzman, a quem já admirava, e que tive o privilégio de ser presenteado com a sua orientação. A ela meu eterno obrigado. Foi além do orientar, ela não desistiu de mim, me provocou, se dedicou a tantas sessões, leituras, trocas de mensagens. Obrigado por sua empatia, paciência, troca, sugestões. É uma honra (e um gigante passo vencido) ter chegado até aqui e ter construído tudo isso sob sua tutela. Meu eterno obrigado.

*Trocando em miúdos: o passado está  
vendendo mais do que o futuro. Mas por  
quanto tempo, ninguém sabe.*

*Andreas Huyssen, 1995*

## RESUMO

Este trabalho analisa a emergente volta ao passado que mantém fortalecido o mercado e a cultura da memória, da saudade, da nostalgia em distintos segmentos de consumo, inclusive o audiovisual. A pesquisa inicia sua narrativa com a importância do papel da televisão e da telenovela no contexto brasileiro. Percorre um histórico dos acervos televisuais, para dialogar com a visão de autores de diferentes áreas de conhecimento, a partir da ideia de Andreas Huyssen sobre o passado presente e seus desdobramentos como a musealização e seus entornos como a lembrança e o esquecimento. Com essa base, se materializam conceitos de teoria somados à captura de elementos da prática pela perspectiva de análise da estratégia do *Canal Viva*, da sua criação até os dias atuais. Com parte relevante de sua programação diária constituída pela reprise de telenovelas produzidas pela TV Globo, o canal se apropria da reprise e gera novas experiências de formato, narrativa, meio, público, além da possibilidade do rever. Assim, novo e velho, inédito e reprisado, online e offline, bruto e pós-produzido, tradicional e antigo passam por rupturas, debates e ressignificações, influenciados também por fatores como o crescimento do *streaming* e o impacto da pandemia na produção nacional.

**Palavras-chave:** Canal Viva, telenovela, acervo audiovisual, memória, reprise



## ABSTRACT

This paper analyzes the emerging trend of a 'trip down memory lane' that keeps the power of market and culture of nostalgia and memory, impacting different consumer areas including the audiovisual one. The research starts by the important role of television and telenovelas (soap operas) in the Brazilian context. It goes through the history of televisual archives in order to dialogue with different points of view from authors of diverse areas of knowledge, based on Andreas Huyssen's idea of present, past and its consequences such as musealization and its surroundings, remembrance and oblivion. Based on that, theory concepts are materialized and added to the capture of practice elements from the perspective of analyzing the strategies of Canal Viva, from its creation to current days. With a relevant part of its daily programming formed by the reruns of telenovelas produced by TV Globo, the channel appropriates the rerun and generates new experiences considering format, narrative, medium, audience, not to mention the possibility of rewatching a tv show. This way, old and new, never seen before and reruns, online and offline, raw and post-produced, traditional and modern pieces go through ruptures, debates and reframing influenced by factors such as the growth of streaming services and the impact of the Covid-19 pandemic over the national production.

**Keywords:** Canal Viva, soap opera, dramas, audiovisual archive, memory, rebroadcasting.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - O consumo de conteúdo em vídeo no Brasil em 2019 .....	62
Figura 2 - Postagens de telespectadores sobre a qualidade de conteúdos antigos disponibilizados no Globoplay .....	89
Figura 3 - Charge sobre vida de programador na quarentena.....	124
Figura 4 - Vinheta de lançamento do Canal Viva .....	129
Figura 5 - Vinhetas do Canal Viva de 2010-2021 .....	134
Figura 6 - Comunicação criada pelos fãs para protestar contra o Canal Viva.....	148
Figura 7 - Postagens de usuários com #NazareTedesco e #OdeteRoitman.....	149
Figura 8 - #MelhorDoDia da telenovela A Viagem (eps. 01-04).....	158
Figura 9 - Resumo da Semana da telenovela A Viagem (eps. 01-06).....	158
Figura 10 - Cenas do programa Qual é a abertura? (ep. 01).....	163
Figura 11 - Cenas do programa Memória Viva (ep. 10) .....	164
Figura 12 - Cenas do programa Antes e Depois (ep. 02) .....	165
Figura 13 - Cenas da série As Vilãs Que Amamos (ep. 01).....	166
Figura 14 - Cenas do programa Os casais que amamos (ep. 05).....	168
Figura 15 - Cenas do programa Que pergunta é essa? (eps. 06 e 13).....	170
Figura 16 - Cenas do programa Sincrona no Viva (ep. 09) .....	171
Figura 17 - Cenas do programa Viva Sem Filtro (episódios variados) .....	173
Figura 18 - Cenas do programa Dupla Personalidade (ep. 09).....	174
Figura 19 - Cenas do programa Astro Viva (ep. 02) .....	176
Figura 20 - Cenas da vinheta de Dia das Mães 2019.....	177
Figura 21 - Cenas da vinheta de Dia dos Namorados 2019.....	177
Figura 22 - Cenas da vinheta comemorativa de 10 Anos .....	178
Figura 23 - Cenas do programa Aberturas Inesquecíveis (ep. 02) .....	179
Figura 24 - Cenas do especial Novelão do Viva 10 Anos (ep. 03).....	180
Figura 25 - Cenas da Live 10 Anos (ep. 01).....	181
Figura 26 - Cenas da série Damas da TV (ep. 23).....	182
Figura 27 - Cenas da série Grandes Atores (ep. 09).....	183
Figura 28 - Cenas da série Donos da História (ep. 01).....	183
Figura 29 - Evolução do número de assinantes de televisão por assinatura.....	186
Figura 30 - Banner digital de divulgação do canal Eu vi na Cultura no YouTube.....	222
Figura 31 - Kit Mídia Viva Novela (pg. 3-4) .....	232

**LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Amostra de programas e telenovelas produzidos até os anos 80, total de capítulos em acervo versus o total produzido .....	57
Tabela 2 - Formas de comunicação diretas (mensagens direcionadas) mapeadas pelo pesquisador (antes e depois) do advento tecnológico .....	83
Tabela 3 - Os 20 canais pagos menos vistos no Brasil .....	139
Tabela 4 - Os 10 canais pagos mais vistos no Brasil (março/2019) .....	140
Tabela 5 - Os 20 canais pagos mais vistos no Brasil (maio/2019) .....	140
Tabela 6 - Os 10 canais pagos mais vistos na Grande São Paulo (abril/2020) .....	141
Tabela 7 - Os 10 canais pagos mais vistos na Grande São Paulo (de 6-8 de abril/2020) .....	142
Tabela 8 - Os 10 canais pagos mais vistos no Brasil(abril/2021).....	143
Tabela 9 - Agrupamento de produtos audiovisuais do Canal Viva .....	156
Tabela 10 - Market share do 1º trimestre 2021 no Brasil.....	188

**LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABTA	Associação Brasileira de Televisão por Assinatura
Anatel	Agência Nacional de Telecomunicações
Ancine	Agência Nacional do Cinema
CEDOC	Centro de Documentação
Globo	Rede Globo de Televisão
Kantar	Kantar Ibope Média
Obitel	Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
UNESCO	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	15
<b>1. A TELEVISÃO, A TELENVELA E A CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO NACIONAL .....</b>	<b>27</b>
1.1. Um país que aprendeu a fazer telenovela .....	30
1.2. A televisão e a telenovela seguem atrativas para o público brasileiro .....	36
1.3. Experimentações para cativar os novos sem perder os antigos.....	43
<b>2. ACERVOS, RECORDAÇÕES... E APAGAMENTOS .....</b>	<b>54</b>
2.1. Panorama dos acervos televisuais brasileiros (parte 1) .....	63
<b>3. PASSADOS PRESENTES E A CULTURA DA MEMÓRIA .....</b>	<b>73</b>
3.1. Memória, musealização e a digitalização .....	76
3.2. Temporalidade, obsolescência e esquecimento.....	92
3.3. A cada sessão uma nova sensação .....	98
3.3.1. A experiência do ver e do rever .....	99
3.3.2. As reprises na Globo e o acervo como atração .....	109
3.3.3. As TVs públicas e religiosas descobrindo a reprise.....	115
3.3.4. Reprisar, porque no meio do caminho tinha uma pandemia .....	116
<b>4. CANAL VIVA, A REPRISSE EM TEMPO INTEGRAL.....</b>	<b>125</b>
4.1. Canal Viva, a origem, a audiência e os fãs .....	127
4.1.1. Um canal de identidade forte junto ao seu público .....	131
4.1.2. Como vai a audiência? .....	138
4.1.3. A relação com os fãs .....	146
4.2. Viva, a reprise e a montagem .....	155
Grupo 1: carro-chefe, as reprises.....	157
Grupo 2: reminiscências.....	161
Grupo 3: mediação e interação .....	168
Grupo 4: datas especiais.....	176
Grupo 5: trajetórias (coproduções) .....	181
4.3. VivaPlay e Globoplay, o que o futuro presente reserva?.....	185
4.3.1. O Globoplay e seus concorrentes.....	189
4.3.2. Um segmento em veloz expansão .....	193
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	199
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	213

Bibliografia .....	213
Webgrafia.....	218
ANEXOS.....	220
1. Panorama dos acervos televisuais brasileiros (parte 2) .....	220
Demais emissoras nacionais .....	220
Antigas emissoras nacionais.....	223
Outros acervos audiovisuais nacionais .....	227
2. Kit Mídia Viva Novela .....	232

## INTRODUÇÃO

Em 2010 o grupo Globosat<sup>1</sup> lançava seu 29º canal de televisão por assinatura, o *Canal Viva*<sup>2</sup>, com programação majoritariamente de acervo como telenovelas, minisséries, seriados, e variados formatos de programas musicais, de variedades e humor, já veiculados na Rede Globo de Televisão (Globo), e na maior parte, produzidos pela própria, tendo no público feminino o seu alvo. Além da veiculação - a reprise “pura” em si -, o canal estende as narrativas a partir da criação de novas tramas realizadas a partir da montagem de cenas das telenovelas (e outros produtos) reprisados, sob novos contextos e formatos, oferecendo assim, experiências e intertextualidades para os diferentes perfis da audiência: os que irão rever as telenovelas, aqueles que talvez eram jovens na época da exibição original e que têm interesse (ou a oportunidade) de assistirem nos dias atuais, aqueles que sequer eram nascidos ou eram pequenos demais, ou qualquer outro motivo. Assim, tem consistente presença entre os cinco canais mais vistos na televisão por assinatura no país ao longo de onze anos.

Tendo o *Canal Viva* e a reprise da telenovela como objetos, o desenvolvimento partiu de fundamentação teórica adotada em escritos da obra do alemão Andreas Huyssen que tem sido fruto de suas observações: **de que nunca o passado esteve, de alguma forma, tão vivo no presente como na atualidade, nas mais diferentes áreas da sociedade** (1995; 2000; 2003; 2007; 2008; 2014). Conforme me aprofundei em seu trabalho, me deparei com uma forte associação do autor às temáticas de arquitetura, monumentos e memoriais, história, memória e musealização, inclusive muitos dos seus textos abordam questões como Holocausto, 11 de setembro, conflitos entre nações e reconstruções.

Esse movimento observado na obra de Huyssen não se limita às temáticas ou áreas de estudos acima citadas, vale para diversos polos de nossa sociedade, de nosso cotidiano. Com isso, nasceu a vontade de realizar uma pesquisa que busca analisar dentro do vasto campo de estudos da televisão brasileira a estratégia de um canal de televisão por assinatura de conteúdo de acervo, sua atuação com o televisão de fluxo (no conceito de Raymond Williams), sua relação com esse passado presente, impactos e relações com as redes sociais virtuais como

---

<sup>1</sup> Globosat: empresa pertencente ao Grupo Globo de Comunicação. Fundada em 1991, foi a primeira programadora de televisão a cabo no Brasil, ano de início das concessões no país. Disponível em <<http://canaisglobosat.globo.com/>>, menu > Início > ano 1991. Acesso realizado em 04/07/2021.

<sup>2</sup> Como parte de sua estratégia de modernização, no 1º trimestre de 2018 o *Canal Viva* mudou a sua logomarca para *Viva*. Como essa pesquisa não faz um recorte temporal específico, abordando referências desde a fundação do canal até os dias atuais, foi opção referenciar textualmente sempre como Canal Viva, inclusive nas palavras-chaves, entendendo que essa mudança se refere à um apelo comercial e não interfere nas análises aqui propostas.

mecanismos de suporte e interação - ainda que a análise dessas redes sociais virtuais em profundidade não faça parte desse estudo.

A análise se mostrou ainda mais relevante, quando após o início do levantamento bibliográfico e da criação dos primeiros rascunhos, o mundo se viu atingido pela pandemia do novo Coronavírus. Isso motivou a revisão do recorte adotado na ocasião, uma vez que o acervo audiovisual deixou de ser um simples item de armário para se tornar importante ativo das emissoras em um período de paralisação de novas produções. Secundariamente, é também um registro de uma transição, ora por características tecnológicas (novos meios), ora por questões sociais (pela pandemia), então escreve o momento factual e pode contribuir em análise futuras, uma vez que os dados aqui descritos sobre o episódio são relatos de um tempo presente.

Para Huyssen, se por algumas décadas privilegamos de forma generalizada uma valorização ao futuro que estava por vir e como esse *futuro presente* não se concluiu da forma esperada, emergiu então a força do *passado presente*, que pareceu desde então oferecer conforto e alento em meio a uma era informacional sem precedentes. Segundo ele “*quanto mais rápido somos empurrados para o futuro global que não nos inspira confiança, mais forte é o nosso desejo de ir mais devagar e mais nos voltamos para a memória em busca de conforto*” (2004, pg. 32). Na prática é como se o passado estivesse mais presente e menos distante no conceito tradicional (ocidental) de temporalidade, linearidade e finitude. Um passado que ocorreu num período determinado, referido e localizável, e ao seu final só existe como uma lembrança.

O que Huyssen debate é a permanência dentro da cultura ocidental de muitos passados em um só presente, sempre mais atemporal e com materializações em muitos segmentos como a moda, as artes, a arquitetura, a cotidianidade, os reencontros saudosistas, a *timeline* (linha do tempo) do Facebook (2014, pg. 15) e tantos outros, assim como é o *Canal Viva*. Compreender o que é o passado presente pode começar com a ideia de convivência de tempos diversos (mistos) juntos em um único tempo, sem restringir o passado como um lugar de memória, e sim, como um tempo que ainda no presente, pode por opção ser (re)vivido, (re)consumido, (re)lembrado, (re)configurado, e no dia seguinte novamente, e sempre que assim alguém o quiser, e na mesma medida ele pode ser devolvido, guardado ou até esquecido. A sucessão dos acontecimentos se faz no tempo, e ele em si é imóvel, e ainda que mais ou menos vasto, permite à memória voltar ao que chamamos de passado (HALBWACHS, 2011, pg. 153).

É importante reforçar que para evocar esse passado, próximo ou distante, existe um mediador no tempo presente que é o nosso próprio corpo, e isso gera uma influência em como essa memória repercute ao ser recontada na atualidade, segundo Bosi (1995, pg. 44). Ele que



bem observou essa influência ao longo de décadas de estudos sobre a memória, especialmente de velhos e imigrantes ao relembrar suas histórias pessoais e como recontá-las em dias atuais sofriram interferências (talvez) inexistentes em seu acontecimento original. Então, assistir uma reprise nunca poderá ser visto como uma atividade de repetição, pois de alguma forma sempre será diferente, ainda que seu conteúdo textual possa ser o mesmo, há perdas e ganhos no processo que a tornarão única.

Com essa indagação em mente, o trabalho tem como objetivo geral analisar a criação e as estratégias do *Canal Viva* para tornar relevante o consumo das telenovelas reprisadas ao longo de onze anos de sua existência. Por isso, ressignificação, memória e experiência serão elementos que de diferentes maneiras ajudarão a perseguir os objetivos específicos aqui propostos de:

- Observar o histórico, a consolidação e a relevância da telenovela como elemento cultural nacional versus a prática tardia de constituição dos acervos televisuais brasileiros nas emissoras privadas - capítulos 1 e 2.
- Relacionar aspectos de memória, da experiência de "outra vez" e da revitalização na práxis televisiva nacional a partir de exemplos reais - capítulo 3.
- Tecer um recorte de abril a junho/2020 sobre o efeito da pandemia na produção audiovisual nacional das emissoras de televisão abertas, e como essas se aproximaram do modelo do *Canal Viva* para se manterem no ar - capítulo 3.
- Analisar as estratégias do *Canal Viva* para se relacionar com o telespectador a partir da reprise da telenovela não original e a expansão de narrativas a partir de seus fragmentos, os *remakes* originais e o *streaming*, sempre na perspectiva de acervo - capítulo 4.

A existência de uma temporalidade mais plural, tanto em conceito, como em aspectos práticos, pode ser facilmente localizada na era hipermoderna, especialmente a partir dos anos 2000. Em especial com a acessibilidade promovida pela Internet e pelos meios de comunicação, novos ou antigos, por vezes reconfigurados, e que possibilitaram ao homem entre tantas coisas, assistir a um programa de televisão já veiculado originalmente sem o rigor das grades de veiculação das emissoras, podendo escolher o que e quando irá assistir, em que minuto irá pausar e recomeçar. A emissora não dita mais os horários do início, dos intervalos e do fim, a escolha está na alçada decisória do telespectador/usuário.

No percurso de desenvolvimento da pesquisa houve uma pandemia de proporção global, entre as incontáveis consequências, ela atingiu o mercado audiovisual. Pela primeira vez em

décadas ininterruptas de produção no Brasil (e no mundo), produtores de conteúdo se viram obrigados a paralisar suas iniciativas em curso e a buscar material de acervo para manter as programações dos canais 24 horas por dia, 7 dias por semana na televisão, tal qual o abastecimento das plataformas de *streaming* - que embora não tenham o compromisso de exibição da grade fixa de dias e horários, já possuem com seus assinantes uma dinâmica recorrente de lançamentos semanais -, e, portanto, mais do que uma solução, foi a única opção para a maioria dos canais abertos e fechados, que inclusive tornaram-se salas de cinema em formato online, dado que as salas físicas estavam fechadas. Esse momento, temporariamente transformou as demais emissoras abertas (e fechadas) em espécies de *Canal Viva*, uma vez que os produtos audiovisuais originados a partir de um ambiente coletivo como as telenovelas em que diferentes agentes (atores, diretores, câmeras, produtores e outros técnicos) interagem para dar forma consumível ao conteúdo e que não podiam ser realizados naquele momento.

Assim, graças ao acervo que as emissoras continuaram no ar, oferecendo de forma ininterrupta uma programação, parte reprisada, parte inédita (alguns programas e telenovelas tinham episódios já gravados, esses sinalizaram que as gravações ocorreram em período pré-pandemia). O jornalismo que se tornou o principal emissor de informação crível para o grande público, trazendo atualizações sobre como seguir protocolos de saúde, isolamento, distanciamento, entre outros, e esses não podiam parar, especialmente porque se tratava de uma pandemia desconhecida em muitos aspectos e impactos, cercada de muitos boatos (*fake news*), e pela postura do próprio Governo Federal que se negava a dar números oficiais e a responder aos questionamentos da imprensa e entidades - isso é outra discussão.

É também neste momento, com a explosão do consumo massivo de conteúdo de acervo, que as vulnerabilidades da atividade ficam ainda mais expostas, como: ausência de clássicos (antigos) da televisão e cinema nacional que não foram preservados; falta de recursos; o desinteresse do poder público em termos de políticas, incentivos e ações práticas - vide atual situação da Cinemateca Brasileira -; precariedade estrutural, entre outros. Se em 2020 esse ainda não é um cenário tão positivo, vale pensar que há apenas três décadas os acervos das emissoras nem sequer estavam catalogados, digitalizados ou devidamente armazenados, como citado em artigo:

De *Beto Rockefeller*, que mudou a teledramaturgia nacional, só há seis capítulos, o dobro dos episódios sobreviventes de *A Família Trapo*, hit de Jô Soares e Ronald Golias. Nada sobrou de musicais clássicos dos anos 1960, como o *Fino da Bossa*, com Elis Regina, e *Jovem Guarda*, com Roberto Carlos, da Record. Da fase Bandeirantes de Hebe Camargo (1979-1983) restam seis programas. De Chacrinha há cinco programas de sua fase Globo

(1982-1988), um da Band (1978-1981) e 120 minutos dos tempos da Tupi (1972-1978). ELIAS e PEREIRA JÚNIOR (In: Pereira Júnior (org.) 2002, pg. 225).

O que estudiosos, incluindo Huysen, chamam de consumo massivo do passado presente está fragmentado em incontáveis segmentos e formatos, assim como os estudos acerca de sua conceituação, entendimento e materialidade, especialmente nas culturas ocidentais. Em termos práticos, significa que pesquisadores da história, psicologia, semiótica, linguística, análise discursiva, neurociência, filosofia entre tantas outras, têm se debruçado na exploração do tema, seu entendimento, diagnóstico, manifestação, efeitos e perspectivas, vetores e relações. Inclusive como a memória em qualquer uma dessas áreas influi nesse retorno ao passado pela sua natureza intrínseca de armazenar informações do homem (fatos, dados, lembranças etc.), ao conteúdo emocional promovido por ela, seja pelas memórias vividas, seja pelas memórias imaginadas. Na visão de Huysen, é o **mercado da memória**.

Com as inúmeras transformações que ocorreram na recepção do conteúdo audiovisual de forma geral, emissoras e distribuidoras entenderam que havia uma oportunidade mercantil a ser explorada a partir do material de acervo. Portanto, era preciso acabar com a mácula de que arquivo era sinônimo de velho, local de guarda, conotado como pó, teia de aranha, decadente, esquecido... (EDMONDSON et al., 1998, pg. 8). Para isso, voltemos um pouco no tempo. Lá nos idos dos anos 1990, com o surgimento dos canais de televisão por assinatura com grande parte do seu conteúdo originado exclusivamente em material de acervo, ainda que tenha demorado quase uma década para crescer, e, ainda assim tenha se concentrado em determinadas capitais e grandes cidades, nesses locais, sua chegada causou impacto e mudanças significativas para as videolocadoras, hoje já quase totalmente extintas, e na era da musealização, literalmente, as que ainda existem têm essa conotação de preservação e nostalgia.

Em uma recente onda de mudanças das tecnologias de consumo do audiovisual, surgiram as plataformas de *streaming* com conteúdo variado e preço acessível, rapidamente ganharam mercado, causando significativas perdas às operadoras de televisão por assinatura (tv paga ou tv a cabo). Em sucessivas matérias sobre os *cords cutters* (cortadores de cabo ou canceladores de televisão por assinatura, como são chamados nos Estados Unidos, em tradução livre), o jornalista especializado em televisão Ricardo Feltrin sempre tem provocado sobre “*até quando a expressão TV paga vai existir? Quiçá a própria TV paga se torne um streaming também?*”.

Concordando e indo além, o modelo atual de *streaming* já mostra em muitos aspectos que há suas vulnerabilidades, e que já tem oportunidades de melhorias e necessidade, assim

como o de se defender da pirataria. Vale lembrar que sempre foi assim, 100 anos da criação da televisão e os debates sobre ela nunca saem de moda, só que há anos, televisão como aquela caixa preta mágica que ficava na sala da casa e reunia a família em torno é figura mítica. Como bem disse Richard Asquith, CEO de Audiência Kantar Media, televisão hoje é a experiência audiovisual em PCs, *laptops*, *smartphones*, *tablets*, videogames, de modo linear, com serviços de *time shifting*, *place-shifting*, *catch-up TV* e VOD<sup>3</sup>. Significa que ficou mais complexo, é maior como meio, como tecnologia e como abrangência ao pensar que os conteúdos deixam de ser apenas nacionais, portanto, televisão está (e vai) a muitos lugares, ela virou móvel. Pensar na figura da sala é reducionista demais para uma história centenária.

Neste cenário, optou-se pela adoção de metodologia hipotético-dedutiva constituída de:

- levantamento bibliográfico em diferentes áreas de conhecimentos e um pouco mais detalhadas adiante com a menção dos autores-chaves;
- coleta de material jornalístico especializado e variado como entrevistas, depoimentos, notas, críticas, matérias, dados públicos de audiência disponível em sites de internet, para isso utilizou-se basicamente três critérios:
  - *críticos especializados*: quando se referem à televisão e à telenovela as citações utilizadas ao longo do trabalho vão se restringir a um grupo de jornalistas especializados devidamente citados nas referências. Entre os principais motivos de escolha estão: o conhecido e amplo repertório, o currículo e a referência dentro do segmento de atuação, as publicações em grandes veículos e acessíveis via Internet, permitindo ser consultado e evidenciado para efeito de pesquisa.
  - *grandes veículos*: apesar de serem generalistas, foram utilizados quando tinham matérias específicas aos temas de televisão e telenovela, assim, traziam informações relevantes e depoimentos de profissionais da área que colaboraram com citações e dados relevantes para construção do conteúdo dissertativo.
  - *veículos de menor porte*: foram utilizados em último caso, quando somente um único possuía a informação necessária para servir como citação ou nota de rodapé. Ainda assim, buscou-se ter um mínimo de qualidade, garantindo que na data da última consulta o site da Internet

---

<sup>3</sup> Estudo **De televisão para total vídeo**, de 21/11/2017. Disponível em <<https://www.kantaribopemedia.com/from-tv-to-tv-download/>>. Acessado em 05/07/2021.

estivesse no ar, assim como o site não estivesse envolvido em questões políticas, publicação de notícias falsas, ou mesmo, a presença de acusações que desabonassem sua credibilidade, por exemplo.

- coleta de materiais institucionais do próprio canal em anos variados desde a sua fundação, tanto em seu site, como através do sistema de busca na Internet que ofereciam conteúdos oficiais do *Canal Viva* que já não estão mais disponíveis para acesso direto via endereço virtual. O mesmo ocorreu com o material das emissoras concorrentes abertas, fechadas e entidades setoriais oficiais, tanto foi coletado em seus respectivos sites, como também encontrado material através dos sistemas de buscas. Além disso, algumas emissoras mais tradicionais não aparecem em material bibliográfico;
- busca em sites confiáveis de banco de dados de informações catalográficas das telenovelas, reconhecidos pela comunidade de estudiosos e especialistas como críveis para esse tipo de consulta;
- estudos acadêmicos como artigos, dissertações, teses e publicações, que tiveram basicamente três propósitos:
  - entender tudo que havia sido publicado sobre o *Canal Viva* até o momento e em quais anos, seus objetos, recortes e entornos. Inclusive hipóteses, problemáticas, bibliografia e constituição para garantir que havia ineditismo e relevância na pesquisa proposta, assim como para resguardar territorialidades de pesquisa diferentes, complementares.
  - mapear sobre quais hipóteses já havia uma exaustão de temas e a contribuição poderia ser de menor relevância.
  - entender como os autores de outras áreas aqui adotados poderiam vir a se articular a partir do trabalho de pesquisadores de outras áreas.
- Leitura das postagens de telespectadores em sites, *blogs* e redes sociais virtuais com objetivo de formação de conteúdo para uso ao longo da produção textual, abrindo mão de realizar a coleta estruturada, com análise de postagens e redes sociais virtuais, pois isso não era objetivo da pesquisa e, portanto, traria contribuições menores e exigiria um esforço relevante para o momento. Mesmo que haja algumas menções sobre redes sociais virtuais, essas devem ser vistas como informações acessórias ao trabalho.

Vale reforçar que grande parte da pesquisa foi realizada durante o período pandêmico e impactou diretamente, quando bibliotecas fecharam por período indeterminado, a importação de livros ficou suspensa e a visita a locais físicos tornou-se impossível com o efeito de *lockdown*. Por isso, ao ser lida a metodologia, ainda que pareça ser limitada, havia restrições extrínsecas, apesar dos esforços de suprir com materiais oriundos de outras fontes. Além disso, foram acrescentadas as observações pessoais e o conhecimento empírico pesquisador/telespectador, incluindo o período pandêmico selecionado de abril-junho/2020, período esse da paralisação das gravações na maioria das emissoras nacionais, iniciando o movimento de uso do material de acervo para manutenção da programação.

Vislumbradas a justificativa e a relevância da pesquisa, o objeto, o referencial teórico, os objetivos (gerais e específicos) e a metodologia, a estrutura em sua constituição final se faz de quatro capítulos, resumidos a seguir acerca de sua estrutura e subcapítulos, principais autores, abordagens e algumas limitações conscientes, afinal, todo trabalho de pesquisa necessita estabelecer um escopo, pois é impossível dar conta de tudo, ainda que haja esse desejo.

O **capítulo 1** introduz a televisão, a telenovela e a construção desse produto como parte do imaginário nacional em três subcapítulos que não têm nenhuma divisão histórica, e seguem uma opção autoral, relativamente cronológica, da chegada da TV ao país até encontrar e se estabelecer como indústria de conteúdo com produção ininterrupta há 70 anos, e que vem a ser o produto cultural principal explorado pelo *Canal Viva*, a telenovela, objeto da pesquisa; a constante reinvenção e a experimentação ao longo das décadas, em uma perspectiva capital de que telespectadores são clientes e há sempre o desafio para sua manutenção e a conquista de novos públicos. Para essa construção foram adotados reconhecidos pesquisadores da televisão e da telenovela brasileira como Esther Hamburger, Eugênio Bucci, Maria Immacolata Vassallo Lopes, Sílvia Borelli, Arlindo Machado e Ismael Fernandes.

O **capítulo 2** traz uma visão do acervo televisual nacional de algumas emissoras privadas abertas produtoras de telenovelas, especialmente a Globo, fornecedora de conteúdo do *Canal Viva*. Ao tratar de um produto não inédito, sua disponibilidade, integralidade e condições de preservação são vitais para que se possa ser discutida a existência longínqua de um canal baseado apenas em reprises. Por isso, ainda que tardio, saber que o movimento de preservação em nosso país teve barreiras de ordem econômica, cultural, técnica e estrutural nos primórdios e até anos 1970, início dos anos 1980, é importante para entender nosso estágio atual e o tipo de conteúdo que possuímos. Neste capítulo há também referencial técnico de especialistas da área de arquivologia como Heloísa L. Bellotto e Ray Edmonson necessários para conceituação.

Já Luiz Costa Pereira Júnior, Eduardo Elias e Áureo Busetto participam com exemplos de casos nacionais. Parte complementar do diagnóstico está disponível nos *ANEXOS*.

Além disso, em vários dos capítulos e subcapítulos da pesquisa há participação de autores como Henry Jenkins, Newton Cannito, Beatriz Sarlo e Vicente Gosciola.

Propositadamente inserido no meio, o **capítulo 3** se propõe a observar esse movimento através da proposta de Huyssen do **passado presente e a cotidianidade** entendendo não se tratar de uma moda, de algo transitório e passageiro, e sim comportamental, sociológico, arraigado nas sociedades há décadas. É o mais teórico de todos e composto de três subcapítulos que mesclam a fundamentação em sua ótica e de outros estudiosos, como isso se materializa na modernidade, como podemos enxergar isso em diferentes manifestações audiovisuais, oferecendo claro, um viés para a telenovela (ou para teledramaturgia de forma geral). Ajuda a pensar que o surgimento do *Canal Viva* e essa preferência por assistir telenovelas produzidas em tempos anteriores são frutos dessa nova temporalidade que não percebemos, mas que vivemos 24 horas por dia. Apoiam o capítulo autores como Maurice Halbwachs, Ecléa Bosi, Iván Izquierdo, Jaques Le Goff e Franklin Leopoldo e Silva.

Adicionalmente, ao longo da pesquisa, o efeito causado pela pandemia do novo Coronavírus manteve - e ainda mantém no momento de redação desse trabalho -, milhões de pessoas, inclusive brasileiros, dentro de seus lares de forma nunca antes vista, ao mesmo tempo em que o consumo de 'televisão' aumenta, a produção em todas as emissoras é bruscamente paralisada, e meses depois vai retomando de forma parcial, exceto conteúdos jornalísticos que têm o compromisso de acompanhar a crise e seus desdobramentos diários. Assim, para se manterem no ar, as emissoras tiveram que recorrer ao seu acervo de filmes, telenovelas e outros formatos de ficção seriada, shows, programas de auditório e entrevistas etc., num fenômeno singular e por tão longo período. Assim, emissoras de televisão aberta e por assinatura se tornaram análogas ao *Canal Viva* por muito tempo.

Deste modo, um evento ocasionou no curto prazo uma mudança de comportamento por necessidade, e que ainda precisará ter observados os seus efeitos mesmo com a normalização da produção. Dada uma nova experiência de consumo em massa vivida e experimentada por pessoas das mais diversas regiões, idades e classes de uma forma e intensidade que talvez não se tenha presenciado, isso poderá deixar marcas.

Desde já, vale reforçar que o passado presente não pode ser uma redução de reprise ou nostalgia, vai além, na geração do significado, ou na resignificação, para quem um dia já viveu aquilo, essa interpretação será importante para que se possa aprofundar no estudo de caso e

análise feito no próximo capítulo. Ainda nesse capítulo há uma tentativa de evidenciar que essa cultura da memória é uma construção de longo prazo, e o que esse trabalho se propõe é apenas um recorte posterior ao início dos estudos de Huyssen e outros, e que termina antes mesmo do fim dessa ode mnemônica ainda em curso. É um capítulo que trará por vezes algumas explicações conceituais em relação à memória ou seu funcionamento apenas com o objetivo de auxiliar na compreensão do texto.

Percorrida essa perspectiva de televisão, telenovela, acervo audiovisual, cultura da memória, presente passado e cotidianidade, chega-se ao **capítulo 4**. Ele aborda o *Canal Viva* a partir de sua criação, audiência e relação com os fãs, aspectos importantes para conceituar sua força e relação afetiva junto aos telespectadores. Na sequência abrem-se subcapítulos que abordam o carro-chefe, a reprise das telenovelas, como a emissora atua na expansão das narrativas criando novos conteúdos, aqui nomeado de *estratégias da reciclagem e da resignificação*, usando técnicas básicas de montagem que se apropriam de elementos simples, porém, quando trabalhados criam novos contextos visuais, sonoros e textuais. Apoiam essa análise mais técnica sobre o ‘produto’ autores como Nicolas Bourriaud e sua visão de pós-produção e Anna Maria Balogh e Maria Cristina Palma Mungoli e com suas análises sobre *remake*. Em todos os casos, como o acervo, a memória e os afetos fazem parte desses discursos.

Além disso, o **capítulo 4** oferece uma perspectiva sobre o “*What’s the next big thing?*” (Qual a próxima coisa grande?), expressão usada para definir as grandes ondas de mudanças que acontecem na sociedade de forma tão expressiva, deixando como legado de sua passagem novos hábitos. Certamente essa grande coisa não é novidade, é o *streaming*. Então pode ser o VivaPlay uma forma de experimentação à incorporação das telenovelas de acervo ao Globoplay?

Chegando às **considerações finais**, além de uma breve recapitulação sequencial da narrativa abordada na pesquisa para lembrar o ponto de partida, premissas e metodologia adotada. Diferentes temas, fontes e autores contribuem na busca por responder aos objetivos estipulados. Momento de transição, novo e antigo. Inédito e reprisado. Estruturado e líquido. Em meio a uma espiral de transformações físicas, comportamentais, tecnológicas, sociais, mercadológicas, audiovisuais e econômicas, que inclusive promovem reflexões sobre conceitos e lógicas preestabelecidas como a temporalidade, a linearidade e a liberdade, esse último especialmente motivado pela situação de reclusão no período pandêmico, e que para muitos fez da televisão sua única companhia, afinal, como diria Arlindo Machado, “*a televisão é e será aquilo que nós fizemos dela. Nem ela, nem qualquer outro meio, estão predestinados a ser*



*qualquer coisa fixa*” (2000, pg. 12). Assim, poderia resumir a estrutura em blocos de *reflexão* (capítulos 1 e 2), *história* (capítulo 3) e *práxis* (capítulos 4).

Antes de iniciar a dissertação compartilho observações importantes para interpretação de algumas escolhas e renúncias do autor:

- 1) Apesar de constar em incontáveis fontes informações sobre telenovelas, como autor, ano de produção, elenco etc., foi opção concentrar essa extração de dados em uma única fonte, o site Teledramaturgia<sup>4</sup>, incluindo o total de obras de um determinado canal quando aqui citado. Site esse mencionado com mais detalhes em *ANEXOS* como excelência de acervo textual e gráfico, lembrando que sua construção foi inspirada, segundo o seu criador, a partir do livro-referência de Ismael Fernandes, *Memória da telenovela brasileira*.
- 2) Mencionar o trabalho de dois colegas pesquisadores<sup>5</sup> que foram importantes pontos de partida para buscar não explorar aqui os mesmos objetivos e hipóteses, buscando assim criar um recorte inédito, acrescentando novas informações sobre nosso objeto comum, o *Canal Viva*. Para criar novas conexões entre o objeto e o conceito de memória, que é a base comum entre os três trabalhos, ainda que cada um siga por vertentes distintas. São eles:
  - a. A dissertação *A memória televisiva como produto cultural: um estudo de caso das telenovelas no Canal Viva*, de Júlio César Fernandes. Defendido em 2013 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo teve o objetivo de estudar a memória televisiva recuperada e construída do *Canal Viva*, e as telenovelas por ele exibidas, verificando suas características como produto cultural e o seu lugar na trama das mediações e das interações sociais relacionando aos conceitos de memória, cultura, identidade, imaginário, história da televisão e da telenovela brasileira, recepção televisiva (foco nas mediações) e nostalgia.
  - b. Defendida em 2017, a tese *A memória afetiva e os telespectadores: um estudo do Canal Viva*, de Mário Abel Bressan Júnior, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, teve objetivo de analisar a constituição da memória afetiva dos telespectadores do *Canal Viva*, como acontece a conquista da

<sup>4</sup> Disponível através do endereço <<http://teledramaturgia.com.br/>>.

<sup>5</sup> Mencionados nas Referencias como FERNANDES, Júlio César e BRESSAN JÚNIOR, Mário Abel.

audiência, como a memória afetiva pode interferir no processo de aceitação, quem são e como interagem esses telespectadores nas redes sociais virtuais e que memórias e afetos aparecem nas publicações em redes sociais.

Somados os três estudos realizados em intervalos aproximados de quatro anos ajudam a acompanhar o histórico dessa evolução quase que em tempo presente, dado que o primeiro deles foi desenvolvido quando o *Canal Viva* tinha pouco mais de dois anos de existência. Portanto, muitos dos mecanismos aqui analisados de meios, formatos, intermediação, intertextualidades, relacionamento, erros e acertos sequer tinham ocorrido, então trata-se de um passado presente enquanto análise histórica da trajetória do *Canal Viva*. Como objeto de estudo traz em seu âmago um conteúdo de um passado ainda mais antigo. Sem dúvida, nesse contexto é possível se apropriar da observada por Huysen de que as maneiras de pensar e viver a própria temporalidade estão passando por uma mudança significativa (2003, pg. 4)<sup>6</sup>, assim como a forma como lidamos com ela.

- 3) Em função do período pandêmico algumas ações inicialmente previstas foram descartadas. Elas envolviam atividades com contato físico social: visita aos acervos e ao *Canal Viva*; acompanhamento e entrevista na casa de telespectadores no momento que assistem sua telenovela de preferência.

Diante dessa perspectiva, o esforço é de contribuir com a concepção de um estudo com observações e reflexões acerca do consumo da telenovela brasileira de acervo, estabelecer suas relações com a memória a partir de um referencial teórico contemporâneo ainda pouco explorado, com esparsas investigações pela academia e uma série de evidências em nosso cotidiano, ou seja, é a chance de articular com uma problemática real. No entendimento deste pesquisador, pelo menos por hora, é um tema original com carências e oportunidades de análise.

Para tornar a leitura fluída, as traduções foram livres, assim como a escolha dos trechos utilizados e realizadas pelo próprio pesquisador. Como nota de rodapé, sempre constarão os textos completos e originais, ora em inglês, ora em espanhol das citações diretas e indiretas.

---

<sup>6</sup> Texto original e completo em inglês: “*The form in which we think of the past is increasingly memory without borders rather than national history within borders. Modernity has brought with it a very real compression of time and space. But in the register of imaginaries, it has also expanded our horizons of time and space beyond the local, the national, and even the international. In certain ways, then, our contemporary obsessions with memory in the present may well be an indication that our ways of thinking and living temporality itself are undergoing a significant shift.*”

## 1. A TELEVISÃO, A TELENÓVELA E A CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO NACIONAL

“[...] como dispositivo audiovisual através do qual uma civilização pode exprimir a seus contemporâneos os seus próprios anseios e dúvidas, as suas crenças e descrenças, as suas inquietações, as suas descobertas e os voos de sua imaginação.”  
Arlindo Machado (2000, pg. 11)

É seguro afirmar que no Brasil a televisão ainda é o mais expressivo meio de comunicação de massa, promovendo em um país de dimensão continental a disseminação de informação e entretenimento - ainda que haja um privilégio de emissões a partir de uma visão da região sul do país -, ela mantém milhões entretidos, informados e localizados. Portanto, é possível pensar na televisão como um instrumento de grande impacto na vida social moderna e parte constituinte da cultura contemporânea (MACHADO, 2000, pg. 10). Tendo a concordar com Sarlo quando diz que a televisão é democrática, mas nem tanto sobre ser laica - ou pelo menos ao uso não laico e comercial que é feito dela em alguns casos -, mas de volta ao aspecto democrático, é sem dúvida a TV de norte a sul do país que está no boteco ou na casa de luxo, na praça da cidade sem iluminação e que é o único atrativo da população local ou conectado nas esteiras de academia de última geração da grande metrópole, por isso, seja onde for, qual for o uso ou a necessidade, *diante da aridez de um mundo desencantado, a televisão traz uma fantasia sob medida para a vida cotidiana* (SARLO, 1997, pg. 83).

Além de um aglomerado de produtos descartáveis destinados ao entretenimento massivo, Bucci a vê como um sistema complexo que fornece códigos para os brasileiros se reconhecerem, tornando-se quase impraticável pensar a nossa comunicação sem a sua presença (1996, pg. 9). De outro lado, Bourdieu defende que a televisão é uma espécie de monopólio sobre a formação das cabeças de parte da população, que preenche o tempo das pessoas com o vazio, com nada ou quase nada (1997, pg. 23), visão contrária àquela defendida por Machado em um dos seus mais conhecidos trabalhos, onde diz que afirmar que na televisão só existe banalidade é um equívoco e questiona por que deveria a televisão pagar sozinha pela culpa de uma mercantilização generalizada da cultura (2000, pg. 9-10).

São muitos os estudos acadêmicos de diferentes naturezas e recortes que exploraram a relação do brasileiro com a telenovela, e algo comum em muitos deles, é que para determinadas

peças, famílias ou localidades o ato de ver televisão, telenovela ou certos tipos de programas, como o telejornal da noite, soam como rituais, são como relógios. O seu início reúne a família em torno da TV e o seu término dispersa aqueles que acompanham na casa dos vizinhos em alguns dos rincões do Brasil. A sua programação dita que é hora de jantar, pois já acabou a telenovela, ou de não se atrasar o jantar, para não perder o início da telenovela. Obviamente para muitos a palavra ritual soa forte, e sua adoção está para a vivência do rito, da cerimônia, da práxis até mais do que pelo conteúdo em si, afinal, é habitual que naquele horário se repita aquela cena, independente se a telenovela das 19 horas é uma comédia rasgada ou um drama. Então, a despeito de qualquer visão particular de autor ou linha ideológica, é impossível negar a presença da televisão para o brasileiro.

Reconhecida a importância da televisão no contexto comunicacional do Brasil, a pesquisa foca na telenovela, um dos, se não o mais, relevante e característico produto audiovisual com a marca “Brasil”. Assim, o primeiro capítulo propõe restaurar de forma resumida a chegada e o desenvolvimento da televisão e da telenovela no país - já é praticamente impossível dissociá-las, por isso, tudo irá se constituir em um mesmo subcapítulo -, da sua chegada a disseminação pelo país (*1.1. Um país que aprendeu a fazer telenovela*); da busca, ao encontro e estabelecimento de um modelo de dramaturgia que estabelece e ao mesmo tempo cria laços sólidos com a cultura e a sociedade brasileira, incluindo seus regionalismos (*1.2. A televisão e a telenovela seguem atrativas para o público brasileiro*), o contínuo ciclo de experimentações ao longo de sete décadas, sua sobrevivência e reinvenção até a contemporaneidade, inclusive porque já vive uma época que parte de sua produção não é feita mais para televisão e também para a televisão (*1.3. Experimentações para cativar os novos sem perder os antigos*).

São incontáveis as evidências que atestam a paixão do brasileiro pela telenovela. Para a professora e pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Telenovela da Universidade de São Paulo<sup>7</sup>, Maria Lourdes Motter, “*Essas histórias fazem sucesso porque, apesar de mudarem conforme o gênero, o autor e a época, tratam de questões milenares como encontro, separação, traição, segredo, mistério e disputas. A diferença é a tecnologia*”. Na contramão, essa mesma paixão não reflete em uma prática histórica nacional de incentivo à preservação e uso de acervo.

Os três primeiros subcapítulos a seguir buscam traçar um panorama amplo dos 70 anos da televisão e da telenovela, porém não é objetivo a descrição detalhada desse período

---

<sup>7</sup> Também creditado como Núcleo de Pesquisa de Telenovela - NPTN da ECA-USP e Grupo de Telenovela (CCA-ECA-USP), a depender da fonte e ano da citação. Mais tarde passou a se chamar Centro de Estudos de Telenovela (CETVN ECA-USP).

compreendendo que já existe literatura disponível tanto de autores reconhecidos, como por pesquisadores que suprem essa demanda. Assim, a proposta é olhar para esses três subcapítulos como uma rede que unida qualifica a paixão (adoção na TV no Brasil), a persistência (evolução ao longo das décadas) e a experimentação (reinvenção contínua impulsionada por tecnologia e aspectos geracionais do telespectador). Um ponto que não será abordado na pesquisa, mas é uma reflexão importante trazida por MARTÍN-BARBERO & REY, é que as populações na América Latina estão se incorporando à modernidade por meio oral e não escrito, que perdura como experiência cultural via gramáticas técnico-perceptivas das mídias (rádio, cinema e TV), fruto da própria aceleração que a modernidade comporta (2004, pg. 47), aplicativos de mensagem instantânea, ou seja, é uma adoção mais fácil de ocorrer, ainda que não seja culta ou não ensine como deva ser, ela informa e fornece algum tipo de embasamento ao cidadão. Seria, portanto, ela melhor do que nada?

Há 10 anos (29/05/2011) quando já completava 60 anos de idade, uma matéria especial veiculada pela Revista Época dizia que tão nacional como o futebol ou o samba, a telenovela ainda é o produto de maior sucesso na TV. Sua audiência girava em torno de 60% dos aparelhos ligados, nada era tão visto quanto as telenovelas.

Esse número caiu um pouco, mas em 10 anos ninguém, nem mesmo o futebol, aquele que nos identifica perante o mundo conseguiu alcançá-la. Se não pensarmos em telenovela, mas na penetração do conteúdo em vídeo no país e o efeito combinado que ele gera com as redes sociais virtuais os números são ainda mais assustadores.

Segundo relatório<sup>8</sup> da Kantar Ibope Media (Kantar), conteúdos em vídeo geraram mais de 363 milhões de *tweets* em 2020, e 90% veio da TV aberta, especialmente de *reality shows*, telenovelas, séries e jornalismo. No mesmo relatório, no *top 10 da TV Aberta e Fechada* dos quatro destaques da categoria telenovelas, três são reprises: *O Clone* (2001-2002, de Glória Perez no *Canal Viva*), a faixa do *Vale a Pena Ver de Novo* (Globo) e a reprise especial em função da pandemia de *Fina Estampa* (2011-2012)<sup>9</sup> na faixa das 21 horas (Globo). Talvez haja um viés em função do período versus tipo de programação disponível, ainda assim, são informações relevantes que mostram o comportamento do telespectador brasileiro.

---

<sup>8</sup> Infográfico **Os conteúdos de TV e VOD que mais agitaram seu feed em 2020**, de 04/02/2021. Disponível em <[https://www.kantaribopemedia.com/retrospectiva\\_kstr2020/](https://www.kantaribopemedia.com/retrospectiva_kstr2020/)>. Acessado em 24/04/2021.

<sup>9</sup> Telenovela de Aguinaldo Silva. Exibida de 22/08/2011 a 23/03/2012, na Globo, 21h, 185 capítulos.

## 1.1. Um país que aprendeu a fazer telenovela

“[...] mas não tem jeito. Para os interessados na  
cena brasileira, a televisão tem sido o ambiente inevitável.  
Falar da televisão, repito, é falar do Brasil.”  
Eugênio Bucci (1996, pg. 25)

Um dos primeiros países a adotar a televisão no mundo, 1950, pouco tempo depois das primeiras transmissões nos Estados Unidos, o Brasil desenvolveu uma estrutura original, combinando a propriedade comercial com diferentes formas de intervenção estatal (HAMBURGER, 2005, pg. 22), originando assim um produto com características culturais nacionais que é reconhecido internacionalmente, a telenovela brasileira. Da trajetória de 1951, iniciada com *Sua Vida me Pertence*<sup>10</sup> na TV Tupi<sup>11</sup>, até hoje, são 70 anos de produção ininterrupta por diferentes emissoras estabelecendo um consolidado mercado no país, ainda que nos últimos 40 anos ele seja de domínio absoluto da Globo<sup>12</sup>. E a despeito de qualquer monopólio, a trajetória da telenovela brasileira é fruto combinado de muitos agentes.

Avançando no tempo em uma década, em 1963 com a chegada do videoteipe, a exibição se tornou diária (HAMBURGER, 2000, pg. 25) com a estreia de *2-5499 Ocupado*<sup>13</sup> na TV Excelsior<sup>14</sup> nos extintos canais 9 de São Paulo e 2 no Rio de Janeiro (FERNANDES I., 1997, pg. 39), época em que a produção ainda não atingia todo o Brasil, as emissoras tinham atuações regionais - importante reforçar que a extensão territorial do país, pode ter tornado esse processo ainda mais lento e custoso considerando a (falta) infraestrutura disponível e as distâncias

---

<sup>10</sup> *Sua Vida me Pertence* exibida em capítulos semanais pela extinta TV Tupi de 21/12/1951 a 15/02/1952 é a primeira telenovela brasileira. Além do pioneirismo como trama, também foi responsável pelo primeiro beijo na boca dado pelo casal de protagonistas vividos por Vida Alves e Walter Forster.

<sup>11</sup> TV Tupi de São Paulo foi a primeira emissora de televisão a operar no país. Fundada pelo grupo dos Diários Associados de propriedade de Assis Chateaubriand, funcionou de 1950 a 1980, quando se dissolveu por problemas financeiros. Durante sua existência, foi fundamental para construção da TV brasileira de hoje. Cf. Elmo Francfort e Maurício Viel, na trilogia TV Tupi do tamanho do Brasil do projeto *TV ANO 70* do núcleo *Memória ABERT*, da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão lançados em 2020.

<sup>12</sup> A Rede Globo de Televisão foi fundada em 26/4/1965 pelo jornalista Roberto Marinho e segue no controle da família Marinho. Desde a sua fundação, tornou líder em praticamente todos os segmentos que atua, se tornando a segunda maior emissora comercial do mundo e a maior da América Latina, tendo se consolidado desde a década de 80 como a líder no segmento de telenovelas no Brasil.

<sup>13</sup> *2-5499 Ocupado*, de Dulce Santucci, baseada em original de Alberto Migré, texto e direção de Tito di Miglio. Exibida de julho a setembro de 1963. Uniu pela primeira vez um dos casais de atores mais icônicos da dramaturgia nacional como protagonistas, Glória Menezes e Tarcísio Meira.

<sup>14</sup> TV Excelsior pertencente ao Grupo Simonsen teve apenas 10 anos de vida (1960-1970). Nesse período contribuiu de forma relevante para a teledramaturgia brasileira com a produção de obras que ajudaram a construir o jeito brasileiro de fazer telenovelas e o lançamento de futuros astros da dramaturgia e humor. Cf. Álvaro de Moya. Glória in Excelsior: ascensão, apogeu e queda do maior sucesso da televisão brasileira. 2ª ed. revista e ampliada. São Paulo: Imprensa Oficial, 2010 (Coleção Aplauso).

socioeconômica entre as regiões do Sul/Sudeste versus Norte/Nordeste. Logo, outras emissoras seguiram o exemplo dando início a um sistema industrial de produção que desde então nunca cessou, assim como a expansão do mercado, inclusive internacional. Com isso, atores, autores e diretores tiveram que tirar a carga teatral e radionovelesca, criando um modelo televisivo de atuação, roteiro e de direção mais naturais à televisão.

Em 1965 o país contava com 598 mil aparelhos (CAMPEDELLI, 1987, pg. 25), e em 1979 chegara aos 16 milhões<sup>15</sup>, incluindo os primeiros receptores coloridos do país. Essa expansão permitiu que as tramas falassem não apenas com o eixo Rio-São Paulo, mas com o Brasil. Ainda que tal expansão tenha acontecido em ritmo diferente entre os estados, sua mensagem começa a ganhar abrangência ao longo da década de 80, quando os sinais televisivos se tornaram disponíveis na maior parte do território nacional, alcançando em 1991 pelo menos um aparelho televisor em 71% dos domicílios (HAMBURGER, 2000, pg. 22). Segundo a última edição da PNAD<sup>16</sup> de 2018, esse total era de 96,4% domicílios com um aparelho.

As primeiras dramatizações televisivas surgiram nos teatros-televisados adaptados de obras da literatura clássica mundial, e se tornaram gênero predominante nas primeiras telenovelas. Enredos de capa-espada eram comuns no universo latino (Cuba, Argentina e México), mas as tramas se passavam em impérios além-mar. Eram obras em sua maioria da cubana Glória Magadan, autora que reinou até final dos 60, quando uma ruptura de gênero começou a ser promovida com o lançamento de *Beto Rockefeller* em 1968<sup>17</sup> na TV Tupi.

Nela surge a chamada novela-verdade, que aborda temas da realidade social e cultural, assim como há o “abrasileiramento” das tramas, lugares e personagens, esses inclusive recebem nomes pronunciáveis em português, profissão e problemas de um cidadão brasileiro comum, é o começo da identificação direta do telespectador com o personagem, até então dominado por sheiks, príncipes, rainhas, ciganas entre outros. É o realismo que possibilita a cotidianização da narrativa, o encontro do gênero com a história e com algumas matrizes culturais do Brasil, segundo definição de Martín-Barbero e Rey (2004, pg. 120). E, como dito por Machado, a televisão pode ser vista como um dispositivo audiovisual que exprime aos contemporâneos seus próprios anseios e dúvidas, crenças e descrenças, inquietações e descobertas (2000, pg. 11). Além disso, os estilos televisivos trazem marcas de um discurso serializado: comédias, dramas

<sup>15</sup> Matéria disponível em <<http://www.tudosobretv.com.br/history/tv70.htm>>. Acessado em 23/6/2019.

<sup>16</sup> Dados do informativo da PNAD Contínua 2018 publicados em 2020. Disponível em <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705_informativo.pdf)>. Acessado em 27/12/2020.

<sup>17</sup> Telenovela de Bráulio Pedroso. Exibida de 04/11/1968 a 30/11/1969, na TV Tupi, 20h, 230 capítulos.

(SARLO, 1997, pg. 66), ou seja, é fácil para o telespectador, e com raras exceções ele sabe qual conteúdo e emoção espera obter com aquele tipo de telenovela, por exemplo.

Também em *Beto Rockefeller* (1968-1969) surge a figura do protagonista anti-herói, em oposição ao personagem de caráter firme e honesto (FERNANDES I., 1997, pg. 116), o príncipe dotado de virtudes, bom moço que sempre vira herói ao salvar a mocinha. Na mesma década, a telenovela *Redenção* (1966-1968) fica conhecida por lançar a primeira cidade cenográfica que contava inclusive com uma locomotiva verdadeira. Por ser a mais longa com 596 capítulos e realizar um transplante cardíaco (ibid., pg. 81), inaugurando o merchandising social (SOUZA, 2009, pg. 14), recurso esse explorado com frequência a partir dos anos 90, especialmente por autores como Manoel Carlos e Glória Perez.

Também no final da década de 70 que chega o aparelho televisor a cores e *O Bem-Amado* em 1973 é a primeira telenovela em cores (FERNANDES I., 1997, pg. 167), recurso estético que ajudou a contar um enredo que se apoiou na alegoria das cores para lançar um gênero. Na narrativa da trama traços genuinamente brasileiros com forte tom regional, inclusive vocabulário próprio, dando vida ao gênero do realismo fantástico - depois explorado em *Saramandaia* (1976) pelo mesmo Dias Gomes. Aliás, *O Bem-Amado* entraria para a história da teledramaturgia nacional. Hoje, 50 anos depois, sua obra segue atual em muitos aspectos, inclusive como um retrato social e político do país. Foi a primeira telenovela a cores baseada na peça do próprio Dias Gomes que havia ficado sete anos engavetada, primeira trama a ser exportada e a derivar um *remake* em formato de série (ibid., pg. 167-168). Em 2010 teve um *remake* como filme, e no início de 2021 a versão de 1973 chegou restaurada à plataforma do Globoplay como um dos mais aguardados lançamentos do ano<sup>18</sup>. Vale destacar que a trilha sonora composta por Toquinho e Vinícius de Moraes ainda hoje é vista por parte da crítica especializada como um dos melhores álbuns da dupla, inclusive por sua atemporalidade.

Ainda deste período devem ser lembrados a forte atuação da censura, a padronização da grade de horários e o estabelecimento de gêneros por faixa de horário, a criação do padrão médio de duração do capítulo, a adoção da câmera portátil, a exploração do modelo comercial da trilha sonora, a evolução tecnológica nos recursos de montagem e edição, o avanço da propaganda e a internacionalização da telenovela brasileira.

Entre 1970-1980 as principais emissoras produziram em várias faixas de horário mais de vinte telenovelas inspiradas em clássicos da literatura brasileira, as novelas-literárias,

---

<sup>18</sup> Uma das matérias escolhidas para ilustrar o lançamento está disponível em <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2021/02/lima-duarte-celebra-bem-amado-e-diz-que-zeca-diabo-continua-no-imaginario-popular.shtml>>. Acessado em 19/05/2021



especialmente a Globo na faixa das 18h, como aponta Ortiz, Borelli e Ramos (1989, pg. 98), com destaque para o escritor José de Alencar e as adaptações de *O preço de um homem* (1971-1972)<sup>19</sup>, *Senhora* (1975)<sup>20</sup> e *Sinhazinha Flô* (1977-1978)<sup>21</sup>. Na década seguinte esse gênero não chegou a cinco telenovelas (ibid., pg. 98-99).

A partir dos anos 1980, acompanhando as mudanças da democracia no país surgem importantes telenovelas que privilegiaram temas e imagens nacionais, tratando dilemas políticos, inclusive incomodando à conjuntura político-social. Tramas que captaram e expressaram os paradoxos da sociedade e o desgaste com o sistema vigente, com destaque para *O Rei do Gado* (1995-1996)<sup>22</sup> que rompeu sua diegese ao dialogar personagens ficcionais e reais, como políticos e o movimento rural, a mídia ficcional e a real (HAMBURGER, 2000). Anterior a ela, são exemplos dessa troca obras como *Roda de Fogo* (1986-1987)<sup>23</sup> e *O Salvador da Pátria* (1989)<sup>24</sup>, *Deus nos Acuda* (1992-1993)<sup>25</sup>, *Vale Tudo* (1988-1989)<sup>26</sup> e *Pátria Minha* (1994-1995)<sup>27</sup>.

A proximidade do fim do milênio e o avanço da expansão tecnológica estavam em alta, assim como a massificação da Internet discada, fato este que inspirou a telenovela *Explode Coração* (1995)<sup>28</sup> que conectava via computador pessoas de diferentes geografias, contextos social, cultural e econômico. Nesta época, surgem as primeiras *lan-houses* e os lares brasileiros de classe média também passam a possuir microcomputadores para uso pessoal. A partir dos anos 2000, com uma indústria consolidada e um estilo próprio de teledramaturgia, do modo de produção, passando pelo formato, conteúdo, personagens, histórias etc., os desafios para a telenovela passam a serem outros, porém algo nunca muda: o horário nobre continua sendo o local de encontro para a maioria das telenovelas. Sobre isso comenta Anamaria Fadul “*Só no Brasil a ficção seriada é exibida diariamente no horário nobre com tanta força no espaço público*” (Superinteressante; 2005)<sup>29</sup>.

<sup>19</sup> Telenovela de Ody Fraga. Exibida de 15/11/1971 a 24/06/1972, na TV Tupi, de 20h, 192 capítulos.

<sup>20</sup> Telenovela de Gilberto Braga. Exibida de 30/06 a 17/10/1975, na Globo, 18h, 80 capítulos.

<sup>21</sup> Telenovela de Lafayette Galvão. Exibida de 25/10/1977 a 28/01/1978, na Globo, 18h, 82 capítulos.

<sup>22</sup> Telenovela de Benedito Ruy Barbosa. Exibida de 17/06/1996 a 15/02/1997, na Globo, 20h, 209 capítulos.

<sup>23</sup> Telenovela de Lauro César Muniz. Exibida de 25/08/1986 a 21/03/1987, na Globo, 20h, 179 capítulos.

<sup>24</sup> Telenovela de Lauro César Muniz. Exibida de 09/01 a 12/08/1989, na Globo, 20h, 186 capítulos.

<sup>25</sup> Telenovela de Sílvio de Abreu. Exibida de 31/08/1992 a 27/03/1993, na Globo, 19h, 178 capítulos.

<sup>26</sup> Telenovela de Gilberto Braga. Exibida de 16/05/1988 a 06/01/1989, na Globo, 20h, 204 capítulos.

<sup>27</sup> Telenovela de Gilberto Braga. Exibida de 18/07/1994 a 10/03/1995, na Globo, 20h, 203 capítulos.

<sup>28</sup> Telenovela de Glória Perez. Exibida de 06/11/1995 a 04/05/1996, na Globo, 20h, 155 capítulos.

<sup>29</sup> NARLOCH, Leandro. **Por que somos loucos por novela?** Revista Superinteressante. De 31/10/2005. Atualizado em 31/10/2016. Disponível em <<https://super.abril.com.br/cultura/por-que-somos-loucos-por-novela/>>. Acessado em 16/05/2021.

É tão notada a força da telenovela na cultura brasileira que há conhecidos casos onde a ficção realmente incomodou a realidade. Dois casos bastante conhecidos são do personagem Sassá Mutema (Lima Duarte) em *Salvador da Pátria* de 1989 e de Roberto Caxias (Carlos Vereza) em *O Rei do Gado* de 1996-1997. Segundo o autor Lauro César Muniz em entrevista de 2002, houve interferência de Brasília junto à emissora, pois viam na figura de Sassá, um boia-fria que vira prefeito da cidade de Tangará como uma apologia à esquerda no primeiro ano de eleições diretas, Lula contra Collor. Já o *Rei do Gado* (1996-1997) foi além, abordando o tema da reforma agrária e conectou o fictício senador Roberto Caxias (Carlos Vereza) ao real senador Darcy Ribeiro, quando esse, em sua coluna semanal no Jornal Folha de São Paulo dedicou-a ao senador Caxias, seu caráter, sua postura, seus valores e como lidou para mediar o conflito dos sem-terra. Esse, em capítulo de 1º de janeiro de 1997 retribui e agradece os cumprimentos. Falecido no decorrer da trama, assim como Darcy Ribeiro, o senador Caxias foi velado em Brasília com a presença dos então senadores Eduardo Suplicy e Benedita da Silva que cumprimentaram a viúva, Rosa (Ana Rosa). Essa interação entre ficção e realidade foi tão profunda, que Esther Hamburger analisou os desdobramentos alcançados em um capítulo de seu livro *O Brasil Antenado. A sociedade da novela* (2005, pg. 135-147).

A despeito de fracassos e sucessos ao longo das décadas, é inegável que a telenovela constitui um produto que constrói a imagética sobre os brasileiros, tanto é verdade que se tornou reconhecido produto no mercado internacional. Se lá fora é através da telenovela que também se constitui a imagética do povo brasileiro - claro, sempre lembrando que se tratam de dramatizações, e em alguns casos, estereótipos -, no Brasil há um reconhecimento, identificação e afinidade com determinados personagens. Justamente é com a materialização de elementos que demonstram esses laços sólidos com a cultura e a sociedade brasileira em cada tipo de trama que se constitui essa aproximação, como cores, sotaques, expressões, ambientes e paisagens, aspectos culturais dos mais variados que foram incorporados, ou muitas vezes é o mote principal da obra, como as clássicas adaptações da obra de Jorge Amado, como *Gabriela* (1961, 1975 e 2012, de Antônio Bulhões de Carvalho, Walter George Durst e Walcyr Carrasco), *Terras do Sem Fim* (1981, de Walter George Durst), *Tenda dos Milagres* (1985, de Aguinaldo Silva), *Capitães da Areia* (1989, de Antônio Carlos Fontoura, José Louzeiro, Marcos Lazzarini e Walter Lima Jr.), *Tieta* (1989-1990, de Aguinaldo Silva, Ana Maria Moretzsohn e Ricardo Linhares), *Tereza Batista* (1992, de Vicente Sesso), *Tocaia Grande* (1995-1996, de Duca Rachid, Mário Teixeira e Marcos Lazarini), *Dona Flor e Seus Dois Maridos* (1998, de Dias Gomes), *Porto dos Milagres* (2001, de Aguinaldo Silva e Ricardo Linhares) e *Pastores da Noite*

(2002, de Sérgio Machado, Guel Arraes e Claudio Paiva). Paulo Cabral, resume de forma sucinta esses movimentos:

[...] na história da teledramaturgia brasileira tivemos uma revolução na linguagem no final dos anos 1960, experimentalismos narrativos na década seguinte, um acompanhamento político da retomada da democracia nos anos 1980, um olhar ultrarrealista nos 1990, e esses são alguns movimentos que provam que a novela é um produto que gera interesses, sejam eles comerciais, artísticos ou sociais. (2008, pg. 82)

Entre muitos fatores que podem ser atribuídos ao sucesso da adoção na televisão do Brasil, seja justamente na diversidade incentivada pela vasta extensão territorial, e assim como é um país de costumes diferentes de norte a sul, a televisão busca refletir em sua programação justamente aquilo que de certa forma representa um país com suas peculiaridades, aproximações e distanciamentos, como o conjunto dos trabalhos audiovisuais (variados, desiguais e contraditórios) que a constituem (MACHADO, 2000, pg. 19). Assim como defende a televisão como um meio socialmente importante, pouco estudado e esnobado por estudiosos, Bucci reforça o preconceito ao afirmar que a excelência da televisão brasileira reside justamente na razão pela qual ela é condenada pelo neo-elitismo: o melodrama é sucesso (1996, pg. 27).

Em meio a erros e acertos, representações realistas e caricatas, excessivamente adocicadas ou amargas, singelas ou estereotipadas, não há como negar a importância da telenovela na cultura nacional, a despeito de qualquer crítica minoritária sobre qualidade e conteúdo. Para se ter ideia do quão relevante é a presença da televisão no Brasil inclusive perante o mundo, segundo relatório<sup>30</sup> da Kantar, em 1989, começou por aqui a primeira forma de medição de audiência de TV em tempo real, e permitiu não apenas que o modelo se espalhasse pelo mundo, como também o próprio equipamento e formato se tornasse cada vez mais compacto e preciso. Isso mostra a relevância de um país de terceiro-mundo na pesquisa e desenvolvimento de artefatos de tecnologia usados para medir o comportamento humano.

Vale lembrar que sempre que falamos dessa constituição de uma gramática própria da telenovela brasileira, e por que sua constituição ao longo de décadas fez dela um sucesso, que foi o trampolim para a sua internacionalização (MARTÍN-BARBERO & REY, 2004, pg. 119). Tanto que a Globo criou um departamento focado na venda de suas produções para o mercado internacional, como também passaram a colaborar em outros formatos, como coproduções com outros países. Lopes relembra que tramas como *A Escrava Isaura* (1976-1977)<sup>31</sup> e *Dancin' Days*

<sup>30</sup> Infográfico **Assistimos de perto aos 70 anos da TV**, de 17/09/2020. Disponível em <<https://www.kantaribopemedia.com/70-anos-da-tv-no-brasil/>>. Acessado em 24/04/2021.

<sup>31</sup> Telenovela de Gilberto Braga. Exibida de 11/10/1976 a 05/02/1977, na Globo, 18h, 100 capítulos.

(1978-1979)<sup>32</sup>, *Roque Santeiro* (1985-1986)<sup>33</sup> e *Terra Nostra* (1999-2000)<sup>34</sup>, alcançaram índices notáveis de audiências em vários países da Europa e da Ásia (2004, pg. 19).

Há relatos escritos sobre o impacto da exibição dos capítulos de telenovelas brasileiras no exterior e sua importância no contexto político social, como o fim do racionamento de energia elétrica em Cuba, a criação da palavra fazenda na Rússia, a paralisação da guerra na Croácia e tantas outras. Se são verdadeiros ou anedóticos, não serão frutos de investigação nessa pesquisa, porém, a ideia das suas existências e registros são sinais de orgulho para um produto cultural nacional que atravessou oceanos e foi vendido para mais de 100 países, como foi o caso de *A Escrava Isaura*. Com o *streaming*, a discussão de televisão (ou conteúdo) transnacional se tornou ainda mais factível. Na visão de Huyssen, a produção cultural de hoje atravessa as fronteiras espaciais imaginárias. É transnacional, sobretudo na indústria da música, bem como em alguns setores do cinema e da televisão, por exemplo, a exportação de telenovelas brasileiras (2014, pg. 35).

## 1.2. A televisão e a telenovela seguem atrativas para o público brasileiro

*“Ao festejar seus 50 anos em 2015, a Globo até se lembrou de alguns de seus grandes feitos, mas a preocupação maior na emissora era com a crise que o gênero está enfrentando.”*  
Maurício Stycer (2016, pg. 115)

Se no passado o *share*<sup>35</sup> de audiência da telenovela chegou a 100% como relatam diversas fontes em relação ao histórico capítulo 152 de *Selva de Pedra*<sup>36</sup> em 1972 que marca o retorno da protagonista que, na verdade não estava morta. Números grandiosos parecem ser apenas uma lembrança e não faz parte da intenção dos executivos das emissoras atingir tal patamar. Por um lado, sabem que é impossível e por outro porque os desafios atuais estão relacionados a outros fatores e que vão além de ampliar o público telespectador. A emergência da reinvenção (ou transformação) da telenovela (em conjunto com a televisão) já é amplamente

<sup>32</sup> Telenovela de Gilberto Braga. Exibida de 10/07/1978 a 27/01/1979, na Globo, 20h, 174 capítulos.

<sup>33</sup> Telenovela de Dias Gomes. Exibida de 24/06/1985 a 22/02/1986, na Globo, 20h, 209 capítulos.

<sup>34</sup> Telenovela de Benedito Ruy Barbosa. Exibida de 20/09/1999 a 03/06/2000, na Globo, 20h, 221 capítulos.

<sup>35</sup> Conceito adotado de *share* é o tradicional no mercado nacional que corresponde ao total dos aparelhos ligados no horário do programa. Por exemplo: Em 17/01/2021, o programa *XPTO* marcou 10 pontos e 18,9% de *share*, ou seja, 18,9% dos aparelhos ligados no horário do programa estavam sintonizados na respectiva emissora.

<sup>36</sup> Telenovela de Janete Clair. Exibida de 10/04/1972 a 23/01/1973 (RJ) e 12/04/1972 a 23/01/1973 (SP), na Globo, 20h, 243 capítulos.

pesquisada e discutida através de artigos, livros e seminários. Entre essas iniciativas, destaco o Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva<sup>37</sup> (Obitel). Criado em 2005, reúne pesquisadores de 12 países com o objetivo de estudar de forma sistemática e comparativa as produções de ficção televisiva, sempre com um olhar contemporâneo dos acontecimentos, seja no meio, no conteúdo e no formato.

Evidências comprovam a modificação da telenovela enquanto território de sua identidade atingindo características próprias a partir de cada elemento que compõe a obra: música, cenários, ambientação, aspectos culturais, linguísticos, econômicos, políticos, sociais entre outros, e sem desconfigurar aquilo que caracteriza a constituição dessa brasilidade advinda desde o final dos anos 60, início da década de 70. Agora a discussão encontra-se não mais na identidade e sim em questões como formato, distribuição e consumo. Para complicar, para cada uma dessas questões se abrem várias outras problemáticas. Só pra exemplificar:

- *Formato*: o número de capítulos foi reduzido ao longo das décadas em parte considerável das obras, especialmente com a invasão da serialização norte-americana e por temporada - o que sempre houve, e tornou-se ainda mais forte com o advento do fenômeno *streaming*. Na prática, parte do público está/ficou menos paciente com as famosas barrigas e esticamentos sem propósito das tramas - para pesquisadores da área esse já é um problema real há vários anos, especialmente com as novas audiências, aqueles nascidos no final dos anos 90, início dos anos 2000. Segundo estudos, públicos mais jovens esperam que tenham mais acontecimentos ao longo de uma trama e que eles se resolvam em um curto espaço de tempo, permitindo assim trazer mais dinamismo à trama, maior circulação e narrativa aos personagens.
- *Distribuição*: a televisão é apenas um dos meios. Celular e computador se tornaram quase que obrigatórios para manutenção da audiência, por isso os produtos precisam ser pensados para funcionar visualmente nesses meios. Como dito por Jost, uma das qualidades da televisão era poder fazer duas coisas ao mesmo tempo, como assistir e comer (2012, pg. 53)<sup>38</sup>, algo que o cinema não permitia. Hoje isso vai além com os aparelhos móveis. É possível comer, assistir, andar e ainda se comunicar por aplicativos

---

<sup>37</sup> Parceria da Globo e o Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (Obitel), o anuário criado em 2008 publicou 13 edições até 2019 com objetivo de monitorar e analisar a produção, audiência e repercussão sociocultural da ficção televisiva na América Latina e na Península Ibérica (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Espanha, Estados Unidos, México, Peru, Portugal, Uruguai e Venezuela) através de publicações e seminários coordenados por Maria Immacolata Vassallo de Lopes da Universidade de São Paulo e Guillermo Orozco da Universidad de Guadalajara. Disponível em <<http://obitelbrasil.blogspot.com>>. Acessado em 21/03/2021.

<sup>38</sup> Trecho completo e original em espanhol: “La segunda cualidad de la televisión es, en efecto, que permite hacer dos cosas a la vez, como mirar y comer.”

de mensagens. É a era da convergência em sua forma material, em sua representação espacial.

- *Consumo à la carte*: a grade de programação que por décadas reinou como forma de disciplinar e fidelizar o telespectador, hoje está cada vez mais vulnerável. Segundo estudo publicado no Obitel 2018, o consumo de conteúdos *on demand*, em *streaming* e plataformas digitais floresceu em 2017 de forma transversal, em especial junto aos mais jovens, dividindo os países participantes do estudo em dois grupos de acordo com as dinâmicas empreendidas. Não obstante as diferentes velocidades de implementação e consumo, o Brasil aparece como parte do grupo de demanda consolidada ao lado de Espanha, México e Estados Unidos (2018, pg. 29). Além disso, é preciso lembrar que diferenças econômicas e sociais também impactam (e separam) esse consumo *à la carte*, desde a chegada da televisão por assinatura, à entrada e advento do *streaming*, ainda que esse tenha permitido uma maior democratização graças a oferta de preços de assinatura e pacotes familiares e de múltiplos acessos mais baratos, em relação aos pacotes da televisão por assinatura.

É o avanço de uma transmissão facilitada de conteúdo via *streaming* através de plataformas internacionais com valores acessíveis como a Netflix e a Prime Vídeo que rapidamente ganhou adesão no mundo inteiro e deu origem a um novo segmento. No Brasil, veremos no *subcapítulo 4.3.1.* que o Globoplay tem investido fortemente e segue líder frente aos concorrentes nacionais. Vale reforçar que esse movimento pode impactar inclusive a sobrevivência da televisão por assinatura no país, pois mais importante que o acesso, que hoje já é diverso e o telespectador sabe disso, ou pelo menos grande parcela dele, o que irá conquistar o telespectador será um misto de custo e conteúdo. Wolff, um dos maiores defensores da existência (e sobrevivência) da televisão, acredita que a indústria digital, após esgotar as novidades derivadas, deve se limitar à distribuição de conteúdo e vai encontrar na televisão o conteúdo necessário para oferecer ao seu público (2015, pg. 187). Parece uma visão exageradamente otimista e que se define binária, ou televisão, ou digital, e credita menos em uma solução mediada entre ambos, como vem surgindo com o *streaming*.

O consumo *on demand* influencia hábitos, inclusive do público já fiel ao *modus operandi* da televisão que aprendeu a assisti-la por meio da grade de programação com seus dias, horários e gêneros estabelecidos. Se o público jovem consome menos e uma parcela dos fiéis já começa a experimentar, podemos entender que a audiência se fragmenta, dificultando o uso das técnicas tradicionais de medição da audiência. Esse movimento acentua o poder do

telespectador, se antes havia o efeito *zapping* provocado pelo controle remoto, agora até chegar no programa o telespectador precisa decidir o que, quando e onde assistir. E se quiser repetir, também ficará a seu critério. Em 2000, Machado já dizia sobre a recepção da televisão ser cada vez mais fragmentada e heterogênea em decorrência do *zapping*, criando uma miscelânea de conteúdos, estruturas e gêneros (2000, pg. 28-29), então imagina como será em 2025 ou 2030?

Segundo pesquisa citada por Stycer (2016, pg. 40), 1/3 dos espectadores norte-americanos veem seus programas favoritos em *laptops*, *smartphones* e *tablets*, assistindo via *streaming* ou gravados anteriormente, que além da escolha do momento de assistir também permite pular os intervalos comerciais. No Brasil, relatório<sup>39</sup> da Kantar aponta que o acesso à Internet via Smart TV também tem aumentado de forma significativa, o que atesta que o *streaming* passa a ser visto como uma opção direta no aparelho. Se em 2015 esse percentual era de 1,2%, em 2019 foi de 9,1%. Além da própria posse de Smart TV, que nesse mesmo período saltou de 22% para 44%.

São novos hábitos também impulsionados pela rotina agitada nas grandes metrópoles evidenciados nas atitudes e decisões do telespectador, como por exemplo, a escolha de horários flexíveis de trabalho; a mobilidade dos artefatos tecnológicos móveis que vão com o usuário para onde ele estiver como uma extensão de seu corpo e que permitem a este usuário estar conectado 24 horas por dia; a relação de escassez versus economia de tempo, na era onde tempo parece ser algo cada dia mais raro, dizem até que é o novo dinheiro - economizar tempo tem sido uma meta para muitas pessoas -, por isso este usuário espera ter, por meio de guias simples, acesso à troca rápida de canal, vídeos e *podcasts* sob demanda (CANNITO, 2010, pg. 107).

Em tempos de mobilidade plena, encontrar passageiros no transporte público com celular em punho assistindo algum tipo de conteúdo audiovisual tornou-se comum, usual, facilitado ainda mais pela não dependência de conexão em tempo real. Mas precisa ser um conteúdo leve e curto, que não é afetado pelas interrupções do dia a dia (ibid., pg. 107). Por isso, não basta veicular, é preciso pensar nesta experiência de consumo. Se antes a produção funcionava exclusivamente para a televisão, hoje em dia é preciso pensar como funcionará em várias telas e com diferentes públicos, o desafio de conteúdo vai muito além de uma boa trama, um casal com química, um bom vilão e personagens de apoio divertidos, há uma questão de responsividade aos meios.

---

<sup>39</sup> Relatório **Inside TV 2020**. De 09/03/2020. Disponível em <<https://www.kantarihopemedia.com/estudos-type/inside-tv/>>. Acessado em 24/04/2021.

Os novos hábitos não estão exclusivamente relacionados ou resumidos à questão geracional (idade do telespectador), e sim a fatores que se intensificaram mediante a inserção e democratização no acesso de novas tecnologias. Tecnologias essas que colocam a Internet no centro desses processos que permitem que limites temporais e espaciais sejam aparentemente abolidos e haja uma simultaneidade de relacionamento de textos (MURRAY, 2003 apud Gosciola, 2014, pg. 73). Se antes o usuário apenas via televisão, hoje sem dúvida grande parte assiste à televisão enquanto interage com outro aparelho, o que há anos os estudiosos já chamam de comportamento multitela ou segunda tela. *Reality shows*, séries, telenovelas, premiações e esportes são os gêneros mais comentados nas redes sociais quando consumidos ao vivo<sup>40</sup>.

Há também neste processo a mudança em relação ao papel do telespectador. Alguns estudiosos o caracterizam como agente passivo, outros o enxergam como um agente ativo, interativo, instantâneo, mais infiel e reativo e menos resiliente, atraído o tempo todo por novas mídias, formatos e conteúdos, já que vivemos na era de maior produção audiovisual na história da humanidade. Já podemos ver aquele personagem que Cannito descrevia como o espectador do futuro, o que não aguentará a passividade e irá querer interagir sempre (2010, pg. 19) em todos os aspectos, inclusive os negativos, motivado por uma relação receptor-emissor mais democrática e no uso das redes sociais digitais, como o Twitter que através do seu *ranking* de *Trend Topics* se tornou para muitos um importante termômetro da recepção e interação com o público em tempo real do que está sendo falado na televisão.

É tudo instantâneo, é um mapa de calor que reflete a reação, além de qualquer dado de audiência, é a expressão real e direta do telespectador, seja ela de amor ou de ódio, de surpresa ou de decepção. Essa é uma importante característica do espectador do presente. Através da rede social interage com a obra, se relaciona com outros fãs ou *haters* e todos se sentem autores, participam de uma nova dinâmica de fluxo de consumo de conteúdo, gerando o que podemos definir como uma informação infinita, além do domínio e conhecimento do autor original da trama. A narrativa estende seu território e a diegese extrapola o universo ficcional, dando continuidade em uma escala 24 horas por dia, 7 dias por semana. Isso é um dos inúmeros exemplos que se conectam ao conceito de convergências das mídias de Jenkins, onde há uma mudança na lógica relacional entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos (2009, pg. 43). Inclusive em muitos casos permanece vivo, mesmo com o fim da exibição da telenovela.

---

<sup>40</sup> Relatório **Os eventos da TV que mais agitaram sua *timeline* em 2019**. De 10/02/2020. Disponível em <<https://www.kantaribopemedia.com/os-eventos-da-tv-que-mais-agitaram-sua-timeline-em-2019/>>. Acessado em 24/04/2021.



Pensando nessa forma de interação instantânea, é factível dizer que a telenovela ao ser exibida (quando não está completamente gravada), pode ser interpretada como uma obra ‘mais’ do que aberta. Com raras exceções no mercado nacional, uma telenovela é produzida com alguns capítulos à frente do veiculado, e no percurso ajustes de rota podem ser feitos, por exemplo, buscar contornar a rejeição a um personagem, a reação aos baixos índices de audiência ou rever o espaço inicial dado o sucesso inesperado de um personagem coadjuvante. No modelo estabelecido há anos, as emissoras se utilizam de mecanismos formais cedidos por seus departamentos de pesquisa ou prestadores de serviços contratados. Hoje o telespectador está conectado no perfil social virtual do próprio autor nas redes sociais, opinando sobre o que deve ou não ser feito, uma interação que dá a sensação de empoderamento ao telespectador-internauta, ainda que ele não tenha de fato poder de decisão na relação, e que também aproxima o autor original da obra com o público, são os *recém-poderosos consumidores* nas palavras de Jenkins (2009, pg. 47).

Especialmente nos mais jovens, é mais evidente a presença de traços comportamentais de volatilidade, falta de paciência e infidelidade. Significa que eles abandonam mais rápido a programação, e retê-los têm sido um exercício significativo, além das modificações da própria telenovela como produto, capítulos mais curtos, tramas mais dinâmicas que nascem, se desenvolvem e morrem de forma mais acelerada, resolução de problemas em um espaço-tempo menor, afinal, nos dias atuais nenhum *spoiler* aguenta muito tempo, alguns sequer precisam esperar a transmissão inédita de um capítulo para interagir sobre o desdobramento da trama - é o que pode ser entendido por dinâmica seriada, que segundo Stycer é a estratégia já adotada por alguns autores da Globo, e ainda não é fácil de ser aplicada ou percebida considerando manter um ritmo alucinante ao longo de 150 capítulos. Um bom exemplo citado por ele é *Avenida Brasil* de 2012 (2016, pg. 115)<sup>41</sup>. Com a febre das séries, especialmente as norte-americanas tornou-se campo de comparação quase inevitável, pois com o *streaming* o conteúdo é transnacional, e conseqüentemente, concorrente direto da atenção do telespectador - aqui, desconsiderando a pirataria.

Partindo da afirmação de Jenkins de que a convergência não ocorre por meio de aparelho, e sim, dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros (2009, pg. 30), é difícil não pensar que a geração pós anos 2000 cresceu de uma maneira diferente, já que interage com imagens, vídeos, aparelhos móveis e outros recursos e equipamentos tecnológicos desde muito cedo, lhes é natural. Para muitos, os equipamentos

---

<sup>41</sup> Telenovela de João Emanuel Carneiro. Exibida de 26/03 a 20/10/2012, na Globo, 21h, 179 capítulos.

ainda que não fossem originários no seu nascimento, lhes foram apresentados e introduzidos precocemente, tornando seu entendimento e adoção muito mais fluídos.

Ainda refletindo sobre Jenkins, a geração alpha (ou alfa, nascidos a partir de 2010) já nasceu (e está nascendo) com suas funções motoras e cognitivas diferentes das gerações anteriores, e em todos os pontos de contato diário (casa, escola etc.), a dinâmica de interação é singular frente às gerações passadas, afinal, é a geração 100% digital. Significa que os conteúdos que queiram se fazer relevantes para os mesmos precisam dialogar com eles, suas formas e meios, inclusive aqueles ainda nem criados. E ainda que a estrutura-base seja a de um folhetim, outros elementos essenciais de uma telenovela precisaram (e precisam, e precisarão) serem reinventados. Por isso, a ‘febre’ da serialização pode ser entendida como umas das formas de resposta, ainda que parcial:

[...] *Família Soprano* é reconhecida de forma quase unânime como uma das cinco melhores séries de televisão já realizadas. Mais que isso, ela se tornou um dos símbolos da transformação ocorrida neste início do século 21 na indústria do entretenimento americana, na qual a produção feita para a TV ocupou um espaço e ganhou um status muitas vezes superior ao concedido ao cinema. (STYCER, 2016, pg. 169).

No Brasil, começa a aumentar o catálogo produzido pela Netflix. Foram cerca de 15 séries nos últimos 5 anos, com destaque para *Cidade Invisível* (2021)<sup>42</sup>, *Coisa Mais Linda* (2019)<sup>43</sup>, *3%* (2016-2020)<sup>44</sup>, que chegou a ter quatro temporadas, *Samantha* (2018-2019)<sup>45</sup> e *Mecanismo* (2018-2019)<sup>46</sup>, ambas com duas temporadas. A Record TV tem insistido ao longo de vários anos em séries bíblicas, o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) teve duas temporadas de *A Garota da Moto* (2016 e 2019)<sup>47</sup>. A Globo tem oscilado entre formatos especiais de um capítulo, microsséries de três a quatro capítulos, minisséries convencionais e a super série, formato superior à minissérie e menor do que uma telenovela, sendo a mais recente dessa

---

<sup>42</sup> Série criada por Carlos Saldanha. Lançada na Netflix em 05/02/2021 (temporada 1, 07 episódios), já tendo confirmada a renovação da segunda temporada para 2022.

<sup>43</sup> Série criada por Giuliano Cedroni e Heather Roth. Lançada na Netflix em 22/03/2019 (temporada 1, 07 episódios) e 19/06/2020 (temporada 2, 06 episódios).

<sup>44</sup> Série criada por Pedro Aguilera. Lançada na Netflix em 25/11/2016 (temporada 1, 08 episódios), 27/07/2018 (10 episódios), 7/06/2019 (08 episódios) e 14/08/2020 (07 episódios).

<sup>45</sup> Série criada por Felipe Braga. Lançada na Netflix 06/07/2018 (temporada 1, 07 episódios) e 19/04/2019 (temporada 2, 07 episódios).

<sup>46</sup> Série criada por Elena Soarez e José Padilha. Lançada na Netflix em 23/03/2018 (temporada 1, 08 episódios) e 10/05/2019 (temporada 2, 08 episódios).

<sup>47</sup> Série criada por David França Mendes e João Daniel Tikhomiroff. Exibida de 13/07 a 17/08/2016 e 06/03 a 09/04/2019, no SBT e FoxLife, 21h30, total de 51 episódios, 2 temporadas.

categoria *Onde Nascem os Fortes* (2018)<sup>48</sup>. Pode ser opção estratégica e comercial, e o deverá ser seu braço forte para lançamento e investimento no formato. Talvez.

Ainda que não seja em escala, outros exemplos podem ser encontrados em canais como GNT e Multishow. Deverão chegar outras produções com novos serviços de *streaming* aportando no Brasil no segundo semestre de 2021, com HBO e Disney. Segundo debate entre estudiosos e especialistas, as séries (nacionais versus estrangeiras) ainda não são uma ameaça para a telenovela ou ainda são um território fértil a ser explorado como abordagem televisual, em características como duração, formato, custo, transmidiação e experimentação. Alguns dizem que pelo formato e desdobros que gera no produto veiculado, outros caracterizam pela estrutura narrativa, e há uma terceira vertente que diz ser apenas uma questão de preferência entre o clássico folhetim e o moderno seriado (ou serial).

A expansão de novos meios de distração como *videogames*, *games* portáteis e especialmente os aparelhos de telefonia móvel que reúnem, de forma móvel, uma dezena de outros equipamentos (ou *devices* ou *gadgets*, como também são popularmente conhecidos entre os fãs de tecnologia), têm cativado cada vez mais jovens e adultos, o que não deixa de ser um concorrente ao entretenimento audiovisual daqui pra frente, ou de alguns anos para os dias atuais, mas é preciso pensar que em muitos anos de sua história a televisão produziu um repertório grande de obras criativas, denso e amplo que, sem esforço, a inclui entre os fenômenos mais importantes da sociedade cultural de massa, numa fragmentação de audiência nunca antes vivida pela mesma. Ou seja, não é apenas uma questão de escolha de canais, mas é uma questão de escolha de opções de entretenimento, opções de distrações, vai muito além.

### 1.3. Experimentações para cativar os novos sem perder os antigos

*“Não é mais um ponto final: é um momento na cadeia infinita das contribuições.”*  
Nicholas Bourriaud (2009, pg. 17)

Stycer lembra que *a Globo tem feito um movimento pendular, às vezes abrindo espaço para experimentações, outras apostando na repetição e na obviedade* (2016, pg. 116). Neste percurso vale destacar o *remake* de *Meu Pedacinho de Chão* (2014)<sup>49</sup> que trabalhou uma

<sup>48</sup> Supersérie de George Moura e Sérgio Goldenberg. Exibida de 23/04 a 16/07/2018, na Globo, 23h, 53 capítulos.

<sup>49</sup> Telenovela de Benedito Ruy Barbosa. Exibida de 07/04 a 02/08/2014, na Globo, 18h, 96 capítulos.

linguagem metafórica, narrativa poética, reflexiva e musical, além da estética inédita até então de cores vibrantes e figurinos divertidos, que para alguns soou até como infantil e *kitsch*. No final, agradou mais a crítica do que ao público em geral, e quem se agradou, virou fã. Já a indústria da tecnologia, as *startups* dos polos de ciência e pessoas conectadas ao redor do mundo foram premissas da trama de *Geração Brasil* (2014)<sup>50</sup>, só que o aparato tecnológico e a linguagem inovadora não foram suficientes para disfarçar o fraco enredo. Desagradou os mais velhos e não cativou os jovens.

São exemplos que reforçam a complexidade das experimentações que precisam ocorrer atuando em diversos polos de uma mesma obra, pois o desequilíbrio pode ser o fator que a levará para o fracasso. Tudo acontece em movimento, não tem intervalo de teste ou de transição, a recepção ou a rejeição acontecem em tempo real. Por vezes, os remendos não são suficientes para salvar toda a obra, e nem sempre recursos trágicos, como o terremoto que matou quase 100% dos personagens em *Anastásia, a mulher sem destino* (1967)<sup>51</sup> para recomençar a trama ou a explosão em um dos núcleos principais de *Torre de Babel* (1998-1999)<sup>52</sup> que matou personagens que precisavam ser descontinuados rapidamente, são fáceis de serem adotados, ou mesmo funcionam.

É, portanto, um período de muitos desafios para todo profissional. De um lado mais oportunidades, de outro maiores riscos. Analogamente, é um jogo de sorte, às vezes as velhas fórmulas funcionam, em outras não. Algumas vezes fatores externos podem agir e pouco ou nada se pode fazer. É preciso consciência de que velhas fórmulas já não funcionam para tudo e que as novas nem sempre serão entregues em mãos com a receita do sucesso, é preciso buscá-las e nem tudo é óbvio porque alguns ainda buscam na telenovela o ‘bom e velho’ folhetim. Na apresentação de seu livro, Stycer, jornalista especializado na área de televisão, diz que começou a escrever de forma rotineira sobre o assunto em 2008, e não percebeu imediatamente que estava acompanhando de perto a mais profunda transformação já ocorrida na televisão (2016, pg. 13).

Para Hoineff essas novidades geram mitos, especulações e, quase sempre, exercícios atrozos de futurologia, flertes em momentos agudos. Lembra que nesse processo nenhum dos muitos conceitos são acabados, estáticos (In: CANNITO, 2010, pg. 11). Uma sugestão é exercitar e não buscar o resultado final. Não limitar as escolhas binariamente, pois tudo isso é grandioso, impossível ser mensurado, e nem tudo que o cerceia é conhecido, não dá para saber

---

<sup>50</sup> Telenovela de Filipe Miguez e Izabel de Oliveira. Exibida de 05/05 a 01/11/2014 na Globo, 19h, 147 capítulos.

<sup>51</sup> Telenovela de Emiliano Queiróz e Janete Clair. Exibida de 28/06 a 16/12/1967 na Globo, 21h, 125 capítulos.

<sup>52</sup> Telenovela de Sílvio de Abreu. Exibida de 25/05/1998 a 16/01/1999 na Globo, 20h, 203 capítulos.

o fim. O próprio Jenkins diz que *está além de minha capacidade descrever ou documentar totalmente todas as transformações em curso* (2009, pg. 39).

Sem dúvida é uma transformação que lança o audiovisual a uma galáxia de diversos impactos, e a telenovela (e formatos próximos) não saem ilesos. Para nós, trata-se de um produto consolidado na cultura nacional, uma indústria que gera milhares de empregos diretos e indiretos, tem importante participação na economia nacional e contribui significativamente na composição cultural de muitos brasileiros, afinal, é um país onde as telenovelas são tão antigas quanto a televisão e, desde sua criação, o gênero acompanhou parte relevante das transformações sociais, políticas e culturais do país (HAMBURGER, 2000, pg. 25). Assim, parece leviano descartá-la de qualquer discussão e simplesmente decretar seu esquecimento ou morte, como alguns assim o fizeram com a chegada da Internet. Estamos em 2021, isso ainda não aconteceu e nem dá sinais vitais de que está prestes a suceder. Portanto, é mais prudente não assumir a morte, e sim debater na perspectiva de transformação, de adaptação, de integração, de convergência, de transmidiação, de convivência, de novos suportes.

Crítico à cultura de massa, Adorno vê na indústria cultural uma necessidade voraz de novidade para recriar continuamente a mesma coisa (ADORNO apud CAMPEDELLI, 1985, pg. 37). Talvez na atualidade a fala de Adorno possa ser pensada em uma perspectiva de ressignificação a partir de diferentes meios, gerações, contextos e narrativas. Pode parecer sutil e não objetivo da pesquisa se aprofundar na teoria de Adorno, mas é sem dúvida, pensar que é mais do que apenas recriar - e como qualquer (re)criação pode seu resultado ser bom ou ruim. O que aqui intitulo de ressignificação é uma busca de conexão com o tempo atual e seus fatores que não podem ser ignorados e causam uma mudança na forma como lidamos com os produtos culturais, da recepção a mediação, uso da tecnologia, a incidência direta ou indireta de questões sociopolíticas, culturais, as matrizes geracionais e seus pensamentos e comportamentos entre tantas outras.

Essa mesma voracidade da indústria cultural criticada por Adorno e outros estudiosos é também encontrada em Huyssen. Através do termo alemão *Kulturgesellschaft* (sem tradução para português), que aborda a problemática dos meios de comunicação, em especial a televisão e como eles criaram um ambiente insaciável de desejos, de experiências e acontecimentos, que não consegue satisfazer (1995, pg. 32)<sup>53</sup>. Em termos práticos, é como se o nível de expectativas na sociedade tivesse sido elevado a um grau, e, portanto, a volatilidade, a obsolescência, a morte

---

<sup>53</sup> Texto original e completo em inglês: “The Kulturgesellschaft thesis addresses the culture industry problem where it suggests that the mass media, especially television, have created an unquenchable desire for experiences and events, for authenticity and identity which, however, television is unable to satisfy.”

programada dos artefatos já vem quase como contrapartida da sua criação. A questão experimental e experiencial não é um mérito único da televisão ou dos meios, e sim de vários campos da sociedade. É um enjoo e uma ansiedade generalizada, e que parece se acentuar à medida que as tecnologias se tornam cada vez mais obsoletas.

Apesar do foco dessa pesquisa ser a telenovela, é impossível falar das experimentações, da mudança de comportamento e da programação, sem citar o fenômeno dos *reality* shows. Na definição de Jost, se tornou o espetáculo do banal, tudo é *reality* e já nos acostumamos com o formato, com as imagens de pessoas aprisionadas e televisionadas 24 horas por dia (2012, pg. 7)<sup>54</sup>, 7 dias por semana. Só muda o cardápio dos confinados, o desafio ao que eles devem se submeter e o canal que está promovendo. Esse diálogo é tão forte, que até o *reality* vai pra dentro da própria telenovela. Se em 1987 a personagem Leonora Lammar de Irene Ravache era uma aspirante fracassada de atriz em *Sassaricando* (1987-1988)<sup>55</sup>, no *reboot* de 2016, a personagem de mesmo nome interpretada por Ellen Roche em *Haja Coração* (2016)<sup>56</sup> era uma ex-BBB que queria se tornar atriz, ou seja, uma ex-participante de *reality* show. É talvez pensar que as credenciais que habilitam ao trabalho do artista tenham se tornado outras.

Seguindo o exemplo acima, veja a mudança na trajetória entre as duas telenovelas ainda que a personagem seja a mesma, optou-se por uma narrativa mais comum e palatável aos dias atuais (2016, ano do *reboot*), que dialogou com mais familiaridade com a audiência, já que algumas famosas atrizes de telenovelas vieram de programas do gênero como Grazi Massafera e Juliana Alves. Por isso, para o ‘novo’ telespectador, foco dessa nova edição, fez sentido a jornada de Leonora, uma ex-BBB querer ser atriz, assim como a de muitos outros personagens que se conectaram com situações do hoje, seja na mudança de comportamento, seja no tipo de conflito vivido, seja na presença da tecnologia e das redes sociais como novos elementos da dinâmica de um jovem ou de um adulto pós 2015.

Mas talvez a tentativa mais provocativa de unir essa realidade com a telenovela tenha vindo com o drama *Metarmorphoses* (2004)<sup>57</sup> da Record TV, trama escolhida para reativar o núcleo de dramaturgia da emissora, que chegou a picos de 17 pontos de audiência e depois passou a amargar entre 2-3 pontos. Nela houve uma ousadia de experimentações, como: a) uma

---

<sup>54</sup> Texto original e completo em espanhol: “*Hace algunos años que las mismas imágenes se ven en todos los televisores del mundo: personas observadas veinticuatro horas por las cámaras son retenidas como prisioneras en un espacio más o menos cerrado. Hombres y mujeres sin cualidades, que no brillan ni por su conversación ni por sus acciones. Y es incluso en virtud de su misma falta de originalidad, de su capacidad de parecerse a sus espectadores, por lo que ellos están ahí, a merced de sus miradas. Con los años, nos hemos acostumbrado a esta historia cien veces repetida, aquí y en distintos lugares, de Big Brother (Gran Hermano).*”

<sup>55</sup> Telenovela de Sílvio de Abreu. Exibida de 09/11/1987 a 11/06/1988, na Globo, 19h, 185 capítulos.

<sup>56</sup> Telenovela de Daniel Ortiz. Exibida de 31/05 a 08/11/2016, na Globo, 19h, 139 capítulos.

<sup>57</sup> Telenovela de Arlete J. Gaudin. Exibida de 14/03 a 27/08/2004, na Record TV, 20h15, 122 capítulos.

trama rocambolesca contada como se fosse um filme, quebrando a estrutura do folhetim, especialmente para uma obra que teve 122 capítulos o que soou confuso para o telespectador do formato; b) a estreia foi num domingo, às 20h15, dia e horário completamente inusual para esse tipo de programa; c) excesso de autores (já que a telenovela era uma coprodução) e com isso a interferência, falta de linha-mestra e mudanças de rumo excessivas repercutiram diretamente na narrativa; d) excesso de núcleos (russos, japoneses e brasileiros); e) mistura de ficção e realidade, pois como a trama envolvia o mundo da cirurgia plásticas, alguns artistas passaram por cirurgias na vida real, que foram gravadas e usadas dentro da trama, fazendo um ar de *reality* show para dentro da telenovela, inclusive esse era um dos apelos publicitários usados na divulgação da telenovela, na época os *reality* shows de cirurgia plástica estavam em alta na TV (e que permanecem até hoje com bastante sucesso e derivados).

Fechada a citação ao fenômeno do *reality* show, volta-se ao exercício de elencar alguns fatores que motivaram a transformação da telenovela ao longo do tempo para reforçar a versão de que ela já nasceu e sempre esteve em mutação, nunca esteve fadada a uma caixa, a um modelo engessado e pronto, e estão enganados os que pensam que apenas com o advento das mídias digitais ela precisou se reinventar. Adotar uma postura imutável e rígida nunca lhe foi direito, ainda que muitos possam confundir isso com os padrões básicos de estruturação e construção de uma obra (requisitos estruturais). São inúmeros os exemplos que mostram as experimentações na escrita, na estética, no formato, na relação temporal, na estrutura narrativa, nos territórios de ficcionalidade, nas temáticas e nas abordagens.

No Brasil, o mercado audiovisual sempre viveu na gangorra, especialmente pela dependência de políticas de fomento, e a telenovela se sobressaiu estabelecendo-se através da televisão privada como um dos produtos mercadológicos de entretenimento e cultural mais arraigados e abrangentes do país, com qualidade, geração autônoma de renda e participação no mercado mundial, algo que o cinema nacional até hoje não conseguiu. Tornou-se autossustentável, movimentando anualmente aproximadamente cerca de R\$ 15 bilhões<sup>58</sup> no Brasil. Para efeito referencial, em 2019, segundo dados da Agência Nacional de Cinema (Ancine), o cinema nacional gerou cerca de R\$ 350 milhões de receita nas bilheteiras<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup> Valores aproximados do faturamento das cinco maiores emissoras abertas de televisão do Brasil - Globo, Record TV, SBT, Band e RedeTV! - no exercício de 2020, segundo dados colhidos em colunas especializadas.

<sup>59</sup> Conforme relatório *Resultados Mensais do Cinema Brasileiro - Dados Sadis Detalhado 2019* que aponta público de 25.613.022 e faturamento de R\$ 352.613.884. Adotado por opção o ano de 2019, pois em 2020 a atividade foi fortemente impactada pelo período de pandemia, e conseqüente fechamento das salas de cinemas. Disponível em <<https://www.gov.br/anatel/pt-br/dados/acompanhamento/relatorios-de-acompanhamento>>. Último acesso em 30/05/2021.

A intenção com esse subcapítulo não é aprofundar erros e acertos ou os caminhos adotados nas experimentações da telenovela, e sim tentar situar como elas ocorreram em diferentes medidas a partir de evidências que não têm caráter quantitativo ou exaustivo de pesquisa, mas que podem ser exemplificadas a partir de obras recentes. Na síntese de Castells, um novo modelo de comunicação só é funcional ao ter a integração, a interatividade, a interconexão, a imersão e a narratividade (2001, pg. 228)<sup>60</sup>, que em suma é a responsividade dos produtos culturais ao modelo de comunicação atual, aquele em que se adapta a diferentes tecnologias, meios, públicos, formatos etc. E permite que a interação e o diálogo vão além da visualização no momento de exibição do episódio. Isso não é mais novidade, isso é a realidade, para alguns é até espaço comum.

- *A serialização*: a febre dos seriados norte-americanos, dos europeus, e depois do mundo todo por meio dos serviços de *streaming* tem influenciado características estruturais e da narrativa da telenovela, como enredos que começam e terminam ao longo de uma semana, deixando que a trama seja mais dinâmica e exija muito mais histórias para cada personagem e núcleos. Bastante reconhecida por essa dinâmica é *Avenida Brasil* (2012). Portanto, pensar as histórias iniciadas no primeiro capítulo e que se desenrolam ao longo de toda a trama, até o desfecho final nos últimos capítulos, repetindo *ad infinitum* (MACHADO, 2000, pg. 85). Então é possível imaginar que esse modelo de acontecimentos em períodos esparsos poderá vir a ser uma estrutura narrativa cada vez menos aceita. Assim como nem todos os personagens precisam ter seus enredos finalizados apenas nos últimos capítulos, quando é de praxe acumular o desfecho de grande parte do elenco, com os acúmulos de casamentos, nascimentos, mortes, partidas e segredos revelados.

*Amor de Mãe* (2019-2021)<sup>61</sup>, excluindo o impacto da pandemia que paralisou suas gravações e dividiu a telenovela em duas fases, a obra da estreada Manuela

---

<sup>60</sup> Trecho completo e original em espanhol: “*replantarse el tema de la comunicación sobre la base de la interactividad y la expresión multidimensional. En su interpretación, que en gran medida comparto, el surgimiento de un nuevo modelo de comunicación, de una nueva cultura en definitiva. Puede identificarse gracias al funcionamiento simultáneo de cuatro procesos: «Integración: la combinación de formas artísticas y tecnología para establecer una forma híbrida de expresión. Interactividad: la capacidad del usuario para manipular e influir directamente en su experiencia con los medios de comunicación y de comunicarse con los demás a través de estos mismos medios. Los "hipermedios": la interconexión de elementos mediáticos para crear un rastro de asociación personal. Inmersión: capacidad para entrar en la simulación de un entorno tridimensional. Narratividad: las estrategias estéticas y formales que se derivan de los conceptos antenares y que dan como resultado formas y presentaciones de medios no lineales.»* (Packer y Jordan, 2001: XXVIII.)

<sup>61</sup> Telenovela de Manuela Dias. Exibida de 25/11/2019 a 21/03/2020 (primeira fase, 102 capítulos) e de 01/03 a 10/04/2021 (segunda fase, 12 capítulos de resumo + 23 capítulos inéditos), na Globo, 21h, total de 125. Sua exibição foi interrompida em função da paralisação das gravações cometida pela pandemia do novo Coronavírus.



Dias foi cercada de expectativas. Elogiada pela crítica por sua linguagem de cinema e de série, acabou por desagradar os mais tradicionais do gênero ao usar justamente recursos que não faziam parte da dinâmica de uma telenovela, como a câmera tremida, cenários escuros, planos-sequência e sonoplastia com mais interferências de som ambiente. O recado do telespectador foi quase uma oposição ao afago dado com a criação do termo novela-verdade em 1968 com *Beto Rockefeller*, quando havia abraçado uma telenovela mais realista. Afinal, a vida já é dura, então pode fantasiar, deixar mais “perfeitinho”, não precisa apelar para o hiper-realismo, isso o telespectador já vive do outro lado, do dia a dia.

Assim, o folhetim passou a misturar elementos clássicos da telenovela, de cinema e de séries. Os ‘congelamentos’ no final do capítulo deixavam ganchos instigantes para os telespectadores, assim como os chamados *cliffhangers* das séries norte-americanas, diz o especialista em teledramaturgia Mauro Alencar sobre *Avenida Brasil* (2012) em entrevista a coluna Notícias da TV<sup>62</sup>.

- *Personagens*: mesmo que indiretamente, a serialização estimulou a redução no tamanho dos elencos. Algumas tramas chegaram a estrear com mais de uma centena de atores, um dos campeões é Manoel Carlos. Hoje em dia algumas tramas começam com núcleos mais reduzidos e ao longo da trama vão surgindo novos, ou crescendo o papel de coadjuvantes, e outros simplesmente desaparecem, algumas vezes nem chegam a ter um final. “*Algumas telenovelas têm tantos personagens e histórias paralelas que deixam de ser aceitas em países como os EUA*”, disse Anamaria Fadul. Isso faz sentido ao pensar que se as tramas precisam ser mais enxutas, quanto mais personagens, mais tramas ocorrendo em paralelo ou sendo orquestradas ao longo da obra.

Uma matéria (Notícias da TV; 2020)<sup>62</sup> constatou que 21 personagens de *Amor de Mãe* (2019-2021) eram desnecessários, mero figurantes de luxo. Exclusividade da obra de Manuela Dias? Não. Sempre acontece, mas uma mudança com o tempo talvez tenha sido que antes os elencos começavam maiores e iam diminuindo, agora eles nascem menores e vão crescendo, em tamanho e número dos personagens, conforme relevância e aceitação, pelo menos há essa percepção.

---

<sup>62</sup> Matéria disponível em <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/mitica-e-inovadora-por-que-avenida-brasil-ainda-e-um-fenomeno-nacional-29933>>. Acessado em 26/05/2021.

Agora junte a quantidade excessiva de personagens com nomes confusos para serem decorados como Jeff Wall Street ou Vegas Locomotiv? O autor Mário Prata trouxe uma proposta de folhetim não convencional recheado de muitos opostos, uma trama *cult*, mistura de referências culturais como Beatles e animações japonesas, humor muito requintado como referência aos anos 1960, personagens estrangeiros, tudo isso e muito mais dentro de um faroeste novelesco de *Bang-Bang* (2005-2006)<sup>63</sup>. Não funcionou. Os problemas eram tantos que o jeito foi reduzir a duração dos capítulos para não espantar o telespectador e usar uma edição mais conservadora para encurtar a trama. Obviamente que não é possível generalizar, há também exemplos de obras dos anos 70 e 80 que têm núcleos até menores do que telenovelas produzidas nos anos 2000. A perspectiva proposta aqui foi da tendência observada, dos grandes movimentos, da maioria percebida, e que em alguns casos, era e ainda é até mesmo característica do próprio autor da obra.

- *Excesso de sofisticação narrativa*: o uso de recursos como metalinguagens, enredos circulares, *flashbacks* podem tornar a compreensão complicada, especialmente pensando no tempo de duração desse tipo de obra. A complexidade da narrativa pode fazer o telespectador se perder, e não é isso que ele busca com a telenovela. “*Não estou dizendo que uma telenovela precise ser idiota, mas não pode exigir reflexão demais*”, disse Gilberto Braga em entrevista à Superinteressante (2005)<sup>29</sup>. São exemplos dessa complexidade (ou sofisticação, como alguns preferem atribuir), que tramas como *O Casarão* (1976)<sup>64</sup> e *Espelho Mágico* (1977)<sup>65</sup>, ambas escritas por Lauro César Muniz não funcionaram como telenovelas de sucesso, ainda que tenham seus méritos como produto-telenovela pela proposta e qualidade de texto. É importante ressaltar que simples é diferente de simplista “*É preconceito colocar livros em um altar e telenovelas no inferno só porque um pertence à cultura letrada e outro à popular*”, afirmou Maria Lourdes Motter (2005)<sup>29</sup> na mesma entrevista. “*Existem livros mal escritos, com narrativas bobas, e telenovelas muito bem-feitas*”.

---

<sup>63</sup> Telenovela de Mário Prata. Exibida de 03/10/2005 a 22/04/2006, na Globo, 19h, 173 capítulos.

<sup>64</sup> Telenovela de Lauro César Muniz. Exibida de 07/06/1976 a 11/12/1976, na Globo, 20h, 168 capítulos.

<sup>65</sup> Telenovela de Lauro César Muniz. Exibida de 14/06/1977 a 05/12/1977, na Globo, 20h, 150 capítulos.

Uma das mais conhecidas e bem-sucedidas experimentações ainda no início dos anos 70, foi a telenovela *O Rebu* (1974-1975)<sup>66</sup> de Bráulio Pedroso transmitida na faixa das 22 horas. Não foi sucesso de audiência, mas foi interessante e instigante em muitos aspectos e em 2014 ganhou um *remake*. A telenovela teve 112 capítulos que rompiam completamente a narrativa convencional, já que sua trama se passava em dois dias: o dia da festa na mansão e o dia seguinte, dia da investigação policial. Cenas, acontecimentos, diálogos, tudo ocorrendo de forma não linear entre o tempo presente (a investigação do crime), o tempo da festa (o mais atuante) e o tempo anterior de cada personagem (até levá-los à festa, em *flashbacks* desordenados), que formavam um quebra-cabeça. Desde o início todos sabiam que havia um crime, mas quem tinha morrido e quem tinha cometido, esse era o mistério até o final.

Uma das mais recentes e malsucedidas nesse grupo foi *Além do Horizonte* (2013-2014)<sup>67</sup>. Aqui a estrutura de folhetim foi respeitada com a forte intenção de se aproximar dos ‘ares’ dos seriados norte-americanos, uma espécie de *Lost Brasil*<sup>68</sup> passado em uma misteriosa ilha capitaneada por um elenco muito similar ao da *Malhação*. Assim que descobriram o que não funcionava foi preciso tornar tudo prático: criar/rearranjar os casais e focar em suas trajetórias de amor, limar qualquer objetivo subjetivo, apesar da promessa inicial de novidade e inovação, já que essa não se firmou e afastou o público. Em muitos aspectos a trama se assemelhava com *Tempos Modernos* (2010)<sup>69</sup> que em nada conseguiu conquistar o público. Mais uma vez a ideia de fazer um enredo de aventura não funcionou.

Não é difícil encontrar nos sites da Internet listas criadas pelo público, jornalistas e sites especializados com “*As piores telenovelas da década*” ou “*As telenovelas que a Globo quer esquecer*”. Isso mostra que a telenovela está além do seu tempo de exibição, ela pode ser lembrada por décadas ou pode ser esquecida em meses. Desafio esse que na visão de Sarlo é parte do que ela chama de “nova televisão”, que não fica restrita ao auditório, mas que vaza por

---

<sup>66</sup> Telenovela de Bráulio Pedroso. Exibida de 03/11/1974 a 11/04/1975 (RJ) e 04/11/1974 a 11/04/1975 (SP), na Globo, 22h, 112 capítulos.

<sup>67</sup> Telenovela de Carlos Gregório e Marcos Bernstein. Exibida de 04/11/2013 a 03/05/2014, na Globo, 19h, 155 capítulos.

<sup>68</sup> Referência ao seriado norte-americano *Lost* exibido de 2004-2010 pelo canal ABC. Sua trama mostrava a vida de um grupo de sobreviventes de um acidente aéreo em algum lugar do Oceano Pacífico que haviam saído da Austrália e estavam a caminho dos Estados Unidos. Se tornou uma febre com sua mistura de drama e suspense, ajudando a fomentar o gênero. Até hoje ela é citada no campo da academia e do entretenimento por suas contribuições, e assim como outros fenômenos seriados, seus milhares de fãs ainda debatem furos, teorias etc.

<sup>69</sup> Telenovela de Bosco Brasil. Exibida de 11/01 a 17/07/2010, na Globo, 19h, 161 capítulos.

toda a programação (1997, pg. 76-77). E nessa tentativa de públicos, meios e interfaces, a telenovela sofre justamente rejeição pelo excesso ou mau uso das experimentações, como *Tempos Modernos* (2010) que terminou com uma das piores audiências da década para a faixa das 19h, em uma tentativa de falar com um público mais jovem a partir de um cenário futurista e uma trama tecnológica e cheia de personagens caricatos.

Nessa mesma faixa, *Cheias de Charme* (2012) e *Totalmente Demais* (2015-2016) surpreenderam com ótimos índices de audiência e a convivência de ações promovidas nas redes sociais, além de produtos audiovisuais adicionais, como clipe musical e *spin-off*. Aliás, a faixa das 19h parece ser para a emissora a faixa de experimentações oficial, pois algumas das melhores e piores experimentações passaram por ela. Talvez por preceder o Jornal Nacional, é onde a emissora tenha menos receio de perda da audiência, ou seja, quando o programa que sucede derruba a audiência do anterior.

Para o crítico Artur da Távola, diferente do cinema, teatro e literatura que vão buscar (encontrando ou não) o mercado após prontas, a telenovela é construída também com *feedback* e reação da audiência. Ajustar-se às respostas do público é sua instigante característica (1996, pg. 33). Isso é realmente verdade, mas é preciso lembrar que uma telenovela é formada por vários núcleos e personagens, então, algumas vezes as mudanças de rumos não podem ser feitas de maneira rápida e sem custos para a trama. Por isso, certas experimentações passam tímidas, outras quando são o carro-chefe da obra e são enredo, geralmente têm o aval da emissora como aposta e seu caminho geralmente é o encurtamento da trama. Quando essa experimentação está isolada em determinados núcleos e/ou personagens, há dois caminhos costumeiros: tirá-lo(s) da trama ou adaptá-lo(s) à trama, o que em segunda instância pode gerar ainda uma nova rejeição, pois a nova personalidade pode não combinar com o personagem.

Enfim, esses são os percalços, os riscos e as oportunidades das experimentações a que sempre estiveram sujeitas as telenovelas, ou melhor, todas as obras dramatúrgicas. Obviamente que os desafios são moldados pela época em função da tecnologia ou da demanda do telespectador, por exemplo. E em um país tão miscigenado e grande, como dito no início do trabalho, de dimensões continentais, é sempre um desafio. Parte de uma crítica de Bucci tratava justamente desses distanciamentos e aproximações, oposições e junções da telenovela:

O campo e a cidade. O Brasil é dividido. Zona rural, zona urbana. Camponês e operário. Sem-terra e sem-teto. Latifundiários, industriais. Guerrilha rural, guerrilha urbana. *Fera ferida* e *Pátria minha*. Como sempre. No horário nobre da Rede Globo, o revezamento da cidade e do campo. Sai o coroné e entra o empresário sem escrúpulos. Sai o mocinho que volta à sua terra no interior para dar um jeito nas coisas malparadas e entra o mocinho que vem do interior para

a cidade vencer na vida sem ser desonesto [...] vamos ser sintéticos: sai Lima Duarte, entra Tarcísio Meira. O que não é bom nem mau. Parece que é apenas cíclico. (1996, pg. 81).

A televisão e a telenovela são dois campos amplos de estudos, e deles derivam uma série de outras linhas de estudos dos quais seria impossível (e incapaz) esse trabalho dar conta. A proposta até aqui foi mostrar como nessa trajetória de 1950 até 2020 - para sermos mais exatos na conta e falarmos de 70 anos de TV e telenovela -, o Brasil produziu um legado incontável e imensurável de conteúdos nos mais diversos formatos. E a proposta desses três primeiros subcapítulos foi justamente falar na perspectiva da produção, na saída, na veiculação, na propagação. Porém, é importante antes de entrar na temática que queremos avançar sobre a memória, que é o arquivamento, e afinal, tudo isso que foi produzido, saído, veiculado, propagado, onde está guardado? Como pode ser acessado?

Para conseguirmos obter essa resposta (e talvez outras correlacionadas ao tema) é necessário olhar a problemática anterior: diagnóstico e evolução do cenário da constituição do acervo audiovisual brasileiro ao longo de 70 anos. Hoje vivemos uma época em que todos os passados se tornaram acessíveis e é possível manipulá-los para consumo rápido, na Internet e na indústria da cultura (HUYSSSEN, 2014, pg. 80), com seus diversos meios e dispositivos. Mas, para isso acontecer é preciso que a evolução da tecnologia seja acessível, economicamente viável - pois as emissoras ainda têm investido o suficiente para dar um salto em relação ao acervo nacional -, de conhecimento, pois ela será o aparato sistêmico para que aconteçam várias das atividades de preservação, que inclui uma segunda necessidade, o conteúdo em si. Conhecer o histórico brasileiro a partir do próximo capítulo para entender alguns hiatos em nosso acervo é importante antes de evoluirmos para a memória, a reprise e a relação entre ambas.

## 2. ACERVOS, RECORDAÇÕES... E APAGAMENTOS

*“O acervo de nossas memórias faz com que cada um de nós seja o que é: um indivíduo, um ser para o qual não existe outro idêntico.”*

Iván Izquierdo (2011, pg. 13)

Duarte observa como o acesso aos arquivos da televisão possibilitou que nos últimos 10 anos ocorresse um importante avanço na investigação sobre ela. Esse acesso às imagens do passado permite compreender como se pôde estruturar a memória televisiva (2004, pg. 7). O que a autora chama de acesso está muito relacionado à forma de buscar os conteúdos a partir da digitalização de itens ou indexação de palavras-chaves. Por outro lado, para que qualquer arquivo possa ser parte de um acervo é necessário que exista conteúdo. Do ponto de vista prático, podemos hoje comemorar 70 anos da televisão no Brasil, mas apenas nos últimos 30 anos é que se tornou uma preocupação e uma atividade estruturada dentro das principais emissoras do país.

Significa que os primeiros 30-40 anos da televisão precisam ser vistos de maneira diferente, a sua existência será deficitária, por aspectos que correspondem inclusive à inexistência da cultura de arquivamento estruturado como conhecemos nos dias atuais até final dos anos 1970 e começo dos anos 1980, por isso esses motivos serão qualificados para que essa ausência não entre apenas como um registro de apagamento.

Antes de avançar no assunto, é necessário esclarecer que o objetivo é de historicizar o tema em um escopo específico, ou seja, organizar informações importantes que ajudem a entender a trajetória do acervo nas emissoras privadas do Brasil, especialmente da TV Globo, paralela à história da televisão e da telenovela. Isso será fundamental para entender muitas das assunções e restrições assumidas pelo objeto da pesquisa, o *Canal Viva*, que majoritariamente se abastece de conteúdo do acervo da emissora.

O segundo ponto é que, ainda que não seja um subcapítulo de linguagem técnica, será necessário determinar os conceitos e fontes de algumas das terminologias adotadas antes de avançar. Nota-se que o objetivo não é defender, refutar ou avançar em nenhuma teoria sobre o tema, apenas usar de arcabouço técnico para garantir a implementação de uma leitura sistêmica a partir de vocábulos comuns, por exemplo, *acervo*.

Publicado em 2017, o guia de Arquivística Audiovisual, filosofia e princípios escritos por Ray Edmondson e publicado pela United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO) diz no item “3.3.3.1 *Talvez por razões históricas, não existe em uso nenhuma definição sucinta e padronizada do que seja um arquivo audiovisual*” (pg. 28), assim como não há no material da ABPA uma definição universal. Por isso, qualifico abaixo as adoções terminológicas selecionadas e assumidas para essa pesquisa com as respectivas origens, reforçando que os textos sofreram ajustes para caber apenas no escopo do trabalho, visto que eles abrangiam, por exemplo, cinema e rádio, que não irá nos interessar:

- **Acervo audiovisual:** departamento de uma organização tecnicamente estruturado e capacitado, que desenvolve atividades de acervo, proporciona o acesso administrado a uma coleção de documentos audiovisuais e ao patrimônio audiovisual.
- **Acesso:** qualquer forma de utilização das coleções, dos serviços ou dos conhecimentos de um arquivo [...] bem como aos campos de conhecimento a que se referem [...] pode ter um caráter ativo (EDMONDSON, 2017, pg. 24, Item 3.2.6.7).
- **Atividades de acervo:** uma vez definidos os itens para acervo, serão atividades decorrentes para esse processo (de forma geral, podendo variar conforme cada organização em relação à quantidade de etapas): registro, acondicionamento, ordenação, descrição, indexação, e, quando aplicável, preservação e difusão (BELLOTTO, 2006, pg. 27). Representa o ciclo de etapas e especificidades atreladas à preservação, por isso não ter organicidade torna um acervo apenas um arquivo permanente e sem uso.
- **Preservação audiovisual:** conjunto dos procedimentos, princípios, técnicas e práticas necessárias para a manutenção da integridade do documento audiovisual e garantia permanente da possibilidade de sua experiência intelectual - § 1º do Estatuto Social da ABPA (2013, pg. 1).
- **Obra ou registro audiovisual:** produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, com finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão - § 2º (ibid.). Nesse estudo, cada telenovela corresponde a uma obra ou registro audiovisual.
- **Patrimônio audiovisual:** inclui, mas não se limita à:

- *sons gravados, produções radiofônicas, cinematográficas, televisivas, videográficas, digitais e outras que contenham imagens em movimento e/ou sons gravados, destinados prioritariamente ou não à veiculação pública;*
- *objetos, materiais, trabalhos e elementos imateriais relacionados a documentos audiovisuais, considerados do ponto de vista técnico, industrial, cultural, histórico ou qualquer outro. Isso inclui materiais relacionados a filmes, indústrias de radiodifusão e de gravação de sons, como publicações, roteiros, fotografias, cartazes, material de publicidade, manuscritos e artefatos como equipamentos técnicos ou figurinos;*
- *conceitos como a perpetuação de procedimentos e ambientes em vias de desaparecimentos associados à reprodução e à apresentação desses documentos; e*
- *materiais não bibliográficos ou gráficos, como fotografias, mapas, manuscritos, transparências e outros trabalhos visuais, selecionados por seu próprio valor* (EDMONDSON, 2017, pg. 25-26, Item 3.3.1).
- **Arquivos de emissoras:** inventário de programas de televisão selecionados para propósitos de emissão. Informação, cópias e outros serviços de acesso são oferecidos - principalmente "a clientes internos", embora possam estar disponíveis serviços de acesso ao público. Também podem incluir "material bruto" como entrevistas, manuscritos ou documentação dos programas (ibid., pg. 37, Item 4.3.7.2).
- **Arquivos de programação:** são arquivos de filme ou arquivos de televisão bem caracterizados em primeiro lugar por uma ênfase na qualidade no plano da investigação e da apresentação nos seus próprios écrans ou salas de exibição como meio de acesso público (ibid., pg. 37, Item 4.3.7.3).

Não basta preservar, se não há conhecimento detalhado sobre o que encontrar em um acervo com milhares de horas de gravações. Afinal, o princípio do acesso é um requisito básico de um acervo, uma vez que ele não existe, independente das regras, é um arquivo na prática inútil (EDMONDSON et al., 1998, pg. 37). Com raras exceções um arquivo é um desafio que acena com o caótico, frutos do tempo e desuso, ao mesmo tempo um desafio e uma descoberta (BELLOTTO, 2006, pg. 13), não importa sua natureza ou origem. De certo modo a resposta mais adequada seria um 'sim', ainda que muitos fragmentos possam ser encontrados, nada mais são do que pedaços específicos de um percentual muito pequeno em relação ao que já foi produzido. Por isso as distintas etapas de um processo arquivístico até o acesso são essenciais.



Percorridas as definições necessárias, e buscando percorrer exemplos na formação de uma radiografia do cenário nacional, ELIAS e PEREIRA JÚNIOR reuniram vários exemplos da televisão nacional, entre telenovelas, programas de humor, de variedades e de auditório, relacionando o total de episódios produzidos versus o total declarado (ou que se tem conhecimento) em acervo (In: Pereira Júnior (org.), 2002). Para aqueles que acompanham o assunto, alguns são casos conhecidos e já repetidos à exaustão. De qualquer forma, alguns desses exemplos e outros são repassados abaixo (*Tabela 1*).

Tabela 1 - Amostra de programas e telenovelas produzidos até os anos 80, total de capítulos em acervo versus o total produzido

Programa	Ano de exibição	Total de capítulos vs. total de capítulos em acervo
Chacrinha	1972-1978 (Tupi) 1978-1981 (Band) 1982-1988 (Globo)	120 minutos 1 capítulo 5 capítulos Frente ao total estimado em sua carreira de 1.815 episódios
Beto Rockfeller	1968-1969	6 de 298
Redenção <sup>70</sup>	1966-1968	1 de 596
A Cabana do Pai Tomás <sup>71</sup>	1969-1970	0 de 205
Irmãos Coragem <sup>72</sup>	1970-1971	138 de 328
Selva de Pedra	1972-1973	80 de 243
Chico City	1973-1980	9 de 328
O Rebu	1974-1975	2 de 112
Estúpido Cúpidos <sup>73</sup>	1976	6 de 160
O Amor é Nosso <sup>74</sup>	1981	0 de 155

Fontes: organização do autor a partir de citações não estruturadas no livro *A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano* e do site Teledramaturgia.

Somente no final dos anos 1950 e início dos anos 1960 é que algumas produções começaram a ser realizadas em videoteipe. Até lá todas as produções, inclusive as obras de teledramaturgias, em grande parte no formato de teleteatros eram exibidas totalmente ao vivo,

<sup>70</sup> Telenovela de Raimundo Lopes. Exibida de 16/05/1966 a 02/05/1968, na TV Excelsior, 19h, 596 capítulos.

<sup>71</sup> Telenovela de Hedy Maia. Exibida de 07/07/1969 a 01/03/1970 (RJ) e 09/07/1969 a 28/02/1970 (SP), na Globo, 19h e 19h30, 205 capítulos.

<sup>72</sup> Telenovela de Janete Clair. Exibida de 08/06/1970 a 12/06/1971 (RJ) e 29/06/1970 a 15/07/1971 (SP), na Globo, 20h, 328 capítulos.

<sup>73</sup> Telenovela de Mário Prata. Exibida de 25/08/1976 a 28/02/1977, na Globo, 19h, 160 capítulos.

<sup>74</sup> Telenovela de Roberto Freire e Wilson Aguiar Filho. Exibida de 27/04 a 24/10/1981, na Globo, 19h, 155 capítulos.

portanto, não havia registro audiovisual, apenas fotográfico das principais cenas e do elenco, e alguns itens de cena como roteiro ou peça de figurino, inclusive porque eram usadas em revistas e ações de divulgação.

Mesmo com a chegada do videoteipe, havia um segundo problema: o custo. No princípio a 'fita' era vista apenas como um objeto caro e de uma só função: armazenar o programa gravado. Assim, até meados dos anos 80, as emissoras enxergavam que as fitas usadas para gravação eram muito caras para serem utilizadas apenas uma vez e por isso novos conteúdos eram gravados uns sob os outros em intervalos médios de uma semana. Arquivá-las exigia no mínimo espaço físico, condições climáticas apropriadas e funcionários especializados, o que até então parecia não ser economicamente atrativo, nem mesmo necessário.

Suscetíveis a questões climáticas por falta de acondicionamento correto, o destino de muitas fitas foi o lixo, além de falhas na manipulação, ação de agentes atmosféricos e condições ambientais, queimadas em incêndios que assolaram algumas emissoras ou mesmo levadas para casa de lembrança (ou quem sabe, roubadas), tornando-se impossível restituí-las e recuperá-las. Ainda que haja um desconto para Globo, Bandeirantes e Record TV pela perda de parte dos seus acervos em incêndios, o estimado que foi queimado representa pouco perto da produção total de cada uma.

Ainda que possam ter um impacto de menor expressividade em relação ao todo, Busetto relata em artigo de 2017 que com o advento (e encantamento) da TV em cores, houve maior descuido e descarte do material gravado em P&B, dado que o telespectador estava ávido por imagens coloridas (pg. 382). Outra condição também relatada por ele é em relação ao próprio conteúdo, por vezes classificado de cunho efêmero, inclusive entre profissionais do meio, assim como havia um generalizado entendimento técnico de que a fita de VT servia como ferramenta de produção mais do que de arquivamento (ibid.).

Grande parte da produção anterior à década de 80, praticamente não existe mais e, do que existe, ou são fragmentos, episódios avulsos ou pedaços de coleções preservadas, como da extinta TV Tupi que tem quase 30 anos de história guardados na Cinemateca do Estado de São Paulo, resumidos em 3 mil fitas de vídeo (VHS) e 850 de U-matic (de 3/4 de polegada). Metade são telenovelas feitas de 1967 a 1980 como as primeiras versões de *Éramos Seis*<sup>75</sup>, *O Direito*

---

<sup>75</sup> Primeira versão foi escrita por Pola Civelli. Exibida de 01/05 a 02/06/1967, 19h, 29 capítulos. A segunda versão da TV Tupi foi escrita por Sílvio de Abreu e Rubens Ewald Filho. Exibida de 06/06 a 31/12/1977, 19h-19h30, 165 capítulos.

de *Nascer*<sup>76</sup> (1978) e *A Viagem* (1975)<sup>77</sup> de um total das 116<sup>78</sup> telenovelas produzidas pela emissora entre 1950 e 1980.

Ainda nessa época, a maior emissora de televisão do Brasil, a Globo, até então só arquivava seis episódios de cada uma das suas telenovelas, sendo obrigatoriamente: os dois primeiros, os dois finais e outro par intermediário a ser escolhido. São exceções da década de 1970, apenas doze de um total estimado de 77 telenovelas produzidas entre 1970 e 1980 que foram completamente preservadas. Isso corresponde a menos de 20% do total produzido, excluídos outros formatos dramaturgicos.

Somente com a mudança de mentalidade na tratativa dada a uma fita, de custo para investimento, e a futura geração de renda a partir de novos usos, o cenário mudou. Bellotto, especialista na área, diz que um arquivo é um universo arqueológico a identificar, balizar, ordenar, descrever e analisar, mantendo assim forma e conteúdo preservados (2006, pg. 13) para utilização a qualquer tempo, inclusive o mercantil, se não todas, pelo menos a maioria das emissoras adotou tal mentalidade. Outra questão cultural importante levantada por Edmondson [et al.] está relacionada à dependência (ou tensão, como ele diz) entre preservação e acesso. Como uma não existe sem a outra, o acesso acarreta riscos e custos, sejam grandes ou pequenos: contudo preservação sem perspectiva de acesso é insensato (1998, pg. 26).

Não significa que a partir dos anos 1980 todas as emissoras passaram a preservar o seu acervo, significa que o assunto teve mais atenção e iniciativas começaram a ser realizadas, em um processo que se estima ter levado mais de duas décadas até ter se tornado uma realidade nas principais emissoras de televisão aberta do país, segundo entendimento a partir dos textos pesquisados, datas e exemplos mencionados. Só durante os anos 1990 é que o desenvolvimento de uma teoria codificada para arquivos audiovisuais tornou-se uma preocupação prioritária e conduziu a uma expansão especialmente relevante nas estruturas comerciais (EDMONDSON et al., 1998, pg. 1).

Além disso, outro fator que foi se acumulando ao longo dos anos foi a rápida mudança tecnológica, criando um legado de velhas tecnologias e a necessidade de diferentes aparelhos para leitura, intitulado pelos profissionais como ‘princípio da inércia’. Segundo Edmondson, responsável pela redação e organização do grupo de trabalho junto a Unesco que preside há 20 anos debates para avanço do setor, a migração repetida de conteúdo dos formatos obsoletos

---

<sup>76</sup> Telenovela de Teixeira Filho e Carmem Lúcia. Exibida de 31/07/1978 a 26/05/1979, na TV Tupi, 19h30, 256 capítulos.

<sup>77</sup> Telenovela de Ivani Ribeiro. Exibida de 01/10/1975 a 27/03/1976, na TV Tupi, 20h, 141 capítulos.

<sup>78</sup> Conforme contagem realizada no catálogo em <<http://teledramaturgia.com.br/novelas/novelas-por-emissora/rede-tupi-novelas/>>. Acessado em 26/05/2021.

para novos não é desejável e economicamente não é a melhor estratégia de preservação, inclusive com a questão do descarte sustentável, dada a composição das fitas. Porém, manter a tecnologia é por enquanto a única alternativa (1998, pg. 31). Isso diferencia o acervo audiovisual do acervo de livros ou cartográficos, o que torna seu custo de preservação e acesso muito mais baixos, dada a necessidade do equipamento para leitura do conteúdo gravado.

Pode-se atribuir a motivação para a profissionalização e enriquecimento dos acervos ao fator mercantil como a venda das telenovelas brasileiras para outros países - o que mais tarde viria não apenas a ser um importante braço comercial de algumas emissoras, especialmente da Globo, como permitiu as primeiras experimentações da emissora com as reprises de suas próprias produções na faixa especial do *Vale a Pena Ver de Novo* e na exploração de novos conteúdos e do seu *casting* de contratados no *Vídeo Show* -, a venda de imagens de arquivo para documentários, produtoras, emissoras da TV a cabo, e a transformação em novos produtos, como os DVDs pela Globo Marcas<sup>79</sup>, por exemplo. Assim, o que era o custo de aquisição de uma fita passou a ser visto como um investimento financeiro com o potencial de geração de novas receitas, além da exibição original (inédita). Há notícias de que no final dos anos 1990 a Globo tenha iniciado um grande projeto de organização e recuperação definitivo de seu acervo.

Outra questão importante em relação ao acervo, é que *arquivos não servem de nada se aquele que os percorre não sabe quais questões deve a eles colocar* (DUARTE, 2004, pg. 8). Por isso, não apenas criar uma cultura de preservação ou a estruturação de departamentos com profissionais, *softwares* e adoção de catalogação serviu para criação dos acervos das emissoras. Segundo Busetto, a dimensão técnica da preservação do audiovisual televisivo tem base na tecnologia digital (2017, pg. 385). Neste aspecto, o grande salto ocorreu no início dos anos 1990 quando a mídia digital se tornou realidade, reduzindo drasticamente o custo de armazenagem frente ao custo de produção de um capítulo ou episódio de qualquer natureza.

Some-se a isso o valor mercantil que mais tarde se descobriu, seja para uso próprio, seja para venda a terceiros. Sem situar se é um consolo ou não, Bellotto lembra que é enorme a tarefa de identificação, organização, descrição e transferência da informação dos documentos custodiados nos diversos arquivos brasileiros (2006, pg. 16), portanto, todo esse desafio não é um privilégio exclusivo do audiovisual nacional. A diferença está em alguns países como

---

<sup>79</sup> Braço comercial do grupo Globo, operou de 2000 a 2018 licenciando produtos originários de suas produções como telenovelas, programas infantis e de auditório que iam desde acessórios de uso pessoal, alguns até mesmo criados à partir dos pedidos dos telespectadores que queriam saber onde encontrar determinado item usado pela personagem da telenovela, até itens de cama, mesa e banho, e brinquedos baseados em um determinado programa infantil, entre tantos outros além de DVDs, trilhas sonoras e outros produtos audiovisuais. Seguindo uma tendência de digitalização do mercado, parte de sua operação passou para a Som Livre, e parte passou a ser comercializada através de empresas terceiras.

França e Grã-Bretanha, onde há políticas estabelecidas de preservação que contemplam emissoras públicas e privadas, criando assim um sistema de gestão unificado, um importante passo que contribui para preservação histórica e da memória coletiva da nação.

No Brasil ainda não temos algo similar, há um desbalanceamento entre acervos públicos e privados. O primeiro depende do escasso recurso. O segundo varia entre as emissoras, mas só pelo fato de ser privado já apresenta melhores condições que se devem, obviamente, muito mais pelas necessidades da organização e interesses comerciais do que por preocupações com o patrimônio cultural (BUSETTO, 2017, pg. 383), pelo menos nas médias e grandes emissoras.

Teoricamente, imagens e sons são infinitamente replicáveis e transmissíveis. Podem ser ouvidas ou visionadas dentro ou fora das instituições, individualmente ou em grupos ou mesmo por multidões. O patrimônio audiovisual pode potencialmente alcançar muito depressa uma audiência grande (EDMONDSON et al., 1997, pg. 32).

Não há dúvidas de que a digitalização em todos os seus aspectos permitiu um avanço significativo no campo do acervo, como:

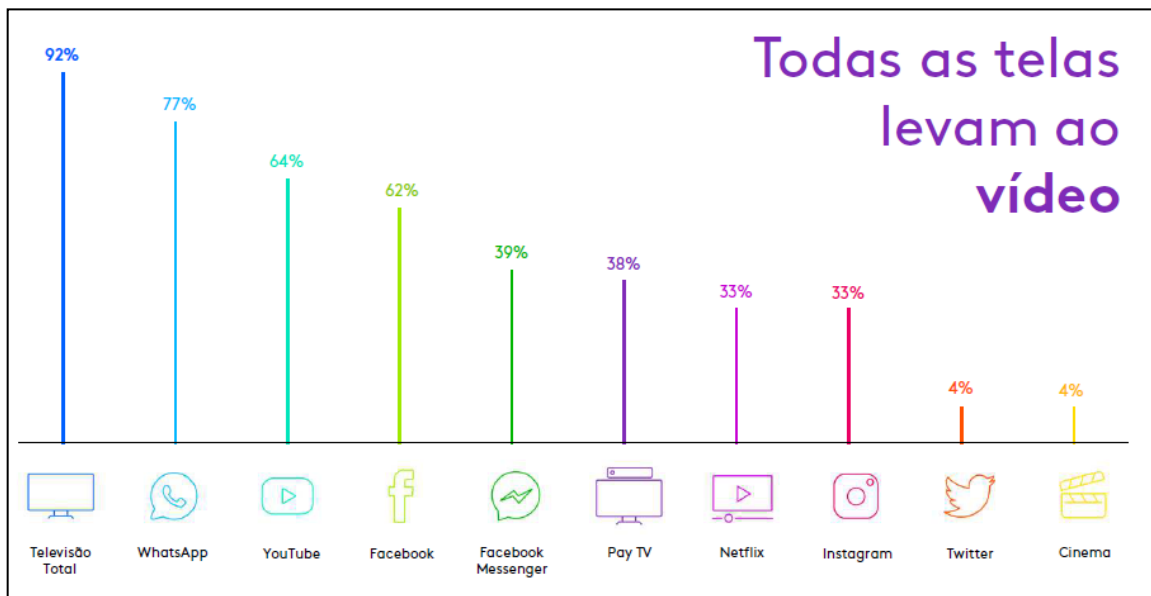
- a) criação de bancos de dados virtuais, tanto para os administradores, como para o público em geral, facilitando o acesso;
- b) melhor salvaguarda de informações, sejam bancos de dados, sejam imagens digitalizadas em ambientes *cloud*, por exemplo, funcionando como uma espécie de cópia de segurança do conteúdo original;
- c) enriquecimento de informações entre acervos, a partir da troca facilitada de dados;
- d) maior aparelhamento dos acervos, permitindo que textos, imagens e sons estejam parcial ou integralmente disponíveis para consulta ou mesmo *download*;
- e) enriquecimento das informações de acervo, ao abrir o ambiente online permite que outros agentes contribuam com adições, correções e doações.

Além claro, dos já citados: barateamento e maior velocidade nas atividades de preservação e disseminação. Portanto, a partir da visão teórica acima capturada é possível afirmar que são fatores-chaves de sucesso de um acervo num primeiro nível: infraestrutura (ambiental e sistêmica); organicidade (catalogação, indexação, agrupamentos etc.), mecanismos de preservação (restauro, conservação etc.) e equipe técnica habilitada, dadas as particularidades que os diferentes materiais podem apresentar como os níveis máximos de temperatura e umidade para não entrar em combustão. Posteriormente, podemos atribuir que são atividades-chave a disseminação, a rentabilização e o acesso, entre outros. Tudo dependerá do objetivo-fim de cada tipo de acervo.

### Digitalizar para não morrer.

Essa é a solução encontrada pelas emissoras para não deixar que seus acervos sumam com o tempo. Isso parece já não ser apenas uma escolha, e sim item obrigatório para qualquer emissora de televisão que hoje atua (ou pretende estar) em meios variados. Segundo dados da Kantar de 2019, o consumo de conteúdo em vídeo, profissional ou amador, está distribuído de forma não estruturada em meios de massa, como a televisão com índice de 92% ou na relação um a um, como no cinema com 4% (*Figura 1*). Assim, é possível assumir que a produção de conteúdo deixa de ter restrições técnicas e passa a ser um artefato que pode ser produzido com custo zero, basta ter um aparelho de telefonia celular com câmera em mãos, e claro, muitos conteúdos nascerão e morrerão, sem que jamais tenham relevância para estar em qualquer tipo de acervo, dada sua baixa significância, efemeridade, ou até tenha sido propositalmente criado para ser exibido e não arquivado.

Figura 1 - O consumo de conteúdo em vídeo no Brasil em 2019



Fonte: Relatório *Inside TV 2020* da Kantar. Acessado em 24/04/2021.

A mudança positiva, nos últimos anos, é que muitas das emissoras com melhor estrutura passaram a realizar suas gravações em formato digital, permitindo que algumas atividades como a classificação e a transcrição do físico para o digital passassem a ser automáticas, semiautomáticas ou algo muito menos manual, permitindo o processo de inserção e uso de conteúdo de acervo, quase instantâneo, tornando o ciclo de controle dos arquivos em formação, a destinação e a custódia definitiva uma atividade do dia a dia (BELLOTTO, 2006, pg. 30). Isso no futuro deve reduzir de forma drástica, por exemplo, a necessidade de iniciativas de restauro

ou (re)organização, permitindo também que o trabalho de arqueologia nos acervos seja muito mais produtivo, rápido, e mais eficiente ao conseguir abarcar uma quantidade maior de acervos e conteúdos pesquisados, com menor necessidade de capital humano, financeiro e de tempo.

Afinal, ficou evidente que manter exige menos esforço e investimento do que recuperar. Aliás, algumas dessas mudanças já podem ser vistas em alguns Centros de Documentação (Cedoc(s)), mas isso não será um tema debatido nessa pesquisa. Sem dúvida a migração para o digital torna esse processo mais barato, rápido e acessível, porém, um outro problema deverá surgir: o que deve ser arquivado? Pois essa mesma acessibilidade também tornou a quantidade de conteúdo produzido infinitamente maior. Então, o que é relevante? A eliminação é necessária e obrigatória, pois mesmo com recursos tecnológicos, não se dá conta do número tão grande de fontes (BELLOTTO, 2006, pg. 27).

Na era digital, a crescente produção artística demanda a elaboração de procedimentos específicos, como novas tipologias e formas de processamento, e ainda que esse seja um assunto para outros campos de estudos, mostra que essa não pode e não deve ser uma atividade isolada dos amantes do audiovisual para que se torne uma atividade sustentável e perpétua. Do contrário, terá sido análoga a uma grande faxina e arrumação do guarda-roupa para caber mais e melhor o que se tem, ainda que não se use, e dispensar aquilo que não se reconhece mais usável. Ou na visão do entusiasta e líder do tema junto à Organização das Nações Unidas (ONU), Edmonson, ele já via lá nos anos 1990 que o desenvolvimento de uma teoria codificada para arquivos audiovisuais tinha se tornado de alguma forma prioritária [...] fora do âmbito dos arquivos institucionais tradicionais (1997, pg. 7). Então, é acreditar na evolução.

## **2.1. Panorama dos acervos televisuais brasileiros (parte 1)**

Ao longo da pesquisa sobre acervo foi possível perceber a ausência de um diagnóstico atualizado e central (unificado) das principais emissoras privadas, ainda que em um nível macro, sem detalhamentos técnicos, quantitativos ou mesmo minúcias de inventário -, e para que o conteúdo coletado ao longo do trabalho de pesquisa não fosse perdido, ele foi somado e atualizado a outros existentes. Foram dezenas de fontes, bibliográficas e virtuais, um número aqui, uma citação ali, um ano acolá, conflitos e confirmações, e a intenção de chegar ao melhor documento possível, ainda que não tenha sido validado com nenhuma das emissoras e demais instituições citadas, algo que poderá ser feito posteriormente.

Entre dados espalhados, três fontes colaboraram de forma mais considerável para a geração das páginas a seguir, todas devidamente descritas nas referências. São eles:

- O artigo *Vale a pena ver de novo - organização e acesso a arquivos televisivos na França, Grã-Bretanha e no Brasil* do Prof. Dr. Áureo Busetto da UNESP.
- O artigo *A TV destruiu a própria memória* de Luiz Costa Pereira Júnior e Eduardo Elias publicado no livro *A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano* organizado pelo próprio Pereira Júnior e publicado pelo Senac em 2002.
- O site <https://www.teledramaturgia.com.br> de Nilson Xavier.

Como há uma quantidade considerável de sites de Internet das emissoras mencionadas, a fim de facilitar a organização ao longo do documento, eles foram divididos em dois grupos:

- *Grupo 1 - Notas de rodapé:* contemplam sites com notícias, citações e menções em redes sociais virtuais, por exemplo, têm caráter de comprovação da informação dada usando a fonte mais crível possível e disponível para verificação. Por isso, estarão sempre vinculados na página da citação.
- *Grupo 2 - Webgrafia:* são canais de comunicação das respectivas emissoras como sites institucionais onde há uma variedade incontável de *links* disponíveis, por isso, não faria sentido citar cada uma das URLs (páginas) clicadas, quando grande parte foi acessada e utilizada para algum tipo de coleta, leitura ou confirmação. Além disso, plataformas terceiras que permitem ter páginas de ‘perfil’ também estão nessa relação como YouTube e *streaming* próprio como Globoplay e aplicativos. Esses todos estão agrupados nas *REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS*.

Algumas emissoras não possuem informações em seus sites de Internet, assim como as tentativas de contato ao longo da pesquisa não obtiveram sucesso. Alguns outros pesquisadores já relataram a mesma dificuldade, e em discussão com profissionais do meio, a falta de transparência e/ou conhecimento do estado, ausência de informações públicas, descrição em relação ao acervo, exemplos das práticas adotadas, planejamento (ou algo que o valha) atual e futuro dessas emissoras, me faz concluir que não é uma dificuldade exclusiva (ou apenas) deste pesquisador, e também pode denotar falta de prioridade das mesmas com o tema. Com exceção das emissoras RedeTV! e Gazeta, todas foram contatadas e apenas Globo e TV Cultura retornaram aos e-mails com disponibilidade para prestar algum tipo de suporte, ainda que qualquer atividade física ao acervo estivesse por hora paralisada em função da pandemia.



Dada as dificuldades logísticas em função do momento, a metodologia adotada teve uso de base empírica, somadas aos dados oriundos de outros pesquisadores e aos conteúdos disponíveis em canais institucionais ou matérias em veículos confiáveis, além do seu detalhamento não ter espaço nesta pesquisa, por isso, esses dados não serão aqui citados, ainda que as experiências de outros tenham sido coletadas. Assim, quando a mesma informação foi encontrada em duas ou mais fontes, essas não são creditadas, deixando apenas para aquelas de veiculação (e mérito) exclusivo da fonte em questão.

O conteúdo está dividido em quatro grupos, nesse capítulo, por escopo da pesquisa segue apenas com o Memória Globo e as emissoras nacionais produtoras de dramaturgia. Já nos ANEXOS, é possível encontrar: a) demais emissoras nacionais; b) antigas emissoras nacionais; e, c) outros acervos audiovisuais nacionais identificados no *1. Panorama dos acervos televisuais brasileiros (parte 2)*.

## **Emissoras nacionais produtoras de dramaturgia**

### **Memória Globo**

Tendo como objeto do estudo o *Canal Viva* que tem sua estratégia de exibição de conteúdo a partir do acervo da TV Globo, foi realizado um resumo da iniciativa que batiza a ação de preservação do grupo, o *Memória Globo*. Hoje não há dúvida que seja o melhor exemplo entre as emissoras privadas do país. Chegou a existir um primeiro contato via *Globo Universidade* para pedido de agendamento de visita, e em função do período pandêmico, as mesmas estavam suspensas. Diante disso, a decisão de escopo foi apenas reproduzir algumas das principais informações históricas, estruturais e de conteúdo disponíveis na Internet, com algumas adições oriundas de outros artigos para contextualizar.

Produtor e detentor do maior acervo audiovisual do país, em 1999, o Grupo Globo criou o departamento de acervo responsável por resgatar e contar a sua própria história, o *Memória Globo*, incluindo suas empresas, seus produtos e seus profissionais. Formado por uma equipe de pesquisadores, jornalistas, historiadores, antropólogos, editores de conteúdo e produtores, que atuam na pesquisa do próprio acervo, fontes bibliográficas, documentos, vídeos e imagens, em arquivos públicos e privados, e na produção de conteúdo em diversos formatos. Entre o que produz, destaca-se conforme seu próprio site institucional:

- **Programa de Memória Oral:** conta com depoimentos de cerca de 1.200 profissionais que ajudam/ajudaram diariamente a levar informação e entretenimento aos lares brasileiros. As três mil horas de gravações fornecem elementos para traçar

um panorama da história da Globo, da televisão no Brasil, e para documentar as transformações pelas quais passaram as indústrias da comunicação e do audiovisual e as profissões a elas relacionadas.

- **Publicação de livros e documentários:** próprios ou realizados em apoio ou parceria com especialistas ou profissionais da emissora e do mercado, incluindo versões exclusivas para Internet que remontam fatos e dados, e promovem novos olhares sobre a história e a memória da emissora e do país, com informações exclusivas e de bastidores. É a história contada por quem a testemunhou.
- **Fornecimento de conteúdo:** para telejornais, programas e portais de notícias da Globo e Globo News, como Jornal Nacional, Fantástico, G1, GloboEsporte.com, Arquivo N e GShow.
- **Erros e acusações falsas:** são sessões que dão reconhecimento de equívocos em coberturas do passado e explicações para as decisões tomadas pela empresa ou esclarecem algumas denúncias com a sua versão dos fatos.

Desde 1976 a emissora possui um Cedoc altamente profissionalizado, o que garante que boa parte do acervo desde a fundação da emissora esteja devidamente catalogado e acessível para consulta eletrônica - ainda que os primeiros anos da emissora tenham sido perdidos parcial ou totalmente, assim como todas as demais concorrentes -, por isso, famosas telenovelas nunca foram reexibidas no *Vale a Pena Ver de Novo*. Dos anos 1970 restam apenas 12 telenovelas na íntegra. Segundo depoimento de funcionário não identificado, a Globo passou a preservar integralmente seu acervo a partir dos anos 1980 quando iniciou a venda de produções para o exterior, segmento inclusive que virou um lucrativo setor do grupo (ELIAS e PEREIRA JÚNIOR In: Pereira Júnior (org.), 2002, pg. 226).

Vale lembrar que a emissora sofreu três incêndios em sua história (1969, 1971 e 1976), com perda estimada de 920 fitas, número considerado baixo comparado ao volume total produzido desde 1965, já que desde a sua estreia sempre usou *videoteipe*. Desde 2008 possui um site de Internet dedicado, o <<https://memoriaglobo.globo.com/>>, onde é possível ler a frase “Tendo em vista que história e a memória são vivas e fundamentais para oferecer novos olhares sobre a realidade, o trabalho de pesquisa é constante e a base de todos os conteúdos produzidos pela área.”, o que deixaria Le Goff e outros pesquisadores orgulhosos quando afirmam que história e memória são indissociáveis, ainda que exista quem pense o contrário. Para eles isso deve ser realmente uma crença, pois já criaram uma sessão exclusiva sobre Pandemia, justamente para arquivar enquanto produziam a própria história. Segundo relato, o

conteúdo digital ou digitalizado do acervo do Grupo Globo contabiliza cerca de duzentas e cinquenta mil horas (KIMURA, 2020, pg. 93).

Segundo o próprio site, ele foi reformulado para oferecer mais conteúdo e ser consumido de forma mais autônoma por pesquisadores, estudantes, jornalistas e telespectadores, mesclando imagens, vídeos e fichas catalográficas, construindo um histórico de todas as suas telenovelas (seu mais importante patrimônio audiovisual), como um banco de dados em hipertextos, algo que os noveleiros sempre admiraram ter em sites comuns da Internet (e reclamaram) da emissora nunca ter disponibilizado, dado que é a detentora de 100% das informações necessárias para isso, além de contar com direito de uso de imagem e vídeo que nenhum outro site poderia ter. A proposta nasceu inclusive com categorias de programas: telenovelas; minisséries; seriados; humor; auditório e variedades; infanto-juvenis; musicais e shows; *reality* shows e especiais.

### **SBT<sup>80</sup>**

Em uma nota que parecia ser um comunicado enviado à imprensa publicada em 05/05/2001<sup>81</sup>, fora anunciado que duas empresas de tecnologia e uma de *software* em gerenciamento de mídia digital haviam sido contratadas para digitalizar o acervo da emissora, além das futuras produções. Ainda segundo a nota, tratava-se do primeiro projeto desse porte a ser instalado em toda a América Latina, como parte de uma iniciativa maior da emissora que queria eliminar 100% do *videoteipe*. Além, claro, de visar economia na armazenagem do material e permitir maior e melhor uso do seu acervo. Para isso uma empresa foi contratada para catalogar e documentar o acervo, adequando-o ao sistema automático de busca, tendo na primeira etapa a previsão de digitalização do acervo de vídeo com mais de 30 mil horas de gravação. No site institucional da emissora não consta nenhuma informação, seja do seu acervo, seja do projeto.

Datados de 2002, dois artigos publicados no livro organizado por Pereira Júnior, o primeiro de sua autoria com Eduardo Elias, e o segundo escrito pela jornalista especializada em televisão Keila Jimenez, trazem informações em comum relacionadas ao projeto de digitalização do acervo do SBT com depoimentos de executivos da emissora. Entre os pontos comuns estão: investimento de R\$ 10 milhões realizado em 2001; projeto ocupará um andar

---

<sup>80</sup> Emissora de televisão comercial aberta de São Paulo fundada em 19/08/1981 por Sílvio Santos e pertencente ao grupo de mesmo nome e propriedade.

<sup>81</sup> Matéria disponível em <<http://www.novomilenio.inf.br/ano01/0105a006.htm>>. É uma fonte não conhecida pelo pesquisador, tendo sido citada apenas citada pois outra não foi encontrada. Acessado em 09/01/2021.

inteiro na sede na Rodovia Anhanguera (ou 1.500 metros quadrados como detalha um deles); objetivo é digitalizar em até cinco anos cerca de 50 mil horas, o que não equivale ao total do acervo, pois o foco está nos primeiros 20 anos. Lembrando que grande parte da produção da emissora esteve associada a programas de auditórios dos mais diversos formatos e programas infantis, o que incluíam sessões apenas de exibição de desenhos e conteúdo jornalístico.

A emissora até então não tinha nenhuma preocupação com o tema, mesmo tendo sofrido perda de parte do seu acervo em diversas inundações nos anos 1980 e 1990. Da época tinham cerca de 4 mil fitas com pequenos trechos, não catalogados, de quase tudo o que foi produzido entre a inauguração em 1981 e 1990. Um dos exemplos citados é a produção do *Jô Soares Onze e Meia* que após exibição recebia um carimbo ‘apagar’. Na íntegra mesmo, apenas o conteúdo exibido a partir de 1990. Mais tarde, a emissora adquiriu a consciência que desgravar as fitas ou deixar de arquivá-las era sinônimo de prejuízo, se comparado ao custo de produção do programa. Além, do registro de imagens raras como a inauguração da emissora ou a única participação de Sílvio Santos em um outro programa que não o seu (ELIAS e PEREIRA JÚNIOR In: Pereira Júnior (org.), 2002, pg. 230; 235). Porém, programas que ajudaram a construir a audiência do canal como o *Programa do Bozo* (1980-1991) e *Viva a Noite* (1982-1992) possuem apenas alguns episódios avulsos.

Cenas das primeiras edições do *Boa Noite Cinderela* (década de 70) e os primeiros programas apresentados por Sílvio Santos na extinta Tupi (1950-1980) são exemplos do esforço de preservar melhor o histórico da emissora, além claro, permitir que uma retrospectiva seja montada rapidamente e também haja lucro com a venda de programas para o exterior (JIMENEZ In: Pereira Júnior (org.), 2002, pg. 236). Criada em 1981, a emissora produziu de 1982 a 2018 cerca de 10 séries, 2 formatos especiais e 52 telenovelas. Aliás, as telenovelas do SBT são conhecidas por suas ‘fases temáticas’, produções autorais inspiradas em obras literárias, a fase das adaptações de textos de telenovelas latinas (em parceria com a emissora mexicana Televisa). Por fim, de 2012 até os dias de hoje, o foco está em produções infantojuvenis, inclusive *remakes*, reprises e adaptações de telenovelas latinas, e um misto desses formatos criando telenovelas bem longas, como *Carinha de Anjo* (2016-2018)<sup>82</sup> com 404 episódios e *As Aventuras de Poliana* (2018-2020)<sup>83</sup> com 564 capítulos - essa receberia uma continuação, que foi paralisada em função do esticamento dos efeitos da pandemia.

---

<sup>82</sup> Telenovela adaptada por Leonor Corrêa. Exibida de 21/11/2016 a 06/06/2018, no SBT, 20h30, 404 capítulos.

<sup>83</sup> Telenovela adaptada por Íris Abravanel. Exibida de 16/05/2018 a 13/07/2020, no SBT, 20h30, 20h55, 21h30, 564 capítulos.

Segundo informações de Busetto, o acervo da emissora paulista possui cenas dos infantis *Bozo* (1980-1991) e *Show Maravilha* (1987-1994), *Chaves* (exibido a partir de 1984), *Jô Soares Onze e Meia* (1988-1999), edições/cenas de programas de auditório, e do humorístico *A Praça É Nossa*, no ar desde 1987 (2017, pg. 395). Segundo sua pesquisa, em 2014 o acervo estava disponível em <<https://www.sbtvideos.com.br/>>, esse é o mesmo endereço virtual que em nota de 2020 viria a ser divulgado como seu serviço (ainda gratuito) de *streaming*, o SBT Vídeos - vide mais detalhes em

#### 4.3. VivaPlay e Globoplay, o que o futuro presente reserva?

### Record TV<sup>84</sup>

Em 07/11/2012, em seu perfil no YouTube<sup>85</sup>, a emissora noticiava uma grande parceria com o Instituto Ressoar (também pertencente ao grupo proprietário da emissora do Pastor Edir Macedo). Em um vídeo de 4 minutos e 26 segundos é anunciada a digitalização do acervo dos últimos 50 anos da emissora, mas sem detalhes, apesar do locutor fazer um convite para que o telespectador participe dessa história e da assinatura final com a logomarca TV Record - Memória Audiovisual. Nem mesmo o seu site institucional e do instituto mencionam a iniciativa, ou algo similar. Já nas comemorações de seus 60 anos em 2018 foi criado um site<sup>86</sup> de Internet com uma linha do tempo por década, com foto e título até 2010 e o anúncio de atrações no ‘Futuro’, como a telenovela *Pecado Mortal* (2013-2014)<sup>87</sup> e a transmissão dos *Jogos Olímpicos de Inverso em Sochi* (2014). É nitido que, depois disso, nada foi atualizado. Houve a intenção de validar esses dados, mas o contato com a emissora não teve sucesso.

Vale lembrar que a Record TV ao longo de sua existência teve consideráveis perdas de seu acervo em quatro incêndios ocorridos respectivamente em 1966, 1968 e em duas ocasiões em 1969. A exemplo das demais concorrentes, por décadas cultivou a prática de apagar e reutilizar as fitas, além da falta de estrutura e conservação que também eram característicos em todas as emissoras, muito conteúdo se perdeu, como os famosos festivais de músicas e programas nos anos 1960, como o *Fino da Bossa* com Jair Rodrigues e Elis Regina e *Jovem Guarda* com Roberto Carlos. Além disso, foi lá que surgiram nomes famosos do humor

<sup>84</sup> Emissora de televisão comercial aberta de São Paulo fundada em 27/09/1953 por Paulo Machado de Carvalho e pertencente ao grupo Record de propriedade do Pastor Edir Macedo e Ester Bezerra (respectivamente marido e mulher), desde início dos anos 1990.

<sup>85</sup> Disponível em <[https://www.youtube.com/channel/UCu\\_a6PAzp30Bn2mM-LI09LA](https://www.youtube.com/channel/UCu_a6PAzp30Bn2mM-LI09LA)>. Acessado em 09/01/2021.

<sup>86</sup> Disponível em <<https://recordtv.r7.com/record60anos/index.php>>. Acessado em 18/05/2021.

<sup>87</sup> Telenovela de Carlos Lombardi. Exibida de 25/09/2013 a 30/05/2014, na Record TV, 22h30, 21h10, 176 capítulos.

nacional como Chico Anysio e Ronald Golias. Teria, portanto, um acervo único e de grande valor cultural e histórico ao retratar o início da carreira de consagrados nomes.

A Record TV criou um setor para arquivar imagens em 1985, porém, só em 1997 parou de desgravar seus programas. Como não havia uma cultura interna voltada para a preservação e nem controle, é possível que as fitas tenham sido levadas pelos funcionários como lembrança (ELIAS e PEREIRA JÚNIOR In: Pereira Júnior (org.), 2002, pg. 229). Com isso, até programas como *Note e Anote* que ficou quase 15 anos no ar, e teve entre suas apresentadoras Ana Maria Braga, não tem sequer uma fita do seu primeiro ano de exibição (ibid., pg. 230). Em janeiro de 1999, o arquivo passou a ocupar um prédio de dois andares na sede da emissora em São Paulo (ibid., pg. 231). Apesar de todas as perdas, a emissora mantém intactos: quatro festivais de MPB de 1966 a 1969, 24 programas do *Sambão com Elizeth Cardoso* (1973), o musical *Os três porquinhos* (1974) com Jô Soares e Roberto Carlos e os melhores momentos de *Os Insociáveis* (1974), que mais tarde viriam a ser conhecidos pelo nome de *Os Trapalhões* (ibid., pg. 235).

Em 13 de agosto de 2018 a emissora se lançou no *streaming* com seu PlayPlus usando parte do conteúdo de outras produtoras e parte de seu acervo (detalhes em 4.3.1. *O Globoplay e seus concorrentes*). Sobre as telenovelas, entre idas e vindas desde a sua fundação, a Record TV tem contabilizado em seu núcleo: 39 telenovelas entre 1964 e 1970, retomando a produção em 1999 e até hoje contabiliza 45 telenovelas. Em minisséries produziu apenas 12, entre 1997 e 1998, e depois entre 2010 e 2018, com exceção de *Plano Alto* (2014)<sup>88</sup>, todas com teor religioso. Já com as categorias de séries são 13 produções, sendo 4 entre 1954 e 1967, 1 em 1998 e 8 entre 2001 e 2017.

Da data de lançamento do aplicativo PlayPlus até início de maio de 2021 quando foi realizada a exploração (navegação) em relação ao conteúdo de acervo no aplicativo, tudo continuava igual ao descrito na ocasião de 2018. Falta de priorização, autorizações, tratamento em andamento, ou talvez esse seja o total do acervo restante e a emissora não queira declarar publicamente, essas hipóteses seguem sem resposta. Em nota de cobertura do lançamento<sup>89</sup>, Padiglione (Folha; 2018) destaca a alegria e frustração:

Entre as peças desse menu, surpresa, há cenas antológicas do acervo da emissora, o que é louvável, mas não se anime [...] títulos como *Família Trapo* [...] *Bronco Total* [...] *Sambão com Elizeth Cardoso*, *Especial Elis Regina* e *Programa Flávio Cavalcanti*, tudo submetido a um bom banho de digitalização e remasterização de áudio. Mas, em lançamento promovido nesta segunda-feira

<sup>88</sup> Minissérie de Marcílio Moraes. Exibida de 30/09 a 17/10/2014, na Record TV, 23h30, 12 capítulos.

<sup>89</sup> Matéria disponível em <<https://telepadi.folha.uol.com.br/record-tera-acervo-antigo-em-nova-plataforma-mas-muita-coisa-aguarda-autorizacao/>>. Acessado em 16/05/2021.

[...] dirigentes da emissora não sabem precisar, por exemplo, o que há nesse cardápio [...].

Segundo informações coletadas por Busetto, há preservados cerca de 17 mil filmes de 16mm das décadas de 1950-60, 700 fitas de Quadruplex de 2 polegadas gravadas entre 1960-1983, 832 fitas gravadas em VPR (ou 1 polegada) gravadas entre 1976-1984, 4.110 fitas em U-matic, entre outros (2017, pg. 393). Além disso, ele diz ter notado em programas da emissora o uso de conteúdo de acervo de programas de músicas dos anos 1960 e início dos anos 1970, além daqueles citados aqui e disponível no catálogo do PlayPlus.

### **Band Imagem<sup>90</sup>**

Através de um site<sup>91</sup> de Internet é possível acessar um catálogo online de 70 anos de acervo do Grupo Bandeirantes dividido em 5 categorias: arquivo de imagens; música e cultura; filmes, jornalismo e documentários; entretenimento; telenovelas e séries. Segundo consta, são mais de 15 mil horas de imagens catalogadas como cenas de natureza, momentos esportivos, políticos e culturais prontos para consumo de produtores. Especificamente na categoria de telenovelas e séries são oferecidos 10 produtos, sendo 3 telenovelas importadas, 2 minisséries, respectivamente de 1988 e 1989 (de um total de 7 produzidas) e 5 telenovelas, incluindo a clássica *Os Imigrantes* (1981-1982)<sup>92</sup> e as duas últimas produções da emissora *Dance Dance Dance* (2007-2008)<sup>93</sup> e *Água na Boca* (2008)<sup>94</sup> de um total de 35 produções realizadas entre 1969 e 2008, quando passou a exibir telenovelas importadas, especialmente da Turquia e Portugal. Além disso, foram produzidas 14 séries entre 1967 e 2010 e um especial de Natal em 1998.

Em 1969, quando várias emissoras foram vítimas de incêndios criminosos, os registros jornalísticos afirmam que a Bandeirantes (fundada em 1967) foi a mais afetada, tendo início simultaneamente em três pontos distintos da sede no bairro do Morumbi em São Paulo. Somado ao incêndio, a falta de estrutura e preservação também foi motivo para perda de conteúdo, destacando-se a entrevista com Luís Carlos Prestes durante seu exílio na Europa (ELIAS e PEREIRA JÚNIOR In: Pereira Júnior (org.), 2002, pg. 229). Entre os conteúdos perdidos estão

---

<sup>90</sup> Braço comercial responsável pelas imagens de acervo da TV Bandeirantes, emissora de televisão comercial aberta de São Paulo fundada em 13/05/1967 por João Jorge Saad e pertencente ao Grupo Bandeirantes de Comunicação de propriedade de seus herdeiros.

<sup>91</sup> Disponível em <<https://bandtv.band.uol.com.br/bandimagem/>>. Acessado em 09/01/2021.

<sup>92</sup> Telenovela de Benedito Ruy Barbosa. Exibida de 27/04/1981 a 01/11/1982, na TV Bandeirantes, 18h30, 459 capítulos.

<sup>93</sup> Telenovela de Juana Uribe e Yoya Würsch. Exibida de 01/10/2007 a 12/05/2008, na TV Bandeirantes, 20h15, 160 capítulos.

<sup>94</sup> Telenovela de Marcos Lazzarini. Exibida de 12/05 a 12/12/2008, na TV Bandeirantes, 20h15, 155 capítulos.

os programas dos clássicos apresentadores *Chacrinha* (1978-1981), *Bolinha* (1974-1994), *Ofélia* (1968-1998), *Hebe Camargo* (1983) e *Flávio Cavalcanti* (1982). Mesmo datado de 2017, o artigo de Busetto segue válido na afirmação de que inexistem informações públicas sobre seu acervo jornalístico, programas de auditório, entrevistas e debates políticos [...] *É possível supor que o [...] desportivo seja volumoso, suposição baseada em exibições deste tipo de material no programa “Band Clássicos”, no ar desde 2011* (2017, pg. 394). Na busca por validar e/ou atualizá-las nada foi obtido de novo, nem a tentativa de retorno via Band Imagem.

Ainda segundo Elias e Pereira Júnior, em 2002 a emissora possuía um andar inteiro dedicado ao seu acervo informatizado e climatizado com 80 mil horas de programas e um critério mais seletivo para arquivo, dado que ainda não conseguia manter 100% do que era produzido. Por isso a produção de alguns programas mantinha cerca de dez episódios por ano principalmente os que traziam personalidades em detrimento a episódios com anônimos (pg. 232). Outras relíquias também estão preservadas como oitenta teleteatros protagonizados por Cacilda Becker em 1968, o final da Copa de 1970 e quatro horas de gols que Pelé fez entre 1967 e 1973 (ibid., pg. 234).



### 3. PASSADOS PRESENTES E A CULTURA DA MEMÓRIA

*“Não há dúvida de que o mundo está sendo musealizado e que todos nós representamos os nossos papéis neste processo. É como se o objetivo fosse conseguir a recordação total.”*

Andreas Huyssen (2000, pg. 15)

Este capítulo traz parte do referencial teórico da pesquisa baseada nas obras de Huyssen. Intelectual, crítico, professor e escritor alemão, desde os anos 1980 tem se dedicado aos estudos do modernismo, pós-modernismo, cultura e história germânica, além de política, tendo sido seus livros traduzidos para mais de 12 idiomas, alguns poucos em português. Na área da comunicação e do audiovisual, quase sempre ele é citado por sua associação aos estudos da memória e dos **passados presentes**, coadjuvante à autores como Paul Ricouer, Pierre Nora e Maurice Halbwachs e, de forma geral, é comumente associado aos estudos de arquitetura e monumentos/memoriais, por sua forte abordagem a questões como Holocausto, conflitos e ataques que geram mortes, que criam memórias, ou pessoas em busca de preservar memórias, seja do fato, seja de quem morreu.

A partir da leitura do texto *Passados presentes: mídia, política, amnésia* de 2004, esse projeto de pesquisa foi revisitado, o texto foi adotado como a referência-base do trabalho, e iniciou-se o aprofundamento em sua obra na busca de outros insumos. Ao final, artigos distribuídos em seis livros publicados entre 1995-2014 formaram o referencial, sendo alguns desses textos versões que Huyssen foi atualizando em décadas diferentes acompanhando as próprias transformações dos meios. Em 1995 assistíamos filmes em VHS, depois passamos a ver em DVD, mais tarde alguns migraram para o Blu-ray e hoje grande parte já se rendeu ao *streaming*, então, ao largo de todas essas modificações, ele vai mantendo seus textos atuais dialogando com essas temporalidades de consumo e comportamento.

Assim, os textos dele adotados são atuais o bastante e aplicáveis ao recorte proposto ao falar do consumo das telenovelas dos anos 1978 até 2004, respectivamente são os anos da mais antiga reprise (*Dancin' Days*, 1978-1979) e as mais recentes *Cabocla* (2004)<sup>95</sup>, *Chocolate com Pimenta* (2003-2004)<sup>96</sup> e *Da Cor do Pecado* (2004)<sup>97</sup> exibidas no Canal Viva. Por isso, a tentativa será a de tentar conectá-lo com a experiência da telenovela reprisada, que assim como

---

<sup>95</sup> Telenovela de Benedito Ruy Barbosa. Exibida de 10/05 a 20/11/2004, na Globo, 18h, 167 capítulos.

<sup>96</sup> Telenovela de Walcyr Carrasco. Exibida de 08/09/2003 a 08/05/2004, na Globo, 18h, 209 capítulos.

<sup>97</sup> Telenovela de João Emanuel Carneiro. Exibida de 26/01 a 28/08/2004, na Globo, 19h, 185 capítulos.

as tecnologias e hábitos seguem em constante mutação, ora preservando um cerne, o produto, ora aderindo a novos formatos e meios, ora buscando dialogar com as transformações. Nesse esforço, são somadas as contribuições principais de autores como Ecléa Bosi, Iván Izquierdo, Jaques Le Goff, Maurice Halbwachs e Franklin Leopoldo e Silva e outros que aportam de suas respectivas áreas de conhecimentos.

Antes de avançar com a apresentação do capítulo, dada a abrangência do tema, algumas considerações são postas. Em relação a algumas das limitações por opção, em alguns momentos serão trazidas informações de caráter técnico-científico de outras áreas de conhecimento, como a neurociência, e isso ocorrerá apenas quando seu uso agregar algum aspecto na qualificação e entendimento do texto desenvolvido. Ao longo da pesquisa foram encontradas diferentes definições sobre memória e alguns outros conceitos e terminologias que serão adotados no trabalho. Não foi intuito, confrontar definições em busca do que seria a ‘ideal’, tampouco discorrer sobre cada definição individualmente, assim, sempre que adotada uma definição, será apontada sua escolha e origem. O campo de estudo da memória é vasto, há ramificações na neurociência, na psicologia, na pedagogia, na história, nas artes e em outras dezenas, e usaremos suas contribuições de forma correta, conforme couber, sem restringir as humanas.

Nas observações de Huysen (1995; 2004; 2007, pg. 14; 14; 43) sobre o privilégio que temos dado ao passado no presente, ele busca materializar em seus textos a partir de exemplos - por opção ficamos com definições mais genéricas -, sobre um crescente movimento de restaurações na Europa e Estados Unidos (seus pontos de referência) de antigos centros urbanos, vilas, museus, o *boom* dos mercados das pulgas (para nós brasileiros equivalente aos brechós), a moda retrô, a onda nostálgica, a redação de memórias e autobiografias, a obsessiva automusealização através de imagens, vídeos, sons, réplicas e miniaturas. Inclusive, o próprio estudo do assunto evolui, as nomenclaturas vão se modificando conforme conceitos vão sendo solidificados ou desconstruídos.

Se em 1995 o adjetivo em uso era ‘velho’, em 2007, o mais comum passou a ser ‘antigo’ - ainda que o velho não tenha sido abolido -, pois ambos já tinham significados diferentes, tendo refletido inclusive na obra de Huysen e alguns contemporâneos. O deslocamento dos futuros presentes para os passados presentes a partir da década de 1980 foi batizado por ele de **cultura da memória** (HUYSEN, 2009, pg. 9).

Le Goff, cronologicamente em seus estudos de história e memória, aponta que na Antiguidade pagã já predominava a valorização do passado (1990, pg. 115), e que ao longo do tempo o privilégio entre as temporalidades foram se intercalando, ora com peso, ora com

esperança. Tanto ele como Huyssen concordam que esse movimento ganhou força na segunda metade do século XX, talvez o que muda entre eles é o tom discursivo para definição do movimento. Enquanto Huyssen fala em termos de ode e retorno, Le Goff fala de formas exasperadas, reacionárias, da angústia atômica, da euforia com o progresso científico e técnico, da volta para o passado com sentimento nostálgico e para o futuro com um misto da esperança ou de temor (1990, pg. 118). Assim como Huyssen, não é mais o futuro que privilegiamos com uma visão utópica, temos ressalvas, mas não é o retrato extremista de total distopia como retratados no cinema por filmes como *Mad Max* (1979-1985, de George Miller) ou *Blade Runner* (1982, de Ridley Scott). É apenas menos evoluído em questões onde tínhamos mais esperança de progresso e evolução.

Outra visão de tempo que colabora no debate das cronologias é do Professor Doutor Franklin Leopoldo e Silva, apoiado no pensamento de Heráclito, Santo Agostinho e Platão:

[...] falamos do passado e do futuro na medida em que os tornamos presentes. Falamos do longo tempo que se passou porque somos capazes de lembrá-lo, isto é, de presentificá-lo em nossa consciência. Falamos do futuro que há de vir porque podemos, pela expectativa, trazê-lo de alguma forma ao presente de nossa consciência. Então, não falamos propriamente do passado e do futuro; falamos do presente do passado e do presente do futuro porque os visamos através desses movimentos que são a lembrança e a expectativa. (2009, pg. 11).

Dessa forma, esse capítulo busca estabelecer o lastro para o objetivo geral do eixo teórico que relaciona os aspectos de memória, da experiência do "outra vez" (ou do rever) e da revitalização na práxis televisiva nacional a partir da oferta do *Canal Viva*, incluindo referências do próprio canal com a reprise das telenovelas. Para isso, propõe percorrer seis dimensões de forma mais isolada para que cada um de seus elementos possa ser trabalhado, conseguindo assim configurar uma matriz de argumentos da pesquisa, antes de entrar no próximo capítulo que propõe uma leitura prática em formato de estudo de caso.

O agrupamento, a seguir, objetiva aproximar o conteúdo por similaridade narrativa espacial, não por aspectos de taxonomia, tendo como proposta de eixo central a **experiência do telespectador** que irá se dividir no subcapítulo 3.3. A tentativa será apresentar uma jornada com ponto de saída e chegada, partindo da sua definição de *experimento, de conhecimento adquirido por meio dos sentidos*, da memória que um dia adquirimos até parte delas que um dia perdemos. Ainda que haja essa divisão, eles são indissociáveis, por isso algumas informações poderão se repetir, se complementar ou se referenciar, por aquelas dispostas em subcapítulo vizinho. São elas:

- Memória, musealização e digitalização
- Temporalidade, obsolescência e esquecimento

Novamente, cada uma das dimensões, percorre todo o capítulo e são importantes para entendimento da experiência e da mudança no audiovisual televisivo. Primeiro, porque também se modificaram (ou foram modificados) ao longo dos anos, seja em sua conceituação, seja na forma como é percebida ou experienciada. Segundo, porque eles estão no cerne dessa discussão. Afinal, *faz parte da dialética do espírito moderno essa tensão entre a transformação e a resistência* (BOSI, 2003, pg. 77). E ainda que não estejamos atentos ou cientes a isso, ou até mesmo nem preocupados com esses acontecimentos, eles nos afetam no curso de nossas vidas. Então, pode ser que quanto mais cedo tenhamos a compreensão, melhor seja nossa forma de lidar e interagir com essas mudanças.

### 3.1. Memória, musealização e a digitalização

*“Nesse contexto de pandemia [...] a telenovela serviu como um arquivo de nossa memória moral e afetiva.”*  
Nilda Jacks et al. (2020. pg. 73)

Ponto importante: não existe uma definição universal para **memória**. Assim, não foi adotada uma definição única, e sim coletados fragmentos coesos de conceitos dos autores estudados que apoiaram na compreensão do que é a memória e como elas cabiam dentro da pesquisa. Na definição do neurocientista Izquierdo, a memória é aquisição (ou aprendizado), formação, conservação e evocação (ou recordação) de informações (2011, pg. 13). Para Huyssen, ela é constituída de uma tênue fissura entre o passado e o presente que a torna viva e distinta do arquivo ou qualquer outro sistema de armazenamento e recuperação (1995, pg. 3)<sup>98</sup>.

Já para Bosi, que tem larga experiência no campo psicossocial, é por ela que o passado *vem à tona das águas presentes, misturando-se com as percepções imediatas* (1995, pg. 47), e permite a relação do corpo presente com o passado, interferindo no processo atual das representações (ibid., pg. 46). Para Le Goff, é uma propriedade que conserva informações, exerce funções psíquicas. Por ela, o homem pode atualizar informações passadas, ou que ele representa como passadas (1990, pg. 224).

---

<sup>98</sup> Texto original e completo em inglês: *“It is this tenuous fissure between past and present that constitutes memory, making it powerfully alive and distinct from the archive or any other mere system of storage and retrieval!”*

O filósofo, e referência nos estudos da memória, Henri Bergson, diz que as lembranças que estão próximas das percepções atuais são sombras junto ao corpo, são *o lado subjetivo de nosso conhecimento das coisas* (apud BOSI, 2003, pg. 37). Por fim, o ‘pai’ da teoria da memória coletiva, Maurice Halbwachs, acredita que a memória individual existe enraizada em diferentes contextos e, claro, cada uma delas é apenas um ponto de vista sobre a memória coletiva (2011, pg. 69). Exceto talvez por essa última definição que parte de uma memória coletiva e que busca fortalecer mais o grupo, em detrimento do indivíduo, ainda que não haja uma definição única, é unânime a relação da memória com a temporalidade, com o arquivo (armazenamento, ou qualquer sinônimo que o valha) e com as ações decorrentes desse cruzamento, por exemplo, o ato de lembrar.

Apesar da memória estar com cada indivíduo do primeiro ao último suspiro de suas vidas, ainda que em partes, nem sempre cuidamos dela como merecido. Por vezes, a carregamos com expectativas de que ela precisa sempre funcionar rapidamente, a plena capacidade. Noutras, reclamamos que está fraca e não conseguimos lembrar de nada (sim, de absolutamente nada, como se isso fosse possível para a maioria das pessoas). E a condenamos quando ‘ela’ parece esquecer de algo, pois não temos a consciência que isso é parte natural do seu ciclo. Em certas situações, nos esforçamos para lembrar até ficar com dor de cabeça, e ficamos inconformados quando não lembramos o final de um filme que estamos revendo. Mas não paramos para fazer o exercício contrário de analisar a quantidade de informações que diariamente recebemos, quais delas absorvemos e quais descartamos. Ao longo de uma semana? E do mês? De um ano? E da nossa vida? Além da quantidade de tarefas e ações que executamos e de situações que somos submetidos, e que nos geram novos estímulos e conteúdos para a memória. É algo impossível de controlar e quantificar. E de tudo que lembramos durante a vida.

Somos quem somos, cada um é quem é, porque todos lembramos de coisas que nos são próprias e exclusivas e não pertencem a mais ninguém, dando a cada um o princípio de ser único. Ou seja, a memória é que nos faz indivíduos (IZQUIERDO, 2010, pg. 15). E apesar de não percebermos, sequer reconhecermos, por sua própria capacidade, a nossa memória já atua de forma técnica sem exigir nossos comandos de ordem. Significa que a memória pessoal e coletiva descarta o trivial, eliminando ao longo dos dias e dos anos aquilo que não interessa ou não nos marcou (ibid., pg. 23). É também ela que tem a função prática de nos estimular a reproduzir nossos comportamentos que já deram certo (BOSI, 1995, pg. 47). É graças a memória-hábito que sabemos executar movimentos motores, falar uma língua estrangeira, costurar, termos um adestramento cultural (ibid., pg. 48-49).

Contudo, a memória possui suas limitações, seja por questões de formação (dano físico), por envelhecimento ou por reposição de conteúdo memorável. Assim, a memória pode ser o ponto de partida que ajuda a manter o interesse e a manutenção nos tempos atuais, mas não é suficiente para repetir as experiências ou garantir que todas as recordações do passado sejam integrais. Com o tempo, encontramos espaços vazios, zonas indecisas, lugares onde nossos pensamentos desviam e encontram poucos vestígios (HUYSSSEN, 2011, pg. 98), justamente porque, assim como um equipamento eletrônico, uma garrafa de 10 litros ou uma balança, todos temos um limite - ainda que ele não esteja preestabelecido e nem seja de nosso conhecimento. De certa forma, ele existe.

A cada etapa da vida, de alguma maneira, todos guardamos resquícios de lembranças. Ainda que nem sempre seja possível recordá-las sem algum estímulo ou reconstituí-las integralmente, elas nos coabitam. As imagens sempre tiveram um significado de representação para o homem através de símbolos, sinais, traços, marcas, e quando transformadas em construções mentais, fazem um contraponto à prática de vida como uma porta para outra dimensão, e que não necessariamente está presente (MARCONDES FILHO, 1994, pg. 08). Obviamente, com o tempo, vamos perdendo a nitidez para algumas dessas constituições, especialmente para aquelas que começam a ficar mais distantes de nós. Por exemplo, quando nos aposentamos, a diminuição de nossos hábitos no trabalho faz com que parte de nossa memória de trabalho e social vá sendo menos requerida, abrindo espaço para novas memórias adquiridas com a nova condição de vida.

Para Bosi, o passado se conserva, e além de se conservar, atua no presente, mas não de forma homogênea, seja através da memória-hábito, aquela que foi adquirida a partir da repetição, seja através da imagem-lembrança, aquela impulsionada por uma lembrança singular (1995, pg. 48-49). Isso pode levar a uma compreensão de que o passado não necessariamente é 'velho' ou precise ser esquecido, apenas conserva características de um determinado período de tempo que dentro do conceito de temporalidade que aprendemos em nossa cultura está localizado em um 'tempo' que já passou, um tempo que não volta atrás, uma situação que pode até ser revivida, e será apenas uma repetição com nova formulação.

Os Latinos designam a memória por *memoria* quando ela reúne as percepções dos sentidos, e por *reminiscentia* quando os restitui. (LE GOFF, 1990, pg. 243).

Para compreender o funcionamento da memória e por que acabamos retendo mais algum tipo de evento ou informação do que outra - como disse, a memória trabalha sem que a gente

defina os comandos necessários -, é porque existe uma estruturação complexa na recepção ‘dessa’ memória quando adquirida. Para Ribeiro, Fuso e Bueno, um caminho para se entender a construção da memória afetiva é buscar compreender os acontecimentos emocionais dos indivíduos, as experiências estimulantes (In: BRESSAN JÚNIOR, 2017, pg. 71). Neurônios morrem, e com eles podem ir memórias (IZQUIERDO, 2010, pg. 12), então quimicamente não é apenas uma questão de esforço. Por outro lado, se entendemos a realidade que nos cerca, e formamos ou evocamos outras formas de memória, é por causa da nossa memória trabalho (ibid., pg. 21), que não é feita para durar. Se estamos perdidos no trânsito, pedimos ajuda a um estranho e recebemos a indicação com cinco direções, logo após chegar ao nosso ponto de destino, essas informações já terão se perdido. O mesmo ao decorar uma sequência numérica, palavras, um endereço. Segundo Izquierdo, é feita assim para que nenhuma informação em processamento interferira ou se confunda com as que ocorreram antes ou depois (2010, pg. 21).

Portanto, se ao falar de memória, falamos de indivíduo, é natural que ela seja constituída e mantida a partir do repertório pessoal, familiar, escolar, profissional, religioso, com os grupos de convívio e de referência do mesmo (BOSI, 1995, pg. 54). Especialmente para determinados tipos de pessoas em constante deslocamento em função da vida moderna, não há um enraizamento num dado espaço (ibid., pg. 443). Para tornar mais complexo o entendimento, Izquierdo indica que o nosso cérebro possui milhões de memórias e fragmentos de memórias, é uma sobre a outra que vamos formando, ou chamando outras (2011, pg. 47), e na repetição desse processo, acabamos criando as chamadas memórias falsas (ibid., pg. 47). Não significa que estejamos mentindo de propósito, mas acabamos misturando o fragmento de tantas informações que estavam em nossa memória que nem percebemos que não estávamos naquele local ou não conseguimos mais distinguir o que é realmente fato ou falso nessa rememoração.

Por isso, quando dizemos que esse movimento de *emergência da memória* que vem ocorrendo há décadas, por exemplo, no ocidente surgiu na década de 1960 (HUYSSSEN, 2004, pg. 9-10), ou de *exaltação da memória* (LE GOFF, 1990, pg. 248), ou de *ode mnemônica*, ou de como se queira chamar, é preciso entender que uma série de fatores políticos sociais, econômicos, geográficos, religiosos, entre dezenas de outros, atuaram em diversas escalas e formatos. E que não podemos discutir memória sem considerar a enorme influência das novas tecnologias de mídia como veículo para todas as formas dela (HUYSSSEN, 2004, pg. 20-21). De caráter transitório ou permanente, é difícil afirmar, mas até que mostre sinais de falecimento, vários segmentos comerciais faturam com a oferta de produtos e serviços, ou, segue explorada sem vergonha pelos ‘mercadores de memória’ nas palavras de Le Goff (1990, pg. 248).

O *Canal Viva* pode ser lido como uma mercadoria fruto dessa ‘onda’. No ar desde 18/05/2010, e se pensar que houve um período necessário para a sua concepção até a estreia, são mais de 11 anos. Ou, se for verdade que era uma ideia do José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, diretor da TV Globo, nos anos 80, estamos falando de uma ideia de quase 40 anos. Portanto, é difícil pensar que é moda. Também é difícil não acreditar que vivemos uma relação de temporalidade completamente diferente daquela que aprendemos na escola. Em entrevista Ted Sarandos, Chefe de Conteúdo da Netflix afirmou que (Revista Veja; 2016)<sup>99</sup>:

[...] uma plataforma como a Netflix radicaliza as possibilidades da TV, tudo o que foi feito em todos os tempos está disponível o tempo todo. Se algo antigo revela-se tão atraente quanto as novidades, isso é sinal de que tem uma força extraordinária. Por meio dos hábitos dos usuários, percebemos que séries como *Três é Demais* (1987-1995) e *Gilmore Girls* (2000-2007) nunca morreram. Na verdade, estavam à frente de seu tempo. Ressuscitá-las foi um desdobramento óbvio (pg.95).

Ou seja, é uma memória dada. O telespectador dá pistas, o provedor as decodifica e quantifica. Não é mais uma reprise baseada apenas na audiência passada e no potencial atual.

A continuação de uma série, a reprise de uma telenovela, o ressurgimento de um personagem em outra trama, o uso de certa abordagem estético-narrativa, a adoção de um determinado *plot* dramático, a recepção de tudo isso vem sendo facilitado com evidências além do desempenho passado ou das tradicionais pesquisas de opinião. Assim, nasceu a série *Stranger Things* (2016-atual) da Netflix. Toda sua composição estético-narrativa se passa nos anos 80, produzida com tamanha destreza que parece estarmos diante de uma obra realizada no originalmente no período. Obra original ou reprise? Uma recriação tão perfeita que os desconhecidos podem ficar em dúvida. O *insight* que levou a essa decisão foram informações dadas por usuários do serviço de *streaming*. Para o lançamento da 4ª temporada em julho de 2019, a fabricante de acessórios esportivos Nike lançou uma linha de tênis dos anos 80 inspirada nos personagens. Ficção e realidade, passado e presente, comercialmente unidos.

Os exemplos não param por aí, e são até difíceis de escolher, valem um artigo por si só, mas para ilustrar como está em alta na televisão: *Samantha* (2018-2019), da mesma Netflix e *Verão 90* (2019)<sup>100</sup>, da Globo, tiveram suas tramas ambientadas nos anos 1990 com uma mesma intenção, parecer que foram produzidas na época de suas histórias e não uma versão atual que falam sobre o passado. Versões contemporâneas de rainhas e reis como *Victoria* (2016-2019),

<sup>99</sup> MARTHE, Marcelo. **Um passado muito promissor**. Revista Veja, São Paulo, Editora Abril, Edição 2.496, ano 49, nº 38, pg. 92-95, 21 de setembro 2016.

<sup>100</sup> Telenovela de Izabel de Oliveira e Paula Amaral. Exibida de 29/01 a 27/07/2019, na Globo, 19h, 154 capítulos.



*Versailles* (2015-2018), *Elizabeth* (2005), *The Crown* (2016-atual), a reprise de séries dos anos 1980 e 1990, *Orgulho e Paixão* (2018)<sup>101</sup>, telenovela das 18h na Globo, inspirado nos clássicos de Jane Austen datados pré 1800.

O primeiro filme da *Turma da Mônica* em que os personagens saíram das tirinhas desde 1959 aconteceu apenas em 2019 ganhando forma humana, de carne e osso. O *remake* da mexicana *Carrossel* entre 2012-2013<sup>102</sup> e baseado na trama original de 1989 garantiu ao SBT o posto regular de segunda maior audiência na época da exibição, algo que nem a emissora esperava. Acrescente-se a reedição das séries estrangeiras *Dallas* (original de 1978-1991), *House of Cards* (original de 1990) e *Barrados no Baile* (original de 1990-2000), entre dezenas de outras evidências apenas se nos limitarmos ao audiovisual. Esse mesmo movimento, de alguma maneira, vem reconfigurando objetos. Huyssen desconfia que, ao isolar um objeto antigo da genealogia de seu contexto, permite-se a experiência pelo olhar do reencantamento (1995, pg. 33). É como uma obra antiga, seja uma música, um filme ou uma telenovela, com o passar do tempo, que inclusive passamos a categorizar não apenas como um drama, mas a identificar por drama ‘clássico’.

Bergson diz que é do presente que parte o chamado da lembrança (apud BOSI, 1995, pg. 48), lembrança essa sobrevivente do passado (ibid., pg. 53), e quanto mais pessoal e livre for, mais distante e fugidia será, como as imagens de um sonho (ibid., pg. 50). É por isso que muitas vezes não estranhemos ou nos sentimos extremamente íntimos de alguém no primeiro contato (ibid., pg. 74). Só aqui vemos algumas variáveis que somadas à incontáveis outras fazem com que o tratamento da memória e da reprise não possa ser reduzido a algo tão simplista como ‘rever algo que já passou’.

Certamente o time do *Canal Viva* ao pensar em questões como “o que reprisar? Para quem reprisar? Em qual faixa? Quando? Há fatores que podem interferir na aceitação que não estamos enxergando?” se deparam com um emaranhado de perguntas sem respostas, a exemplo do time de produção de uma nova telenovela. O desafio é o mesmo, a diferença é que um irá escolher dentro de um acervo de telenovelas já produzidas e outro irá viabilizar a produção de uma nova. Por isso, sempre vemos em tela concomitantemente tramas em ambientes rural, praia ou urbano; de contexto infanto-juvenil, adolescente ou adulto; de gêneros comédia e romance, drama e suspense, clássica e moderna, histórica ou contemporânea; acontecendo em diferentes

<sup>101</sup> Telenovela de Marcos Bernstein. Exibida de 29/03 a 24/09/2018, na Globo, 18h, 162 capítulos.

<sup>102</sup> Telenovela adaptada por Íris Abravanel. Exibida de 21/05/2012 a 26/07/2013, no SBT, 20h30, 310 capítulos.

geografias; com composições de classes sociais miscigenadas; diferentes estruturas narrativas, anos de produção, autores, protagonistas etc.

Conforme Huyssen, essa movimentação ao passado data da metade do século XX, isso é, anos 1950-1960. Parte dessa segunda década é o período que coincide com o início das reprises das telenovelas no Brasil. Segundo Xavier, as reprises de telenovelas em nossa televisão existem desde os anos 1960, tendo sido adotadas por várias emissoras como estratégia de boa repercussão (2007, pg. 284). Agora se os estudos da memória são anteriores a tudo isso, qual seria a problemática para articulação neste subcapítulo? O que aconteceu, como aborda Huyssen em sua obra, é que essa emergência de retorno ao passado se alastrou pelas sociedades ocidentais não apenas como moda passageira, mas como preocupação por histórias alternativas e revisionistas (2004, pg. 10). Herman Lübbe citado por Huyssen foi outro estudioso que diagnosticou o somatório de questões intangíveis, como a perda do sentido do futuro, o cansaço da civilização e o medo crescente (da incerteza) projetado (2007, pg. 58-66)<sup>103</sup>. Dessa discussão nasceram debates de crise do progresso, entre elas, a **musealização** (ibid.).

---

<sup>103</sup> Huyssen enxerga que há três possíveis explicações para essa mania de museus de exposições. Primeiro é o modelo, orientado hermenêuticamente, da cultura como uma forma de compensação, desenvolvido por uma série de filósofos neoconservadores da Alemanha e que remonta à filosofia social de Arnold Gehlen (1904-1976), filósofo e sociólogo alemão. Segundo está a teoria pós-estruturalista e apocalíptica da musealização como o câncer terminal do nosso fim de século articulada por Jean Baudrillard e Henri Pierre Jeudy. Terceiro (e menos desenvolvido), mais sugestiva, sociológica e orientada para a Teoria Crítica, que sustenta o surgimento de uma nova fase do capitalismo de consumo e designa-o com o nome intraduzível de *Kukurgesellschaft*. Os três são produtos da década de 1980, não apenas no sentido de que aspiram a refletir mudanças empíricas na cultura dos museus e exposições, e também porque refletem os debates culturais e políticos da década, e oferecem percepções políticas díspares, até antagônicas, da cultura contemporânea e sua relação com a sociedade política. Para Huyssen, nenhum deles pode reivindicar para si a verdade absoluta, mas isso não é uma deficiência que deve ser remediada com uma meta-teoria que ainda não foi articulada. Segue o texto original e completo em espanhol: “*A mí me parece que hay tres modelos bastantes distintos, en parte opuestos y en parte superpuestos, que pretenden explicar la manía de museos y exposiciones de los últimos años. En primer lugar está el modelo, de orientación hermenéutica, de la cultura como compensación, desarrollado por una serie de filósofos neoconservadores de Alemania, que se remontan a la filosofía social de Arnold Gehlen, la hermenéutica de la tradición de Gadamer y la tesis filosófica de Joachim Ritter, según la cual la erosión de la tradición en la modernidad genera órganos de reminiscencia tales como las humanidades, las sociedades dedicadas a la conservación histórica y el museo.16 En segundo lugar está la teoría, posestructuralista y secretamente apocalíptica, de la museización como cáncer terminal de nuestro fin de siglo, que han articulado Jean Baudrillard y Henri Fierre Jeudy. Y en tercer lugar, el menos desarrollado pero el más sugestivo, está el modelo, más sociológico y orientado a la Teoría Crítica, que sostiene la aparición de una nueva etapa del capitalismo de consumo y la designa con el nombre intraducible de Kukurgesellschaft, Los tres modelos son productos sintomáticos de la década de 1980, no sólo en el sentido de que aspiren a reflejar cambios empíricos en la cultura de los museos y las exposiciones, que a eso aspiran los tres, sino también porque reflejan los debates culturales y políticos de esa década, y ofrecen visiones políticamente muy díspares, antagónicas incluso, de la cultura contemporánea y su relación con la sociedad política. Yo no creo que ninguno de estos modelos pueda reclamar para sí la verdad absoluta, pero ésa no es una deficiencia que haya que remediar con una metateoría que aún no ha articulado nadie. La ausencia, o mejor dicho la renuncia a la pretensión de un punto de Arquímedes, la imposibilidad de una única narración correcta, hay que tomarla como ventaja estratégica, como momento liberador más que restrictivo. Oponiendo entre sí las tres posiciones - neoconservadurismo, posestructuralismo, Teoría Crítica-, podemos, de hecho, llegar a comprender mejor la museización como un síntoma clave de nuestra cultura posmoderna.*”

Ao englobar o tema da musealização nesta pesquisa, não queremos debater a teoria em si, suas características e manifestações, ou os pontos não respondidos. O que vamos abraçar nesse trabalho é a ideia de ‘musealizar’ tendo o objeto telenovela como foco. Em nosso contexto significa que o advento da tecnologia (leia-se aqui meios, aparelhos, interfaces, sistemas e tudo aquilo derivado de um campo amplo genericamente definido como ‘tecnologia’) fez crescer de forma exponencial o acesso do homem a informações, o tempo todo, de forma incontrolável, incalculável, impensável, inconcebível (com exagero proposital). Surgiram inclusive síndromes modernas na área psíquica, como a *Ansiedade de Informação* criada pelo norte-americano Richard Saul Wurman ou o *FOMO (Fear of missing out)* cunhado por Dan Herman. Alguns viciados passaram a precisar da abstinência de aparelhos de *smartphones*, da Internet ou de videogames, não apenas dos tradicionais vícios como os entorpecentes, as bebidas alcoólicas e os jogos de azar.

Um pouco dessas síndromes está justamente originada na incapacidade do homem de lidar com tantas camadas de sua vida, todas conectadas, todas disponíveis para serem abordadas por uma chamada, uma mensagem, um recado ou um ‘curtir’. Como lidar com tudo isso? Como se desligar para assistir a um filme por duas horas? Estar desconectado passou a ser um pecado? São tipos de questionamentos que assolam os indivíduos. Para materializar essa ideia em uma pessoa real, a relação será feita com o próprio pesquisador (*Tabela 2*). Nascido em 1982, hoje com 39 anos de idade recém-completos na data de finalização dessa pesquisa, denominados por alguns como *Xennials*, por estarem no final da geração X e no início da geração dos *Millennials*:

Tabela 2 - Formas de comunicação diretas (mensagens direcionadas) mapeadas pelo pesquisador (antes e depois) do advento tecnológico

Objetos	ANTES	HOJE
Telefonia fixa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Até 2001 (19 anos) posse de telefone fixo residencial (casa dos pais), assim como era com todos os amigos</li> <li>• Habitual agenda de papel, mais tarde uns tiveram a eletrônica. Era comum decorar os contatos mais frequentes, inclusive porque a chamada por dia vir de orelhão, inclusive a cobrar</li> <li>• Habitual também ter os números de telefone do telefone fixo residencial dos colegas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atualmente, posse de telefone fixo residencial (minha casa) pois está atrelado ao combo da internet e TV a cabo</li> <li>• Não consigo decorar o número, e exceto minha mãe, sogra e as empresas de telemarketing, ninguém possui o número</li> <li>• Já não possuo mais número de telefones fixos de amigos. E dos que tinha, não sei quais continuam válidos, pois há anos não são usados (continua...)</li> </ul>

Objetos	ANTES	HOJE
Telefonia móvel(celular)	Posse do primeiro aparelho aos 19 anos, e do tipo <i>smartphone</i> aos 30 anos (2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posse de três telefones <i>smartphones</i>: pessoal, corporativo e um exclusivo para usar no interior por causa do sinal - a operadora da capital não funciona na casa da minha mãe na zona rural.</li> <li>• Todos possuem serviços de SMS e aplicativos de mensagem instantânea</li> </ul>
Telefonia via computador	Adesão tardia ao Skype, limitado ao uso de chat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posse de duas contas corporativas e três contas pessoais</li> <li>• Além das redes sociais virtuais e outras plataformas que permitem fazer ligações</li> </ul>
Serviços de mensagem instantânea	Perfil nos sistemas de mensagens ICQ e Messenger usando em alguns momentos da semana quando conectado ao computador, revezando com minha irmã	24h no <i>notebook</i> e <i>smartphones</i> têm WhatsApp, os demais (Skype, Hangout e Teams, esse último, exceto no telefone corporativo, ficam desligados)
Redes sociais virtuais	Orkut	Perfil pessoal nas redes sociais virtuais Instagram, LinkedIn, Pinterest, Facebook, Twitter, Snapchat, YouTube, Vimeo e Blogger
E-mail	iG	Posse de duas contas do Hotmail+ duas contas do Gmail + uma conta profissional
Notificações	-	Quando não desabilitado é possível receber de todas as redes sociais + todas as contas de e-mail + as funcionalidades do <i>smartphone</i> + aplicativos instalados nos <i>smartphones</i> <sup>104</sup>
Caixa de mensagem	-	Arelado ao perfil pessoal nas redes sociais virtuais Instagram, LinkedIn, Facebook e Twitter
Carta em papel	Recebia cerca de 3/4 por mês	-
Cartões de felicitações	Recebia em datas comemorativas como aniversário e de familiares no Natal	Virtuais ou postagens nas redes sociais
Aparelho televisor	Havia apenas na sala e TV a cabo apenas depois do ano 2004	Há televisor na sala e quarto, <i>smart tv</i> , com TV a cabo, assistente de voz (Alexa) e acesso aos serviços de <i>streamings</i> do Globoplay, Netflix, Canais Globo, Prime Vídeo e Claro Vídeos

Fonte: construída pelo próprio autor a partir de algumas de suas referências pessoais no dia a dia com objetivo apenas ilustrativo, por isso não há o emprego de nenhuma metodologia e exaustão na coleta de dados.

Veja no exemplo acima, em um exercício não exaustivo e em números arredondados, o salto de 11 para 45 meios de comunicação. Nesse exercício inclusive foram desconsiderados

<sup>104</sup> Teste realizado no celular *smartphone* pessoal por apenas um dia inteiro, deixando as notificações de parte dos aplicativos habilitadas para recebimento. Ainda que não seja tenha sido um estudo de caráter técnico científico, em menos de 24 horas foram recebidas mais de 308 mensagens.

todos os demais tipos de aplicativos instalados nos respectivos aparelhos de uso pessoal que hoje possuem funcionalidades de alerta - registrar, comer, pagar, andar, avisar etc. -, pois apenas o exercício mais conservador apresentado na tabela acima já serviu ao propósito de quantificar o volume ao qual somos expostos nos dias de hoje. Todos esses objetos elencados são chamados por Izquierdo de ‘memórias acessórias’, que são aquelas que nos ajudam a guardar informações que não precisamos decorar, ficam lá e quando precisamos as acessamos em nossas camadas.

Aqueles que pertencem ao círculo dos que têm acesso a muitas memórias acessórias (IZQUIERDO, 2010, pg. 114) são ainda mais privilegiados. Pensando na ótica do armazenamento concordo com ele, mas não podemos ignorar que muitas dessas memórias acessórias também têm a função de mensageiros, e nesse caso, o excesso também causa uma saturação, um desgaste da memória, um esgotamento. Izquierdo alerta que em boa parte da população entre 50 e 60 anos, e em alguns, até antes, pode-se iniciar um processo de déficit da memória, ainda que em um nível leve (2010, pg. 57).

Huyssen questiona se estamos mesmo sofrendo de um excesso de memória: não deveríamos nos esforçar para distinguir os passados usáveis dos passados dispensáveis? Fazer uma rememoração produtiva? (2004, pg. 37). A compreensão é de que esse filtro seletivo de informações que tem condições de se tornarem memórias dispensáveis pode ser anterior, antes mesmo de tornar memória. Será que preciso me expor a essa informação? Será que preciso ler as 100 notificações do dia de hoje da rede social?

Exceto, talvez, quando estamos executando atividades primárias, conforme Maslow, assistindo a um filme (se for no cinema), pois em casa provavelmente estarei fazendo concomitantemente outra atividade - como bem disse Jost, o celular nos deixa livres para outras ocupações, coisa que o cinema não permite (2012, pg. 110)<sup>105</sup> - talvez não da mesma forma -, dirigindo, ou fazendo atividades que requerem algum tipo de atenção imediata, como o trabalho, a aula, uma consulta médica, um encontro social ou familiar, no restante do tempo, estou sempre vivendo o passando presente.

Ao mesmo tempo a tecnologia facilitou, exigiu de outras formas, inclusive da nossa memória, da nossa mente. Será isso que Huyssen chama de *hipertrofia da memória*? (2003, pg. 03)<sup>106</sup>. Ou talvez esse excesso seja um problema da história da humanidade, pois Izquierdo compartilha que ao ler as obras de um grande neurocientista espanhol<sup>107</sup> datado de 1920, já era

<sup>105</sup> Texto original e completo em espanhol: “Finalmente, la pequeña pantalla le permite al espectador llevar a cabo esa dualidad de ocupaciones que el cine en general desapruueba.”

<sup>106</sup> Texto original e completo em inglês: “Today, we seem to suffer from a hypertrophy of memory.”

<sup>107</sup> Santiago Ramón y Cajal (1852-1934), considerado o pai da neurociência moderna.

relatado um bombardeamento do cérebro por incessantes acontecimentos considerados excessivos e insuportáveis (2010, pg. 28)? Relatos de um século atrás! Então, com essa jornada, de alguma forma, musealizamos uma série de coisas que não conseguimos aproveitar de forma instantânea no dia a dia, ou porque queremos apenas lembrar ou guardar, antes que perca a validade ou caia em desuso. Significa ir encapsulando, guardando, registrando, arquivando, **digitalizando** uma série de coisas que o tempo presente não me permite fazer no **presente presente**, e assim como o museu, como uma entidade de guarda, o que é significativo está sendo guardado para registro da minha memória e meu acesso e uso quando assim o puder.

Ainda que possa soar estranho, Lübbe e Odo Marquard<sup>108</sup> viam que em resposta à modernidade, cada vez mais surgiam justamente sociedades de preservação histórica (In: HUYSSSEN, 1995, pg. 252)<sup>109</sup> para dar conta da organização dessa enorme memória social e coletiva em constante alimentação.

Pois, voltando ao capítulo 2, se faz princípio de qualquer acervo, tanto a sua preservação, como o seu acesso. Se hoje o time da Globo fizer todo o trabalho de acervo, *Vale a Pena Ver de Novo*, e mais recentemente *Canal Viva*, assim como qualquer outra iniciativa de reprise, ainda que sejam como usos fragmentados de imagens, são mecanismos de acesso a esses **passados presentes**, que estão justamente fazendo para o usuário a curadoria e disponibilização do passado usável, como chama Huyssen. Portanto, é impossível discordar de que vivemos uma **cultura da memória**.

De forma análoga, musealizar nada mais é do que pensar nas atividades-chaves de um museu enquanto instituição e extrapolar isso para um comportamento de sociedade em seu cotidiano. Ao passo que tudo já nasce obsoleto, é como podemos registrar a vida das coisas para um dia ter a prova de como foram para lembrar (HUYSSSEN, 2004, pg. 27) ou os objetos que envelhecem conosco, que ajudam a contar nossa história, que são expressivos em nosso dia a dia e são insubstituíveis. A eles, define como objetos biográficos e de status (BOSI, 2003, pg. 26), como uma simples escova de cabelo.

A partir dessas referências é possível pensar em intertextualidades entre a atividade de um museu e o *Canal Viva*:

---

<sup>108</sup> Hermann Lübbe (1926-) e Odo Marquard (1928-2015), ambos filósofos alemães.

<sup>109</sup> Texto original e completo em inglês: “Thus some neo-conservative German such as Hermann Lubbe and Odo Marquard have argued that the undisputed erosion of tradition in modernity actually generated compensatory organs of remembrance such as the humanities, societies for historical preservation, and the museum. In this view, social and collective memory, as paradigmatically organized in the museum, in historiography, or in archeology, is not the opposite of modernity, but its product.”

### **A exposição temporária versus o programa temático**

- *Museus*: acervos são expostos para acesso de todos, e cada vez mais terão exposições temporárias e de autores (iniciadas nos anos 80)<sup>110</sup>, como a *Tarsila Popular* no Museu de Arte de São Paulo, o MASP, em 2019 (HUYSSSEN, 1995; 2007, pg. 31; 73).
- *Canal Viva*: telenovelas são reprisadas na televisão e no *streaming*, trechos disponibilizados nas redes sociais virtuais e em intervalos não regulares são realizados especiais com temas diversos como *As vilãs que amamos* (2019-2020), curto e pontual, a partir de um tema comum.

### **A curadoria de arte versus a curadoria de conteúdo**

- *Museus*: o curador do museu não se limita mais a ser o "guardião" das coleções. As novas práticas incluem mobilizar, colocar em movimento dentro das paredes de casa o museu e em todo o mundo, inclusive para os espectadores (HUYSSSEN, 1995; 2007, pg. 20-21; 52-53)<sup>111</sup>.
- *Canal Viva*: a produção cria vínculos para estimular a memória dos telespectadores e assim atuar na memória teleafetiva, a que recupera e reformula reminiscências a partir das imagens exibidas e por afetos em torno das vibrações provocadas por ela (BRESSAN JÚNIOR, 2017, pg. 75), se desapegando da exibição original da sua época, reprisando de tempos em tempos, seja a obra completa, seja fragmentos em novas narrativas. Não é a reprise pela reprise. É a oferta da experiência.

### **O museu físico versus o canal de televisão**

- *Museus*: muitos museus - a pandemia acelerou este processo -, já atuam fora dos seus espaços físicos. Oferecem a visita virtual 360°, atividades temáticas por plataformas, a compra de itens por *e-commerce*. Não ficam apenas esperando o visitante no horário habitual das 10-16h. Muitos museus têm problemas para se

---

<sup>110</sup> Texto original e completo em inglês: "Ever more frequently, museums get into the business of temporary exhibitions. A number of auteurist exhibitions in the 1980s were presented as museums: Harald Szeemann's *Museum of Obsessions*, Claudio Lange's *Museum of the Utopias of Survival*, Daniel Spoerri and Elisabeth Plessen's *Musee sentimental de Prusse* [...]."

<sup>111</sup> Texto original e completo em espanhol: "La aceleración que se está produciendo en la definición laboral del curador se refleja incluso en la gramática: ahora existe el verbo *to curate*, y precisamente no limitado a las funciones tradicionales del "conservador" de colecciones. Por el contrario, hoy día *to curate* significa movilizar las colecciones, ponerlas en movimiento dentro de los muros del museo al que pertenecen y por todo el planeta, así como en las cabezas de los espectadores."

ajustar à nova função como mediadores culturais em um ambiente que exige multiculturalismo (HUYSSSEN, 1995, pg. 34-35)<sup>112</sup>.

- *Canal Viva*: recentemente a palavra canal foi retirada de sua logomarca. Vamos entender se, a longo prazo, essa decisão reflete um novo posicionamento do *Canal Viva* de atuação multiplataformas. Televisão sendo apenas mais um meio para distribuição de conteúdo, tendo a mesma relevância do *streaming* e outros formatos. É um canal deixando suas ‘paredes’, seu ‘espaço físico’, indo para novos lugares.

Nesse movimento do passado presente, a aceleração em países industrializados estimulou uma volta às raízes: moda retrô, gosto pela história, interesse pelo folclore, entusiasmo pela fotografia, memórias e recordações e noção de patrimônio (LE GOFF, 1990, pg. 118). O que ajudou a mudar a estigma, sutil, porém, importante, entre o velho, algo depreciativo, e o antigo, algo de valor, segundo Le Goff (1990, pg. 92-93):

- Idealmente ‘antigo’ deveria ser oposto de ‘tradicional’, e ‘moderno’ de ‘recente’ ou ‘novo’, e não como foi usado de ‘antigo x moderno’ desde o século XVI.
- Antigo tem um valor seguro “*os Antigos dominam, como velhos depositários da memória coletiva*”. Já a velhice, gera o desprezo pela decrepitude.

Bosi ressalta que esse estigma, é um desprezo inerente da estética neocapitalista pelas coisas gastas, usadas com marcas do trabalho e da vida. O valor está no novo, não na biografia e na memória (2003, pg. 167). Essa somatória oriunda do movimento de resgate e valorização, com a visão mercantil, o olhar histórico, a mudança de estigma e olhar sobre o conceito de velho fez com que esse tipo de produto também tivesse seu valor ampliado. O telespectador também vai aprendendo a nuance de cada um dos meios, e com isso passa a entender que a cópia disponível no *streaming* pode ter melhor qualidade do que a versão do *Canal Viva* ou do *Vale a Pena Ver de Novo*.

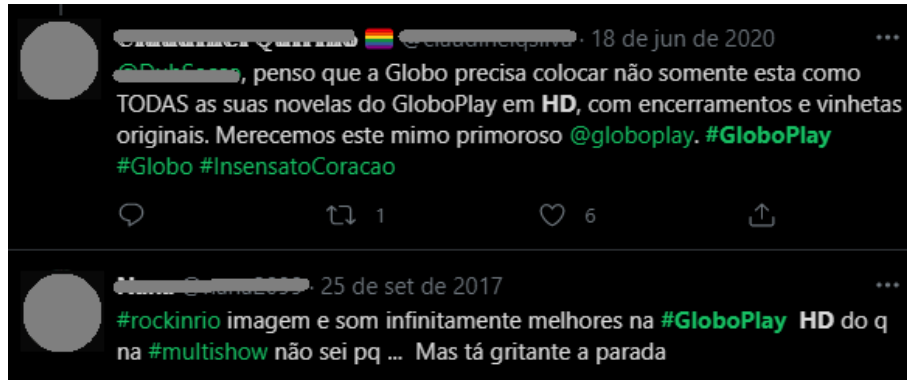
Não é apenas uma questão de ‘subir’ o conteúdo na plataforma, pois ainda que haja um desejo de ver o conteúdo do passado, o telespectador espera ver com a obra do passado impulsionada pela qualidade de som e imagem para ter uma experiência afirmativa. Veja citações de usuários (*Figura 2*) que expressam essa expectativa que parece estar se tornando inerente ao lançamento de obras passadas.

---

<sup>112</sup> Texto original e completo em inglês: “*Of course, many museums still have trouble adjusting to their new role as cultural mediators in an environment in which demands for multiculturalism and the realities of migrations and demographic [...].*”



Figura 2 - Postagens de telespectadores sobre a qualidade de conteúdos antigos disponibilizados no Globoplay



Fonte: Perfis de @claudineiqsilva e @nana2099. Disponíveis em <<https://twitter.com/claudineiqsilva/status/1273605842047287297>> e <<https://twitter.com/nana2099/status/912167847744425984>>. Acessado em 29/05/2021.

Se atribuímos parte desse movimento à tecnologia, e como diz Huysen, não dá para discutir memória sem discutir a questão das mídias e dos meios, é fundamental qualificar que realmente não se trata de uma percepção, e sim de uma revolução, e grande parte dela teve (e ainda tem) a ver com a Internet, pois essa acabou se tornando a estrutura de parte importante da população mundial, auxiliando com as memórias acessórias, conectando com pelo menos 45 meios de comunicação diferentes, automaticamente arquivando gigabytes de informações para que sejam acionados em algum momento possível.

É ela que oferece recursos para se musealizar muitas das nossas coisas, como o diário virtual, o álbum de viagens, o #tbt nas redes sociais virtuais, a linha do tempo por onde passamos, a foto que tiramos, o *check-in* que registramos e coisas que qualquer humano seria incapaz de lembrar, exato pelos grandes eventos de nossas vidas, como a data de nosso aniversário, casamento, formatura ou a morte de um ente querido. Ou seja, a todo tempo ela está trabalhando a nosso favor, arquivando, fazendo curadoria, e nos alertando sobre algo importante (ou nem tanto assim). Na visão de Castells, o efeito da Internet em nossa sociedade é a mesma que teve a energia e o motor elétrico na revolução industrial (2001, pág. 15)<sup>113</sup>. A partir dela, as pessoas, a sociedade, o *modus operandi global* passou a ser diferente. Ela ditou a nova lógica.

<sup>113</sup> Texto original e completo em Espanhol: “Internet es el tejido de nuestras vidas. Si la tecnología de información es el equivalente histórico de lo que supuso la electricidad en la era industrial, en nuestra era podríamos comparar a Internet con la red eléctrica y el motor eléctrico. dada su capacidad para distribuir el poder de la información por todos los ámbitos de la actividad humana.”

É comum, rotineiro, exercitarmos, mesmo que imperceptivelmente, a revitalização, a manutenção e perpetuidade do passado na cotidianidade, e na maioria das vezes estamos apoiados em recursos tecnológicos, e ninguém fomenta isso mais do que as próprias redes sociais virtuais, permitindo que os cobiçados 15 minutos de fama profetizados por Andy Warhol estejam mais acessíveis do que nunca, é inclusive profissão, virou ritual:

- É quinta-feira, é dia de recordar, pegar uma foto, criar um texto legal, colocar a #tbt<sup>114</sup>, é, portanto, momento de voltar ao passado, momento de lembrar. O mundo todo faz isso. Bastou alguns dias e todo aprenderam a linguagem universal do #tbt.
- Para facilitar qualquer busca que você queira fazer nas redes, use algum tipo de indexação (índice), seja por # ou indexação de palavra-chave. Veja que a lógica da arquivologia nunca foi tão popular.
- As páginas principais das redes sociais são popularmente chamadas de *timeline* (linha do tempo). Isso porque organizam de forma cronológica tanto as informações dos proprietários da conta quanto dos amigos virtuais que interagem com eles. Assim fica mais fácil trazer o passado presente de qualquer ano com um simples toque do computador. Nada de revirar diários de papel, procurar cartas ou abrir gavetas em busca de anotações e fotos. Ou pior, forçar a memória para lembrar.
- Muitos cresceram acostumados com as tradicionais retrospectivas de final de ano na televisão aberta. Deu dia 31/12, era dia de saber em 60 minutos os fatos marcantes do ano. Hoje há muitas formas de se fazer isso, podendo-se escolher até a periodicidade. Sites de Internet como o Google oferecem essa facilidade a partir da busca que ele realiza em milhões de outros sites em milésimos de segundos. Ou o usuário pode criar a narrativa pessoal, já existem aplicativos que registram, por exemplo, uma imagem por dia e no dia 31/12 gera um filme do seu ano, basta que o usuário o alimente diariamente e todo o seu passado estará em movimento e de volta em minutos, organizado de forma digital, cronológica, com trilha sonora e efeitos à escolha do usuário. E ainda pode ser compartilhado.
- Para aqueles que fazem uso de medicação, seguem alguma dieta ou precisam relatar alguma rotina para o médico a cada período determinado de meses, por exemplo, esse relato na maioria das vezes é sempre feito a partir de informações pouco consistentes, lembranças sem grandes evidências, o que às vezes pouco ajuda na evolução do próprio

---

<sup>114</sup> Matéria disponível em <<https://www.techtudo.com.br/listas/2020/06/o-que-significa-tbt-no-whatsapp-conheca-7-gurias-do-app-de-mensagens.ghtml>>. Acessado em 29/05/2021.

paciente, porque se ele não anota, simplesmente busca na memória relatos de como efetuou a dieta, o uso da medicação ou seguiu a prescrição do médico. Hoje em dia é possível resgatar quantos copos de água foram consumidos em 15/03/2012. Se a dieta no almoço de 9/6/2018 ficou dentro das 1.600 calorias indicadas pelo nutricionista. Se no dia 31/5/2020 foram percorridos os 9.853 passos prometidos. O nível de estresse, a saturação de oxigênio, a respiração, todo o histórico médico é possível arquivar em aplicativos do celular e resgatar a qualquer tempo. Mais do que nunca, não apenas arquivamos, musealizamos as coisas, mas também fazemos isso com nossos próprios dados pessoais para gerar registros impensáveis sobre nossas vidas.

- Não é preciso ter vivido em 1815, no velho oeste norte-americano, para se ter uma foto a caráter em um típico bar com dançarinas de canções e homens brigões. Hoje, os softwares permitem que se volte no tempo e possa descobrir muitos dos fatos que aconteciam no dia do nascimento, ser fotografado em décadas passadas e lugares inóspitos, descobrir inclusive a descendência e buscar informações de DNA e árvore genealógica ao redor do mundo. Sem sair de casa. A busca pelos ancestrais não necessariamente requer que se cruze um oceano.
- Através de testes de personalidade podemos descobrir em que ano teríamos nascido, em que local, que profissão teríamos, qual teria sido nosso estilo. É legal imaginar como teria sido o passado, justamente porque nessa perspectiva de ressignificação, o antigo é algo legal, não é algo velho, algo sujo.

As situações acima são reais e possíveis e evidenciam como em atividades completamente rotineiras, já internalizadas por hábito, essa consciência de que estamos fazendo a manutenção, a perpetuidade dita por Huyssen é despercebida. Por outro lado, em alguma medida, estamos nos beneficiando das memórias acessórias, como afirma Izquierdo, ao deixar que determinadas informações de menor importância nos sobrecarreguem utilizando recursos tecnológicos para essa execução, já que a formação de uma memória de longa duração leva, em média, entre três e oito horas. Enquanto esse processo não finaliza, ela pode sofrer alterações, apresentando sucessivas interferências (MOURÃO JÚNIOR & FARIA, 2015, pg. 785).

Antes de avançar para a segunda parte do texto, há ainda três pontuações significativas sobre a memória que se fazem necessárias. A primeira, Bosi destaca que a memória contrai numa intuição única passado-presente, e cabe à consciência ligá-la às apreensões do tempo real (2003, pg. 52). Já Izquierdo, destaca em seus estudos que a memória é questão de treino, de

rotina e disciplina, por essa razão, a nossa memória sempre vai nos induzir a recordar hábitos, costumes e tradições que nos leva a preferências afetivas e sociais (2011, pg. 52), exceto, claro, por eventos traumáticos.

Por fim, é possível evocar a memória através de técnicas que usam ‘dicas’ (segundo Izquierdo, essa é a melhor palavra em português, mas não é a tradução exata para *priming*) para estimular o paciente a lembrar informações, como uma imagem, a primeira palavra de uma poesia, certos gestos, odores ou sons (2011, pg. 38), entre outros. Lembranças têm forte origem nas imagens, e telenovelas têm este êxito a partir de reproduções, de simulacros, com o máximo de informação possível dentro do campo visual, assegurando a sua estocagem em memória (SODRÉ, 2003, pg. 38). O que também pode ser, para alguns, um alimento do cotidiano, justamente nessa época de escassez de contatos humanos pessoais, ainda que virtualmente seja muito mais fácil essa conexão, rever ou assistir uma telenovela pode estimular memórias afetivas represadas ou escapistas que tragam lembranças do tempo de infância, da escola ou da casa dos pais, provavelmente com mais verdade do que uma trama gravada nos dias de hoje que encena uma volta ao passado. A memória precisa ser convencida.

### 3.2. Temporalidade, obsolescência e esquecimento

*“Toda memória é adquirida em um certo estado emocional; os animais, inclusive o homem, encontram-se sempre em um determinado estado emocional ou estado de ânimo, geralmente difícil de avaliar.”*  
Ivan Izquierdo (2010, pg. 35)

Para facilitar o entendimento deste capítulo, dada sua diversidade de autores e conceitos, a parte teórica foi dividida igualmente em dois grupos. No anterior, falamos sobre a memória, a musealização e a digitalização desse movimento em função do avanço tecnológico. Assim, debater todos esses elementos dentro da matriz de passados presentes exige que falemos de temporalidade e de obsolescência, afinal, são reflexos da nossa automusealização e encapsulamento digital do passado, e na mesma medida que arquivar, memorizar e lembrar é importante, esquecer também o é. Juntos, os seis elementos dispostos em 3.1 e 3.2 buscarão auxiliar no aumento de nossa compreensão sobre a atração pelo consumo de telenovelas reprisadas, mais especificamente, as veiculadas no *Canal Viva*.

Falar sobre **temporalidade** na perspectiva ocidental a princípio parece bem simples. É pensar no calendário gregoriano, na cronologia de passado, presente e futuro, na rotação do sol e das horas, que vai, que vem, fazendo assim todo dia, um novo dia. Mas nem todos ocidentais definiriam o tempo da mesma forma, especialmente por que há perspectivas diferentes de se pensar o tempo, e nem sempre essas definições são claras. Para Bosi, o tempo não flui uniformemente, existindo diferentes temporalidades na sociedade, ou seja, cada classe, e cada pessoa o vive diferentemente (2003, pg. 53). Já Halbwachs não enxerga um tempo universal e único, mas sim que cada grupo tem a própria duração e concepção de passagem (devagar ou depressa), pois o tempo em si, é um contexto imóvel (2011, pg. 153). Mas ambos concordam que a memória em relação ao passado, essa sempre faz um exercício de retrocesso, a um tempo vivido, passado, longe, vasto, conotado pela cultura de cada um (HALBWACHS, 2011, pg. 155; BOSI, 2003, pg. 53).

O tempo não ‘passa’ apenas pelo ponteiro do relógio, seja lá qual for o fuso horário adotado. Basta perguntar ao agricultor, ao navegador ou ao indígena. Cada indivíduo, à sua maneira, é livre para lidar com suas temporalidades. No plural, já que a cronologia do relógio é uma só, e não impede que cada um tenha os seus diferentes tempos, o pessoal e o profissional, o online e o offline, o escolar e o social, o da preguiça e o da academia. E claro, de acordo com a territorialização de cada um, isso também será lido de uma forma distinta, assim como seu ecossistema de pertencimento. Conforme as barreiras espaciais se enfraquecem e o próprio espaço é globalizado por um tempo mais comprimido, um novo tipo de incômodo está se enraizando no coração das metrópoles (HUYSSSEN, 2000, pg. 14), e por isso se passa a valorizar e morar em um lugar menor e mais simples, porém, com menos trânsito e menor custo de locomoção. Émile Benveniste estabelece uma importante distinção entre os tempos:

a) tempo *físico*, "contínuo, uniforme, infinito, linear, divisível à vontade"; b) tempo *cronológico* ou "tempo de acontecimentos" que, socializado, é o tempo do calendário; c) tempo *linguístico*, que "tem o próprio centro no presente da instância da palavra", o tempo do locutor: "O único tempo inerente à língua e o presente axial do discurso e... tal presente é implícito. (In: LE GOFF, 1990, pg. 113).

São escolhas que as pessoas começam a fazer medindo não apenas o aspecto financeiro, pois cada vez percebe-se que o tempo passa a ser tão valioso quanto difícil, especialmente porque podemos progredir na carreira e ter um aumento salarial. Já o tempo não passará de 24 horas por maior que seja nossa produtividade. Isso é tão verdade que já existe um movimento inverso de pessoas que se deslocam das cidades para as áreas urbanas, pessoas inclusive

nascidas na zona urbana, que buscam experiências em um novo contexto, já que uma série de facilidades da dita ‘vida moderna’ hoje estão acessíveis no campo, como a Internet.

É, portanto, impossível atribuir a um só agente essa mudança do futuro presente para o passado presente, pois é um movimento mundial, ainda que em escalas diferentes nas regiões. Isso porque a ubiquidade dos meios digitais está aumentando de forma expressiva e com isso fica cada vez mais difícil (isolar) e analisar o que é social, tecnológico ou espaço-temporal (SANTOS & AZEVEDO, 2019, pg. 240). Segundo Huyssen, talvez um dos elementos motores, ainda que de forma inconsciente, seja uma lenta e palpável transformação da temporalidade nas nossas vidas (2000, pg. 25), em que cada vez mais o futuro parece ter menos expectativas e ser mais frustrante, assim o passado já conhecido se torna local de segurança, em que suas diretrizes e personagens já são conhecidos, e determinados lugares, como o campo, o mato, a casa de fazenda, lugares como elementos e símbolos mais familiares. Para alguns, claro, trazem uma memória afetiva e uma sensação de segurança para mudar ou recomeçar.

Para Virilio, as grandes revoluções históricas são da velocidade, assim cria-se novas formas de comunicação e de circulação (In: SANTOS & AZEVEDO, 2019, pg. 241). Isso reforça a fala de outros autores e especialistas, de que o ritmo frenético da revolução tecnológica e a criação de camadas em nossas vidas, a real a virtual, a online e a offline, a física e a virtual - inclusive aplicativos que gerenciam essa distribuição de horas já é um mercado existente -, produzem de forma inegável mudanças estruturais na forma como lidamos com o tempo, como administramos nossas atividades (nossas vidas) dentro dele e como nos sentimos em relação a essas modificações, pois ao mesmo tempo em que o passado presente é percebido, são levantadas hipóteses como:

- **Compressão do espaço-tempo:** na verdade, os dias estão ficando mais longos (Superinteressante; 2018)<sup>115</sup>. A cada século, nossos dias se tornam 1,7 milissegundo mais longos. Em artigo de Santos & Azevedo, eles atestam a partir de um estudo de David Harvey que essa sensação é um sintoma real na sociedade, causado especialmente pelo aumento da velocidade dos meios de transporte e da comunicação, e do impacto desse tempo de locomoção sobre o espaço (2019, pg. 242). Outras hipóteses veiculadas na mesma matéria, a partir de estudos de universidades internacionais relacionam com o envelhecimento, ou seja, conforme envelhecemos vamos perdendo o senso de sermos surpreendidos e parece que o

---

<sup>115</sup> BRUM, Maurício. **O tempo está passando mais rápido?** Revista Superinteressante. De 06/06/2018. Atualizado em 17/08/2020. Disponível em <<https://super.abril.com.br/comportamento/o-tempo-esta-passando-mais-rapido/amp/>>. Acessado em 28/08/2021.

tempo fica mais curto. Outro dos efeitos é o impacto da tecnologia, uma vez que ela nos deixa conectado o tempo todo, é como se não houvesse ciclos, somos um *continuum*.

Sem dúvida essa é uma sensação que acomete o século XXI como muitas pesquisas já mostraram, e parte disso tem a ver com nunca estar desconectado e não separar atividades menos prazerosas (pagar contas) com atividades de lazer (assistir telenovela), assim novos processos do nosso cérebro acabam conflitando com atividades de mais e menos prazer.

- **Não-síncrono:** assumir ser multitarefa no século XXI para muitos é um adjetivo, é um ponto forte, significa ser capaz de lidar com muitas tarefas ao mesmo tempo, ainda que os especialistas já tenham provado que o seu cérebro não funcione tão bem fazendo esse tipo de atividade. É assim que lidamos também com o passado presente, com a questão da temporalidade, com a possibilidade de ver telenovela no *streaming*, ou de musealizar qualquer objeto para utilizá-lo ou recordá-lo depois. Antes dessa revolução de múltiplas temporalidades, ambivalências e canais uníssomos de comunicação, tínhamos uma rotina talvez mais sincronizada com as questões de tempo, pois as possibilidades de fugir a isso também eram menores.

Hoje quando dizemos que podemos ter mais de uma temporalidade, é justamente por podermos definir nossas temporalidades, sincronias e assincronias, além de suas múltiplas camadas. Inclusive a convivência entre elas: quando escolho ver um capítulo da telenovela em seu horário de exibição regular direto pela televisão e quando escolho ver no dia seguinte outro capítulo dividido em duas partes em horários que tiver a disponibilidade, ora no computador, ora no celular, compartilhado com outras atividades. É isso: a decisão está na mão de cada um.

A industrialização padroniza, reduz as especificidades e torna os produtos bastante homogêneos e com mais rápida **obsolescência** para vender mais rápido (MARTÍN-BARBERO & REY, 2004, pg. 77). A barreira de proteção na visão de Huyssen é justamente o uso da memória e da musealização, para combater nossa ansiedade com a velocidade de mudança, e o contínuo encolhimento dos horizontes de tempo e espaço (2004, pg. 28). Parecemos estar fascinados com o novo e com a sua morte programada, com seu próprio desaparecimento, no momento em que aparece (HUYSSSEN, 2007, pg. 61)<sup>116</sup>. Tornando tudo mais volátil,

---

<sup>116</sup> Texto original e completo em espanhol: “*De ahí que nuestra fascinación por lo nuevo esté ya siempre amortiguada, pues sabemos que cada vez más lo nuevo tiende a incluir su propia desaparición, el vaticinio de su obsolescencia en el momento mismo en que aparece.*”

vulnerável, e, portanto, com menor prazo de validade, ainda que ele possa durar mais, como se fosse uma regra, pois algo mais novo está a caminho. Quase como se fosse já determinado.

Na era das relações socio virtuais, é bastante ambígua a questão do tempo-espaço constantemente submetida a novos tipos de pressão (HUYSSSEN, 2000, pg. 30). Ao mesmo tempo em que barreiras foram quebradas, permitindo conversas em tempo real em lados opostos do mundo com uso de funcionalidades como vídeo-transmissão, gravação e compartilhamento de arquivos ou que as informações sobre nossas vidas, viagens, conquistas, rotinas e outras amenidades fossem acompanhadas e curtidas de forma pública ou privada, por amigos e desconhecidos, também parece ter tornado parte das relações interpessoais mais distantes, frias e sistemáticas.

Segundo Castells, se algo pode ser dito sobre a Internet é que ela parece ter um efeito positivo na interação social e na exposição a outras fontes de informação (2001, pg. 142)<sup>117</sup>. O acesso aos meios de comunicação, apesar de facilitar o contato, também parece ter originado novos distanciamentos. Na mesma medida que aproximam, também afastam. Por outro lado, também estendem a sobrevivência dos fatos, hoje estão disponíveis a qualquer tempo e em poucos cliques na Internet, aplicativos e sistemas de compartilhamento, com uma velocidade brutal na geração e disponibilização de conteúdo, uma vez que, qualquer usuário pode ser um emissor ou um receptor, independentemente da qualidade ou da veracidade.

Ao estudar a memória nos deparamos com o **esquecimento**. A parte oposta à fase de aquisição da memória. O que há de comum entre todos os autores é a percepção de que encaramos o esquecimento com culpa, com desconforto, com raiva, com frustração, desconhecendo (ou ignorando) que essa é uma função vital da memória, tão importante quanto adquirir ou recordar. Assim como uma roupa sem uso, a maior parte dos esquecimentos resulta da falta de uso das sinapses, das conexões entre células nervosas (IZQUIERDO, 2010, pg. 46). Tão simples quanto lembrar é esquecer. É químico, por mais que lutemos contra. Então nessa trajetória de estudos, uma frase em especial de Bosi chama atenção, a de que *cabe-nos interpretar tanto a lembrança quando o esquecimento* (2003, pg. 18), ou seja, se tratamos a lembrança com doçura, precisamos dar o mesmo status ao esquecimento e nos sentirmos bem com isso, sem forçar, sem exigir, sem achar que é uma questão de perda ou incapacidade de nossa parte, ainda que o seja por questões neurológicas.

---

<sup>117</sup> Texto original e completo em espanhol: “*Si acaso, Internet parece tener un efecto positivo en la interacción social y tiende a aumentar el grado de exposición a otras fuentes de información.*”



Halbwachs o definiu como algo que embora ele possa localizar no tempo e no espaço, tenha uma descrição exata, se veja diante do dado abstrato, é impossível correlacionar qualquer lembrança (2011, pg. 32-33), e talvez, como sugere Izquierdo, ele seja um sinônimo de tempo (2010, pg. 15). Por isso, simplesmente ele se vai, sem que tenhamos qualquer mecanismo de contenção sobre ele. Nos dias de hoje, em uma sociedade obcecada pela memória, de alguma forma isso é bom, pois há um excesso de registro. Por outro lado, há o desafio: quem fará a curadoria de tudo isso? A quem interessa tudo isso? A quase totalidade de informações produzidas pela humanidade foi gerada nas últimas décadas e não em seus milhões de anos, se continuar nesse ritmo, seremos capazes de armazenar e conhecer nossa história? Ou afinal, o que passa a ser importante na história? E a capacidade de esquecimento, deve ser proporcional?

Sem dúvida são efeitos para uma nova geração que terá uma nova relação com a memória, pois a sensação é também de que quanto mais registramos nos dias de hoje, menos memorizamos, pois, as redes sociais virtuais, a câmera do celular, o aplicativo de mensagem instantânea ou algum outro recurso, alguma memória acessória está fazendo essa função por nós. Ainda como efeito desse movimento, Huyssen aponta outro fator - que confesso não ter pensado ao longo das leituras -, e se muitas das memórias comercializadas em massa que consumimos são 'memórias imaginadas' e, portanto, muito mais facilmente esquecíveis do que as memórias vividas? Qual será o preço a ser pagar por isso? (2004, pg. 18).

Do ponto de vista científico, Izquierdo (2010) compartilha diversas conclusões sobre o esquecimento de estudos variados. Ou seja, aquilo que os cientistas já afirmam sobre o tema, e que, portanto, enquanto natureza humana deveríamos não insistir e deixar acontecer:

- A arte de esquecer é inata ao homem. Ocorre de maneira anônima pelo nosso cérebro, e impede o naufrágio em meio às nossas próprias recordações (pg. 105).
- Esquecemos, pois nossos mecanismos são saturáveis. Adquirimos uma memória, isso nos faz naturalmente perder outras já existentes e que não estão em uso (pg. 18).
- Muitas memórias desaparecem, e da maioria não há evidências, só fragmentos. A prática da psicanálise se baseia em boa parte nisso (pg. 13).
- Lembramos o suficiente - onde moramos, trabalhamos, preferências, informações gerais -, por isso nos atrevemos a falar sobre memórias. Se não lembrarmos esse tipo de coisa, aí é hora de procurar um médico (pg. 14).
- Brasileiros e ingleses costumam esquecer em quem votaram nas últimas eleições, e ambos têm uma ignorância completa sobre a história ou a localização geográfica das demais nações (pg. 69).

Lendo esses tópicos científicos compartilhados por Izquierdo fica evidente, por mais que tenhamos inúmeros resquícios de memória afetiva e grande paixão por determinada telenovela, é impossível nos lembrarmos de todos os acontecimentos que se sucedem em uma narrativa de mais de 140-160-200 capítulos. Por isso não parece justo ter que optar entre memória *versus* esquecimento, isto ou aquilo. Lembrar significa ler vestígios; requer imaginação, atenção do olhar, construção (HUYSSSEN, 2014, pg. 68). E mesmo que seja afetivo, e mesmo que tenha marcado por nos fazer bem, a memória humana não é capaz de armazenar cinco mil horas sequenciais de um produto audiovisual. Portanto, não há reprise que não traga, em menor ou maior escala, alguma novidade, algum fato inédito, pois houve esquecimento.

Em nossa sociedade, aprendemos que esquecer é ruim, justamente porque vivemos a cultura da memória. Segundo Huyssen, as descrições sobre ‘esquecer’ passam clinicamente, como disfunção; socialmente, como distorção; academicamente, como uma forma de pecado original; em termos de vivência, como um subproduto lamentável do envelhecimento (ibid. pg. 155). Por isso, tão importante quanto conseguir memorizar é conseguir esquecer [...] (ibid., 2004, pg. 18). Ao mesmo tempo em que esquecer é algo salutar, veremos a seguir que a experiência do rever se constrói a partir de outros elementos, assim, apenas o produto telenovela em si, não pode ser o único responsável por gerar efeitos de rememoração em sua reprise.

### 3.3. A cada sessão uma nova sensação

*“A experiência da releitura é apenas um exemplo, entre muitos, da dificuldade, senão da impossibilidade, de reviver o passado tal e qual.”*  
Ecléa Bosi (1995, pg. 59)

Nessa ode ao passado, a presença de uma palavra eclodiu, o *remake*. Dela surgiram muitas variáveis no audiovisual. Nesse debate, Bourriaud, propõe que seja apenas questão de atribuir um valor positivo ao *remake*, articulando novos usos, relacionando formas e abandonando a busca do inédito que caracterizava o modernismo (2009, pg. 45). No entanto, para Rosewarne, essa noção de repetição na cultura popular vem desde o início do século XX, pois contamos as mesmas histórias inúmeras vezes. Com a tecnologia, vamos migrando de meio

ou de formato em busca de novos públicos, num constante vai e vem (2020, pg. 279)<sup>118</sup>. Por isso, muitas vezes atribuímos o valor de original para algo que não o é, ou talvez seja naquele meio, ou parcialmente, dependendo da roupagem recebida.

Ainda nessa perspectiva (e exemplo), já vimos uma mesma história dezenas de vezes, a diferença é que vimos em momentos, formatos, meios e técnicas diferentes. Ao simular uma busca no site da Internet IMDB, que reúne o maior banco de dados de produção audiovisual do mundo, digitar o termo ‘Aladim’<sup>119</sup> e selecionar a opção ‘termo exato’, o resultado oferece nada menos do que 11 versões da mesma história, sendo a primeira de 1917 e a última de 2019. Ou seja, há mais de 100 anos, apenas na tela do cinema contamos a saga de Aladim. Às vezes em curta, às vezes em longa-metragem. A primeira versão era uma fantasia em P&B com 80 minutos de duração e efeitos condizentes com a sua época. A versão de 2019 é um live-action de 210 minutos, orçamento milionário e grande produção. Na essência, é a mesma trama: as aventuras de Aladim e dos personagens que os cercam. Apenas para finalizar o exemplo, repetindo o procedimento, porém sem escolher o ‘termo exato’ a busca traz mais de 200 opções de títulos entre cinema e televisão, sem contar as reproduções em formato de livro, *game*, *audiobook* entre outras.

No momento que assistimos a uma versão nova de Aladim, estamos vendo uma reprise de sua história, claro, respeitando que se trata de uma nova produção nos demais aspectos, e, portanto, configura uma obra original. Um outro aspecto, é escolher a versão em desenho da Disney do Aladim, de 1992, e assisti-la hoje. Por mais que o telespectador o tenha assistido aos 10 anos de idade, e tenha lembranças, o conteúdo não será original enquanto exibição. Porém, a **experiência do rever** na data atual o será.

### 3.3.1. A experiência do ver e do rever

Para começar essa análise, recorro a um clássico estudo de Maurice Halbwachs desenvolvido na década de 1940 sobre a experiência da releitura que um adulto fez de um livro de narrativas lido na juventude (HALBWACHS, 1956 apud BOSI, 1995, pg. 56). Segundo ele, a impressão inicial é a de um reencontro com o frescor da primeira leitura, e que ao reabrir aquelas páginas ele se lembraria de tudo. Porém, em uma análise objetiva da situação não é isso o que ocorre, e por vezes, parece se tratar de um novo livro, nunca lido. Na segunda experiência

---

<sup>118</sup> Texto original e completo em inglês: “*The notion of repetition in popular culture is nothing new. Since the dawn of time, we’ve told the same stories over and over again, and with the advent of each new technology we’ve sought to adapt these stories into new formats and for new audiences, from stage to the big screen to the small and often back again.*”

<sup>119</sup> Aladim é um dos mais famosos personagens da literatura árabe, originado na coletânea ‘As Mil e Uma Noites’.

todos são pessoas diferentes; capturam-se algumas passagens ou frases que não haviam sido percebidas anteriormente; mudou o espírito, a estrutura psicológica, a análise crítica adquiriu novos parâmetros; elementos que antes tinham impressionado podem agora nada significar. Em resumo, é um objeto visto sobre um novo ângulo, que assim, proporciona experiência e significados completamente diferentes, em sua maioria (ibid., pg. 57).

É inútil lembrarmos com exatidão de todos aqueles que passaram pela nossa vida e muitas vezes restituímos algumas de nossas memórias afetivas a partir de simulacros, imaginações, vamos alimentando com aquilo que sabemos ou podemos ir recebendo através de outras pessoas, o que nos contam, e neste caso, podemos ouvir diferentes versões ou fatos, disso resulta um novo tipo de lembrança, que pode ter características de confusão. Afinal, ela é falsa ou verdadeira? Vivida ou imaginada? Pessoal ou coletiva? Sem perceber, de forma involuntária, criamos memórias falsas a partir de dados reais (IZQUIERDO, 2010, pg. 63).

Com a idade, temos cada vez mais memórias novas, mas também, mais memórias antigas, fragmentárias ou ausentes (ibid., pg. 50). Com a revolução tecnológica, somos cada vez mais atingidos por uma quantidade de informações, mas a nossa capacidade de armazenamento da memória não aumenta na mesma medida. Além disso, conforme vivemos, somos modificados pelo meio em que vivemos, e podemos buscar referências iguais ou diferentes daquelas que nos cercam, isso inclui a própria telenovela, ao atribuímos a ela uma representação (e/ou alimentação) à construção de um imaginário nacional.

Assim, a novela expõe os expectadores a mundos e situações por vezes muito distintas daquilo que eles vivem, como eles próprios reconhecem, mas ao fazer isso os familiariza com esses mundos que parecem ser de início tão distantes dos seus. Ao mesmo tempo, usa de sentimentos e relações sociais - especialmente relações amorosas e familiares - que permitem a compreensão de todas essas situações, mesmo quando referidas a universos sociais muito distintos daqueles vividos por cada espectador. (ALMEIDA, 2003, pg. 209).

Obviamente que as influências sobre a experiência do ver e do rever são diferentes para cada um. Poderíamos partir da combinação das mesmas variáveis, e chegar a resultados completamente diferentes, por isso, a proposta é gerar uma série de evidências de hipóteses a partir de observações e experiência pessoal realizadas nos últimos meses - em função do isolamento, um acompanhamento *in loco* de entrevistados acabou sendo descartado e um outro recurso, por exemplo, uma pesquisa online pareceu não oferecer o principal, a experiência, a sensação, o envolvimento com questões de memória, afeto, sentimentos.

Começo esse exercício resgatando um trecho no qual Távola diz que é possível reviver a experiência de ver um filme de novo, de ler um livro, de olhar uma pintura, de se aproximar

de uma escultura, mas é impossível em telenovela! Ou se revê seis meses de obra (o que é inexequível) ou a releitura jamais ocorrerá (1996, pg. 44-45). Hoje, 2021, será que o crítico e autor ainda manteria esse posicionamento diante de algumas evidências que seguem como:

- a existência há 11 anos do *Canal Viva*, na televisão por assinatura dedicado a reprise de telenovelas, tendo hoje cerca de 40% da sua programação diária dedicada apenas para isso, o equivalente a 6 horas diárias só de telenovela.
- a criação de serviços como o Oldflix<sup>120</sup>, destinados com foco naqueles que não querem nada inédito ou atual, ‘filmes e séries para quem ama os clássicos’. E acaba se transformando numa videolocadora, para uma parte menor de cinéfilos que não possuem serviços como televisão por assinatura ou *streamings* mais comerciais como Netflix e Prime Vídeo, que no Brasil já pensam até em produzir telenovelas.
- serviços de *streaming* nacional como Globoplay, SBT Vídeos e PlayPlus que disponibilizam seu arsenal de telenovelas com o recurso ‘salvar para ver mais tarde’, ‘pausar e retornar a qualquer momento’, maratona todos os capítulos de uma só vez, poder assistir à um catálogo enorme de telenovelas a sua maneira, sem a dependência de exibição conforme horário das grades. Inclusive poder assistir em movimento, no metrô indo para o trabalho, por exemplo.

Será que ainda diante dessas evidências, Távola diria que a experiência de rever a telenovela seria impossível ou inexequível? É comum assistirmos a um mesmo filme de novo, às vezes até em um curto intervalo de tempo, e descobrir que pouco ou nada lembramos do que já tínhamos visto (IZQUIERDO, 2010, pg. 48), talvez *flashes* e fragmentos a partir de estímulos visuais no decorrer da projeção. O mesmo se repete com um texto, uma música, uma viagem, uma situação e várias outras atividades que executamos. Há uma aderência e retenção de um percentual de informações, e outro é descartado. Deste percentual retido, e que provavelmente irá formar nossa memória de longa duração, ainda assim, algumas irão durar 24 horas, outras dois ou três dias, outras persistirão por semanas, meses ou anos (ibid., pg. 51).

Nasci em 1982, e possuíamos apenas um aparelho televisor sem controle remoto que ficava disposto em nossa única sala. Assim como em muitas residências, era a atração principal, o centro. Após o jantar, único horário em que estávamos todos juntos: meu pai, minha mãe, minha irmã e eu (o caçula), então, nos reuníamos para ver um pouco de tudo, jornal, esportes e telenovela - minha mãe não tinha muito interesse, ficava mais pela companhia de todos. Da minha irmã recordo que ela se levantava várias vezes, e do meu pai, esse sim, herdei a paixão

---

<sup>120</sup> Plataforma disponível em <<https://www.oldflix.com.br/>>. Acessado em 30/05/2021.

pela televisão. Olhos atentos, respiração baixa, até nos comerciais ele prestava atenção. Essa sessão se repetia todos os dias. Víamos especialmente Band (na época TV Bandeirantes), TV Manchete e TV Globo. Exatamente nessa ordem de preferência.

Assim, como pesquisador, decidi rever duas telenovelas que sempre tive na memória como ‘marcantes’ e estavam disponíveis no Globoplay<sup>121</sup>. Para isso, a premissa seria assistir dentro da rotina habitual, sem modificações na forma como usualmente assisto a qualquer outra telenovela, por exemplo, ao mesmo tempo em que executo outras atividades do dia a dia. A proposta era, portanto, tentar ser o pesquisador e o telespectador. Ainda que o método seja frágil, ele foi realizado no período de pandemia e de distanciamento social, não com a intenção de substituir um trabalho de campo e observação de um telespectador, mas também não invalida a auto-observação pensada a partir da experiência do rever de Halbwachs. Além disso, nenhuma crítica da época de exibição original das tramas foi lida para não criar nenhum viés na vivência.

### “Top Model”

*Ficha técnica:* telenovela de Walther Negrão e Antônio Calmon, escrita com colaboração de Vinícius Vianna e Rose Calza. Direção de Mário Márcio Bandarra e Fred Confalonieri. Direção geral de Roberto Talma. Exibida de 18/09/1989 a 05/05/1990, na Globo, 19h, 197 capítulos.

*Enredo:* a trama gira em torno da loja Covery, envolvendo a família de proprietários, os irmãos Alex Kundera (Cecil Thiré) e Gaspar (Nuno Leal Maia), seus familiares, os funcionários da loja, e a trama de amor e confusão que gira com a modelo Maria Eduarda (Malu Mader) e o estilista aspirante Lucas (Taumaturgo Ferreira), permeado por moda, surf, praia, ensaios fotográficos, descobertas da juventude, vida saudável e primeiros amores.

*Recordações preservadas pelo pesquisador:* vista aos oito anos de idade, as lembranças eram esparsas e totalmente fragmentadas no final de 2020 quando iniciado o exercício de revê-la. Para começar, antes da exibição do primeiro capítulo foram anotadas as recordações mais evidentes, salientando que nenhum dos nomes dos personagens citados abaixo faziam parte das lembranças, foram apenas adicionados para localização referencial no texto. Eram elas:

- muitas cenas de desfiles, mas sem lembrar do contexto. Tinha um residual explícito até em função do título e por lembrar que a protagonista era uma modelo.

---

<sup>121</sup> A intenção com essa experiência não foi substituir uma análise com telespectadores. Porém, foi uma experiência reveladora para atestar de forma prática os elementos dispostos nos estudos de Halbwachs, ainda que tenha sido realizado com menor rigor científico.

- Gaspar (Nuno Leal Maia) morava em uma casa de madeira numa espécie de palafita ‘moderna’ na beira da praia. Era surfista e tinha muitos filhos com nome de cantores internacionais, cada um de uma esposa que iam aparecendo ao longo da trama.
- Alex (Cecil Thiré) havia matado a esposa empurrando-a desacordada de um Opala bege de alguma serra, ou algo parecido. Morava em um apartamento de luxo, tinha uma governanta ‘gringa’ muito elegante que cuidava de seu filho a quem não dava muita atenção e ela era um pouco carrasca.
- Cida (Drica Moraes) era a empregada doméstica na casa de Alex, que sonhava conhecer o Fábio Júnior e tinha vários discos de música romântica em seu quarto.

*Algumas das impressões ao rever:*<sup>122</sup> passados trinta anos de sua exibição original e vendo de maneira bastante fragmentada estava em *home-office* do trabalho e realizando atividades como leitura de e-mails ou atividades manuais e domésticas, refeições, conclui que:

- Como foi admirável que os autores tenham conseguido sustentá-la por 197 capítulos com uma trama que particularmente achei fraca, com muitas idas e vindas em núcleos e *plots* enxutos. Não havia muitos desfechos, segredos, dificuldades, mistérios ou narrativas para serem desenvolvidas, pois mesmo estes eram facilmente descobertos e concluídos rapidamente apesar da falta de eloquência em parte deles.
- Há uma enorme contradição em relação ao personagem Gaspar. O surfista, pai legal, amigo de toda a galera que inclusive batiza onde mora de Praia do Gaspar, cria sozinho seus cinco filhos, já que foi abandonado por todas as mulheres e ao longo de trama descobre um sexto filho e logo o acolhe. Do jeito dele, é um pai atento, cuidadoso, que reproduz o comportamento geralmente visto na figura materna, protetor, o que de certa forma o leva para esse lado ‘mãe’ dos filhos, pois ele precisa, a seu modo, lidar com problemas de crianças e adolescentes. Por outro lado, ele é extremamente homofóbico e vive repetindo para os três filhos homens: “*não faça isso que é coisa de boiola*”, “*isso aqui é coisa de mulherzinha*”, “*isso é coisa de mariquinha, tem que ser homem*”. E ao lado do seu melhor amigo, repete comportamentos também machistas “*cala a boca, isso é papo sério. Vai esquentar a barriga no fogão*”. Em uma das cenas, chega na barraca de lanches do amigo, vê outros homens consumindo e fala “*só tem valete nessa barraca uiuiui*”, simbolizando com a mão a expressão conhecida por feminilizar os homens.

---

<sup>122</sup> Ao longo do texto descritivo sobre a experiência do rever algumas partes contêm a indicação (?) justamente para sinalizar a falta de coerência da trama/roteiro.

- A trama policial que investiga o assassinato inicial da trama envolvendo um dos personagens principais (Lucas) é tão fraca e cheia de furos que se sustenta mais pela confusão dos envolvidos, como o investigador aposentado que trabalha de graça para a polícia (?), Silas (Luiz Carlos Arutim), do que pela dificuldade de capturar o bandido pé-rapado Grilo (Chiquinho Brandão) e seus aliados.
- As problemáticas são exageradamente fajutas e mal resolvidas, abusa de todos os clichês possíveis, como: a) com uma única assinatura falsa, é possível ‘passar a perna em todo mundo’, como diz o dito popular; b) uma menina que veio da Bahia se torna *top model* fazendo trabalhos exclusivamente para uma loja do Rio de Janeiro e se torna a maior modelo do país, mas que, em contrapartida, mora na casa do dono da loja e tem um contrato em que não pode aparecer com um namorado em público. Quando é despedida, a amiga Naná (Zezé Polessa), que é uma espécie de agregada na casa de Gaspar, se torna a sua empresária em questão de minutos, consegue todos os contatos de todos os produtores de modelos do estado do Rio de Janeiro. Do outro lado Alex Kundera, que não contrata nenhum produtor de modelo porque ele mesmo contrata as suas modelos, inclusive a *top model* que mora na sua casa, consegue convencer todos esses produtores do Rio de Janeiro a não dar uma chance para a *top model*, que é uma das maiores do Brasil, tendo feito apenas trabalhos para a sua loja, no Rio de Janeiro (?).
- Mercedes (Ana Maria Magalhães) é considerada uma das maiores colunistas sociais do Rio de Janeiro, mas vive implorando na loja por alguma fofoca para que possa publicar na sua famosa (?) coluna. Além disso, ela nunca tem nada para fazer, a não ser estar sempre na loja em busca de uma confusão ou espalhando boatos sobre alguém.
- Lucas (Taumaturgo Ferreira), um dos protagonistas é, no começo da trama, um garoto pobre que após a morte da mãe e o envolvimento em um assassinato, foge para o Rio de Janeiro. Vai parar dentro da garagem (?) da casa de Gaspar (que depois viria a ser seu pai), e sem nenhuma experiência e com meia dúzia de croquis e um desfile, se torna o estilista sensação do momento no país (?).
- Para 1989, pessoalmente acho que essa telenovela já tinha uma trama fraca, barriga, problemáticas e soluções que soavam ao mesmo tempo exageradas, supérfluas e fáceis demais. Tudo se resolvia com uma ligação. Não havia dificuldade, mas talvez essa fosse propositalmente uma preferência dos autores em função do público alvo, dando assim mais leveza à trama que tinha um peso significativo do núcleo de jovens, e portanto, exigia um texto mais simples e com enredos e soluções adequadas.



## “O Clone”

*Ficha técnica:* telenovela de Glória Perez. Direção de Teresa Lampreia e Marcelo Travesso. Direção geral de Jayme Monjardim, Mário Márcio Bandarra e Marcos Schechtman. Núcleo de Jayme Monjardim. Exibida de 01/10/2001 a 15/06/2002, na Globo, 20h, 221 capítulos.

*Enredo:* a jovem Jade (Giovanna Antonelli) fica órfã e vai para o Marrocos viver com sua família muçulmana seguindo todas as tradições da religião. Lá, conhece e se apaixona pelo brasileiro Lucas (Murilo Benício) de férias no país. Separados pelos costumes, eles se casam com outros, constituem família, e não esquecem o amor um pelo outro. Próximo à família de Lucas está o cientista Albieri (Juca de Oliveira), obcecado em reproduzir o clone de Diogo (Murilo Benício), irmão gêmeo de Lucas e seu afilhado, morto em um acidente de helicóptero. É então que nasce Léo (Murilo Benício), o clone que dá título à trama e vai ligar passado e presente, criando novos conflitos e podendo reescrever o que será o futuro de cada personagem.

*Recordações preservadas pelo pesquisador:* vista aos dezoito anos de idade, tinha uma quantidade razoável de lembranças porque havia assistido já em idade adulta, além disso, como havia sido reprisada anos antes, acabei me deparando com postagens nas redes sociais. Ademais, alguns bordões, personagens e elementos oriundos da forte caracterização da telenovela tornaram-se ‘moda’. E assim como fiz com *Top Model* (1989-1990), anotei algumas lembranças mais evidentes. Foram elas:

- Muitas idas e vindas dos personagens do Brasil para Marrocos, em determinados momentos se falava português, em outras era necessário traduzir, em outras a palavra estrangeira era sempre acompanhada da tradução em português. Não tinha lógica, mas soava de uma forma simpática, e inclusive era legal aprender como telespectador.
- Os personagens do núcleo de Marrocos viviam em uma grande casa, sempre cheia de mulheres, e não dava para compreender quem era morador ou funcionário, e por vezes, havia cenas de canto e dança em celebração a alguma coisa. Também era comum a entrega de presentes, especialmente para as esposas envolvendo ouro. Inclusive um dos bordões até hoje que pode ser encontrado é o “*Ouro, muito ouro. Insha'Allah*”.
- Os núcleos do Rio de Janeiro se dividiam em torno do Bar da Dona Jura (Solange Couto), da clínica do Dr. Albieri e da Mansão de Leônidas Ferraz (Reginaldo Farias).
- O personagem que era o clone, título da telenovela, aparecia próximo ao final.

- Havia outras tramas secundárias que envolviam drogas, traição e romances.
- Lembrava com exatidão de alguns personagens marcantes, com destaque para Nazira (Eliane Giardini), a irmã do protagonista Said (Dalton Vigh), que vivia em busca de um romance, mas sempre algo atrapalhava seus planos e isso garantia a ela o papel mais cômico da trama - por anos, a Nazira foi inclusive um perfil do Twitter.

*Algumas das impressões ao rever:* passados quase vinte anos da exibição original e, assim como em *Top Model*, vendo de maneira fragmentada, ou seja, nunca parando exclusivamente para ver a telenovela, sempre enquanto realizava outras atividades, conclui que:

- Em alguns aspectos a trama ainda é atemporal, como por exemplo, o uso de drogas por adolescentes (no caso da trama) que experimentam apenas como forma de curtição, passam pela dependência, até que seja notado o problema pela família. É possível trazer a narrativa da personagem e seus conflitos para os dias atuais sem nenhuma atualização. O que reflete também o quão pouco evoluímos como sociedade, seja no aspecto social, seja no aspecto político em relação ao tema. Outros assuntos como o preconceito em relação à mãe negra que tem um filho branco através de inseminação artificial; a mulher que não deve estudar e precisa servir e seguir os preceitos da religião tendo na figura do marido o seu guia ou a sabotagem na relação amorosa entre o homem pobre e a moça rica pela desconfiança de um golpe.
- O casal principal passa grande parte da trama separado e seus encontros acontecem ainda casados, ou seja, traindo. Na minha lembrança, não era assim. Os intervalos de separação eram menores. Então a história de amor deles, na prática foi muito mais uma história preservada do que vivida na tela. Claro que o desfecho leva ao final feliz, mas ao longo de mais de 200 capítulos, é pequeno o percentual de tempo que eles passam juntos. Ou seja, a quantidade de elementos e motivações utilizados pela autora ao longo da trama para garantir que haja encontros e desencontros são muitos, e eles garantam o desenrolar das subtramas e ganchos, ainda que em algum momento possa dar a sensação de morosidade no desenvolvimento do enredo.
- Assim como ocorreu em outras obras da autora Glória Perez, há um grande número de personagens secundários. De alguma forma isso vai gerando uma série de pequenas tramas que pouco agrega à narrativa principal, inclusive alguns parecem inclusive terem sido ‘abandonados’ ao longo da trama, o que não é incomum. O que não limita que ao final apareçam personagens em participação especial para formar um ‘final feliz’.

- A temática do clone, Léo, acaba sendo pouco explorada quando o próprio personagem se enreda na trama dos demais, como ele se apaixona pela mesma mulher do irmão sem nem ao menos tê-la conhecido pois havia sonhado com ela. Ou suas questões de identidade, história e formação, já que ele reaparece adulto na trama apenas o apresentam como um personagem que foi andarilho, sem raízes, que aparentemente não criou laços afetivos com a mãe e tem um enorme amor pelo padrinho, o cientista e criador Albieri - parte do discurso dele fazia menção à famosa clonagem da ovelha Dolly ocorrida em 1996.
- Talvez por opção para exaltar (ou destacar) a diferença, hábitos e costumes de núcleos tão característicos como o muçulmano e o boteco, as situações pareciam serem mais carregadas de dramaticidade na atuação, por exemplo, no trejeito, no vocabulário e no tom de voz, marcando esses núcleos e seus personagens pelo estereótipo.

*Síntese da experiência ao rever Top Model e O Clone*<sup>123</sup>: a primeira pergunta feita ao final foi por que *Top Model* ficou registrada em minha memória afetiva? Honestamente tentei buscar explicações. Num primeiro momento pareceu ser: a quantidade de adolescentes em faixa etária um pouco superior/igual à minha, e talvez eu estivesse aspirando o lugar deles; os momentos dinâmicos da trama com gente jovem, ambiente de praia, música animada; a figura da Malu Mader (sempre achei-a maravilhosa e uma excelente atriz); a vontade de morar na casa do personagem Gaspar, primeiro porque achava incrível a casa no alto, segundo por que tinha uma cama de madeira suspensa, e para mim que dividia o quarto com a irmã era um desejo de libertação, de individualidade.

Então, por mais que eu não consiga identificar, essas certamente são memórias com algum conteúdo emocional, ainda que fraco (IZQUIERDO, 2010, pg. 51-52), dado o tempo de sobrevivência das mesmas. Por outros motivos, não consegui entender por que eu havia gostado tanto da telenovela por trinta anos. Mas pergunto se vou revê-la de novo? Pelo menos no médio prazo, a resposta provavelmente seria não.

Por outro lado, todos os relatos que revivem fatos do passado em tempo presente levam em conta algo que não pode ser anulado: a pessoa atual, com seus valores, concepções, visão de mundo, experiências etc. Huyssen ilustra bem que a memória do homem pode ser um dado

---

<sup>123</sup> Essa é uma síntese totalmente qualitativa sem nenhum propósito científico, e por isso a ausência de uma metodologia de caráter técnico que tenha acompanhado de forma detalhado o dia a dia dessa experiência, gerando um repositório de dados para eventual análise e diagnóstico. Ela é apenas uma intenção ilustrativa de aplicar um conceito da experiência do rever de Halbwachs sobre obras reprisadas durante o período pandêmico.

antropológico, está ligada à construção cultural e à vivência temporal, portanto, sujeitas a mudanças (1995, pg. 2)<sup>124</sup>. Para Bosi, o que há de comum em todas as imagens que são evocadas do passado no presente é a mediação do presente (1995, pg. 44). O que significa que minha experiência do rever sem dúvida, ainda que haja um grande esforço de tentar não enviesar pela persona que hoje sou, é praticamente um esforço nulo. Isso porque o ambiente em que vivo, as referências que adquiri, os valores que incorporei, as coisas que passei a gostar e a desgostar, o espectro social que estou inserido, as abordagens relacionais vivenciadas, entre tantas outras coisas, tudo isso, de maneira direta ou indireta, consciente ou inconscientemente causam um impacto completamente diferente, e, portanto, o resultado final assim o é.

Usando alguns elementos citados por Bosi a partir da descrição da Halbwachs é bastante fácil entender como essa minha experiência entre *Top Model* de 1989-1990 versus 2020 sofre influências que vão além do que eu possa ilustrar, como por exemplo, os aspectos que hoje eu tenho consciência e que me parecem racistas, preconceituosos e homofóbicos, como em alguns dos exemplos citados acima. Então excluindo isso e considerando o fator idade na exibição original e a idade adulta na experiência revista:

[...] A atenção da criança leitora fixa-se nos mil acidentes da paisagem, e a sua curiosidade insaciável é atraída pelos fenômenos estranhos ou violentos da natureza, uma erupção vulcânica, um ciclone [...] ou por animais e plantas insólitas. O adulto muitas vezes passa rapidamente por esses aspectos e detém-se, de preferência, na descrição de costumes de tipos humanos, de instituições sociais que, por sua vez, pouco dizem da experiência infantil. [...] O conjunto de nossas ideias atuais, principalmente sobre a sociedade, nos impediria de recuperar exatamente as impressões e os sentimentos experimentados a primeira vez [...]. (apud BOSI, 1995, pg. 58).

Então pode ser que o significado daquela telenovela enquanto infância estivesse relacionado ao telespectador mirim que se identificava com os personagens de mesma faixa etária. E talvez se fosse eu, o telespectador adulto em 1989-1990, teria a mesma recepção de 2020, a de uma trama pouco empolgante, com uma história sem grandes apelos. O que imediatamente me leva a fazer a reflexão contrária sobre *O Clone*, pois teria eu apreciado assistir a versão original e reprise da obra por que fiz a experiência, ainda que em intervalo de quase vinte anos, ambas se passaram na vida adulta? Não há como retroagir a idade do telespectador para fazer essa experimentação real, mas sem dúvida, é possível decupar todos os elementos da obra e perceber quais daqueles são atributos experienciais de satisfação ou não, e

---

<sup>124</sup> Texto original e completo em inglês: “*Human memory may well be an anthropological given, but closely tied as it is to the ways a culture constructs and lives its temporality, the forms memory will take are invariably contingent and subject to change.*”

em uma média simples, entender que a quantidade mais positiva poderia apontar para uma experiência de prazer, e mais negativa para uma experiência de menos prazer. Ou com apoio de recursos mais modernos, como os equipamentos utilizados em estudos em neuromarketing.

Ainda segundo Halbwachs mesmo que essa experiência de rever seja apenas o exercício de lembrar - como talvez tenha sido feito acima ao tentar descrever algumas lembranças mais latentes de cada telenovela antes de iniciar a jornada de assistir a 197 e 221 capítulos -, o evocar, o viver, o relembrar no tempo atual é feito com uma intensidade nova do que realmente foi vivido (apud BOSI, 1995, pg. 57). Então, é possível afirmar que há sempre dois polos. O primeiro, da **experiência**, será sempre, e sem distinção, para qualquer pessoa, único, por que o simples fato de vê-lo ontem, e reassisti-lo amanhã, faz dessa experiência única por uma questão temporal, e tudo que a compõe naquele momento: humor, ambiente, a vivência, o que foi memorizado e o que foi esquecido etc. Já o polo da **satisfação**, esse poderá ser igual, ou seja, ainda que veja algumas vezes, sempre há enorme prazer. Esse poderá não mais existir na reprise, estando preso à experiência do passado, da versão original, da primeira experiência. Ou vice-versa, não estava na primeira experiência, e surge na atual. Em qualquer das situações, a figura que evocou essa experiência sofreu modificações que influenciaram nessa recepção.

Assim, a experiência de rever *Top Model* (1989-1990) e *O Clone* (2001-2002) foi única, tendo a primeira não me gerado satisfação na experiência da reprise, e a segunda me gerado enorme satisfação na experiência da reprise, ainda que em relação a alguns personagens e situações o meu senso crítico, a minha personalidade e quem hoje sou, tenham uma leitura diferente da exibição original. O que parece não ser tão anormal. Conforme pesquisa, 68,1% declaram que a impressão sobre a abordagem de determinado tema social foi outra; 61,7% que mudou o julgamento de valor sobre determinadas personagens; 23,4% que gostou mais da trama ao assistir à reprise, e, ao contrário, 5,3% gostou menos (JACKS et. al, 2020. pg. 66-67).

### 3.3.2. As reprises na Globo e o acervo como atração

As reprises já aconteciam na emissora de forma não organizada, ou não nomeada, desde o final da década de 1960. Em 1976, o horário das 13h30 passou a ser fixo para reprises de telenovelas, dando origem em 1980 ao *Vale a Pena Ver de Novo*. Nesse intervalo foram realizadas onze reprises, com duas características comuns: 1º) as obras eram recentes, tendo sido exibidas há pouco ou há menos de um ano; 2º) a maioria foram adaptações de romances clássicos da literatura nacional, gênero predominante na década. Foram elas: *Helena* (1975)<sup>125</sup>

<sup>125</sup> Telenovela de Gilberto Braga. Exibida de 05 a 30/05/1975, na Globo, 18h, 20 capítulos.

de 08/03 a 02/04/1976; *Senhora* (1975) de 05/04 a 23/07/1976; *O Noviço* (1975)<sup>126</sup> de 26/07 a 20/08/1976; *A Moreninha* (1975-1976)<sup>127</sup> de 23/08 a 10/12/1976; *Vejo a Lua no Céu* (1976)<sup>128</sup> de 13/12/1976 a 29/04/1977; *O Feijão e o Sonho* (1976)<sup>129</sup> de 02/05 a 26/08/1977; *Escrava Isaura* (1976-1977) de 29/08/1977 a 16/01/1978; *Locomotivas* (1977)<sup>130</sup> de 17/01 a 19/09/1978; *Carinhoso* (1973-1974)<sup>131</sup> de 20/09/1978 a 18/05/1979; *Estúpido Cupido* (1976-1977)<sup>132</sup> de 21/05/1979 a 04/01/1980; e *À Sombra dos Laranjais* (1977)<sup>133</sup> de 07/01 a 02/05/1980.

- **Vale a Pena Ver de Novo**<sup>134</sup>

A faixa recebeu oficialmente esse nome em 05/05/1980 com o intuito de reprisar as telenovelas de acervo da emissora. Da sua trajetória, às escolhas, mudanças, renúncias, curiosidades, sucessos, até as rejeições, e isso por si já vale um artigo. Como essa faixa não é objetivo deste trabalho, apenas vamos citá-la e qualificá-la como um laboratório para uma iniciativa futura e maior, que viria a ser o *Canal Viva*, e mais tarde, o próprio Globoplay, e, futuramente, alguma outra mídia que surgirá, ou seja, muda (ou surge) uma nova tecnologia, tendo sempre o mesmo produto: a reprise da telenovela (ou de forma mais ampla, de obras de dramaturgia).

A criação do *Vale a Pena Ver de Novo* deu a oportunidade para o telespectador rever no horário vespertino sucessos ou de assistir alguma obra pela primeira vez, preenchendo assim um horário historicamente de menos audiência na televisão brasileira (não é exclusividade da Globo), e com um perfil de público mais segmentado, com predominância de mulheres e crianças, tornando essa faixa propícia para determinadas temáticas, e conseqüentemente, também do ponto de vista comercial cria um público-alvo específico para os anunciantes.

Assim, não existem regras fixas para escolha de uma obra, e sim, a somatória de variáveis estratégicas como: manifestação do telespectador, fatores artísticos e técnicos,

<sup>126</sup> Telenovela de Mário Lago. Exibida de 02 a 27/06/1975, na Globo, 18h, 20 capítulos.

<sup>127</sup> Telenovela de Marcos Rey. Exibida de 20/10/1975 a 06/02/1976, na Globo, 18h, 79 capítulos.

<sup>128</sup> Telenovela de Sylvan Paezzo. Exibida de 09/02 a 25/06/1976, na Globo, 18h, 99 capítulos.

<sup>129</sup> Telenovela de Benedito Ruy Barbosa. Exibida de 28/06 a 09/10/1976, na Globo, 18h, 85 capítulos.

<sup>130</sup> Telenovela de Cassiano Gabus Mendes. Exibida de 01/03 a 12/09/1977, na Globo, 19h, 168 capítulos.

<sup>131</sup> Telenovela de Lauro César Muniz. Exibida de 02/07/1973 a 19/01/1974 (RJ) e 04/07/1973 a 22/01/1974 (SP), na Globo, 19h, 174 capítulos.

<sup>132</sup> Telenovela de Mário Prata. Exibida de 25/08/1976 a 28/02/1977, na Globo, 160 capítulos.

<sup>133</sup> Telenovela de Benedito Ruy Barbosa e Sylvan Paezzo. Exibida de 07/02 a 23/05/1977, na Globo, 18h, 91 capítulos.

<sup>134</sup> Todas as informações constantes nesse item foram extraídas da página dedicada ao Vale a Pena Ver de Novo no site, incluindo as referências que serviram de destaque nas curiosidades, datas e números. Disponível em <<http://teledramaturgia.com.br/reprises-2/vale-a-pena-ver-de-novo/>>. Acessado em 24/03/2021.

contexto social externo, qualidade visual da obra, história, interesse do público etc. Ou seja, quanto mais recente e mais ‘quente’ o assunto, mais propenso a ir para essa faixa e não para o *Canal Viva*. Isso é tão verdade que Janete Clair, a ‘Usineira de Sonhos’, autora das maiores audiências nunca ocupou o horário com a reprise de suas tramas. Outras que conquistaram mais a crítica do que a audiência já tiveram direito à repetição, por isso não é tão óbvio compreender essa lógica da reprise. Já outros autores veteranos, lideram em quantidade de telenovelas<sup>135</sup>, como Benedito Ruy Barbosa (9 solo); Sílvio de Abreu (8 solo e 1 coautoria); Ivani Ribeiro (8 solo); Manoel Carlos (8 solo) e Walther Negrão (7 solo e 2 coautorias). Se da estreia da faixa até março de 2021 foram totalizadas noventa e três reprises, algumas foram as chamadas re-reprises, aquelas reprisadas mais de uma vez como *Mulheres de Areia* (1993)<sup>136</sup>, *Chocolate com Pimenta* (2003-2004) e *O Rei do Gado* (1996-1997), entre outras, e todas com bons índices de audiências, o que mostra a força da reprise, e até de re-reprises.

Além disso, os capítulos passam por ajustes de pós-produção como: cortes de cenas por recomendações em função da idade para o novo horário a ser exibido, e isso é muito comum em telenovelas que originalmente foram exibidas na faixa das 21h; adequação à nova duração do capítulo; exclusão de cenas de merchandising; redução na aparição de núcleos, personagens e tramas que tiveram menor aceitação; enxugamento de cenas para dar mais velocidade, entre outros.

Retomando a hipótese de que a faixa também funciona como um laboratório para a emissora, é possível defender essa ideia a partir de algumas experiências pregressas. Após uma década ininterrupta na reprise de telenovelas, em 1991 a faixa teve uma sessão dupla com a exibição das minisséries *Riacho Doce* (1990), *O Pagador de Promessas* (1988), *O Tempo e o Vento* (1985) e *Lampião e Maria Bonita* (1982), e em seguida a reexibição de *Top Model* (1989-1990). Essa, inclusive, retornou apenas oito meses após a exibição original, em janeiro de 1991, enquanto *Celebridade* (2003-2004)<sup>137</sup> esperou doze anos e cinco meses da data final da exibição original para sua reprise. Além disso, se a maioria das reprises são "Livre para todos os públicos" e "Não recomendado para menores de 10 anos", essa também quebrou novo recorde, sendo a primeira "Não Recomendado para Menores de 12 Anos" a pedido de liminar do STF.

<sup>135</sup> A soma considera a quantidade de reprises de cada autor, podendo haver dupla contagem caso a telenovela tenha sido exibida mais de uma vez nessa faixa de horário. Contagem com referência de abril/2021.

<sup>136</sup> Telenovela de Ivani Ribeiro. Exibida de 01/02 a 25/09/1993, na Globo, 18h, 201 capítulos escritos, 203 exibidos.

<sup>137</sup> Telenovela de Gilberto Braga. Exibida de 13/10/2003 a 26/06/2004, na Globo, 21h, 221 capítulos.

Já em julho de 2001, novamente a faixa virou palco de experimentação. Por três semanas, a reprise de telenovelas foi substituída pelo programa *Você Decide* (1992). Foi a pior audiência registrada e um protesto de telespectadores fez a emissora colocar no ar uma re-reprise de *A Gata Comeu* (1985)<sup>138</sup>. Foi a primeira e última tentativa da emissora em usar um produto mais ‘distante’ da teledramaturgia tradicional. Algumas dessas citações materializam que parece ser híbrida a forma a escolha de uma obra a ser veiculada no *Vale a Pena Ver de Novo*. Um bom exemplo é que entre 2010 e 2020, os autores João Emanuel Carneiro, Walcyr Carrasco e a dupla Duca Rachid e Thelma Guedes estiveram entre as maiores e as menores audiências da década, exatamente, na base e no topo.

Matéria de 17/4/2020 (UOL)<sup>139</sup> apontou que *Avenida Brasil* (2012) quebrou o recorde de audiência de *Senhora do Destino* (2004-2005)<sup>140</sup> atingindo média de 26,9 pontos na Grande São Paulo, segundo dados da Kantar. Nesse mesmo dia *Malhação* atingiu 20,3 e *Novo Mundo* (2017)<sup>141</sup> atingiu 19,1, perdendo apenas para a reprise de *Fina Estampa* às 21h com 35 pontos. No mesmo horário, o SBT e a Record TV seguiam com apenas 5,4 e 3,9, respectivamente. Segundo outra nota veiculada na matéria<sup>142</sup> em comemoração aos 40 anos da faixa no mesmo portal, o recorde de audiência ainda ficava com a reprise de *A Gata Comeu* (1985) em 1989 com média de 32,68 pontos.

- **Vídeo Show**<sup>143</sup>

No período em que esteve no ar de 20/03/1983 a 11/01/2019, o *Vídeo Show* propôs com o uso de material de acervo expandir as narrativas em torno do principal produto da Globo, a teledramaturgia, só que em um formato de entretenimento. Todo o conteúdo das telenovelas, inclusive cenas inéditas, estava à disposição da emissora, sem custo de aquisição e ainda poderiam ser transformadas em novos conteúdos. Até 1985, o programa exibia imagens de arquivos próprios e de outros trechos de shows e filmes para relembrar o telespectador, era literalmente um baú audiovisual. Em 1985 passou a realizar também reportagens de bastidores: acompanhou uma gravação da telenovela *A*

<sup>138</sup> Telenovela de Ivani Ribeiro. Exibida de 15/04 a 19/10/1985, na Globo, 18h, 160 capítulos.

<sup>139</sup> Matéria disponível em <<https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/04/20/avenida-brasil-marca-o-melhor-ibope-do-vale-a-pena-ver-de-novo-em-11-anos-143933.php>>. Acessado em 24/03/2021.

<sup>140</sup> Telenovela de Aguinaldo Silva. Exibida de 28/06/2004 a 12/03/2005, na Globo, 21h, 221 capítulos.

<sup>141</sup> Telenovela de Thereza Falcão e Alessandro Marson. Exibida de 22/03 a 25/09/2017, na Globo, 18h, 160 capítulos

<sup>142</sup> Matéria disponível em <<https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/02/04/40-anos-do-vale-a-pena-ver-de-novo-o-horario-nobre-das-reprises-da-globo-140334.php>>. Acessado em 24/03/2021.

<sup>143</sup> Dados descritivos como datas e quadros foram extraídos do Memória Globo, disponível em <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/auditorio-e-variedades/video-show/>. Acessado em 30/05/2021.



*Gata Comeu* (1985) com imagens das gravações, *making off* e erros, e assim passou a mesclar entre acervo e temas contemporâneos à época. Ao longo desses quase 30 anos, se revezaram como apresentadores muitos artistas famosos da própria emissora.

Por muitos motivos, o programa foi pioneiro e agradou ao público. Do ponto de vista técnico, encontrou um formato e foi criativo ao longo do tempo na criação de diferentes quadros que trabalharam aspectos de passado e memória, o que na televisão sempre teve um ar de nostalgia, de retrospectiva, de homenagem, e no *Vídeo Show* passou a ser explorado com uma roupagem mais divertida, como por exemplo, viajar *Direto do Túnel do Tempo* (lançado em abril de 1991) lembrava que naquela data em algum ano passado, há 10, 15 ou 20 anos, algum acontecimento importante foi televisionado, no jornal, na emissora, na telenovela ou na Copa do Mundo. Essa dependência do programa ao material de acervo era tão forte que inclusive chegou a ter um quadro chamado *Memória Globo* em parceria com o time do acervo da emissora de mesmo nome.

Além disso, o programa tinha em mãos um arsenal que nenhuma outra emissora possuía: acesso livre aos estúdios e bastidores da maior produtora de telenovelas da América Latina. Na era pré-redes sociais virtuais, o *Vídeo Show* talvez tenha sido a melhor analogia para se acompanhar o comportamento expositivo: a diferença talvez é que aqui acontecia na televisão e sob a temática das ‘celebridades’ da emissora e de outros segmentos, como cantores em evidência, mas o tipo de relação era o mesmo: abria-se as portas de casa para mostrar onde morava, o que vestia, comia, dormia, como tomava sol etc.

Era (e ainda é) o culto do banal definido por Jost “*como a TV lixo, a TV do exibicionismo, a TV do voyeurismo*” (2012, pgs. 7)<sup>144</sup>. A referência desta frase de Jost estava se referindo aos *reality shows*, mas é isso, é a vida do outro, sem um grande propósito sendo mostrada para uma massa de pessoas que desejam e pouco podem alcançar aquele padrão de consumo num país com tantas diferenças sociais, só aumenta ainda mais a distinção entre pobres e ricos, o tamanho do abismo, ao abrir luxuosas casas ao pé da Pedra da Gávea no Rio de Janeiro.

Talvez o telespectador queira ver isso, ele é curioso pela vida do outro, pelo que faz a celebridade. Por outro lado, há uma exacerbação da figura midiática a partir de padrões

---

<sup>144</sup> Texto original e completo em espanhol: “*¿TV basura, Trash TV, exhibicionismo, voyeurismo, vulgaridad! ¿Cómo la televisión podía caer tan bajo?*”

estéticos, sociais e econômicos que não conversa com grande parte do país, nem mesmo com parte da audiência da própria emissora.

Obviamente tem o lado do ‘espetacular’, do diferente ao mostrar o outro lado dos bastidores, cessando com a curiosidade de milhares de brasileiros de conhecer pelas lentes do programa um cenário, um camarim, um bastidor, uma locação, descobrir como é uma grande câmera, ficar maravilhado com a existência de um *chroma key* ou como é o processo de criação dos guarda-roupas de um personagem. Afinal, a telenovela é um produto que faz parte do imaginário, e sua produção, especialmente na Globo, figura em escala industrial.

Portanto, não deixa de ser curioso para o telespectador descobrir como determinados efeitos ou cenas foram criados, chega a ser algo mágico. Por trás dessa indústria também tem uma arte de figurinistas, cenógrafos, desenhistas, marceneiros e muitos outros profissionais que fazem a fábrica de sonhos funcionar. Então para a quase totalidade dos telespectadores é inclusive a única forma de conhecer um bastidor.

Com uma linguagem simples, apresentadores carismáticos, um roteiro bastante didático, um ar de conversa entre amigos, essa era a proposta do Vídeo Show, dos discursos que circulam em uma sociedade, a televisão produz o de maior familiaridade (SARLO, 1997, pg. 91-92), então, era esse o programa que adentrava as casas na hora do almoço e atingia uma audiência mista de crianças, jovens e adultos.

O objetivo, assim como muitos programas do gênero era o de ‘entrar na casa do telespectador’. Não que isso seja possível de forma prática, mas na mítica criada em torno da televisão e da sua presença no ambiente social-familiar, é como se ela fosse uma convidada, que ao ser ligada passa a contar histórias, dar informações, compartilhar conteúdos com todos ao redor, ela estaria passando dos limites da porta para dentro do lar. Por isso, a linguagem se torna o idioma para estabelecer diálogo.

Constantemente o programa foi atualizando seus quadros em busca de conversar com o público, ainda que de tempos em tempos fossem os mesmos, apenas com novos títulos, como *Revirando o Baú* (24/04/1993) e *Baú do Vídeo Show* (2012); *Por onde anda* (11/04/1994) e *Quem é vivo sempre aparece* (12/04/2004); *Erros de Gravação* (1987); *Vale a pena rir de novo* (2011); *Roda Outra Vez* (1992) e *Pediu, Passou* (2016). Eram quadros cíclicos, apenas com nova roupagem, e uma característica comum permaneceu, o uso do material de acervo como gerador de conteúdo.

### 3.3.3. As TVs públicas e religiosas descobrindo a reprise

O filão de reprises parece seguir rendendo financeiramente para quem as produziu, e comercialmente e na audiência para quem as reprisa, inclusive essas podem estar até incrementando a base de anunciantes em função do aumento de telespectadores na faixa exibida. Independente das estratégias e dos motivos, uma coisa é certa: o brasileiro ainda gosta de televisão, e ao que os dados parecem reforçar, ele também faz boa aceitação de uma reprise. Isso é o que diz, por exemplo, Padiglione (Folha; 2018)<sup>145</sup> sobre a TV Aparecida ao oficializar a exibição de telenovelas em sua grade, e como isso a fez crescer sua audiência em 7% no horário nobre.

- **TV Brasil (canal público):** vinculada ao Governo Federal desde 05/04/2017, a emissora passou a exibir às 20h30 a telenovela *Os Dez Mandamentos* (2015-2016)<sup>146</sup> da Record TV. A compra gerou polêmica: primeiro por que não tem precedentes, segundo por tratar-se de uma telenovela de cunho religioso em um canal público, terceiro por reconhecidamente o proprietário da emissora e atual Presidente da República serem aliados assumidos. Segundo informações do Portal da Transparência pela CGU, o contrato total bruto foi R\$ 3.207.067,92, dá direito a exibição da 1ª e da 2ª temporada entre março de 2021 e 15 de setembro de 2022. Dividindo o valor pago pelos 242 capítulos, o valor pago por episódio é de R\$ 13.252,35.<sup>147</sup>
- **TV Aparecida (canal religioso):**
  - *A Padroeira* (2001-2002)<sup>148</sup>: exibida de 17/04 a 22/12/2017 em dois horários, 19h e 22h30, em celebração aos 300 da aparição da imagem da santa pelos pescadores no Rio Paraíba. Foi a primeira vez que a Globo cedeu gratuitamente uma produção de dramaturgia para uma emissora não pertencente ao grupo. Ao canal religioso coube apenas as despesas dos direitos de imagem do elenco,

<sup>145</sup> Matéria disponível em <<https://telepadi.folha.uol.com.br/novelas-antigas-inflam-audiencia-da-tv-aparecida/>>. Acessado em 30/05/2021.

<sup>146</sup> Telenovela de Vivian de Oliveira. Exibida de 23/03 a 23/11/2015 a 04/04 a 04/07/2016, na Record TV, 20h30, 242 capítulos.

<sup>147</sup> Matéria disponível em <<https://telepadi.folha.uol.com.br/venda-de-dez-mandamentos-da-record-para-a-tv-brasil-nao-tem-precedentes/>>. Acessado em 28/05/2021.

<sup>148</sup> Telenovela de Walcyr Carrasco. Exibida de 18/06/2001 a 23/02/2002, na Globo, 18h, 215 capítulos.

autorais e musicais da telenovela<sup>149</sup>. Deu ao canal a 5ª posição no *ranking* das TVs abertas em São Paulo.

- *O Direito de Nascer* (2001)<sup>150</sup>: terceira versão do clássico cubano que narra a famosa história da sofrida Maria Helena, de Albetinho Limonta e de Mamãe Dolores. Produzida pelo SBT, ficou anos engavetada antes da exibição original. Na TV Aparecida foi transmitida de 14/02 a 07/08/2018, e levou a emissora a 6ª posição, com pico de 0,92 pontos.

Padiglione reforça que, embora a TV Aparecida seja um canal gratuito via UHF, os índices de audiência alcançados com a reprise da telenovela são suficientes para ocupar as primeiras posições da televisão por assinatura - para ter referência vejam algum dos rankings na sessão 4.1.2. *Como vai a audiência?*, e isso pode ser um bom indicativo para a emissora em relação à conquista de audiência, custo de aquisição, e, claro, geração de conteúdo e vínculo com sua audiência de nicho.

Se essa é uma estratégia adotada pelo canal, existe a restrição em função da temática religiosa, limitando de forma drástica as opções para veiculação, por isso eles também investiram em dramaturgia de outros países como Venezuela e Itália, dado que hoje a produção religiosa é bastante focada nas produções da Record, vinculadas à Igreja Universal do Reino de Deus.

### 3.3.4. Reprisar, porque no meio do caminho tinha uma pandemia

Em março de 2020, empresas de diversos setores aderiram ao distanciamento social retirando os seus funcionários das suas áreas comuns como prédios, fábricas, galpões, estúdios, lojas, shoppings, corredores comerciais etc. -, seguindo as indicações inclusive das diversas esferas do governo para evitar a propagação do novo (e totalmente) Coronavírus, enviando-os para o trabalho *home-office*, férias, licença não remunerada, ou no pior dos casos, demissão, como infelizmente ocorreu para milhões de brasileiros.

Para algumas empresas essa ação correspondia à paralisação das suas atividades. Pensando em nosso objeto, a telenovela, e onde ela é realizada, suas gravações, assim como a realização de programas de televisão ao vivo que ocorrem em estúdios não eram mais viáveis. Em decisão inédita, além das telenovelas, a Globo suspendeu em 16/03 a gravação de quase todos os seus programas de entretenimento (JACKS et al., 2020. pg. 50). Em 17/03 foi a vez da

<sup>149</sup> Matéria disponível em <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/globo-nao-recebera-nada-pela-exibicao-de-a-padroeira-na-tv-aparecida-entenda>>. Acessado em 28/05/2021.

<sup>150</sup> Telenovela de Aziz Bajur e Jaime Camargo. Exibida de 21/05 a 02/10/2001, no SBT, 18h15, 116 capítulos.

Record TV suspender a gravação de telenovelas e programas de auditório. Com muitos capítulos já gravados, a emissora manteve no ar *Gênesis* (2021)<sup>151</sup> até 20/04 (JACKS et al., 2020, pg. 51). Na mesma data o SBT suspendeu as gravações de *As Aventuras de Poliana* (2018-2020).

Na Globo, das telenovelas que estavam no ar nas faixas das 19 e 21 horas foram paralisadas *Salve-se Quem Puder* (2020-2021)<sup>152</sup> e *Amor de Mãe* (2019-2021), e aproveitou para acelerar os finais de *Éramos Seis* (2019-2020)<sup>153</sup> e *Malhação: Toda Forma de Amar* (2019-2020). A solução, não apenas para elas, mas para a maioria das emissoras de televisão aberta e fechada, foi recorrer à reprise. Evidente que a situação foi inesperada, exigindo rápida tomada de decisão, então, quem tinha um bom acervo, ou pelo menos estava com o acervo organizado, saiu na frente. Aqueles que deixaram para fazer na hora do aperto, certamente não o fizeram, apenas apagaram o incêndio colocando no ar o que fosse possível.

As reprises foram a solução para algumas faixas e finais de semana. Na programação exibida de segunda a sexta, o canal ampliou o jornalismo para 11 horas diárias consecutivas, entre 4h e 15h (JACKS et al., 2020, pg. 50). Na Globo, com a paralisação dos esportes, telenovelas e os programas de auditório, a estratégia passou a ser reprisar e ressignificar o conteúdo de acervo, inclusive o que já havia sido transmitido anteriormente (KIMURA, 2020, pg. 93). Assim, especialmente nas grandes metrópoles, com parte significativa da população 24 horas por dia dentro de casa, o consumo de televisão disparou. Em parte, realmente pôde ser chamado de consumo, pois para alguns figurou como um dos, se não, o principal atrativo, ainda que não necessariamente ele estivesse atento. Havia os solitários em busca de companhia, então a televisão dava a sensação de que tinha mais alguém na casa. Com as escolas fechadas foi preciso também preencher a rotina das crianças, e a televisão foi uma opção viável, barata e imediata para muitas famílias.

Em nota de 12/04 (UOL)<sup>154</sup>, o jornalista Flávio Ricco disse que o fenômeno provocado em tempos de pandemia fez com que as telenovelas reprisadas na Globo fossem vistas por muitos como inéditas. Desde pessoas que não tinham o hábito de passar o dia em casa, assistir televisão ou assistiam sempre os mesmos canais, acabaram se arriscando a conhecer novas

---

<sup>151</sup> Telenovela de Camilo Pellegrini, Raphaela Castro e Stephanie Ribeiro. Estreou em 19/01/2021, na Record TV, 21h, expectativa inicial que tenha entre 150 a 170 capítulos.

<sup>152</sup> Telenovela de Daniel Ortiz. Exibida de 27/01 a 28/03/2020 (primeira fase, 54 capítulos) e de 22/03 a 17/07/2021 (segunda fase, reprise dos 54 capítulos + 53 capítulos inéditos), na Globo, 19h, total de 107. Sua exibição foi interrompida em função da paralisação das gravações cometida pela pandemia do novo Coronavírus.

<sup>153</sup> Telenovela de Ângela Chaves. Exibida de 30/09/2019 a 28/03/2020, na Globo, 18h, 154 capítulos.

<sup>154</sup> Matéria disponível em <<https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2020/04/12/isolamento-social-transforma-reprise-em-produto-inedito-para-muita-gente.htm>>. Acessado em 30/05/2021.

coisas. De acordo com dados publicados em 12/05/2020 na Exame.com<sup>155</sup>, a reprise de *Fina Estampa* (2011-2012) teve audiência média de 32 pontos nos 32 primeiros capítulos, quatro pontos superiores na comparação com o mesmo período de 2019, quando a telenovela exibida era original. Por outro lado, é preciso mencionar que logo no início da pandemia houve um efeito ‘manada do bem’ em vários segmentos prestadores de serviços, como as plataformas de educação online que liberaram alguns cursos gratuitamente e canais de televisão por assinatura que liberaram determinados filmes, transmissões ou até mesmo um mês inteiro de graça.

Em São Paulo, principal praça da televisão por assinatura do Brasil, onde o governo estadual foi bastante precoce frente aos demais estados do país em relação ao isolamento dado o número de contágios, fez com que várias empresas (entre canais, operadores e *streamings*) tivessem algum tipo de ação. Oficialmente, o grande esforço de isolamento, quando, por exemplo, empresas iniciaram *home-office*, restrições de circulação foram impostas, entre outras medidas, ocorreram entre a 3ª e 4ª semana de março (16-27/03/2020). Para citar exemplos dessas ações, nessa mesma data, 16/03, em matéria da Folha de São Paulo<sup>156</sup> já estavam confirmadas as ações de:

- *Telecine*: liberou gratuitamente seus seis canais (Premium, Action, Touch, Fun, Pipoca e Cult), em todas as operadoras por tempo indeterminado, e o *streaming* ficou gratuito por 30 dias para novos assinantes;
- *The Walt Disney Company*: em conjunto com operadoras de todo o país, abriu o sinal de seus canais Disney e Nat Geo Kids, ESPN, FOX e National Geographic até o dia 31/03 de março;
- *Globoplay*: liberou diversos títulos por trinta dias;
- *Claro TV*: quase todos os seus canais foram liberados por tempo indeterminado;
- *Sky TV*: também liberou vários canais, no sinal aberto e no *streaming*.

Esses exemplos são suficientes para ilustrar que esse efeito ‘manada do bem’, também tinha uma ação de degustação envolvida, muitos, por resistência ou impedimento da rotina normal, não o fariam, agora estando em casa, poderia ser uma oportunidade. Isso é importante reforçar, pois ao fazer o levantamento dos dados de audiência do período através de colunas especializadas - vide relação completa em *Colunistas especializados* -, tanto por parte desses jornalistas, como na Kantar, medidora oficial, os dados do período não correspondem à série

<sup>155</sup> Matéria disponível em <<https://exame.com/casual/em-meio-a-pandemia-novelas-repetidas-sao-campeas-de-audiencia/>>. Acessado em 07/06/2021.

<sup>156</sup> Matéria disponível em <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2020/03/operadoras-de-tv-e-streaming-liberam-canais-fechados-para-evitar-avanco-de-coronavirus.shtml>>. Acessado em 30/05/2021.

histórica, e, portanto, a interpretação dos números não deve ser feita apenas olhando para a audiência e/ou *share* atingido. É preciso qualificar em cada canal o que foi realizado naquele período que pode ter influenciado o movimento de queda ou elevação. Como a abertura de sinal de um canal *premium* (aquele que tem mensalidade adicional para assinantes), a veiculação de uma atração extraordinária como o *Superbowl* (maior evento dos Estados Unidos), o acompanhamento de algum pronunciamento de relevância nacional, entre outros, são exemplos de situações que precisam serem observadas.

Por isso, a Kantar realizou um estudo inédito e disponibilizou alguns dos resultados relativos ao mês de março. Segundo alguns dos destaques publicados na coluna de Feltrin em 20/04/2020 (UOL)<sup>157</sup>, os brasileiros passaram cerca de 8 horas por dia diante da TV (aberta, paga, incluindo games e *streaming* quando acessados via o aparelho de TV). Em relação a esse percentual de crescimento, a região Sul liderou com um aumento médio de 1 hora e 31 minutos e por último ficou a região Norte com 59 minutos.

O comportamento da audiência após esse período também ajuda a entender se existe uma nova tendência. Por exemplo, os canais jornalísticos seguiram em alta, apesar de uma queda nos números isso podia refletir ainda uma preocupação da população no acompanhamento das notícias em relação à pandemia e seus efeitos. Canais infantis também perderam um pouco após o período inicial - sem outras evidências para justificar, mas ficam hipóteses como o retorno às aulas virtuais (houve um limbo para que as instituições de ensino pudessem se organizar, assim como os pais), enjoo da programação, ou até mesmo uma preocupação dos pais em mesclar o consumo de televisão com outros tipos de atividades.

No primeiro mês, a busca maior foi por notícias, depois o público passou a preferir programas de entretenimento, com destaque para as reprises de telenovelas na Globo e no *Canal Viva*, um dos canais mais beneficiados na televisão por assinatura no período inicial da quarentena (JACKS et al., 2020. pg. 52). A Globo então com faixa de três telenovelas inéditas, além de *Malhação*, incluiu na abertura de todas as reprises a menção de ‘edição especial’ - aparentemente uma versão mais curta em relação à original e diferente do tipo de corte que às vezes acontece para a veiculação no *Vale a Pena Ver de Novo* em função do horário e público. Assim, conforme as telenovelas originais foram terminando e/ou seus últimos capítulos gravados inéditos exibidos, as reprises entraram no ar:

---

<sup>157</sup> Matéria disponível em <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2020/04/20/quarentena-brasileiro-passa-quase-8-horas-por-dia-diante-da-tv.htm>. Acessado em 30/05/2021.

Sem capítulos inéditos para exibir, foi nas telenovelas que a Globo encontrou a estratégia para seu público. Através de pesquisas internas e o êxito obtido pelo *Canal Viva*, foram feitos os critérios de seleção das reprises (JACKS et al., 2020. pg. 57).

Na Globo, em maio/2021, a emissora já estava na sua terceira telenovela reprisada em cada faixa. Às 18h, com o final realizado em tempo de *Éramos Seis* (2019-2020), lançou a reprise com *Novo Mundo* (2017) de 30/03 a 29/08/2020; *Flor do Caribe* (2013)<sup>158</sup> de 31/08/2020 a 27/02/2021; *A Vida da Gente* (2011-2012)<sup>159</sup>, de 01/03 a 07/08/2021, quando enfim estreou a primeira telenovela inédita, *Nos Tempos do Imperador*, sequência de *Novo Mundo*<sup>160</sup>, tendo sido iniciada, suspensa, retomada, suspensa e novamente retomada. Por tratar-se de uma obra de época, o excesso de figurinos e outros elementos versus os protocolos adotados tornaram o processo complexo, lento e oneroso, tanto para o elenco, quanto para a equipe técnica.

As faixas das 19 e 21 horas tiveram situações iguais. As telenovelas exibidas estavam em andamento, suas gravações foram suspensas e reprises foram colocadas no ar. As gravações foram retomadas para finalizar as telenovelas, e, então novas reprises entraram no ar, e devem permanecer, pois a emissora não tem folga de capítulos das próximas estreias, assim como a instabilidade em relação ao cenário pode causar novamente paralisação. Na faixa das 19 horas, *Totalmente Demais* (2015-2016)<sup>161</sup> que foi exibida de 30/03 a 10/10/2020 obteve média de 30 pontos de audiência na grande São Paulo (maior praça do país), na sua exibição original esse mesmo número teve picos de 27<sup>162</sup>, e nas redes sociais virtuais voltou com grande força. Na sequência veio *Haja Coração* (2016) de 12/10/2020 a 20/03/2021.

Ao final, outra decisão inédita<sup>163</sup>, como havia exibido apenas 54 capítulos de *Salve-se Quem Puder* (2020-2021), a trama voltou em 22/03/2021 com a reprise desses 54 episódios, seguido de capítulos inéditos. Ao seu final voltou *Pega-Pega* (2017-2018)<sup>164</sup> que estreou em 19/07/2021 e deve ser a última reprise da faixa, quando deve entrar no ar a inédita *Quanto Mais Vida Melhor*. Já na faixa das 21 horas com a reprise de *Fina Estampa* (2011-2012), de 23/03 a 19/09/2020, *A Força do Querer* (2017)<sup>165</sup> de 21/09/2020 a 13/03/2021, houve uma pausa para

<sup>158</sup> Telenovela de Walther Negrão. Exibida de 11/03 a 14/09/2013, na Globo, 18h, 159 capítulos.

<sup>159</sup> Telenovela de Lícia Manzo. Exibida de 29/09/2011 a 03/03/2012, na Globo, 18h, 137 capítulos.

<sup>160</sup> Telenovela de Thereza Falcão e Alessandro Marson. Estreou em 07/08/2021, na Globo, 18h.

<sup>161</sup> Telenovela de Rosane Svartman e Paulo Halm. Exibida de 09/11/2015 a 30/05/2016, na Globo, 19h, 175 capítulos.

<sup>162</sup> Informações do site Teledramaturgia <<http://teledramaturgia.com.br/totalmente-demais/>>. Acessado em 30/05/2021.

<sup>163</sup> Matéria disponível em <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/salve-se-quem-puder-volta-em-22-de-marco-mas-so-tera-capitulos-ineditos-em-maio-51150>>. Acessado em 30/05/2021.

<sup>164</sup> Telenovela de Cláudia Souto. Exibida de 06/06/2017 a 08/01/2018, na Globo, 19h, 184 capítulos.

<sup>165</sup> Telenovela de Glória Perez. Exibida de 03/04 a 21/10/2017, na Globo, 21h, 172 capítulos.



exibir os episódios finais da intitulada segunda temporada de *Amor de Mãe* de 01/03 a 10/04/2021, tendo 12 capítulos de resumo da primeira fase em edição especial para relembrar os principais acontecimentos dos 102 episódios e 23 capítulos inéditos. Na sequência, voltou com reprise, *Império* (2014-2015), estreou em 12/04/2021, segue no ar e deve ainda ter mais uma reprise antes da exibição de uma trama inédita.

Já a faixa que é de reprises há 40 anos, o *Vale a Pena Ver de Novo* também se beneficiou do período. Exibida entre 07/10/2019 e 01/05/2020, *Avenida Brasil* (2012) atingiu uma das melhores audiências das últimas 500 semanas da faixa. Segundo dados da Kantar<sup>166</sup>, em São Paulo, a cada 100 televisores ligados, 44 estavam sintonizados na telenovela. Já no Rio de Janeiro esse número foi de 50. Isso lhe deu o posto de maior audiência da década na faixa. Segundo Kimura, pesquisadora da TV Globo e especialista em arquivística, conteúdos de acervo foram reprisados na íntegra, durante a pandemia esse volume cresceu em 4-6 vezes e alguns deles sequer antes eram transmitidos (2020, pg. 94).

No SBT e na Record TV, a situação não foi diferente, apenas as soluções foram em função do estágio de cada uma das suas telenovelas. O SBT já vinha desde 16/05/2018 com *As Aventuras de Poliana* e encerrou a telenovela em 13/07/2020 com 564 capítulos - ocupando o posto de segunda mais longa da televisão brasileira. As gravações já tinham sido encerradas em fevereiro, a emissora já havia anunciado uma nova fase, *Poliana Moça*<sup>167</sup>. Com a suspensão das gravações em 17/03/2020, a emissora paulista também criou sua 'edição especial' trazendo a reprise do remake de *Chiquititas* (2013-2015)<sup>168</sup>, que estreou em 29/06/2020, e já havia sido reprisada em entre 12/09/2016 e 08/01/2019. Vale lembrar que a emissora já tem duas práticas: exibição/reprise de telenovelas latinas na faixa diurna e idas e vindas de reprises de suas telenovelas em horários e faixas não determinadas, inclusive com a retirada antecipada quando não responde a audiência esperada, algumas vezes sem encerrar a telenovela.

A Record TV sofreu uma avalanche de críticas. Com a paralisação nas gravações de *Amor Sem Igual* (2019-2020)<sup>169</sup>, optou por colocar no ar a reprise de uma telenovela recente (2017-2018), que tinha tido um desempenho regular na exibição original e que teve como temática o fim do mundo. A crítica veio por trazer uma telenovela, *Apocalypse*<sup>170</sup> com temática

<sup>166</sup> Matéria disponível em <<https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/04/20/novelas-da-globo-seguem-batendo-recorde-no-ibope-durante-quarentena-143945.php>>. Acessado em 31/05/2021.

<sup>167</sup> Informações do site Teledramaturgia <<http://teledramaturgia.com.br/as-aventuras-de-poliana/>>. Acessado em 30/05/2021.

<sup>168</sup> Telenovela adaptada por Íris Abravanel. Exibida de 17/07/2013 a 14/08/2015, no SBT, 20h30, 545 capítulos.

<sup>169</sup> Telenovela de Cristianne Fridman. Exibida de 10/12/2019 a 20/04/2020 (93 capítulos) e reestreaia de 28/10/2020 a 18/01/2021 (55 capítulos), na Record TV, 20h30, 148 capítulos.

<sup>170</sup> Telenovela de Vivian de Oliveira. Exibida de 21/11/2017 a 25/06/2018, na Record TV, 20h30, 155 capítulos.

‘pesada’ em período de tensão e medo<sup>171</sup>. A trama naufragou na audiência e a emissora teve que apressar a retomada as gravações e colocar de volta *Amor Sem Igual* e seus últimos 55 capítulos, e posteriormente a retomada da gravação de *Gênesis*.

Apesar de estar fora do período foco de abril a junho/2020, a Band anunciou em maio que exibiria nova reprise de *Floribella* (2005)<sup>172</sup> a partir de julho em substituição à telenovela portuguesa *Ouro Verde* (2017), porém, a reprise estreou apenas em 15/09/2020. No final de 16/12/2020, a coluna Splash TV do UOL criou no Troféu Splash Awards<sup>173</sup> a categoria *melhor reprise do ano*, e com 35% de preferência, a única reprise da Band levou o troféu, frente ao SBT com uma reprise e a Globo com quatro reprises.

Diante da continuidade no cenário de pandemia e as dificuldades para retomada das gravações em seu ritmo normal, após um ano nesse cenário a Globo veiculou uma chamada explicando sobre a paralisação das gravações, a adoção das reprises<sup>174</sup> e a dificuldade de retomada com os protocolos necessários. Para isso, chamou a atriz Regina Casé, no ar com a personagem Lourdes de *Amor de Mãe*: "A gente teve que programar mais uma reprise, às 21 horas, para dar tempo de adiantar 'Um Lugar ao Sol', que ficou para o segundo semestre. Então, enquanto você aguarda para ver Cauã Reymond fazendo gêmeos, curte uma novela que ganhou o Emmy" - anunciando o lançamento de *Império* (2014-2015). A emissora também avisou que não sabe quando o esperado *remake* de *Pantanal* será lançado.

Durante o pico da pandemia, maio/2020, uma pesquisa da consultoria Consumoteca, especializada em Antropologia Comportamental e de Consumo, revelou que das 2 mil pessoas entrevistadas de todo o Brasil, cerca de 67%, estavam assistindo conteúdos que já haviam visto, como telenovelas, filmes e programas de televisão. Esse comportamento nostálgico também foi visto em relação ao aplicativo de músicas *streaming* Spotify, que mesmo mantendo os lançamentos, registrou no início de abril aumento na busca em músicas produzidas entre 1950 e 2000. Já no Instagram, os #tbts regrediram ainda mais no tempo, trazendo uma sensação ainda maior de reminiscências que esse tipo de ação traz<sup>175</sup>.

<sup>171</sup> Matéria disponível em <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/record-acelera-o-fim-do-mundo-em-plena-pandemia-de-coronavirus-36851>>. Acessado em 30/05/2021.

<sup>172</sup> Telenovela de Cris Morena. Exibida de 04/04 a 25/11/2005, na Band, 20h10, 169 capítulos.

<sup>173</sup> Matéria disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/enquetes/2020/12/16/melhor-reprise.htm>>. Acessado em 30/05/2021.

<sup>174</sup> Matéria disponível em <[https://tvefamosos.uol.com.br/newsletters/uol-ve-tv/2021/03/17/uol-ve-tv-18032021.htm?utm\\_campaign=ve-tv&utm\\_content=ver-edicao&utm\\_medium=email&utm\\_source=newsletter](https://tvefamosos.uol.com.br/newsletters/uol-ve-tv/2021/03/17/uol-ve-tv-18032021.htm?utm_campaign=ve-tv&utm_content=ver-edicao&utm_medium=email&utm_source=newsletter)>. Acessado em 31/05/2021.

<sup>175</sup> Matéria disponível em <<https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/03/com-novelas-e-vitorias-do-passado-na-tv-quarentena-potencializa-nostalgia.htm>>. Acessado em 01/09/2021.

Do estudo *online* realizado por Jacks et al. (2020) que deu origem ao artigo *Telenovela e memória: “Vale a pena ver de novo?”, reprises em tempo de pandemia.*, destaco algumas das respostas que ajudam a entender essa vantagem competitiva que a Globo estabelece na reprise de telenovelas tanto na televisão aberta, como no *Canal Viva* e no *Globoplay*. Isso é indicativo da oportunidade e do potencial de público para esse tipo de produto que é diferente da televisão aberta e que traz leveza para o presente com uma programação do passado (JACKS et al., 2017, pg. 7-8). Nessa pesquisa é possível perceber que não é apenas uma questão de reprise, mas também da reminiscência:

- Onde assistem a reprise de telenovela: no *Vale a Pena Ver de Novo* (69%), no *Canal Viva* (43%) e no *Globoplay* (25,2%). Das três primeiras posições, todas pertencem à Globo (pg. 61), isso mostra o forte investimento da emissora em monetizar a telenovela não inédita, a reprise, ainda que possa ter havido influência do período, os números não podem ser ignorados por isso.
- Entre os estímulos para assistir, estão: rever personagens cativantes (42,1%), sentimento de nostalgia (41,3%), interesse de rever a trama ‘com outros olhos’ (29,8%), e lembrar como determinado tema foi tratado à época (27,3%) (pg. 64).
- É possível inferir que 77% tiveram alguma mudança de percepção sobre tema e/ou personagens com o passar do tempo (pg. 65).

Para a psicanalista Terê Inácioh (Exame; 2020)<sup>176</sup>, as reprises do *Canal Viva* fisgam o público porque trazem elementos que as telenovelas atuais não têm mais. Na visão dela, não é uma nostalgia, é um recordatório de algo que se viveu, mas que passou. De forma geral, programas de auditório com plateia ficaram sem o público. Artistas que faziam parte do grupo de risco foram colocados de licença ou passaram a gravar de suas casas. Todas as emissoras expandiram a grade jornalística. O restante da programação foi preenchido com reprises de eventos esportivos (Fórmula 1, Copa do Mundo, Jogos Olímpicos, Mundial de Vôlei e mais uma infinidade de outros esportes), eventos musicais, reprises de programas de entrevistas e formatos especiais variados, nem todos com a qualidade de imagem e som adequado.

Novos tempos sentidos inclusive no mercado de trabalho. Na matéria (UOL; 2020)<sup>177</sup> intitulada “*Lá e de volta outra vez: quarentena exagera ao recuperar passado recente*”, seguida do texto “*Estamos revisitando nosso passado todos os dias. Coisas boas e coisas ruins*

<sup>176</sup> Matéria disponível em <<https://exame.com/casual/em-meio-a-pandemia-novelas-repetidas-sao-campeas-de-audiencia/>>. Acessado em 30/05/2021.

<sup>177</sup> Matéria disponível em <<https://andrenoel.blogosfera.uol.com.br/2020/06/20/la-e-de-volta-outra-vez-quarentena-exagera-ao-recuperar-passado-recente>>. Acessado em 28/05/2021.

que insistem em voltar. Um possível motivo para isso está na tirinha abaixo” uma charge ilustra como em tão pouco tempo tantas coisas relacionadas ao passado ocorreram, como o pedido de volta dos militares, o retorno do aplicativo que foi febre há tempos atrás envelhecendo a imagem do usuário a partir de uma foto atual, e a reprise de telenovelas na Globo.

Figura 3 - Charge sobre vida de programador na quarentena



Fonte: site UOL.

#### 4. CANAL VIVA, A REPRISE EM TEMPO INTEGRAL

*“É simples, o ser humano produz obras, pois bem, a gente faz com elas o que tem que ser feito: a gente se serve delas.”*  
Serge Daney (apud BOURRIAUD, 2009, pg. 7)

O foco deste capítulo aborda a criação do *Canal Viva* em 2010 até 2021. Seu elemento de diferenciação é a reprise audiovisual, majoritariamente as telenovelas produzidas pela Globo. Ao longo de onze anos (comemorados em 11/05/2021), a estratégia central do canal se mantém como à proposta inicial: majoritariamente reprises de telenovelas (carro-chefe) e programas variados de humor, seriados e variedades no restante da grade. No início, apenas um canal de televisão por assinatura, ao longo dos anos, foi aderindo a outros meios de distribuição.

Firme em seu propósito quanto ao conteúdo, o canal entendeu o desafio de manter-se atraente, do contrário teria talvez pouca vida útil, ou passaria despercebido, como tantos outros acumulando traço ou nada de audiência. Ele tinha em mãos dois ativos com diferencial em relação aos demais canais para explorar: as telenovelas da Globo para reprise e a relação com seus telespectadores com os produtos antigos, e as questões da memória, da nostalgia. Assim, na sua proposta, o *Canal Viva* nasce sem concorrentes diretos como um canal infantil, de esportes, filmes e séries, ou de culinária. Primeiro, é o único canal com acervo de telenovelas. Segundo, é o único canal com acervo de telenovelas da Globo, e (salvo caso concorrentes latinos entrassem com força no mercado nacional) por ora, apenas o SBT, com reprises vespertinas de telenovelas latinas, isso não tira o sono do *Canal Viva*.

É a partir desse ponto que o trabalho, como anunciado, buscará um desdobramento entre a teoria e a prática. Para isso, o capítulo foi dividido em três blocos temáticos com alguns subcapítulos para melhor dividir e facilitar o diagnóstico e a construção do enredo proposto. Ainda que não se tenha uma pretensão histórico-temporal, essa narrativa, por coincidência, terá um desenvolvimento linear. Inicia com o lançamento do canal (4.1. *Canal Viva, a origem, a audiência e os fãs*) em 18/05/2010, adicionando uma coleta de dados que conjecturam o que viria a ser o seu acordo para a reprise das telenovelas da Globo.

Desde o início do projeto de pesquisa, uma das hipóteses a serem investigadas é: **o canal tem audiência sustentável ou apenas preenche a grade, já que sua programação é de reprises, e, portanto, seu custo de pós-produção é baixo e a Globosat pode capitalizar sob esse produto?** Por restrições contratuais entre os institutos de medição de audiência e os canais

de televisão por assinatura, esses dados não são divulgados, ao contrário da TV aberta, nem mesmo para pesquisa acadêmica. Então, a metodologia adotada usou divulgação via imprensa especializada, elegendo um veículo de confiança com histórico de publicação frequente e informações mínimas da fonte, que no caso foi a Kantar. Assim, o levantamento permitiu construir uma análise de 2018-2021 com evidências, *ranking*, performance e comentários em relação ao período.

Por último, esse bloco aborda a relação do canal com os fãs. De forma natural, ainda que possa ter havido estímulo, estabeleceu-se um vínculo muito significativo entre ambos e bastante interessante do ponto de vista de uma emissora versus telespectador. Propositamente esse item fecha o subcapítulo, pois será inevitável analisar e não abordar a relação afetiva do fã e do produto, tendo o *Canal Viva* nessa mediação. Toda relação de proximidade tem momentos de altos e baixos, e isso também será mostrado. O que reforça mais ainda que o diálogo dos fãs com o canal nas redes sociais virtuais não é apenas uma relação comercial ou de manifestação de sugestões, dúvidas e reclamações - como já vivenciei com outras emissoras, incluindo a própria Globo e o Globoplay -, e se mostra uma relação afetiva, desde a memória suscitada pelo produto, seja ela vivida pelo telespectador, seja ela lembrada porque os pais falavam daquela telenovela, seja pelos dias de hoje em função do horário de exibição.

O segundo subcapítulo (4.2. *Viva, a reprise e a montagem*), propõe uma análise a partir da reprise da telenovela, que é o carro-chefe do canal, ocupando cerca de 40% da grade diária de segunda a sexta-feira, podendo chegar ao dobro em dias de maratona aos finais de semana. Ao longo dos anos, para expandir a visibilidade além do período de reprise, o canal vai trabalhando com outros produtos baseados integralmente no conteúdo da telenovela reprisada que trabalham com a memória, a partir da perspectiva teórica do capítulo 3, assim como a crossmidiação, a transmidiação, a propagabilidade e a sua interação com as redes sociais virtuais usando as mais básicas soluções de pós-produção. Para facilitar essa compreensão, o subcapítulo vai agrupar essas iniciativas por similaridades de formato e abordagens.

Antes de avançar, duas observações se fazem necessárias: a) como o objeto é comercial, uma emissora de televisão por assinatura com idade relativamente jovem (11 anos), e seu principal produto, a telenovela de reprise, por isso, parte significativa do material que compõe esse capítulo é de origem institucional da emissora, da Globosat, do Grupo Globo e de veículos especializados nos segmentos de televisão, telenovela, televisão por assinatura e mídia.

Por fim, há uma série de produtos audiovisuais devidamente fichados e estudados por todo o capítulo. Reforço que o escopo da observação tem por objetivo: conceituar e qualificar

esse objeto, inseri-lo dentro da pesquisa e, a partir do seu conteúdo textual e visual, debater como se faz uso de elementos para trabalhar a **estratégia da memória**, assim será chamado para se aproximar ao guarda-chuva maior aqui proposto que se origina nos estudos batizado por Huyssen de **cultura da memória**.

#### 4.1. Canal Viva, a origem, a audiência e os fãs

*“O canal estreou na noite desta terça levando para o público grandes sucessos da TV brasileira. A escolha dos programas foi pensada principalmente para as mulheres. A série Mulher abriu a programação do canal, que promete reviver histórias e emoções.”*<sup>178</sup>  
Alberto Pecegueiro (G1, 2010)

Segundo informações disponíveis no site institucional da Globosat, sua transmissão como programadora pioneira de televisão a cabo no Brasil iniciou em 1991 operando com os canais GNT, Top Sports, Multishow e Telecine. Ao longo dos anos, foi-se adicionando novos canais, reformulando os existentes, incluindo novos gêneros de programação nas suas grades, ampliando a oferta de produtos e funcionalidades, tendo em 2010 o lançamento do *Canal Viva*, e, no ano seguinte, incursionou com a primeira cessão de conteúdo via demanda (*on demand* ou VoD). Três décadas depois, são 27 canais no ar<sup>179</sup> com 7 formas diferentes de assistir: *set top box* (ao vivo, VoD ou SVoD), *tablet* e *smartphone* (Android, iOS e Windows Phone), TV (inclui *Smart tvs*), *web* (além de ao vivo, VoD e SVoD, oferece vídeos exclusivos), consoles de games (Xbox One e Xbox 360) e *smartwatches* (iOS).

Uma menção em artigo de ELIAS e PEREIRA JÚNIOR permite deduzir que o projeto de lançamento do *Canal Viva* já era uma empreitada antiga do Grupo Globo quando lançado em 2010. Segundo os autores, em 2001, a Globosat quis lançar um canal de telenovelas e desistiu, entre outros motivos pelo cenário que encontrou no próprio quintal (In: Pereira Júnior

<sup>178</sup> Matéria disponível em <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/05/canal-viva-e-lancado-no-rio.html>>. Acessado em 01/06/2021.

<sup>179</sup> Os 27 canais citados estão disponíveis no site da Globosat, e alguns são contabilizados como família (ex.: Sportv) e outros oferecidos apenas em formato de *pay-per-view* (ex.: BBB), são eles: Big Brother Brasil, Canal Brasil, Canal Gloob, Canal Viva, + Globosat, GloboNews, GNT, Megapix, Multishow, BIS, Off, Futura, Philos TV, Premiere Futebol Clube, Premiere Combate, Sportv (Sportv, Sportv2 e Sportv3), Studio Universal, SYFY, Telecine (Action, Cult, Fun, Pipoca, Premium e Touch), Universal Channel, VIU HUB, além dos canais adultos Forman, Playboy TV, Vênus, SeXtreme e SexyHot. Disponível em <<http://canaisglobosat.globo.com/>>. Acessado em 02/11/2020.

(org.) 2002, pg. 226). A referência quintal dada pelo autor é justamente o acervo, ainda que, tendo sido profissionalizado com o passar dos anos, tinha um legado de produção ainda não disponível. Já Ricco (Jornal Correio do Estado; 2019)<sup>180</sup>, conta em nota, que na década de 1980, o Boni, então diretor da Globo, propôs que a TV Gazeta se tornasse uma TV Globo 2 baseada no conteúdo de acervo da Globo, especialmente as telenovelas, mas também programas de shows, humorísticos e musicais. Houve entusiasmo inicialmente, mas a proposta encontrou resistências dentro da própria TV Gazeta e não vingou. Em 2010 surgiu, então, o *Canal Viva* com a mesma proposta, mais uma evidência de que o projeto era parte dos planos da Globo há muitos anos.

No dia 18 de maio de 2010<sup>181</sup>, às 20h30, entrou no ar o *Canal Viva*. Uma contagem regressiva de 10 segundos (*Figura 4*), com uma sequência de cenas de telenovelas, minisséries e programas produzidos pela Globo em anos diversos são mostradas em cortes secos de forma aleatória dando fundo visual para a voz off: *“Quando uma nova história começa, você pode escolher os caminhos, os amores e as amizades. A escolha é sua, não existem regras nem receita, importante é viver do seu jeito. Entra agora no ar, o mais novo canal da família Globosat.”*

Logo após a exibição da logomarca do canal, inicia-se um diálogo formado novamente por cenas aleatórias de telenovelas, minisséries e séries que, combinadas ao texto do locutor, formam um texto corrido, um simulacro de diálogo. Ainda que as origens das vozes venham de concepções completamente diferentes, perguntas e respostas são orquestradas de forma sincrônica em uma sequência de aproximadamente 75 segundos.

A primeira cena mostra um casal no cinema:

A atriz Eliane Giardini pergunta ao pé do ouvido do ator Diogo Villela:

*“–Eu te conheço?”*

Ele prontamente lhe responde:

*“–Não! Não! Mas você vai me conhecer já já!”*

<sup>180</sup> Matéria disponível em <<https://correiodoestado.com.br/arte-e-cultura/canal-viva-chega-ao-seu-melhor-resultado-com-audiencia-de-tv-aberta/354362>>. Acessado em 27/5/2021.

<sup>181</sup> Matéria disponível em <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/05/canal-viva-e-lancado-no-rio.html>>. Acessado em 02/11/2020.



Figura 4 - Vinheta de lançamento do Canal Viva



Fonte: YouTube, Perfil de Leonardo26PE. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=1R0YO5pAeCo&t=71s>>. Acessado em 12/08/2021.

Proposital (ou não), a primeira sensação ao ver a vinheta é a de o ator Diogo Villela estar naquele momento personificando o canal, dando um rosto para esse ‘tal’ de *Canal Viva* antes de poder se revelar ao telespectador, antes de poder mostrar sua identidade e o que ele tinha para oferecer. Isso talvez tenha ficado ainda mais real, uma vez que o personagem está em um close direto olhando para a câmera, como se estivesse respondendo ao telespectador, quebrando a quarta-parede já no primeiro diálogo, logo quando se prepara para entrar no ar.

Nas cenas seguintes, uma mistura de imagens do acervo de dramaturgia com cortes secos, alternando a voz *off* do locutor com as falas dos próprios personagens. A descrição mínima da cena inicial foi apenas para contextualizar a atmosfera de montagem empregada seguindo um dos conceitos básicos de pós-produção de Bourriaud relativos à apropriação, ou seja, não é fabricar um objeto, mas escolher entre os existentes, utilizando-o segundo uma intenção específica, inserindo-o em um novo enredo (2009, pg. 22), ajustando-o aqui com um propósito bastante claro, o de personificar o intangível, o *Canal Viva*, pelo uso do tangível, os personagens das telenovelas.

Aliás, este preceito se faz presente até hoje, especialmente pelo canal não poder gravar novas cenas das telenovelas que exhibe, e talvez, até soaria fora de contexto para os telespectadores verem cenas atuais com os atores anunciando as telenovelas passadas. Assim,

essa construção brinca com o sentido das imagens e das palavras. Ou seja, não são apenas imagens antigas e sequenciadas: há um propósito, busca-se uma reconfiguração, e a montagem vai buscar esse significado realista, essa criação de diálogo justapondo fragmentos diferentes para criar um quadro geral, a síntese do tema, o que Eisenstein diz da imagem que incorpora o tema (2002b, pg. 28). Como nesse exemplo em que **[N] de narrador** e **[P] de personagens** dialogam, ainda que seja apenas pela montagem, é possível ver a coerência do diálogo.

[P] *“-Eu quero conhecer o espírito de aventura, a vida é mais.”*

[N] *Grandes sucessos da TV brasileira, feitos para quem quer se divertir e se emocionar.*

[P] *“-Ele é um príncipe!”*

[N] *Com romances.*

[P] *“-Babalú, eu te amo!”*

[N] *E intrigas.*

[P] *“-Por essa você não esperava, não é?”*

[N] *E intermináveis confusões.*

[P] *“-Eu quero saber quem foi a hipopótamo que arrebentou com o meu carro”*

[N] *Estão todos aqui no Viva. Telenovelas, séries e minisséries consagradas com grandes estrelas.*

[P] *“-Você acredita em amor à primeira vista? Amor à primeira vista?”*

[N] *Além disso, uma programação recheada de atrações para toda a família.*

[P] *“-Vai ser um espetáculo? Vai ser um show né!”*

[N] *Tem humor.*

[P] *“-Cala a boca, Magda!”*

[N] *Tem entretenimento.*

[P] *“-É uma diversão atrás da outra.”*

[N] *Dicas de culinária.*

[P] *“-Quanto tempo eu deixo no fogo?”*

[N] *Uma sessão de cinema só com filmes dublados.*

[P] *“-Essa é uma boa notícia!”*

[N] *Com todas essas atrações, o Viva é uma ótima companhia para o seu dia a dia.*

[P] *“-É tudo isso de bom!”*

[N] *Do jeito que você quer.*

[P] “–Ehhhh” (palmas)

[N] *Do jeito que você gosta!*

[P] “–Muito bom!”

[N] *Está no ar o mais novo canal Globosat. Viva. Do seu jeito.*

Na sequência, a programação já começa com a exibição do primeiro episódio do seriado *Mulher* (1998-1999)<sup>182</sup> com o título ‘*O princípio de tudo*’. No site da Internet do *Canal Viva* destinado aos anunciantes<sup>183</sup>, há material promocional dos seus três pilares: variedades, humor e telenovelas. Em acesso de 27/05/2021, para esse último pilar o canal destacava:

- *Top 10 no ranking da TV Por Assinatura*, segundo dados da Kantar de janeiro a junho de 2018, Brasil no horário nobre (19h-01h).
- A reprise de *A Indomada* no canal expressa por #AINDOMADANOVIVA, foi *trending topic* (isso é, um dos assuntos mais comentados) em sua estreia no Twitter (Fonte: Trendinalia).
- *VOD*, de janeiro a maio de 2018 foram consumidas mais de 650 mil horas em telenovelas (Fonte: PLAY G).
- TV, 46 milhões de potenciais telespectadores alcançados, segundo cruzamento de dados das bases da Kantar e Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) de janeiro a dezembro de 2017.

Parte do Kit Mídia Viva Novela está disponível na parte *ANEXOS*.

#### **4.1.1. Um canal de identidade forte junto ao seu público**

No site institucional da Globosat, o *Canal Viva* é definido como um canal voltado para toda a família, provendo entretenimento e variedade para diferentes gerações. Nele, é possível rir e se divertir com clássicos da televisão e programas que ‘nunca saem de moda’ distribuídos nos pilares de telenovelas, humor e variedades, resgatando personagens queridos e conteúdos recordistas de audiência, que fazem parte da memória afetiva do brasileiro, além de atrações internacionais e produções próprias. Significa que assistir ao *Canal Viva* para muitos não é apenas a ação de ver televisão, é também de rever, reviver, relembrar o passado através de uma programação com conteúdo de acervo 24 horas no ar, 7 dias na semana, majoritariamente de

<sup>182</sup> Série criada por Daniel Filho, Antônio Calmon e Elizabeth Jhin. Exibida de 02/04/1998 a 07/12/1999, na Globo, 22h, 80 episódios.

<sup>183</sup> Disponível em <<https://anuncie.canalviva.com.br/>>. Acessado em 12/08/2021.

produções da Globo e alguns produtos como filmes e seriados norte-americanos, sempre dublados, popularmente chamados de ‘enlatados’.

Em nota de Stycer (UOL; 2014)<sup>184</sup> quando o *Canal Viva* havia completado pouco mais de quatro anos, ele relembra que o canal tinha como público-alvo mulheres com mais de 35 anos de todas as classes sociais. Só que, em 2011, os dados da Kantar e pesquisas internas já permitiam (ainda segundo o jornalista) verificar o impacto em uma audiência também formada por homens e os mais jovens (25 anos ou mais). Isso não apenas se refletiu nas escolhas do canal para sua grade - por exemplo, apostando mais forte na *soap opera Malhação*, como adotou uma nova identidade visual, buscando sempre variar o perfil de suas telenovelas.

Outro ponto trazido por Stycer na mesma matéria aponta que um desafio dos canais de televisão por assinatura é dialogar com o público da classe C<sup>185</sup>, e uma das vantagens competitivas do *Canal Viva* foi ter se lançado sabendo falar com a classe C, pois tinha como carro-chefe um conteúdo de TV aberta. Podemos inferir que esse perfil segue mantido, usando como referência à matéria de Feltrin (UOL; 2020)<sup>186</sup>. Com a média de audiência no país no período de 1º a 20/06/2020, considerando as 24 horas de programação e fazendo recorte dos assinantes a partir do perfil sociodemográfico caracterizado como AB (o jornalista não informa qual é a referência para a classificação socioeconômica usada). Fica clara a diferença de consumo de canais quando cruzado com os dados das maiores audiências trazidas adiante nesse capítulo. Isso por que há uma preferência pelos chamados canais de nichos, não aparecendo o *Canal Viva* entre as 30 primeiras posições.

Além disso, um atributo de diferenciação que o canal parece sempre ter perseguido ao longo de sua história é se descolar da aparência de canal amorfo, sem personalidade, apenas de reprise. São consistentes seus esforços para ser visto como contemporâneo, ainda que seu conteúdo seja de acervo. Em matéria comemorativa aos 60 anos da telenovela brasileira<sup>160</sup>, era possível conferir a seguinte citação ao *Canal Viva*: “Desde que foi criado há um ano, o canal tem alcançado a liderança da TV paga com tramas de época. A exibição de *Vale Tudo* virou cult nas redes sociais, mesmo entre jovens que ainda não tinham nascido em 1988, apesar de ir ao ar em dois horários pouco convencionais: na hora do almoço e quase à 1 da manhã”.

---

<sup>184</sup> Matéria disponível em <<https://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2014/09/13/canal-viva-muda-apos-descobrir-que-publico-de-novela-nao-e-so-mulherzinha/>>. Acessado em 06/01/2021.

<sup>185</sup> A matéria data de 2011 e o subcapítulo 4.3 traz informações sobre a diminuição da base de televisão por assinatura no Brasil. Como não estão disponíveis dados sociodemográficos dos assinantes ativos, não foi possível estabelecer nenhuma correlação ou confronto.

<sup>186</sup> Matéria disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2020/07/02/exclusivos-qualis-os-canais-pagos-preferidos-pelos-mais-ricos-no-brasil.htm>>. Acessado em 27/05/2021.

Isso inclusive pode ser notado até no seu logo e na sua palheta de cores. Na época da estreia, havia uma predominância de tons entre rosa e roxo, com um aspecto muito mais feminino, com movimentos espirais que formavam espécies de flores e a sonoplastia de pássaros. Parece ser hábito do canal atualizar seus logos e vinhetas recorrentemente. Abaixo, seguem cronologicamente os quatro logos do *Canal Viva*, sendo de 2010-2012, de 2012-2014, de 2014-2018 e 2018-atual (*Figura 5*). Lembrando que existem os logos e vinhetas comemorativas - por exemplo, de aniversário - e essas não foram consideradas aqui. São variações que usam recursos alinhados com a data da ocasião, então quando se trata de festa, data comemorativa, vem acompanhado de confetes e serpentinas. São sempre elementos bastante simples e didáticos. É uma linguagem visual que permite a interação de vários deles em tela, como no terceiro frame da imagem, uma espécie de fita colorida passeia pelos cômodos brancos da casa, e quando chega ao seu ponto final, forma a palavra *Viva*, dando cor e forma ao logo do canal.

É a ideia de *logo dinâmico* em movimento, que se modifica, ganha asas, é coreografado, tem tridimensionalidade, se comporta como volume sólido que evolui em um espaço físico, mas não-gravitacional (MACHADO, 2009, pg. 200). Um recurso antigo, bastante usado pelas emissoras de TV aberta e que ajudam a trazer personalidade e movimento para o logo, ajudando a personificar, a criar uma identidade. Isso para o *Canal Viva* é importante. Novamente, vale reforçar o desafio do canal de se distanciar da imagem de reprise, de baú de imagens, pois é possível suscitar sentimentos vivos pela agregação e justaposição de quadros, relevantes fazendo emergir o tema sob vários aspectos (EISENSTEIN, 2002b, pg. 33). Talvez por isso ele tenha abandonado a palavra CANAL, pensando em uma estratégia de conteúdo mais ampla em relação a outras plataformas, como sua página de *streaming*, o *vivaplay.com*.

Aliás, a mudança de 2018 trouxe dois elementos importantes na nova identidade visual do canal. Primeiro, foi abandonado o círculo que envolvia o *Canal Viva*. Segundo, excluída a palavra canal, tornando-se apenas *Viva*. Talvez o formato inicial com a presença do círculo aproximado ao da Globo, sua emissora mantenedora de conteúdo, possa ter sido proposital como uma forma de chancela e patrocínio da maior emissora privada do país para o canal. Ou seja, uma forma de atestar a maturidade do canal, inclusive trilhando novas possibilidades, que passam por uma linguagem cada vez mais *pop*, independente do conteúdo ser a *reprise*, o antigo, que dialoga com diferentes públicos e em diferentes plataformas de acesso.

Outra predominância na comunicação visual é o uso gráfico, formando inclusive a partir do próprio *Viva*, traços horizontais e verticais e uma palheta de cores vibrantes em tons de

verde, *pink*, roxo e azul fazendo um contraste muito característico do movimento de *pop-art*. Além disso, o próprio repertório textual também adotou palavras mais descoladas, algumas delas comuns nas redes sociais virtuais, menos formais.

Figura 5 - Vinhetas do Canal Viva de 2010-2021



Fonte: YouTube, Perfil de Telefe Cronologias. Disponível em <[https://www.youtube.com/watch?v=ccN\\_HAV7T5Y](https://www.youtube.com/watch?v=ccN_HAV7T5Y)>. Acessado em 27/05/2021.

Um ponto importante acerca do canal que mantém acesa sua relação de amor e ódio com os telespectadores é ‘por qual motivo reprisa ou não reprisa determinada telenovela?’. Em torno disso surgiram especulações sobre o real acordo comercial entre as emissoras. Por isso, mito ou verdade, algumas dessas possíveis cláusulas têm-se sustentado ao longo dos anos, e outras acabaram caindo dependendo da telenovela lançada (ou outro produto de dramaturgia). Mitos que já caíram foram, por exemplo, idade mínima dessas produções em relação às reprises exibidas na Globo ou mesmo que a reprise só ocorreria para obras já reprisadas. Ainda que não seja foco da pesquisa, conhecer um pouco desses possíveis itens contratuais também pode ajudar a entender as telenovelas até então veiculadas.

A coleta a seguir vem de fontes variadas. Algumas são de origem exclusiva e, nesse caso, haverá a citação da mesma. As demais são informações que já se tornaram públicas e foram citadas de forma exaustiva em outros trabalhos acadêmicos, matérias jornalísticas, sites de Internet especializados e comunidades de fãs, e a ordem não sinaliza nenhum critério, como importância ou quantidade de citações das informações, por isso não apresentam a fonte. São entendidos como critérios do acordo de reprise:

1. **Existência da obra no acervo da emissora.**
2. **Integridade da obra em acervo.** Ainda que venha a sofrer edição, a parte principal da trama precisa estar preservada, se for possível, restaurar-se som e imagem. Há casos de exceção que são avaliados com o compromisso de transparência da emissora em comunicar ao telespectador, uma vez que as reprises no *Canal Viva* referem-se à exibição original, sem cortes e sem edições. O mais recente, e bastante discutido nas redes sociais virtuais, foi o caso da telenovela *Roda de Fogo* (1986-1987)<sup>187</sup> que teve dois capítulos totalmente perdidos. Para amenizar, o jeito foi disponibilizar os roteiros para os telespectadores mais ávidos.
3. **Ausência de impedimentos legais/contratuais:** a maioria das obras até hoje reprisadas tinham em cláusula as condições de reprise apenas na própria Globo, por exemplo, o *Vale a Pena Ver de Novo*. Assim, meios como o canal por assinatura, o *streaming*, ou o uso parcial de imagens nas redes sociais virtuais, são exemplos de condições que precisam ser ajustadas, evitando acionamentos judiciais - e isso já gerou bastante dor de cabeça para ambas emissoras, especialmente daqueles que já não são mais contratados da TV Globo ou estão sem trabalho há muito tempo.
4. **Direitos autorais devidos.** Nem sempre é possível negociar pelos mais diferentes motivos. Da falta de acordo entre as partes - especialmente em relação a valores -, até não encontrar os autores e herdeiros para iniciar a tratativa. Especula-se (nunca confirmado pelas emissoras) que algumas das obras nunca reprisadas, e que dizem existir na íntegra, estão paradas por restrições nos itens 3, 4 e 5 desta lista.
5. **Direitos musicais:** segundo Goulart, tem um marco que até o início dos anos 1980, os contratos não previam os direitos musicais. Significa que nada pode ser levado ao ar que não esteja 100% resolvido, pois há inclusive restrições para edições (In: Fernandes J. C., 2013, pg. 85-86), ou mesmo impacto dramaturgico em relação ao

---

<sup>187</sup> Matéria disponível em <<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2021/04/26/novela-roda-de-fogo-tem-capitulo-perdido-no-globoplay-162981.php>>. Acessado em 27/05/2021.

personagem, caso ele e a música tenham ficado marcados. Xavier (UOL; 2019)<sup>188</sup> relata que pela primeira vez, em 2019, com a telenovela *Estrela-Guia* (2001), por dificuldade sobre os direitos autorais com a música original, o canal trocou a música-tema da abertura *Imagine* de John Lennon, por uma versão instrumental com gravação de Paulo Ricardo.

6. **Avaliação do potencial atrativo.** Ainda que pareça existir um público-alvo potencial, há questões de adequação com a conjuntura atual, por exemplo, que precisam ser consideradas. Essa é também mais uma razão que especulam estar segurando algumas telenovelas. Nessa condição, a polêmica de *Bebê a Bordo* (1988-1989) será discutida adiante quando falarmos da relação do canal com os fãs.
7. **Princípio da preferência.** Obras com menos de 20 anos de produção têm prioridade de veiculação na Globo. Superior ou dispensadas pela emissora mantenedora, estariam disponíveis para o *Canal Viva*.
8. **Princípio da concomitância.** Uma mesma obra não pode ser exibida ao mesmo tempo em ambas emissoras.
9. **Princípio da concorrência de horários.** Nunca estará sendo exibida telenovela no mesmo horário nas duas emissoras. Por isso as reprises da noite no *Canal Viva* ocorrem somente depois da telenovela das 21 horas na TV Globo, avançando assim na madrugada.
10. **Limitação de reprise.** Na pesquisa de Fernandes J. C., o contrato entre Globo e *Canal Viva* previa a reprise de cada telenovela apenas uma vez por um período indeterminado, e minisséries por duas vezes (2013, pg. 85). Essa cláusula deve ter sido modificada pelo menos em 2017, quando foi re-reprisada a telenovela *Por Amor* (1997-1998) de 08/05 a 16/12/2017, sendo que ela já havia sido veiculada na inauguração do canal entre 19/05/2010 a 08/02/2011. O mesmo viria a acontecer com *Vale Tudo* (1988-1989) em 2010-2011 e 2018-2019 e a *Viagem* (1994) em 2014-2015 e 2020-2021. E nos três casos, a audiência esteve sempre entre as melhores da emissora.
11. **Restrição a modificações.** Tudo deve ser preservado, como duração dos capítulos até inserção de um merchandising, passando por abertura e créditos (ibid.), qualquer tipo de edição será realizada diretamente pela equipe da Globo.

---

<sup>188</sup> Matéria disponível em <<https://tvefamosos.uol.com.br/blog/nilsonxavier/2019/04/23/direitos-autorais-dificultam-reprises-de-novelas-antigas-no-viva-entenda/>>. Acessado em 01/04/2021.



12. **Duração dos capítulos.** Como nada pode ser alterado, e na exibição original na TV Globo, alguns capítulos são menores do que outros (ibid.) atualmente talvez tenha havido uma adequação, ou pelo menos a grade física (escrita) disponibilizada pela emissora considera blocos iguais de 44 minutos para as oito faixas de horários destinados para as reprises, e dentro desse bloco possa haver diferenças em relação ao tempo e/ou quantidade de intervalos. Obviamente isso não deve ser verdade, pois as telenovelas historicamente têm duração de capítulos diferentes, sendo impossível adequar em 44 minutos sem nenhuma adaptação.
13. **Site de Internet do canal (gratuito).** É permitida a veiculação de apenas cinco minutos de cada episódio ou capítulo de uma obra. Porém, desde 2018 o *Canal Viva* passou por uma mudança que retirou seu site institucional do ar, e passou a trabalhar dentro de um ambiente batizado de *VivaPlay* embutido no *streaming* da Globosat Play e das redes sociais virtuais. No caso dos vídeos com duração média de cinco minutos e acesso gratuito, esses são mais comuns no perfil do *Canal Viva* no YouTube - veja mais detalhes em *Grupo 1: carro-chefe, as reprises* no subcapítulo 4.2. *Viva, a reprise e a montagem.*

Em resumo, quanto mais antiga a telenovela, maior é o desafio *de negociação*, como diz Xavier (UOL; 2019)<sup>159</sup>. De uns tempos para cá, a emissora vem se precavendo com contratos de direitos condizentes com a realidade do mercado. Há casos de autores de telenovelas que estão em litígio com a Globo, impedindo sua veiculação (FERNANDES J. C., 2013, pg. 86).

Desde o seu lançamento, uma das promessas do canal sempre foi a reprise integral das telenovelas. Inclusive para muitos telespectadores era a chance de ver a telenovela sem os eventuais cortes e edições que a Globo era obrigada a fazer para veicular, por exemplo, uma telenovela da faixa das 20 horas no *Vale a Pena Ver de Novo* em função do horário e público. Ou seja, no *Canal Viva* sempre haveria exibições originais, inclusive uma das vantagens para acompanhar as veiculações é que os episódios são numerados. Até que em 15/01/2018 estreou a reprise de *Bebê a Bordo* (1988-1989), e o canal se envolveu em sua primeira grande polêmica, até hoje pouco explicada para os telespectadores, especialmente para os mais fiéis.

Se apresentar as telenovelas na íntegra sempre foi um posicionamento, os fãs se sentiram traídos pela emissora com a edição de *Bebê a Bordo* e fizeram questão de levar o assunto às redes sociais virtuais - esse caso será debatido em 4.1.3. *A relação com os fãs* - juntamente com o diagnóstico atual de estratégia comunicacional com o telespectador, usuário ou seguidor através de seus canais próprios no *streaming* e redes sociais virtuais.

#### 4.1.2. Como vai a audiência?

Os institutos de medição de audiência veiculam de forma aberta apenas os resultados dos canais abertos, e por uma questão de confidencialidade contratual, eles não publicam boletins detalhados com a medição da televisão por assinatura. Por isso, os dados a seguir foram coletados em matérias de jornalistas especializados (que também não tem acesso ao dado de forma direta), do *Canal Viva* (Kit Mídia Novela Viva) ou eventualmente publicadas pelos próprios institutos em estudos e relatórios.

É importante advertir que os números a seguir não podem ser vistos como parte de uma série histórica, cumulativa ou perspectiva de tendência. Apenas como informação pontual respeitando o período (mês-ano) de sua referência, e quando adicionadas faixa(s) de horário(s) e praça(s), essas deverão ser consideradas, mas nem sempre existirão, pois dependiam da disponibilidade da informação. Além disso, vale destacar:

- O objetivo maior desse item foi atestar a afirmação feita ao longo da pesquisa sobre o sucesso alcançado pelo canal em sua trajetória de uma década e como se firmou entre os principais da televisão por assinatura no país, excluindo as informações auto publicadas pelo próprio canal em seu site na Internet dedicado aos anunciantes;
- As informações são publicadas de forma esporádica por cada coluna, não sendo possível comparar períodos iguais de um ano contra outro;
- O período observado abrange de 2018 (início de preparação da pesquisa) até 2021 (período das aulas no PPGCOM, início oficial do pré-projeto, aprovação do projeto e desenvolvimento da pesquisa);
- Essa é uma análise qualitativa, inclusive por falta de base de dados, portanto, os intervalos não são padronizados entre os meses e informações muitas parecidas foram descartadas por não acrescentarem detalhamentos adicionais;
- Por opção em função da dificuldade na obtenção de dados, adotada uma única metodologia de medição da audiência, a mais tradicional.

A seguir, entre 02/08/2019 a 07/05/2021, foram selecionadas seis matérias de uma mesma fonte com dados de audiência da televisão por assinatura. A *Tabela 3* enuncia os 20 canais menos assistidos, e o *Canal Viva* não aparece nem entre as 30 primeiras posições da lista, que é o total disponibilizado na matéria.

Já as demais tabelas (4 a 7) trazem os *rankings* entre os 10-20 canais mais assistidos da televisão por assinatura. Apesar das tabelas 5 e 6 mostrarem medição feita na Grande São Paulo, e as demais nas 15 praças da Região Metropolitana que compõem a medição Brasil, isso não

interfere nas primeiras posições, dada a representatividade de domicílios sintonizados em São Paulo, segundo informações da Kantar e transcritas nas matérias, todas devidamente indicadas abaixo de cada uma das tabelas.

Importante considerar que estamos assumindo a posição final obtida pelos canais, conforme posição no *ranking* divulgado pela Kantar e pelos jornalistas, independentemente de fatores misóginos que tenham ocorrido no período. Por exemplo, os canais de esportes sofrem da sazonalidade de determinados eventos e transmissões. Para fazer essa análise em relação ao desempenho do SporTV e FoxSport, deveríamos ter a programação diária completa do período, dentro das faixas de horário da medição, quando indicado, o que não compete ao escopo da análise aqui proposta.

Iremos apenas manter os comentários já oferecidos pelo jornalista no momento de divulgação dos dados, e que já provêm do instituto de mensuração, que possuem a base histórica e a capacidade analítica para essa inferência de comentários.

Nos *rankings* de canais mais vistos, sempre há no mínimo 3-4 canais da Globosat. Já no ranking dos 20 canais menos vistos (*Tabela 3*), nenhum pertence à operadora. Essa medição não específica o período, e podem ter canais com audiências ainda menores sem aferição.

Tabela 3 - Os 20 canais pagos menos vistos no Brasil

Ranking	Canal	Audiência	Ranking	Canal	Audiência
1	Woohoo	0,00	11	FoxSports 2	0,06
2	Syfy	0,02	12	AMC	0,06
3	Max	0,02	13	H2	0,07
4	BandSports	0,02	14	ESPN	0,07
5	E!	0,04	15	HBO2	0,08
6	MaxPrime	0,05	16	HBO	0,09
7	TCM	0,05	17	Disney XD	0,10
8	TBS	0,05	18	NatGeo Wild	0,10
9	Telecine Cult	0,05	19	MTV	0,11
10	Lifetime	0,06	20	A&E	0,11

Fonte: Coluna UOL Splash de 02/08/2019. Disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2019/05/02/traco-no-ibope-os-20-canais-menos-assistidos-na-tv-paga-no-brasil.htm>>. Acessado em 18/05/2021.

Dos dez canais mais vistos em março de 2019 (*Tabela 4*), cinco pertencem à Globosat e são de gêneros distintos, como o SporTV (esportes), *Canal Viva* (telenovela e humor), GloboNews (notícias), Megapix (filmes) e Globo (infantil).

Tabela 4 - Os 10 canais pagos mais vistos no Brasil (março/2019)

Ranking	Canal	Audiência	Ranking	Canal	Audiência
1	Discovery Kids	1,01	6	GloboNews	0,60
2	Cartoon Network	0,91	7	TNT	0,57
3	SporTV	0,82	8	Megapix	0,55
<b>4</b>	<b>Viva</b>	<b>0,67</b>	9	Gloob	0,51
5	AXN	0,66	10	Discovery Channel	0,47

Fonte: Coluna UOL Splash de 25/04/2019. Disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2019/04/25/dos-10-canais-mais-vistos-da-tv-paga-6-sao-da-globo-veja-ranking.htm>>. Acessado em 19/05/2021.

Os canais SporTV e Discovery Kids se revezaram no primeiro semestre de 2019 na primeira posição (*Tabela 5*). Porém, o destaque em maio foi o *Canal Viva* que ultrapassou pela primeira vez o Cartoon Network, assumindo a terceira posição de mais assistido do país, antes mesmo do período pandêmico, o que já infere um aumento orgânico de audiência do canal.

Tabela 5 - Os 20 canais pagos mais vistos no Brasil (maio/2019)

Ranking	Canal	Audiência	Ranking	Canal	Audiência
1	SporTV	0,95	11	Universal Channel	0,46
2	Discovery Kids	0,94	12	Discovery Channel	0,45
<b>3</b>	<b>Viva</b>	<b>0,91</b>	13	Nickelodeon	0,45
4	Cartoon Network	0,85	14	Discovery H&H	0,44
5	AXN	0,64	15	FoxSports	0,44
6	TNT	0,61	16	Space	0,37
7	GloboNews	0,59	17	Warner Channel	0,36
8	Fox	0,58	18	Multishow	0,35
9	Megapix	0,56	19	Telecine Action	0,31
10	Gloob	0,47	20	SporTV 2	0,30

Fonte: Coluna UOL Splash de 12/06/2019. Disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2019/06/12/ranking-tv-paga-viva-passa-cartoon-no-ibope-veja-30-canais-mais-vistos.htm>>. Acessado em 26/05/2021.

A exemplo da audiência de março/2019 (*Tabela 4*), dos dez canais mais vistos no mês na Grande São Paulo (*Tabela 6*), quatro pertencem à Globosat e são de gêneros distintos, GloboNews (notícias), *Canal Viva* (telenovela e humor), Multishow (variedades), Megapix (filmes) e Globo (infantil). Os dois últimos se revezaram, ocupando cada um apenas uma vez o *ranking*.

Reforçando que a audiência da Grande São Paulo é tão expressiva quanto a audiência de todo o Brasil, dada a enorme concentração da base de assinantes, e para os canais representa o maior mercado investidor de publicidade. É considerado o mercado quente.

Vale também pontuar o destaque para a GloboNews, com a cobertura dos primeiros trinta e poucos dias de pandemia. A então recém-inaugurada CNN Brasil<sup>189</sup>, também com a mesma cobertura já nasceu aparecendo respectivamente em 4º e 3º lugares nas duas medições realizadas. Essa indicação é importante para que a leitura seja feita tendo em mente o início do efeito *lockdown*, e consequente *home-office* nas regiões metropolitanas, justamente onde estão concentrados os assinantes de televisão paga. Mais pessoas em casa em tempo integral, estímulo ao maior consumo de forma uma maneira nunca antes vista.

Tabela 6 - Os 10 canais pagos mais vistos na Grande São Paulo (abril/2020)

24 horas do dia			Entre 7h e 0h		
Ranking	Canal	Audiência	Ranking	Canal	Audiência
1	GloboNews	0,98	1	GloboNews	1,30
<b>2</b>	<b>Viva</b>	<b>0,70</b>	<b>2</b>	<b>Viva</b>	<b>0,70</b>
3	Multishow	0,48	3	CNN Brasil	0,60
4	CNN Brasil	0,47	4	Discovery Kids	0,50
5	Cartoon Network	0,46	5	Cartoon Network	0,50
6	Discovery H&H	0,44	6	Gloob	0,50
7	Discovery Kids	0,41	7	Discovery H&H	0,50
8	Megapix	0,41	8	AXN	0,50
9	Discovery Channel	0,40	9	Discovery Channel	0,50
10	Nickelodeon	0,40	10	Megapix	0,40

Fonte: Coluna UOL Splash de 05/05/2020. Disponível em <https://www.uol.com.br/splash/noticias/oops/2020/05/05/ranking-os-10-canais-mais-vistos-da-tv-paga-em-sao-paulo-em-abril.htm>. Acessado em 18/05/2021.

<sup>189</sup> A emissora iniciou sua transmissão ao público em 15/03/2020.

Aberto por dia (*Tabela 7*), a medição detalha um pouco mais do comportamento da audiência visto na *Tabela 5*. Em função da pandemia, houve uma disparada na audiência dos canais de notícias, ultrapassando os dois gêneros historicamente mais vistos: esporte e infantil. Outro fator foi a abertura do sinal gratuito de alguns canais considerados *premium*, como Telecine e TNT, melhorando o desempenho dos mesmos por um fator de oportunidade.

O *Canal Viva* segue nas 2ª e 3ª posições. Apesar de sempre estar entre os cinco primeiros canais, certamente o período de isolamento social também beneficiou a sua audiência.

Tabela 7 - Os 10 canais pagos mais vistos na Grande São Paulo (de 6-8 de abril/2020)

7-0h	6/4		7/4		8/4	
Ranking	Canal	Audiência	Canal	Audiência	Canal	Audiência
1	GloboNews	1,420	GloboNews	0,940	GloboNews	1,214
2	CNN Brasil	1,013	<b>Viva</b>	<b>0,750</b>	<b>Viva</b>	<b>0,896</b>
3	<b>Viva</b>	<b>0,693</b>	CNN Brasil	0,679	0,60	0,643
4	Telecine Premium	0,635	Gloob	0,644	CNN Brasil	0,578
5	Discovery Kids	0,627	Discovery Kids	0,518	Discovery Kids	0,578
6	Universal Channel	0,554	Cartoon	0,509	Gloob	0,574
7	Nickelodeon	0,542	Telecine Premium	0,461	AXN	0,551
8	AXN	0,495	Telecine Pipoca	0,448	Telecine Premium	0,48
9	Multishow	0,481	Universal Channel	0,440	Telecine Pipoca	0,532
10	Space	0,440	TNT	0,426	Multishow	0,523

Fonte: Coluna UOL Splash de 10/04/2020. Disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2020/04/10/ibope-da-tv-paga-veja-dois-dias-no-ranking-em-sao-paulo.htm>>. Acessado em 26/05/2021.

À frente, tanto em audiência, quanto em *share* (participação em % no total de TVs pagas) está o *Canal Viva* (*Tabela 8*). Segundo Feltrin (UOL; 2021)<sup>190</sup>, responsável pela matéria “*O Canal Viva se firma como o novo canal queridinho do país nos meses da pandemia e, mais uma vez, está no topo da tabela.*”

Assim como nos rankings acima ilustrados, a Globosat está bem representada. Dos dez primeiros canais, ocupa seis posições com a chegada do canal de filmes e séries Universal TV.

<sup>190</sup> Endereço para acesso à matéria indicado abaixo da Tabela 8 em ‘fonte’. Nela há lista com os 50 canais pagos mais vistos em abril de 2021. Por opção, adotou-se apenas os 10 primeiros por ser o suficiente para a análise.

Tabela 8 - Os 10 canais pagos mais vistos no Brasil(abril/2021)

Ranking	Canal	Audiência	Share
1	Viva	0,26	0,70%
2	GloboNews	0,23	0,55%
3	Multishow	0,21	0,55%
4	Discovery Kids	0,16	0,43%
5	Universal TV	0,16	0,42%
6	Cartoon Network	0,15	0,39%
7	AXN	0,15	0,39%
8	Discovery Channel	0,14	0,37%
9	SporTV	0,13	0,35%
10	Megapix	0,13	0,34%

Fonte: Coluna UOL Splash de 07/05/2021. Disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2021/05/07/tv-por-assinatura-veja-os-50-canais-mais-vistos-no-pais-em-abril.htm>>. Acessado em 19/05/2021.

O *Canal Viva* tem buscado desdobrar seu conteúdo nas redes sociais virtuais, levando não apenas a comunicação institucional, como desmembrando as telenovelas em fragmentos além de anúncios convencionais, seus personagens, tramas e as situações de obras criadas antes mesmo da existência dessas redes, gerando situações que buscam dialogar com os fãs que respondem às suas preferências, restrições e sentimentos. Importante reforçar que parte dos fãs nasceu depois da exibição original<sup>191</sup>. Assim a transmidiação se faz além de conteúdo e canal, resgate e atemporalidade, traz à cena virtual personagens criados exclusivamente para a televisão, os perpetuam e os fazem conversar em novas plataformas e linguagem, sem perder o principal, aquilo que os levou até lá, a personalidade, é assim, por exemplo, com personagens como Odete Roitman e Mordomo Eugênio de *Vale Tudo*. Se torna *cult* nas redes sociais, ainda que datem dos anos 80, são atuais para dialogar. Segundo Parada & Amaral, isso reforça a ideia de que mesmo que o produto seja consumido por meio de outras plataformas, é no ambiente digital que ele é discutido, julgado, compartilhado (2015, pg. 10). Isso reforça também que o rever vai além da nostalgia, está vinculado também a ideais, crenças e representação, algo muito comum especialmente com os personagens-vilões.

<sup>191</sup> MENDONÇA, Martha. **O futuro da novela**. Revista *Época*. Revista Superinteressante. De 29/05/2011. Disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI236884-15220,00-O+FUTURO+DA+NOVELA.html>>. Acessado em 16/05/2021.

Veja o exemplo da telenovela *O Cravo e a Rosa* (2000-2001)<sup>192</sup>. A trama era um *remake* montado a partir de *A Indomável* (1965)<sup>193</sup> e *O Machão* (1974-1975)<sup>194</sup> e foi reprisada no *Vale a Pena Ver de Novo* em 2003, registrando uma das mais altas audiências da faixa vespertina na década de 2000. Voltou na mesma faixa entre 2013-2014, e depois em 2019 chegou ao *Canal Viva*. Segundo Padiglione (Folha; 2020)<sup>195</sup>, ela passou a ser a telenovela de maior audiência da história do canal, ajudando a fechar o ano de 2020 na liderança absoluta de audiência, tanto em São Paulo, quanto em Território Nacional. Segundo crítica do site Teledramaturgia<sup>196</sup>, ela alavancou a audiência no horário das seis como poucas vezes se viu. Ou seja, uma telenovela com 20 anos de existência, reprisada em média a cada quatro anos e ainda bate recordes de audiência é um excelente caso para ser aprofundado junto aos telespectadores da trama: *quais suas motivações? O que ainda chama a atenção? Por que não veem algo inédito?*

Outro exemplo mais recente e distante foi *O Salvador da Pátria* (1989). Na estreia, 12/04/2021, manteve o *Canal Viva* na liderança da televisão por assinatura nos dois horários de exibição, alcançou mais de 1 milhão de pessoas, foi a segunda melhor estreia histórica na faixa das 14h30, perdendo apenas para *Torre de Babel* (1998-1999). Talvez o sucesso da trama também possa ser atribuído ao seu contexto político versus o momento então vivido pelo país. Até 1990 houve em muitas produções um tom ‘nacional-popular’, que somadas às características de elementos da história brasileira sempre estiveram presentes nas telenovelas como uma marca local do gênero (HAMBURGER, 2005, pg. 149).

É compreensível - assim como de forma mais ou menos indireta foi abordado em outras obras dramáticas -, a figura de Sassá pode ir além da memória, despertando um apelo com o contemporâneo, com a situação do tempo presente e histórico, afinal, seu personagem, o homem simples que vira político e acredita na justiça e na equidade se confronta com a figura corrupta do deputado Severo Toledo Blanco (Francisco Cuoco), uma analogia a uma centena de políticos e suas atuações nos bastidores político e social em busca de benefícios próprios com o dinheiro do povo. Se já estamos em 2021, as artimanhas do deputado fictício estão à exaustão em denúncias, CPIs, relatórios, pedidos de cassação, mostrando que em 30 anos o contexto político brasileiro segue igual. Por isso, é preciso pensar que história e memória são indissociáveis, inclusive para entender como certas decisões, movimentos ou fatos ocorreram.

<sup>192</sup> Telenovela de Walcyr Carrasco e Mário Teixeira. Exibida de 26/06/2000 a 10/03/2001, na Globo, 18h, 221 capítulos.

<sup>193</sup> Telenovela de Ivani Ribeiro. Exibida de março a abril/1965, na Excelsior, 19h30, 36 capítulos (estimado).

<sup>194</sup> Telenovela de Sérgio Jockyman. Exibida de 05/02/1974 a 15/04/1975, na TV Tupi, 20h30, 371 capítulos.

<sup>195</sup> Matéria disponível em <<https://f5.folha.uol.com.br/columnistas/cristina-padiglione/2020/01/o-cravo-e-a-rosa-se-torna-a-novela-de-maior-audiencia-da-historia-do-canal-viva.shtml>>. Acessado em 28/05/2021.

<sup>196</sup> Crítica disponível em <<http://teledramaturgia.com.br/o-cravo-e-a-rosa/>>. Acessado em 28/05/2021.



Assim como a telenovela, é também uma inspiração da sua época, e por outro lado, se torna atemporal em muitos aspectos, quando determinadas ‘coisas’ não mudam.

Na faixa vespertina, *O Salvador da Pátria* (1989) aumentou a audiência em 14% em relação as últimas quatro semanas, e de madrugada em 11%, lembrando que começa à 0h45. Essa telenovela está entre as mais pedidas, foi reapresentada no *Vale a Pena Ver de Novo*, dez anos após sua veiculação original em uma edição que reduziu nada menos do que 100 dos seus 186 capítulos, exibindo apenas 87.

Ainda segundo Hamburger, outra referência da mesma época é *Que Rei Sou Eu?* (1989)<sup>197</sup>, que apesar da roupagem fictícia não escondeu referências explícitas à corrupção, se assemelhando em muito com o momento político da época (2005, pg. 151). Assim como outras questões históricas do país já foram tema como a migração de nordestinos para a região Sudeste em busca de melhores condições de vida, a prosperidade de classes mais baixas que passaram a ter melhora no poder de consumo, e ainda que caricatos, personagens políticos representando a baixa credibilidade dada ao papel no cenário nacional. Por isso pensar que a máxima ‘a ficção imita a realidade’ (ou vice-versa) é algo totalmente compreensível.

Através da #OSalvadorDaPátriaNoVIVA é possível ter acesso a um repertório de informações, que sem essa reprise, não teríamos. Os comentários trazem referências ao capítulo que está sendo exibido, à circulação de informações de outras mídias, o que está na TV se discute nas plataformas digitais online, mas também se amplia o debate. Especialmente nessa trama a audiência tem se defrontado com questões políticas e sociais da contemporaneidade. Através de uma telenovela de 1989 é possível ver surgir nas redes sociais virtuais uma série de debates análogos ao cenário de 2021. Os telespectadores enxergam no comportamento dos personagens fictícios os atores da vida real.

Portanto, não é apenas uma questão de audiência buscar entender esse desdobramento na boa ou má aceitação (ou recepção) de uma trama, é também estudar a relação histórica e política, afetiva e emocional da memória dos telespectadores para compreendermos como isso altera o comportamento e provoca reações a partir de uma reprise (BRESSAN JÚNIOR, 2017, pg. 16), e, ainda que haja um hiato de mais de trinta anos em que diferentes gerações, através de diferentes meios passam a dialogar, a partir de personagens reais e fictícios, falas fictícias servem para gerais diálogos reais.

---

<sup>197</sup> Telenovela de Cassiano Gabus Mendes. Exibida de 13/02 a 16/09/1989, na Globo, 19h, 185 capítulos.

### 4.1.3. A relação com os fãs

Talvez pela temática de seu produto principal, a telenovela reprisada e as afetividades que a contornam para muitos dos telespectadores, o *Canal Viva* parece ter conquistado fãs bastante participativos. Eles são ‘cobradores’ do canal a partir dos direitos que imaginam terem adquirido em função da relação estabelecida, e das próprias promessas realizadas pelo canal quando não são cumpridas como o cancelamento, a troca ou o adiamento de reprises já anunciadas, até mesmo já veiculadas em suas vinhetas e/ou redes sociais virtuais, afinal, como diz Castells, na era da Internet, pela primeira vez, a comunicação é de muitos para muitos e no momento escolhido (2001, pg. 16)<sup>198</sup>.

Apresentado por Parada e Amaral no evento Alcar 2015, o estudo *Fãs Organizacionais e memória: uma perspectiva de relacionamento com as mídias sociais. Observações a partir do estudo do Canal Viva* parte dos temas de *fandom*, memória e comunicação organizacional para criar dez pontos, dos quais destaco cinco que apoiam exemplos de comportamentos paralelamente mapeados nas interações dos fãs do canal nas redes sociais virtuais. A escolha pelo trabalho da dupla como base, ao invés de outra literatura, foi justamente por terem atuado no universo de fãs, objeto da pesquisa do *Canal Viva*. Já as obras adicionadas como exemplos aos itens não fazem parte da pesquisa deles, ficando a cargo da interpretação desse autor estabelecer essa associação. São eles:

1. *Trocas simbólicas em relação à organização*: os fãs se reúnem em torno de um bem simbólico a fim de resgatá-lo, discuti-lo e recriá-lo (pg. 8-9), ainda que se deparem com conteúdos abordados em algumas dessas telenovelas dos anos 1980 e 1990 que parecem não fazer sentido em 2021 (ou na última década), dada a evolução da nossa sociedade em questões e aspectos civis, religiosos, políticos e morais. É justamente o que os fãs têm resgatado com a reprise de *O Salvador da Pátria* (1989) ao falar sobre relações sexuais forçadas entre esposa e marido, o que nos dias de hoje até configuraria estupro, analogias ao personagem Sassá e o ambiente político que ele se envolve em relação ao atual cenário político, especialmente na esfera do Governo Federal.
2. *Críticas ao mercado e à organização*: o fã usa o elemento político a seu favor (pg. 09). O caso mais emblemático foi em 2018 com a telenovela *Bebê a Bordo* (1988-1989), já que o posicionamento comercial do canal sempre foi a reprise integral, incluindo ações de merchandisings, inclusive de marcas e produtos que já não existem mais. Tudo

---

<sup>198</sup> Texto original e completo em espanhol: “Internet es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global.”

começou no capítulo de 30/04/2018, com a abertura exibida apenas no final do primeiro bloco, a numeração de capítulos, sempre presente, desapareceu da tela e pularam o bloco que apresentava as cenas do capítulo seguinte. Além disso, os fãs constataram cenas emendadas com o áudio do ‘voltamos a apresentar’ ao fundo, numa evidente pressa de acelerar a exibição. Claro, tanto a decisão quanto a edição couberam à Globo, atendendo ao pedido do *Canal Viva*. Segundo eles, em troca de mensagens nas redes sociais virtuais, o principal motivo parece ter sido uma rejeição ao texto de 1988, que pareceu pesado demais 30 anos depois<sup>199</sup>.

A polêmica foi tão grande que o canal seguiu com a versão editada até o final, e nunca se soube de verdade se foi uma tentativa de adiantá-la frente a uma expressiva queda de audiência, se foi teste para sentir como seria recebida uma telenovela editada ou mesmo se foi o excesso de reclamações dos telespectadores por causa do texto mais debochado e com certas conotações hoje consideradas politicamente incorretas.

Além da fuga da audiência, parte do público usou as redes sociais virtuais para se manifestar contra o canal. Ainda que no *streaming* os capítulos estivessem disponíveis na íntegra, foram retirados do ar logo após os 30 dias de término da reprise, fato também inédito. De outro lado, roteiristas reclamaram não apenas da quebra de compromisso do canal, como também ficaram preocupados se isso era uma mudança na escolha das obras a serem reprisadas pelo canal, que passariam a ser mais conservadoras e com cortes, a exemplo do *Vale a Pena Ver de Novo*. Não apenas os fãs do canal se sentiram traídos acusando-o de usar a lógica dos canais abertos na busca da audiência, como criaram uma campanha com a própria identidade visual do canal pedindo a exibição integral da telenovela (*Figura 6*).

A televisão não se livra da suspeita de que sempre há operações de edição, correção de luz, sobreposições, fusões, montagem das imagens para ajustar sequenciamento (SARLO, 1997, pg. 71) das cenas em programas gravados, o que para o *Canal Viva* que trabalha com exibição de material pronto, material de reprise, essa não deveria ser uma preocupação, muito menos um problema para sua imagem. Não foi o que aconteceu com a reprise de *Bebê a Bordo*.

---

<sup>199</sup> Várias matérias foram veiculadas em sites especializadas, sendo escolhida da Folha de São Paulo para exemplificar. Disponível em <<https://telepadi.folha.uol.com.br/em-decisao-inedita-viva-retalha-reprise-de-bebe-bordo-rejeitada-por-audiencia-conservadora/>>. Acessado em 01/04/2021.

Figura 6 - Comunicação criada pelos fãs para protestar contra o Canal Viva



Fonte: Blog do Stycer de 01/05/2018. Disponível em <https://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2018/05/01/canal-viva-usa-logica-da-tv-aberta-para-cortar-e-encurtar-bebe-a-bordo/>. Acessado em 19/05/2021.

3. *Socialização*: a predisposição para estabelecer trocas dialógicas, a tentativa de se estabelecer conversas (pg. 9). Geralmente isso acontece a pedido dos fãs questionando o canal em relação a lançamentos ou escolhas futuras, ou mesmo sugerindo como algumas iniciativas devem acontecer ou poderiam vir a ocorrer. É a cultura participativa definida por Jenkins como aquela em que os fãs (e outros) são convidados a participar da criação e da circulação de novos conteúdos (2009, pg. 378). Quando o canal antecipa demais a divulgação das próximas estreias já divulgando oficialmente o(s) substituto(s), isso parece irritar os fãs que gostam de especular *qual será a próxima novela?*

Nesse exercício de contínua especulação há evidências de fãs bastante ativos que criam campanhas para o canal reprisar telenovela X e Y, especialmente no YouTube e Twitter, estimulam debates para escolhas nas redes sociais virtuais, entre outras muitas interações voluntárias. Quando o canal faz essa antecipação, tira essa oportunidade (e momento) de realização dos fãs, pois através também desses fãs mais ativos, outros interagem trazendo reminiscências de que “*gostaria de ver a telenovela X por que na época ainda estava no colégio*” ou “*por que sua mãe não deixava ver pelo excesso de beijos.*”

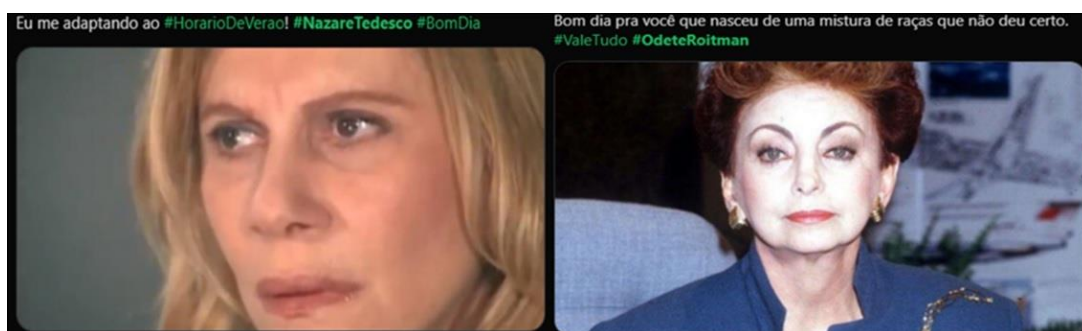
São exemplos sutis e que materializam a relação fã-memória-telenovela promovida pelo canal em um ambiente fora da televisão e até mesmo da atividade da reprise em si, e como diz Lopes, esse ambiente *web* é favorável à atuação criativa que incentiva novas apropriações e, modifica a condição da comunicação emissor-mensagem-receptor (2009, pg. 407), e ainda que haja curadoria em algumas dessas

plataformas, o papel de emissora se tornou algo mais acessível, mais democrático, fora dos meios de comunicação de domínio.

4. *Recirculação de conteúdo da organização*: a recirculação de conteúdo a partir da produção de sentido em relação à narrativa da telenovela, o produto midiático (pg. 09-10) é sem dúvida o item mais relacionado não à obra, mas aos personagens em si, especialmente aos vilões, pois o público torce por suas ações, algumas vezes gerando ondas de empatia, e mesmo ao fim da telenovela são evocadas em *hashtags*. Que nada mais são do que palavras ou frases-sínteses de determinado evento, pessoa ou situação precedida do #, imagens estáticas como fotos ou editadas em formato de memes, ou animadas como vídeos, GIFs, uso de #NazaréTedesco e #OdeteRoitman, são exemplos de *conteúdo gerado pelo usuário* (JENKINS, 2009, pg. 376).

Isso porque os fãs se apropriam da personalidade, do vocabulário e expressões de identificação e por vezes passam a comentar preferências e restrições usando o que seria a voz desses personagens. Veja nos exemplos abaixo (*Figura 7*) como os fãs usam as imagens e vocabulários a partir da personalidade das três personagens para interagir nas suas redes, sem que o assunto seja a telenovela em si. *Nazaré Tedesco* (Renata Sorrah) de 2004-2005 é conhecida por suas caras de estranhamento e confusão enquanto pensava, e *Odete Roitman* (Beatriz Segall) de 1988-1989 por achar o Brasil e os brasileiros pobres. Assim, uma massa de telespectadores e usuários se apropriaram dessas personagens, mantendo-as vivas fora de suas diegeses e de seus tempos.

Figura 7 - Postagens de usuários com #NazareTedesco e #OdeteRoitman



Fontes: Twitter, ocultados os nomes dos usuários responsáveis pela postagem por falta de autorização. Disponíveis em <<https://twitter.com/tiaonoveleiro/status/787634427211948032>> e <<https://twitter.com/Shymenne/status/1285182045128458240>>. Acessados em 28/05/2021.

5. *Tentativa de diálogo com a organização* (pg. 11): a partir do momento em que o telespectador se envolve emocionalmente com a trama e/ou determinado personagem, cria laços, se engaja, vira fã, vai explorar ao máximo tudo o que for oferecido (LOPES

et al., 2015, pg. 18), tudo que for possível absorver além da narrativa, da diegese. E vão além, eles também assumem papel de detetives e buscam ter respostas para aquilo que ainda não está claro, no caso do *Canal Viva*, entre as várias indagações dos fãs, há dois questionamentos corriqueiros:

- *Por que a novela não entrou no ar?* Quando os fãs têm a certeza (ou nem tanto assim) de que uma telenovela já está disponível para reprise, porém, nunca foi cogitada e/ou não aparece(u) em possíveis listas de estreias.
- *O que está acontecendo com a novela?* Quando os fãs não têm a confirmação de que a telenovela está disponível para reprise, e começam a especular qual a natureza do problema que pode estar causando o atraso ou a inviabilidade (jurídico, técnico, legal etc.). E aí começam a surgir muitas teorias.

Retomando ao início do estudo, quando falamos de acervo e que muitas obras não têm parcial ou totalmente cópias que permitam a reprise, é uma informação que não está no conhecimento de grande parte dos telespectadores e que de alguma forma vai se consolidando junto à minoria, os fãs. Isso acontece especialmente porque todas as emissoras têm por padrão nunca fornecer para consulta, ou mesmo se pronunciar de forma objetiva sobre o tamanho de seus acervos. Por mais que as emissoras interajam com os fãs em uma enquete virtual, por exemplo, para decidir a próxima reprise, nunca a resposta para a sugestão de um fã é dada com uma mensagem declaratória e definitiva como: *'obrigado pela sua sugestão, mas olha só, é uma pena que isso não vá acontecer pois 30% do material original foi extraviado'*.

Assim, as emissoras deixam a dúvida no ar e os fãs seguem na expectativa, lembrando que o valor da interação pode custar muito menos para a empresa, do que o custo de imagem. Segundo Lopes, do clique em um ícone na interface à uma conversação na janela de comentários, tudo isso são interações (In: LOPES (org.), 2009, pg. 406), tudo isso tem valor. Isso que muitas vezes os fãs esperam, e quando acontece, eles vibram pelo reconhecimento.

A relação dos fãs do *Canal Viva* com os fãs de outros canais que exibem telenovelas, e outros formatos de dramaturgia, parece ser bastante diferente. Parte que aqui o produto já está finalizado, diferente de uma obra original aberta ao engajamento colaborativo, em que a audiência pode expressar e contribuir com o desenrolar das narrativas (GOSCIOLA, 2014, pg. 13). Portanto, esse fã já é consciente de que não pode interferir no rumo da trama ou do personagem, e sua relação com o canal é baseada em

outros valores, muitos deles relacionados às questões da memória e de viver a experiência do rever, pois para parte da audiência, esse telespectador inclusive já conhece o desfecho da telenovela, então talvez não seja expectativa do que virá que o motiva.

Em estudo publicado pela Obitel, “*o receptor jovem ou adulto é visto como “ativo” porque negocia as mensagens a ele endereçadas, não aceitando passivamente a proposta do emissora: rebate, critica, tem suas próprias opiniões sobre temas e situações*” (JACKS, MENEZES E PIEDRAS apud Jacks et al. In: LOPES (org.), 2009, pg. 120). A conclusão acima exemplifica que apesar de estarmos comparando uma obra em andamento e outra finalizada, em analogia à teoria de Eco, à obra aberta e fechada, o fã do *Canal Viva* explicita por meio de suas interações nas redes sociais virtuais ter o mesmo comportamento. Quando não estão satisfeitos com os caminhos da trama, personagem ou determinado núcleo, ele não pode fazer sugestões ao autor, mas a partir dali ele sugere o que poderia ter sido feito, compartilha situações, conflitos e resoluções que o incomodam, e começam a debater com outros telespectadores. É numa perspectiva diferente, porém, com a mesma atitude de telespectador, ele é atuante.

Outro exemplo de apropriação dos fãs do canal nas redes sociais virtuais está relacionado à criação de conteúdo. Não é difícil encontrar nas redes sociais virtuais perfis de quadros análogos aos existentes em programas do gênero *Vídeo Show*, como *Túnel do Tempo* (1991), *Roda Outra Vez* (1992), *Bastidores* (1993), *Antes da Fama* (1995), *Pediu Passou* (2016), entre outros. Em comum, seja o *Vídeo Show*, sejam as formas análogas criadas pelos fãs, ambos sempre estão olhando para o passado a partir de um acervo de cenas/obras gravadas, editadas e finalizadas que são organizadas a partir de um roteiro básico, estabelece-se uma narrativa que relembra determinado artista (*‘Tony Ramos’*), tema (*‘Os vilões de Tony Ramos’*) ou situação (*‘As situações mais difíceis vividas por Tony Ramos com seus inimigos’*), por exemplo.

São os produtores (não-oficiais) de conteúdo que seguem mantendo as obras vivas mesmo após o final da reprise do último capítulo, trabalhando essa memória como mercadoria dentro de uma indústria de cultura voraz, sempre em busca de novos floreios (HUYSSSEN, 2014, pg. 139). Voraz esse que conflita e se complementa com o efêmero, a obsolescência, a musealização, a curadoria e a cultura dos fãs.

Outros exemplos de temas comuns debatidos por esses fãs produtores de conteúdo que assumem o papel em nome do canal para gerar debate com outros fãs estão

reunidos abaixo apenas com caráter informativo e todos eles não são exaustivos, por isso a ausência de citações específicas de fontes e referências (ou exemplos). Para essas fãs que produzem o conteúdo, e que obviamente não têm os mesmos recursos tecnológicos e de catalogação das emissoras, atribuo a elas a figura de *arqueólogo de dados* (HUYSSSEN, 2004, pg. 33), ou de *arqueólogo de mídias* (ZIELINSKI, 2005)<sup>200</sup> ou de curador. Como:

- Resumo comentado (ou não) dos capítulos da semana;
- Comentários sobre curiosidades dos bastidores, escalação de elenco, local das filmagens, erros de continuidade, figurantes famosos;
- Homenagens à personagens esquecidas, como vilãs que mereciam ser mais lembradas ou casais que combinaram e que mereciam ter feito mais sucesso;
- Análise de personagens: perfil, estilo, vocabulário e momentos memoráveis;
- Razões de sucesso de uma telenovela, personagem ou núcleo;
- Lista com os maiores fracassos e sucessos de audiência, por faixa de horário, por década, por autor e outras classificações;
- Melhores e piores do ano. No caso das telenovelas reprisadas ainda abre debate para o ano de exibição original e o ano da reprise;
- Especiais temáticos (amor; vingança), datas comemorativas, conflitos;
- Lista das melhores, piores e avaliações de aberturas, trilhas sonoras, locações, tramas, segredos e personagens;
- Novelas atemporais, clássicas, e os motivos que a tornaram marcantes;
- Temas tabus, momentos de polêmica ou mal-estar.

Além disso, compartilham a experiência de rever a telenovela, o que acham dos personagens, da trama, dos núcleos, da trilha sonora, da produção entre outros, na visão do antes e hoje, trazendo a perspectiva se continuam gostando, se passaram a gostar ou não, e geralmente fazem em duplas ou trios de fãs, trocando percepções e memórias entre eles, entrelaçando a memória coletiva, a memória vivida, a memória imaginada, a memória artificial (ou digital).

Nesse tipo de debate com o abastecimento e troca de informações, conhecidas ou não de cada interlocutor, fica difícil saber o que é puro da memória de cada um, porque há um processo de retroalimentação contínuo estimulado a partir da fala do(s) outro(s), então muitas vezes as concordâncias ou discordâncias nem sempre são genuínas, seguem o ‘efeito de

---

<sup>200</sup> O uso da terminologia arqueólogo de mídias de *Siegfried Zielinski*, não se fez pela sua definição exata, e sim por analogia. Primeiro pela atividade do arqueólogo, aquele que investiga, analisa. Segundo pela especificidade do meio, a mídia, no caso, o produto telenovela desdobrado em vários meios.



manada' ao ser lembrado por alguém do grupo. Essa exemplificação de conteúdos acima, são todos reais a partir da coleta de amostra em perfis de fãs no YouTube. Muitos se assemelham inclusive a quadros que o *Canal Viva* criou como extensão das narrativas de suas telenovelas, especialmente o que será visto no próximo subcapítulo, no grupo *Grupo 2: reminiscências* e *Grupo 3: mediação e interação*. Tanto é verdade que alguns dos produtos que serão analisados são veiculados exclusivamente nas redes sociais virtuais do canal (descritas abaixo).

Como bem disse Huysen, o uso da memória e do passado é sempre em tempos presentes e tardios, nunca é neutra, e por mais objetiva que pretenda ser, está sujeita aos interesses e usos funcionais específicos (2014, pg. 181). Especialmente nesse formato, quando um determinado interlocutor pergunta sobre um assunto, muitas vezes o outro pode se sentir intimidado de não saber ou mesmo de lembrar de forma tão fragmentada que essa memória é restituída a partir da referência do outro, justamente a construção da memória coletiva dita por Halbwachs.

Como citado em várias passagens do trabalho, paralela à exibição na televisão, a estratégia do canal está vinculada a outros dois pilares: *streaming* e redes sociais virtuais. Criando uma unicidade de comunicação visual e textual nas seguintes plataformas e perfis:

- **VivaPlay:** desde 2018, qualquer usuário que digite o endereço do site da Internet do *Canal Viva*, <<http://www.canalviva.com.br/>>, é redirecionado para a página inicial do canal batizada de *VivaPlay* dentro do *streaming* Canais Globo que reúne todos os canais da televisão por assinatura da Globosat e conteúdos que não estão disponíveis no Globoplay. O acesso também pode ser direto pelo endereço <<https://canaiglobo.globo.com/c/viva/>>. Apesar de estar hospedado dentro do Canais Globo, a proposta visual da comunicação dá a entender que o *VivaPlay* é um *streaming* próprio do canal. O que é apenas uma embalagem de marketing, pois na prática até a data de finalização dessa pesquisa assim não o era.
- **Perfil @canalviva do Twitter:** seu conteúdo é extremamente alinhado com o tipo de conteúdo da plataforma, da divulgação de programas, novidades e da interação com os mais de 321 mil seguidores<sup>201</sup> e usuários avulsos que não obrigatoriamente são seguidores. Entre seus conteúdos estão sempre elementos populares e característicos a esse meio como memes, imagens em Gifs, cenas avulsas de telenovelas gerando novos conteúdos como enquetes, votos de 'feliz aniversário' para grandes estrelas, acontecimentos, mas tudo sem dar *spoiler*, algo extremamente rechaçado pelo público de produtos audiovisuais em qualquer situação.

---

<sup>201</sup> Total de 321.944 mil seguidores na conta <<https://twitter.com/canalviva>>. Extração de 06/08/2021.

Recentemente com a reprise da primeira edição do Big Brother Brasil, o perfil acabou misturando bastante do seu conteúdo. Antes, majoritariamente focado em telenovelas, humor e *Malhação* (temporadas variadas). Aqui percebe-se um apelo muito forte da memória nas postagens do canal para gerar interação.

- **No perfil do Instagram, /canalviva:** com cerca de 1,2 milhão de seguidores<sup>202</sup> que acompanham ao longo do dia postagens que mesclam fotos e vídeos, alguns são réplicas das postagens do Twitter. Apesar de ter interação, esse volume é menor e seu uso é muito mais visual. Diferentemente do Twitter, aqui as novas cores vibrantes do canal estão menos presentes, fugindo um pouco do padrão visual tão bem explorado nas outras redes sociais virtuais.
- **No perfil do Facebook, /canalviva:** com 5,060 milhões de seguidores<sup>203</sup> e mais de 3,360 milhões de curtidas, num conteúdo que replica as postagens do Twitter. O que se percebe é que por perfil de público, o conteúdo das interações dos seguidores nas duas redes sociais é diferente<sup>204</sup>. No Twitter, seguindo a lógica de 240 caracteres e da conversa sequenciada, as conversas parecem ser mais curtas, tempestivas e sequenciadas, enquanto no Facebook os textos são mais extensos e até o tipo da escrita é diferente, talvez reforçando a ideia de que o público mais velho interage via Facebook e o público mais jovem via Twitter<sup>205</sup>.
- **No perfil do YouTube, /canalviva,** com 679 mil inscritos e mais de 121 milhões de visualizações desde 2011, o ambiente é a grande vitrine do *Canal Viva* para compartilhar conteúdo do seu carro-chefe, as reprises de telenovelas. Para isso, criou dos subprodutos em seu perfil: #MelhorDoDia e #ResumoDaSemana de todas as telenovelas em exibição, além de várias temporadas da *Malhação*. É também pelo canal que são realizadas várias das iniciativas de uso de imagens de acervo e resgate da memória, como detalhadas em *Grupo 2: reminiscências*.

---

<sup>202</sup> Total de 1.210.821 milhões de seguidores em <<https://www.instagram.com/canalviva/>>. Extração de 27/05/2021.

<sup>203</sup> Total de 5.060.549 milhões de seguidores e 3.362.201 milhões que curtiram a página <<https://www.facebook.com/canalviva/>>. Extração de 27/05/2021.

<sup>204</sup> A adoção de ‘percebe’ no parágrafo é proposital. Dado que o foco da pesquisa não é análise das redes sociais virtuais, e nem houve aqui o uso de uma metodologia específica para isso. Por outro lado, por muitas vezes houve a leitura recorrente de todos esses perfis nas redes sociais virtuais, criando a possibilidade de afirmar sobre a percepção de diferenciação de público e conteúdo citada. Portanto, é uma afirmação qualitativa.

<sup>205</sup> Pesquisas atestam os diferentes perfis de público em cada uma das redes sociais virtuais. O Facebook tem sido entre as maiores a que mais ‘envelhece’ a sua base de usuários. Ainda que não haja um estudo específico para essa afirmação no caso do Canal Viva, há dezenas de matérias, estudos, artigos que vem debatendo sobre isso. Matéria selecionada disponível em <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/quem-vence-o-duelo-entre-twitter-e-facebook-60455/>>. Acessado em 27/05/2021.

## 4.2. Viva, a reprise e a montagem

*“O interesse das gerações mais novas por programas do passado é importante para a construção da identidade nacional. Nossa memória da telenovela é social e afetiva.”*

Maria Immacolatta Vassalo de Lopes (Revista Época, 29/5/2011)

Sem dúvida uma das características mais fortes no time de produção do *Canal Viva* é a criatividade, isso porque o canal veicula conteúdo de acervo da Globo e já faz isso há 11 anos mantendo-se líder dos canais mais vistos em quase todo o período. Então, é de supor que a reprise sozinha pode não ser capaz de atrair público e manter a interação e o diálogo com o telespectador, especialmente na era de redes sociais virtuais, em que tudo acontece muitas vezes em tempo real e é preciso agir, reagir, interagir em uma dinâmica em *looping* que muitas vezes foge ao controle do emissor e do receptor, pois é pública e outros vão se apropriando dela.

Para isso, o *Canal Viva* lida com as dificuldades de ter apenas cenas de arquivos, não poder regravar cenas ou falas adicionais, e, portanto, precisa lançar mão de recursos como a montagem, edição, locução, novos formatos, criação de roteiros a partir de cenas já gravadas entre outros, é aqui denominaremos de ***estratégias da reciclagem e da ressignificação***, e será o foco deste capítulo. Afinal, não é possível reunir em 2021 o casal de protagonistas de 1995 no mesmo contexto da gravação original, ainda que haja um esforço para isso, do ponto de vista financeiro não é nem mesmo factível reproduzir para regravar um ou outro fragmento considerando fidelidade de ambiente cenográfico e caracterização, por exemplo.

Tomo por empréstimo à analogia de Halbwachs da loja de antiguidades (2011, pg. 158) que expõe em seu interior objetos de diversas épocas e temáticas. Assim pode ser visto o *Canal Viva*, onde ‘itens’ de várias épocas distribuídas de forma desordenada (em relação a cronologia) permite ao telespectador (usuário) se surpreender com a experiência de acessar e vivenciar diferentes passados através de telenovelas que são evocadas (chamadas) no tempo presente, opostas as obras originais, e ainda que sejam representações de tempos passados ou futuros, são obras do tempo atual, tem a aura de sua época, e para quem as vê hoje, têm a aura do passado.

Essa miscigenação promovida pelo canal representa a fala de Sarlo ao dizer que setores populares não vivem limitados ao espaço físico do bairro e culturas populares, os artefatos não estão em seu estado puro, estão ‘hibridizados’, ‘mestiçados’, ‘reciclados’, ‘mesclados’ (1997, pg. 101). Outro aspecto é que, ao disponibilizar para sua audiência uma programação vinculada ao passado, contribui para criar no imaginário do telespectador uma celebração ao prazer das

experiências vividas ou sabidas de locais, tempo e hábitos (PARADA & AMARAL, 2015, pg. 13), coisas relacionadas ao período, de como eram, inclusive como forma de ensinar a tradição.

Em pesquisa<sup>206</sup> feita pelo canal entre 13-20/09/2017 com cerca de 900 telespectadores (divididos em fase qualitativa e quantitativa), foi descoberto que o canal possuía vínculos afetivos concretos com seu público. E é justamente esse repertório que podemos localizar contextualizado em todos os exemplos trazidos dentro desse subcapítulo. Com intensidades variadas, é possível notar a intenção de se relacionar junto ao público através desses atributos. Nessa pesquisa (2017, pg. 05), concluiu-se que as narrativas entre canal, telespectador e sua programação estavam apoiadas em narrativas televisuais classificadas como:

- **Clássico:** conteúdos do humor nacional e que despertam memórias;
- **Confiança:** é uma referência de lugar seguro, pois seu conteúdo de alguma forma já é conhecido. Além disso, reforça laços familiares;
- **Aconchego:** lugar de conforto capaz de aproximar diferenças sem gerar embate;
- **Leveza:** conecta a sensação de ingenuidade e ajuda a aliviar o dia a dia; e
- **Reencontro:** reinventa a relação do passado com o presente.

Assim, para entender a proposta de apropriação do *Canal Viva*, a partir do objeto dessa pesquisa, a telenovela reprisada, é proposta uma classificação dela e dos demais produtos audiovisuais do canal que a circulam em cinco grupos para análise. São eles (*Tabela 9*):

Tabela 9 - Agrupamento de produtos audiovisuais do Canal Viva

Grupo	Principais características	Produtos analisados
Grupo 1: carro-chefe, as reprises	As telenovelas reprisadas garantem cerca de 40% da programação diária do canal. A partir delas são realizadas montagens para divulgação no YouTube, além das vinhetas tradicionalmente exibidas nos intervalos comerciais da exibição na televisão de fluxo.	Por escolha metodológica, nenhuma telenovela será analisada como produto individual, assim analisaremos as suas derivações, são elas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resumo do dia</li> <li>• Resumo da semana</li> </ul>
Grupo 2: reminiscências	Explora os aspectos da memória a partir de imagens, <i>quizzes</i> , sons e afetividades, sempre trazendo essas referências a partir de elementos marcantes e pontuais que constituem a composição de uma telenovela, como a música, a abertura ou um personagem, por exemplo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qual é a abertura?</li> <li>• Memória Viva</li> <li>• Antes e depois</li> <li>• As vilãs que amamos</li> <li>• Os casais que amamos (continua...)</li> </ul>

<sup>206</sup> Pesquisa disponível em <[https://anuncie.canalviva.com.br/static/pdfs/MIDIA\\_KIT\\_PESQUISA.pdf](https://anuncie.canalviva.com.br/static/pdfs/MIDIA_KIT_PESQUISA.pdf)> Acessado em 27/05/2021.

Grupo	Principais características	Produtos analisados
Grupo 3: mediação e interação	Traz interlocutores para promover diferentes tipos de interações a partir da temática da telenovela, buscando explorar novos caminhos de integração com as redes sociais virtuais, interação com os fãs e diálogo com público mais jovem.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que pergunta é essa?</li> <li>• Sinceronos no Viva</li> <li>• Viva sem Filtro</li> <li>• Dupla Personalidade</li> <li>• Astro Viva</li> </ul>
Grupo 4: datas especiais	Vinhetas comemorativas no aniversário do canal e algumas datas efemérides, sempre curtas e para períodos sazonais.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dias das mães</li> <li>• Viva 10 Anos - Aberturas Inesquecíveis</li> <li>• Novela Viva 10 Anos</li> </ul>
Grupo 5: trajetórias (coproduções)	Coprodução de conteúdo a partir de entrevistas e material de acervo, criando um diálogo audiovisual entre história e memória.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Damas da TV</li> <li>• Grandes atores</li> <li>• Donos da história</li> </ul>

Fontes: sites do Canal Viva na plataforma Globosat Play e YouTube, *links* descritos na referência.

## Grupo 1: carro-chefe, as reprises

### *Telenovelas*

Esse é o carro-chefe das reprises do canal a partir das telenovelas produzidas pela Globo. Baseado na grade de 17/5/2021 com quatro telenovelas no ar, todas apresentadas em duas faixas<sup>207</sup>, e assim como na veiculação de telenovelas originais nas emissoras abertas ao longo do dia, são veiculadas chamadas do capítulo do dia nos intervalos, são elas:

- *Era Uma Vez* (1998)<sup>208</sup>: exibição das 12:40-13:24 | reexibição das 01:20-02:04
- *Da Cor do Pecado* (2004): exibição das 13:30-14:14 | reexibição das 23:00-23:44
- *O Salvador da Pátria* (1989): exibição das 14:20-15:04 | reexibição das 00:30-01:14
- *A Viagem* (1994): exibição das 15:05-15:49 | reexibição das 23:45-00:29

Além disso, o conteúdo pode ser acessado de forma integrada via *Globoplay*: a disponibilização dos capítulos da próxima semana é realizada em sua maioria no final da semana anterior, sempre após a veiculação do último capítulo que encerra a semana. Os que curtem maratona (conceito de *binge-watching*), como é padrão nas plataformas do gênero, conseguem fazer com recorrência semanal. E no *YouTube* são disponibilizados dois blocos de resumos. O primeiro é chamado de #MelhorDoDia (*Figura 8*) que traz vídeos de 4-6 minutos guiado pelo acontecimento mais ‘quente’ do episódio. Inclusive textualmente antes mesmo de

<sup>207</sup> Conforme programação disponível em <<https://canaisglobo.globo.com/programacao/>>. Acessado em 17/05/2021.

<sup>208</sup> Telenovela de Walther Negrão. Exibida de 30/03 a 03/10/1998, na Globo, 18h, 160 capítulos.

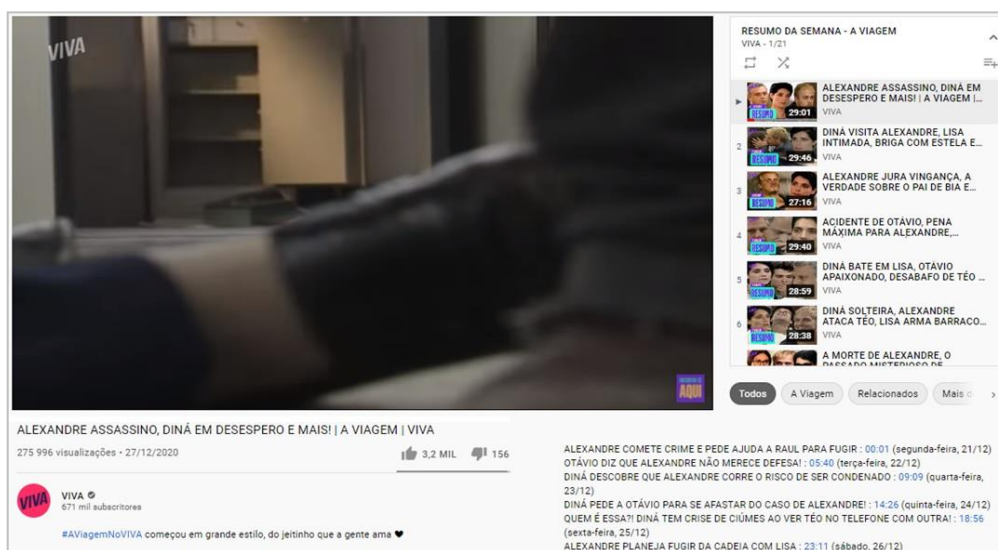
assistir ao episódio já é possível conferir através de uma frase ou palavra aplicada sobre a imagem dos personagens da cena principal do dia (ex.: ciúmes). O segundo, chamado de *Resumo da Semana*, traz um vídeo compilado com todos os vídeos da semana, permitindo localizar no texto da postagem a minutagem de cada episódio (*Figura 9*).

Figura 8 - #MelhorDoDia da telenovela *A Viagem* (eps. 01-04)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=YNc0B2F\\_hwQ&list=PLdTZFZ2urmQotqetEzMLlgx\\_-jCA4sUu9](https://www.youtube.com/watch?v=YNc0B2F_hwQ&list=PLdTZFZ2urmQotqetEzMLlgx_-jCA4sUu9). Acessado em 16/05/2021.

Figura 9 - Resumo da Semana da telenovela *A Viagem* (eps. 01-06)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=SRovkB7wDIY&list=PLdTZFZ2urmQqhQ21\\_pAIh6fXuBTxxtGEB](https://www.youtube.com/watch?v=SRovkB7wDIY&list=PLdTZFZ2urmQqhQ21_pAIh6fXuBTxxtGEB). Acessado em 16/05/2021.

A reprise também permite conhecer ou rever o trabalho de profissionais falecidos, como autores, diretores e atores. Vale lembrar que a formação de muitos desses profissionais vem de primórdios do rádio ou do teatro. Autores que vêm do jornalismo, em muitos aspectos lançaram elementos hoje presentes em parte das nossas telenovelas, foram profissionais-percursores que

então levaram sua arte de origem para a novata televisão e foram construindo a partir do aprendizado e da recepção o ‘modo de atuar na TV’. Lá é possível ver trabalhos de autores falecidos como Ivani Ribeiro, Cassiano Gabus Mendes e Dias Gomes, esse levou o teatro e sua vertente política para a televisão, criou o gênero do realismo fantástico e décadas depois várias de suas obras são clássicas, como *O Bem-Amado*, largamente reprisada e refilmada.

Ivani Ribeiro, ainda lidera na audiência do canal com suas obras, ela que levou temas sensíveis, como o espiritismo para a televisão e fez sucesso em um país de maioria católica. Já Cassiano levou para as telas um humor rasgado que por trás criticava a política, os valores sociais da classe média e a relação com o dinheiro. Infelizmente autores como Janete Clair, Bráulio Pedrosa e Jorge de Andrade não poderão mais transmitir a excelência de suas obras, já que grande parte não existe mais. Todos esses lançaram elementos em suas carreiras de autores que se tornaram ‘escola’ para as gerações futuras de autores. É comum, ao falar de telenovela e reprise, muitas vezes ter associado ao nome do autor um sentimento de “*naquela época que era boa*” ou “*Novela como Janete escrevia não tem mais*”. Isso mostra a força que o autor ganhou através da telenovela brasileira, criando vínculos com as características de sua obra, que é possível quase associar gênero e tema ao autor, ou pelo menos alguns deles construíram essa identidade. Seja Glória Perez com seus temas polêmicos e o merchandising social, ou Manoel Carlos com suas histórias de amor da classe média alta da zona sul carioca.

Também vale lembrar que nos anos 1980, a televisão levou muitas telenovelas (e outros formatos) baseadas em livros e romances, isso fez com que milhares de brasileiros que nunca leram (ou mesmo, não sabiam ler) conhecessem obras clássicas da literatura nacional como Bernardo Guimarães ou Rachel de Queiroz através da experiência oral. Para os críticos da televisão, essas adaptações em muito deturpam a obra original e não têm o mesmo valor da experiência escrita, porém, a despeito de debates sobre cultura e qualidade, é sem dúvida uma possibilidade a mais que a televisão através da dramaturgia ofereceu para muitos, inclusive os analfabetos e incapacitados. E isso não ficou no passado, vale lembrar que a conhecida história de *A Escrava Isaura* (1976-1977) recebeu um *remake* quase 30 anos depois pela Record TV, e ainda assim, se tornou uma telenovela de sucesso no Brasil e fora. Como diz Rosewarne (2020), estamos sempre contando as mesmas histórias apenas com roupagens diferentes. E num país com alta taxa de analfabetismo, baixo índice de escolarização e forte cultura oral, isso parece convergir em muito para a aceitação e fácil compreensão do conteúdo dramático.

Muitos desses autores também colaboraram com retratos sociais e políticos em suas obras na perspectiva do casamento, da ditadura e do estado democrático de direito, das dores e

conquistas das mulheres, do registro e mudança de hábitos e valores, dos impactos econômicos (recessão ou crescimento), a realidade das cidades grandes e do crescimento desordenado, da dificuldade dos imigrantes e da vida rural. De embates sociais e familiares. Enfim, ainda que o tratamento possa ser para muitos, raso, é possível de alguma forma, que certas telenovelas reprisadas também criem reflexões nos dias de hoje à luz de contextos passados, mesmo que pareça uma visão otimista, pessimista ou reflexiva, como a evolução nas questões de gênero e raça, como também seguimos sem evoluir em desigualdade e ética política.

Inclusive, conforme algumas obras mais polêmicas vão sendo exibidas, e como não há edições, um debate cada vez mais forte tem surgido nas redes sociais virtuais entre contrários e favoráveis a esse posicionamento de reprise integral do canal para determinadas cenas, personagens e contextos. Em matéria sobre as polêmicas raciais (UOL; 2021)<sup>209</sup> criadas com a reprise de *Da Cor do Pecado* (2004), em um cenário onde parece não ter certo e errado, pelo menos não ainda, a decisão do *Canal Viva* até o momento foi inserir um aviso em todas as suas telenovelas, uma vez que não tem edição de cenas: “Esta obra reproduz comportamentos e costumes da época em que foi realizada”. Uns criticaram como pouco. Outros disseram ser o suficiente. Outros elogiam a postura do canal, pois segue seu compromisso original em relação à não edição. Certamente é um debate que deve ganhar novos ares a cada obra que for ao ar. Afinal, “*ver uma telenovela reprisada é revisitar uma realidade em que outros padrões de comportamento e regimes de representação davam os contornos dos debates, anseios e moralidades de um tempo passado*” (JACKS et. al, 2020. pg. 66).

### ***Demais reprises***<sup>210</sup>

Diferentes tipos de reprises completam a grade<sup>211</sup> como programas jornalísticos (*Globo Repórter*); *soap operas* (*Malhação* 1995 e 2009); minissérie (*Dalva e Herivelto*); seriados (*Carga Pesada* e *Doce de Mãe*), *reality show* (*BBB1*); humorísticos (*Os Trapalhões*, *Sai de Baixo*, *Chapa-quente*, *Toma Lá Dá Cá*, *A Escolinha do Professor Raimundo* - temporada 1992, *A Grande Família* e *A Diarista*); formatos especiais (*Brava Gente*); infantil (*Flora Encantada* e *Sítio do Pica-pau Amarelo*), parte deles exibidos em duas faixas de horário - pelo menos na data de análise da grade de programação essa foi a conclusão.

<sup>209</sup> Matéria disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2021/05/26/reprises-de-novelas-devem-avisar-sobre-comportamentos-preconceituosos.htm>>. Acessado em 30/05/2021.

<sup>210</sup> Dado o foco da pesquisa em telenovelas, esses demais formatos, ainda que abranjam produtos de teledramaturgia, serão apenas mencionados por serem parte da grade de programação. Por escolha e limite, não serão avaliados em relação as estratégias de apropriação além das reprises realizadas pelo Canal Viva.

<sup>211</sup> Conforme programação disponível em <<https://canaisglobo.globo.com/programacao/viva/>>. Acessado em 17/05/2021.



É possível perceber que assim como a emissora busca reprisar telenovelas em contextos diferentes, o mesmo se pode notar aqui com a programação infantil, juvenil e adulta, sendo que esse último traz por exemplos, programas de perfil masculino (*Carga Pesada*), feminino e familiar (*Doce de Mãe*), e poderíamos afirmar até que dialoga bem com a terceira idade. Segundo dados divulgados pelo próprio canal em 2017, sua audiência já é composta em mais de 30% de público masculino, as faixas etárias já têm uma equidade considerando apenas os telespectadores a partir de 25 até com mais de 50 anos, atingido adultos de diferentes faixas, portanto nascidos em diferentes décadas (pg. 04)<sup>212</sup>.

## **Grupo 2: reminiscências**

O que o *Canal Viva* tem feito é um característico trabalho de pós-produção, como definido por Bourriaud, a partir do “conjunto de tratamentos dados a um material registrado: a montagem, o acréscimo de outras fontes visuais ou sonoras, as legendas, as vozes off, os efeitos especiais” (2009, pg. 7), atividade habitual no meio audiovisual. Na estratégia de conteúdo do canal, esse é o seu principal elemento, dado que 100% do seu material de origem (ou original) é bruto e do passado, portanto, não se trata de uma filmagem que foi realizada ontem ou na semana passada, e sim, há muitos anos, em alguns casos, há décadas, sem a possibilidade de uma nova filmagem considerando o contexto original de externas, elenco nas mesmas condições, inclusive física e etária, cenografia etc. Ou seja, enquanto material visual bruto é imutável.

Desde o começo dos anos 1990, é comum artistas que têm sua arte-base a partir da interpretação, reprodução e a utilização de produtos culturais disponíveis, prontos, criados (ibid., pg. 7-8). E nessa ideia é que os cinco exemplos a seguir criados pelo time do *Canal Viva* têm em comum a mesma estrutura: são todos frutos de pós-produção, trabalham a partir de aspectos da memória, seja com a imagem da abertura, seja com as cenas de uma personagem ou de um casal, tentam de alguma forma rememorar questões de algum tipo de afeto, como uma música, uma cena, uma história, um personagem. O que se modifica são a combinação de elementos, as telenovelas de referência e a mixagem produzida entre elas. Algo que Bourriaud descreve muito bem: “a obra de arte contemporânea não se coloca como termino do “processo criativo” [...], mas como um local de manobras, um portal, um gerador de atividades. Bricolam-se os produtos, navega-se em redes de signos” (ibid., pg. 16).

---

<sup>212</sup> Informações fazem parte do material *Kit Viva Pesquisa* contido em Referências por esse mesmo título.

### *Qual é a abertura?*

- *Período de veiculação:* de 12/12/2015 a 16/11/2016.
- *Total de episódios:* 26, aproximadamente 1 minuto e 30 segundos.
- *Episódios disponíveis:* 24. Dois constam como excluídos. Acesso na pasta de vídeos, *Qual é a abertura?* no perfil do *Canal Viva* no YouTube<sup>213</sup>.
- *Estrutura:* tocando as músicas de abertura de telenovelas reprisadas no canal, artistas que participaram de reprises na emissora (1ª temporada) são convidados a ouvi-las através de fones de ouvidos, sem ver nenhuma cena e sem receber nenhuma dica, com isso tentam adivinhar de qual telenovela aquela música foi tema da abertura. Só ao final era revelada a telenovela a partir da sua vinheta original. No exemplo (*Figura 10*), a atriz Mila Moreira tenta adivinhar a música *A Viagem* cantada pelo grupo brasileiro Roupas Nova que é parte da trilha sonora da telenovela de mesmo título. Já a 2ª temporada, buscou interagir com o público apelidando de ‘Qual é a abertura? - Nas Ruas’ e convidava anônimos para participar da mesma dinâmica, oferecendo na segunda rodada da música uma dica, por exemplo, o nome de uma atriz que havia participado da telenovela.

Além dos cerca de aproximadamente 26 vídeos veiculados nos intervalos do canal e no YouTube, os *posts* na rede social virtual estimulavam os telespectadores para tentarem a mesma brincadeira com seus amigos. Os internautas interagiam inclusive espantados com alguns dos artistas que participaram da própria telenovela e não se recordaram. Os únicos elementos utilizados para essa produção eram: a música de abertura e o trecho da vinheta de abertura da telenovela com a identificação com o nome da mesma ao final, elementos simples usados pelos artistas da pós-produção, como editor, montador e DJ. A partir do que têm, esses artistas inventam itinerários, projetam novos enredos possíveis, em um movimento sem fim (BOURRIAUD, 2009, pg. 14-15), recurso esse comum também em programas mais populares de televisão (programas de auditório), onde convidados ou participantes da plateia tentavam adivinhar a resposta a partir de alguma dica audiovisual, icônica ou textual, por exemplo.

---

<sup>213</sup> **Qual é a abertura?** <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZfZ2urmQqIQCVNunAdNeGq9ZcZL3gu>>. Último acesso em 08/08/2021.

Figura 10 - Cenas do programa *Qual é a abertura?* (ep. 01)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=3MTwWlqglwI>. Acessado em 14/05/2021.

### **Memória Viva**

- *Período de veiculação:* de 14/03 a 16/05/2016.
- *Total de episódios:* 10, com duração entre 1 minuto e 15 segundos e 3 minutos.
- *Episódios disponíveis:* 10, na pasta de vídeos, *Memória Viva* no perfil do *Canal Viva* no YouTube<sup>214</sup>.
- *Estrutura:* o roteiro em formato de pergunta e resposta, sem a voz *off* do entrevistador/narrador, apenas do respondente, um artista que já participou de alguma reprise na emissora. A estrutura do quadro parte de dois elementos, usando como referência (*Figura 11*), uma palavra (Conselho) e duas temporalidades (1990 e 2016, época de veiculação), com isso o artista (José Mayer) dizia qual ‘conselho’ daria nos dois períodos, sendo que um era a própria data de gravação do vídeo, e o outro, uma lembrança do que teria dito em 1990 considerando quem era naquela época por seus valores, opiniões, pensamentos e representações.

Os recursos utilizados foram: trilha sonora para vinheta de abertura com música neutra de fundo, letreiros que surgem na tela com a palavra-gatilho para a resposta e a indicação temporal (ano do passado/hoje). A estrutura narrativa é similar à utilizada em quadros de programas de televisão, porém, na maioria, o artista no tempo atual (data da gravação, independente do ano), voltava ao passado através de cenas de acervo para visitar suas opiniões, uma espécie de túnel do tempo e de jogo da memória: “*você se lembra do que disse sobre tal assunto em...?*”

A tela foi dividida em duas partes, um filtro P&B foi aplicado sobre o depoimento que simbolizava o tempo passado, enquanto a outra cena que seria o tempo atual ficava com um filtro amarelado (não chegava a ser um tom de sépia), e uma tarja se movimentava aumentando ou diminuindo a cena da fala, trazendo consigo a palavra que será mote da resposta do artista. Além disso, os dois quadros

<sup>214</sup> **Memória Viva** <[https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZfZ2urmQrk0t6NLZ6hW\\_4rLXO3ab9k](https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZfZ2urmQrk0t6NLZ6hW_4rLXO3ab9k)>. Último acesso em 08/08/2021.

são posicionados um de frente para o outro, como se o depoente estivesse conversando com ele mesmo, só que no passado, ainda que ambas tenham sido realizadas de uma única vez (ou até mesmo em sequência, dada a adoção da técnica de inversão da imagem), vide pelo figurino e cenário.

Figura 11 - Cenas do programa *Memória Viva* (ep. 10)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em

<[https://www.youtube.com/watch?v=Ekb8I0tvADE&list=PLdTzFZ2urmQrk0t6NLZ6hW\\_4rLXO3ab9k&index=10](https://www.youtube.com/watch?v=Ekb8I0tvADE&list=PLdTzFZ2urmQrk0t6NLZ6hW_4rLXO3ab9k&index=10)>. Acessado em 14/05/2021.

### *Antes e depois*

- *Período de veiculação:* de 05/12/2016 a 12/06/2017.
- *Total de episódios:* 28, com duração entre 30 segundos e 2 minutos e 50 segundos.
- *Episódios disponíveis:* 24. Oito constam como excluídos. Acesso na pasta de vídeos, *Antes e Depois* no perfil do *Canal Viva* no YouTube<sup>215</sup>.
- *Estrutura:* se faz em narrativa de linha do tempo com recurso visual simples: sob um fundo estampado são combinados, cronologicamente e de forma síncrona, imagem, ano, título da telenovela e nome do personagem interpretado pelo ator ou atriz homenageados (no exemplo da *Figura 12*, a atriz Suzana Vieira), tendo apenas uma música de fundo e nenhum recurso de narração. Talvez buscando dialogar com um público misto, os programas variaram entre atores mais experientes do primeiro escalão da Globo, como Malu Mader e Suzana Vieira, atores de apelo jovem como Bruna Marquezine e Cauã Raymond, aos casais da *Malhação* de diferentes temporadas. Como uso de recursos audiovisuais ou mesmo recriação de narrativas seja menos interessante do que outras propostas já realizadas, e com intuito bibliográfico, qualifica o histórico dos principais (e diversos) protagonistas do canal.

É um recurso tão simples como uma apresentação escolar de imagem e texto, inclusive no uso de efeitos especiais de aparição. Essa construção de linha do tempo não se limita as reprises do *Canal Viva*, e inclui telenovelas e minisséries que não

<sup>215</sup> **Antes e depois** <[https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTzFZ2urmQpJAzyl9SaB5h8c8n\\_wdj9r](https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTzFZ2urmQpJAzyl9SaB5h8c8n_wdj9r)>. Último acesso em 08/08/2021.

passaram pelo canal e que foram marcos na carreira do artista homenageado. Para alguns, pode ser entendido como um aceno de que essas obras ainda não veiculadas já estão sob posse, e, portanto, sob direito de uso e veiculação de imagens do canal, ou simplesmente, eles avançaram em sua estratégia se permitindo utilizar conteúdo de acervo adicional ao seu, no caso, da Globo, ainda que não se tenha nenhuma intenção de veiculação da obra completa.

Figura 12 - Cenas do programa *Antes e Depois* (ep. 02)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em

<[https://www.youtube.com/watch?v=woe7qdczi3Y&list=PLdTzFZ2urmQpJAzyI9SaB5h8c8n\\_wdj9r&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=woe7qdczi3Y&list=PLdTzFZ2urmQpJAzyI9SaB5h8c8n_wdj9r&index=1)>. Acessado em 14/05/2021.

### *As vilãs que amamos*

- *Período de veiculação:* 22/06/2019 a 29/10/2020.
- *Total de episódios:* 18, com duração entre 3 minutos e 46 segundos e 5 minutos e 43 segundos, além de um episódio resumo e um trailer de lançamento.
- *Episódios disponíveis:* 17, um consta como excluído. Acesso na pasta de vídeos, *Vilãs que Amamos* no perfil do *Canal Viva* no YouTube<sup>216</sup>.
- *Estrutura:* partindo da estrutura clássica que um folhetim, precisa ter a figura do vilã(o) para fazer oposição a(o) da(o) mocinha(o), o *Canal Viva* convidou quatorze atrizes que já interpretaram grandes vilãs nas telenovelas brasileiras reprisadas no canal para gravarem depoimentos (de suas casas, dado o período de pandemia que impedia a gravação em estúdio), compartilhando ‘*qual a importância da vilã no enredo*’ e ‘*como foi para ela a experiência pessoal e profissional de interpretar determinada vilã*’. No exemplo da *Figura 13*, a atriz Adriana Esteves fala sobre a vilã Carmem Lúcia, ou simplesmente, a Carminha, de *Avenida Brasil* (2012).

A segunda metade do vídeo traz curtos depoimentos de autores de telenovelas da atriz que é foco do episódio - podendo ser ou não do personagem em questão. É clara a contemporaneidade do conteúdo como: os elementos visuais gráficos

<sup>216</sup> *As vilãs que amamos* <[https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTzFZ2urmQoBVyMnwM\\_Llw6B7f6iZ-bX](https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTzFZ2urmQoBVyMnwM_Llw6B7f6iZ-bX)>. Último acesso em 08/08/2021.

modernos que brincam com o amor e o ódio que os telespectadores normalmente sentem pelas vilãs através de corações, chifres e o rabo do capeta. O uso de hashtags no título da série #AsVilãsQueAmamosNoVIVA e da atriz #AdrianaEsteves, e a mensagem final da mesma para o público, deixa claro que ali a partir do resgate de um papel passado, há uma conexão ainda existente com o público a ser explorada através da figura da atriz, e como ela reconhece o carinho dos telespectadores e fãs por isso, e ainda, sete anos após a exibição original, a telenovela, a personagem Carminha e outros da mesma obra são próximos, como de uma exibição atual no ar.

Toda telenovela tem a expectativa do autor e da equipe versus a recepção do público. Esse muitas vezes abraça e elege como personagem(ns)-chave(s) e inesquecíveis da trama os coadjuvantes ou vilões, promovendo muitas vezes a mudança da trama pelo autor. Entre eles, a própria Carminha, e outras citadas nessa série como Maria de Fátima (Glória Pires em *Vale Tudo*), Laurinha Figueroa (Glória Menezes em *Rainha da Sucata*) ou Nazaré Tedesco (Renata Sorrah em *Senhora do Destino*) que se tornaram tão ou mais fortes do que suas antagonistas.

Aliás, algumas delas em alguns momentos se tornam mais fortes que a própria obra. Enquetes em sites na Internet já perguntaram de qual personagem era aquela caracterização, e a maioria acertou ao identificar a mesma Nazaré Tedesco ou a inesquecível Odete Roitman, porém, nem todos sabiam qual era a sua trama de origem. Não é foco deste trabalho adentrar questões sobre a construção do personagem, é evidente que a qualidade do mesmo dentro de obras audiovisuais, como pesquisadores já exploraram a obra e a temporalidade em si. Muitas delas podem colocar suas artimanhas em ação nos dias de hoje, que ainda é possível convencer tanto na interpretação, quanto nos recursos narrativos. São eternas.

Figura 13 - Cenas da série *As Vilãs Que Amamos* (ep. 01)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=uMFqDbIq\\_ts&list=PLdTZfZ2urmQoBVyMnwM\\_Llw6B7f6iZ-bX&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=uMFqDbIq_ts&list=PLdTZfZ2urmQoBVyMnwM_Llw6B7f6iZ-bX&index=1). Acessado em 15/05/2021.

### *Os casais que amamos*

- *Período de veiculação:* 17/11 a 30/12/2020.
- *Total de episódios:* 13 com duração média de 41 minutos cada um.
- *Episódios disponíveis:* 9, demais constam como indisponíveis. Acesso na pasta de vídeos, *Os casais que amamos* no perfil do *Canal Viva* no YouTube<sup>217</sup>.
- *Estrutura:* os episódios mesclam casais de telenovelas dos anos 80, 90 e década de 2000. A partir da perspectiva dos atores que representaram o casal, combinada às cenas de acervo, é construído o perfil, lembrada a trajetória de cada um, assim como o que fez aquele casal se tornar tão querido no país, como o improvável amor de Ruth e Tonho da Lua, vividos por Glória Pires e Marcos Frota no *remake* de *Mulheres de Areia* em 1993 (*Figura 14*). Os depoimentos chegam a ser tão fortes e emocionantes que mostram o quanto anos mais tarde os personagens ainda fazem parte do ator e como esse personagem foi importante na sua construção profissional e humana, quebrando a barreira entre os dois, ainda que tenha interpretado tantos outros ao longo de sua carreira.

Excepcionalmente o primeiro episódio é protagonizado pelo mais longo casal de atores da televisão brasileira, intérpretes na tela e na vida real de muitas histórias, Tarcísio Meira<sup>218</sup> e Glória Menezes. Apenas em um dos *links* do YouTube, esse vídeo com um trailer de seis minutos acumula quase 1,8 milhão de visualizações e milhares de comentários, incluindo um público jovem que mostra sua admiração pessoal e profissional pela história de ambos. Ainda que não seja fruto dessa pesquisa a análise de rede social virtual, foi inevitável não ler alguns dos comentários e verificar os ‘tipos’ de alguns dos perfis ao longo da leitura, parecendo haver um apelo, ainda que não sejam eles ‘celebridades’, tem força para gerar determinados tipos interações nesse meio.

Essa iniciativa pode ser interpretada, talvez (grifo do autor), como um teste produzido em tempos de pandemia pelo *Canal Viva*, usando aqui o mesmo conjunto de outras produções: imagens de acervo, depoimento-testemunho de atores em um ambiente informal - na maioria das vezes, parecem estar em espaços residenciais -, e a posterior adoção de montagem com a mixagem desses depoimentos atuais e

<sup>217</sup> **Os casais que amamos** <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZFZ2urmQpOiV4ImxPZuOpeosUty-pD>>. Último acesso em 08/08/2021.

<sup>218</sup> Finalizada a revisão, essa nota foi incluída para registrar o falecimento do ator Tarcísio Meira em 12/08/2021 vítima de Covid-19 aos 85 anos após uma semana de internação ao lado da esposa, que teve alta em 16/08/2021.

cenas de acervo que as ilustram. Há casais que já são nomeados como ‘clássicos’ da dramaturgia nacional, e outros de menor expressividade, mas que dialogam com um nicho específico, menos vinculado com o produto telenovela de forma sistêmica (telespectador contínuo), e, portanto, de maior desafio dos produtores, os jovens. Ainda que a iniciativa seja pequena em relação ao tamanho de episódios produzidos para outras séries do *Canal Viva*, ela parece ter gerado um retorno positivo do público que respondeu sugerindo nomes de outros casais de diferentes décadas para estrelar próximos episódios.

Figura 14 - Cenas do programa *Os casais que amamos* (ep. 05)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=TbeJQkcsZKA&list=PLdTZFZ2urmQolCkxLV4QDh5hk88UqXAb7>. Acessado em 15/05/2021.

### Grupo 3: mediação e interação

O avanço tecnológico desde sempre permitiu ao audiovisual evoluir e ampliar suas possibilidades, tendo um salto vertiginoso na última década observando a quantidade, tempestividade, acessibilidade e variedade de tecnologias que surgiram em todos os campos: da câmera à mesa de edição, do meio de distribuição à forma de consumo, inclusive o comportamento do telespectador. Tudo foi modificado, inclusive a lógica relacional entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos (JENKINS, 2009, pg. 43). Ou seja, há um ser interagente em meio a tudo isso, parte segue sendo mero telespectador, parte é um telespectador-usuário-seguidor.

Esse último não apenas assiste, como interage, palpita, cocria. Então se esse telespectador mudou, ele não é apenas o receptor da visão do artista, agora ele funciona como um agente ativo, uma distribuição, dispõe de autonomia (BOURRIAUD, 2009, pg. 17), assim, a forma como a emissora interage com ele também precisa mudar. Do contrário, é como se estivessem falando idiomas diferentes ou no sistema tradicional de comunicação, é como se estivessem sofrendo de uma imensa massa de ruídos a pontos de tornar inaudível ou incompreensível a recepção de qualquer mensagem.



Como o *Canal Viva* não possui programas inéditos como uma emissora tradicional, ele foi experimentar a partir do uso de personalidades da Internet, por exemplo, uma forma de propor essa nova criação de diálogo em novo formato e canal, tentando também conversar com novos públicos, e gerando um novo encadeamento de formas, signos, imagens (ibid., pg. 42). E aqui há uma liberdade nessa mediação e interação que é justamente não ter um começo, meio e fim como a de uma telenovela, e sim ter um começo, meio e fim dentro de uma proposta de programa que explora a partir de fragmentos da reprise da telenovela encapsulados em uma temática auxiliados pela montagem, que é um poderoso meio de composição para se contar uma história (EISENSTEIN, 2002, pgs. 111), onde se leva da televisão para as redes sociais virtuais e vice-versa.

### *Que pergunta é essa?*

- *Período de veiculação:* 23/05 a 18/08/2016.
- *Total de episódios:* 13, com duração entre 40 segundos e 2 minutos e 42 segundos.
- *Episódios disponíveis:* 13, na pasta de mesmo nome no perfil do YouTube<sup>219</sup>.
- *Estrutura:* seguindo a mesma composição visual e textual de *Qual é a abertura?* e *Memória Viva*, atores e cantores são submetidos a blocos de perguntas em dois formatos (*Figura 15*). Em parte dos episódios, um só famoso responde a várias perguntas aleatórias que são mostradas na tela para o telespectador, como “*Se eu fosse disputar uma modalidade Olímpica, qual seria...*”. Já a parte dos episódios dirige uma única pergunta para vários artistas, como, “*Qual o seu emoji favorito?*”.

A característica comum em ambos é que não se tem a voz de um locutor ou entrevistador e a ambiência é do próprio participante onde ele estiver, podendo ser um jardim, a sala de casa ou um estúdio de música, em um tom bastante informal, sentado ou andando. Esta série, unida aos demais vídeos de 2016, faziam parte da estratégia do canal de lançar pelo menos dois vídeos curtos por semana com conteúdo inédito, tanto na televisão de fluxo, como no seu perfil do YouTube (“Toda segunda e sexta um vídeo novo no canal VIVA”).

Nesse formato, o conteúdo parecia nem ser algo tão relevante, mas a proposta parecia ter outras intenções como mesclar diferentes tipos de artistas, inclusive da música e mostrar que eles também estavam de alguma forma da tela do *Canal Viva*,

---

<sup>219</sup> **Que pergunta é essa?** <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTzFz2urmQqJs-kDBRdsJHa3RnvENK9>>. Último acesso em 08/08/2021.

como a cantora Anita, dialogando assim com um público talvez menos habitual, trabalhando em uma multiplicação da oferta cultural à anexação ao mundo das artes e formas até então pouco exploradas (BOURRIAUD, 2009, pg. 7-8) no universo do canal e na divulgação das reprises de telenovelas. Também fazendo conversar os atores e atrizes das telenovelas apresentados na emissora com outros assuntos mais contemporâneos e que não tinham nada a ver com a obra.

Figura 15 - Cenas do programa *Que pergunta é essa?* (eps. 06 e 13)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=86xaV2EIDz8&list=PLdTzFz2urmQqJs-kDBRdsJHa3RnvENK9&index=1>. Acessado em 15/05/2021.

### ***Sincrona no Viva***

- *Período de veiculação:* 03 a 24/08/2016.
- *Episódios:* 9, com duração entre 3 minutos e 35 segundos a 6 minutos e 45 segundos.
- *Episódios disponíveis:* 9, na pasta de mesmo nome no perfil do YouTube<sup>220</sup>.
- *Estrutura:* apresentado por Tatá Lopes, o programa pode ser interpretado como um produto próximo, como um *remake* de quadros do antigo *Video Show* em que a rivalidade entre dois personagens garantia duelos ao longo da trama, permitindo que, através de montagem fosse possível criar um tipo de mini-trama (ou trama-curta) mostrando a trajetória desses conflitos. Aqui, o foco são personagens que estão em cartaz em alguma reprise no *Canal Viva* com audiência mais jovem. Assim, é possível recordar os mesmos discursos, ele pode adquirir outros significados para diferentes grupos (JACKS et al., 2020. pg. 54-55). Para que esse significado nasça

<sup>220</sup> **Sincrona no Viva** <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTzFz2urmQpeO3O44bYMVAgm2s4VQjmV>>. Último acesso em 08/08/2021.

a partir de diálogos que não mudam, pois são cenas passadas e já gravadas, um roteiro é criado apresentando um conflito deslocado da trama central focado apenas naquelas personagens. É uma mini-telenovela, com um repertório bem jovial e informal, começando pelo próprio nome do programa, *Sincrona*.

Com um humor ácido (como se descreve no canal), a apresentadora comenta o visual, as roupas, as atitudes e o comportamento das personagens, dá notas de 0 a 10, emite opiniões em relação a estilo ou aparência. Isso faz sentido em nosso país, onde parte da cultura da moda e das mudanças visuais e estéticas é muitas vezes originada mais na televisão do que no cinema (SARLO, 1997, pg. 80). Outra tentativa de se aproximar da linguagem jovem e contemporânea das mídias em geral e de outros canais é pelo uso do #Team, configuração que se tornou extremamente comum com a febre dos *reality* shows quando essa preposição, acrescida do nome do concorrente do programa, quando postada nas redes sociais virtuais, permite contabilizar o tamanho de cada uma das torcidas.

No exemplo abaixo (*Figura 16*), o texto do vídeo no YouTube pergunta: “*Pra quem vocês torcem nesse combate? #TeamCamila ou #TeamÍris? Coloque nos comentários! :)*”. Esse é um exemplo de como o *Canal Viva* vem explorando a crossmídiação em sua programação, buscando inclusive respeitar um dos preceitos básicos descritos por Jenkins nessa trajetória: que o conteúdo apresentado não seja repetitivo para quem acompanha o total de informações, como também não é vital para quem não o vê (2009, pg. 4), e estaria, nesse caso, vendo apenas a transmissão da telenovela na televisão ou pelo *streaming*, sem nenhum contato com a rede social virtual do canal. Ou seja, a visão das personagens Iris e Camila para esse telespectador está sempre diluída em meio a uma narrativa muito maior, onde outros personagens, ambientes, conflitos e situações estão expostos.

Figura 16 - Cenas do programa *Sincrona no Viva* (ep. 09)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Fntyvj59hzA&list=PLdTZFZ2urmQpeO3O44bYMVAgm2s4VQjmV&index=1>. Acessado em 15/05/2021.

### ***Viva Sem Filtro***

- *Período de veiculação:* 12/10/2016 a 22/03/2017.
- *Total de episódios:* 15, com duração entre 2 minutos e 44 segundos a 5 minutos e 32 segundos.
- *Episódios disponíveis:* 15, na pasta de mesmo nome no perfil do YouTube<sup>221</sup>.
- *Estrutura:* aproveitando das interações dos telespectadores nas redes sociais, especialmente do público jovem em mais um esforço para se aproximar do mesmo, o canal criou aos moldes do que é comum encontrar em redes sociais virtuais, uma figura ‘digital’, ou *influencer* (ou ainda, um influenciador digital), nesse caso o blogueiro Andrei Lamberg (*Figura 17*), seleciona e comenta as postagens dos telespectadores sem filtros, ou como é comum em alguns sites, sem a curadoria do conteúdo escrito pelos internautas, permitindo que toda e qualquer mensagem seja publicada. Ou seja, com um tom irônico, ele traz vários comentários, brinca com os erros gramaticais e ausência de pontuação, teatraliza a leitura de algumas mensagens buscando com isso criar novas interações com o público. O próprio apresentador satiriza que se não houver resposta do público, não há um próximo episódio.

A intenção do *Canal Viva* foi clara: aproveitar a popularidade da reprise de algumas telenovelas que originalmente foram apresentadas quando as redes sociais virtuais ainda não existiam ou estavam engatinhando, e com isso gerar audiência, diálogo, repercussão sobre as tramas, ainda que sejam em formatos fragmentados, como é característico nesse tipo de interação. O que também reforça a ideia de atemporalidade de algumas tramas e personagens, que mesmo anos depois de sua estreia ainda conseguiam despertar sentimentos nos telespectadores - ainda que parte da sua trajetória fosse conhecida -, permitindo que um ciclo de comunidade virtual se criasse e dialogasse em torno dessas tramas, como na cena de explosão do shopping em *Torre de Babel* (1998-1999) veiculada originalmente em 25/05/1998.

Quase 20 anos depois ainda conseguiu gerar discussão entre os internautas. Ainda que numa escala menor, colaborou para perpetuar uma telenovela não inédita, mostrando que a repercussão vai além do seu tempo original de criação, afinal, aquela história contada não era nova. Um aspecto que contrapõe o tempo de vida de uma telenovela (e derivados) à exibição original. Em 1998 o comportamento do telespectador talvez fosse o mesmo, só que os recursos que utilizavam para essa

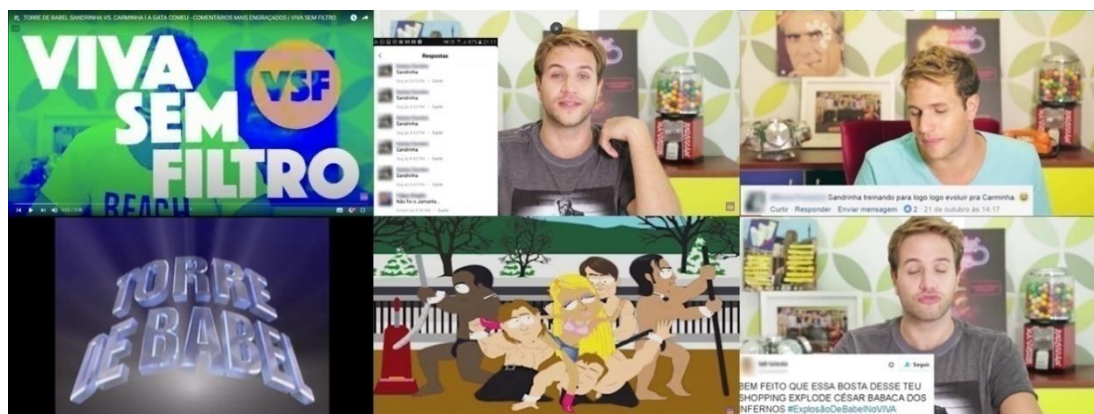
---

<sup>221</sup> **Viva Sem Filtro** <[https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZfZ2urmQrguvV1ETWofl\\_0df86beh0](https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZfZ2urmQrguvV1ETWofl_0df86beh0)>. Último acesso em 08/08/2021.

discussão talvez fosse a conversa com outros ou a sessão de cartas das revistas sobre TV. Hoje essa probabilidade cunhada por Jenkins vem por redes sociais virtuais (2009, pg. 378), e em questão de segundos ganha uma dimensão incalculável. Ou seja, a reprise no formato explorado pelo *Canal Viva* e disponível no seu *streaming* dá a chance de ver ou rever, permite uma exploração quase infinita do conteúdo a partir de novos recursos e meios inexistentes - ou limitados - em suas épocas.

A identidade dos internautas era sempre preservada, o cenário seguia a cartilha dos influenciadores digitais com um ambiente moderno e facilmente conectado ao tema a partir de objetos como pôsteres e discos de telenovelas antigas. A edição bastante moderna e com uso de muitos efeitos especiais, interação do apresentador com sua equipe técnica, tendo a voz *off* dela em algumas passagens ainda que não fosse possível vê-la, o uso de imagens conhecidas da Internet reforçando as falas do apresentador. Tudo isso dentro de uma estrutura de construção de identidade e alinhamento ao público alvo do programa. Esse foi o #VIVASemFiltro.

Figura 17 - Cenas do programa *Viva Sem Filtro* (episódios variados)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em [https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZFZ2urmQrguvV1ETWofl\\_0df86beh0](https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZFZ2urmQrguvV1ETWofl_0df86beh0). Acessado em 15/05/2021.

### ***Dupla Personalidade***

- *Período de veiculação:* 23/11/2016 a 01/03/2017.
- *Total de episódios:* 9, com duração entre 4 minutos e 59 segundos e 7 minutos e 3 segundos.
- *Episódios disponíveis:* 9, na pasta de mesmo nome no perfil do YouTube<sup>222</sup>.

<sup>222</sup> **Dupla Personalidade** <[https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZFZ2urmQrxlTGWkrunOaSmFK\\_bXqkT](https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZFZ2urmQrxlTGWkrunOaSmFK_bXqkT)>. Último acesso em 08/08/2021.

- *Estrutura*: usando muita irreverência, Andrei Lamberg de *Viva Sem Filtro*, foram mostrados episódios passados nas décadas de 80, 90 e 2000 a partir de temas específicos como moda, brinquedos e filmes (*Figura 18*). A estrutura era bem simples: em um cenário moderno e apoiado ao uso de recursos de edição, a cada elemento textual trazido pelo apresentador, sons, imagens e efeitos especiais surgiam na tela, fazendo parte da construção narrativa, que também se apoiava no uso de elementos como perucas, roupas, acessórios, e claro, imagens de acervo.

De forma indireta, o tema da telenovela é trazido para o roteiro, mas sem que seja o principal - e de alguma forma ajuda a entender por que aquilo era uma moda ou determinado personagem se vestia de tal maneira -, pois há um esforço de conteúdo a partir dos aspectos social e comportamental de cada década, e como aquilo refletia no modo de se vestir, de se comportar, no estilo musical e até nos agrupamentos sociais, os grupos de pertencimento.

A forma lúdica e a montagem *à la* MTV, rápida, colorida, dinâmica e rica de elementos ajuda a construir uma linguagem jovem, a demonstrar uma necessidade de contar a evolução da linha do tempo e assumir que a moda vai e vem, e que às vezes o brega pode ser legal, assim como ser retrô ou *vintage* também é moda. É mais uma vez a materialidade em forma de conteúdo audiovisual defendida no uso das técnicas de pós-produção descritas por Bourriaud, onde os artistas muitas vezes não compõem, não criam, só programam formas a partir de algo criado por outro, fazem uso do dado, evoluem formas pré-existentes (2009, pg. 13). É um enfrentamento que o principal atributo do produto não é autoria ou ineditismo, e sim a forma criativa de uso e composição dos elementos, na exploração e derivação de novas narrativas.

Figura 18 - Cenas do programa *Dupla Personalidade* (ep. 09)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=kuUzvULYakk&list=PLdTZFFZ2urmQrxlTGWRunOaSmFKbXqkT&index=1>. Acessado em 15/05/2021.

### *Astro Viva*

- *Período de veiculação:* 12/03 e 10/06/2021
- *Total de episódios:* 3, 10 minutos e 23 segundos e 13 minutos.
- *Episódios disponíveis:* 3, na pasta de mesmo nome no perfil do YouTube<sup>223</sup>.
- *Estrutura:* a mais recente incursão do *Canal Viva* tem três episódios. Traz como apresentador, o *youtuber* Vítor Dicastro, do canal Deboche Astral<sup>224</sup>, com mais de 1,5 milhão de seguidores e quase 200 milhões de visualizações, conhecido por retratar o comportamento dos signos do zodíaco a partir do humor. No primeiro episódio em comemoração aos 20 anos do *remake* de *A Grande Família* (2001-2014), tenta-se desvendar o signo de cada personagem declaradamente ‘fuçando’ no acervo da família cenas que reforçam o perfil e os principais comportamentos de cada um. A partir disso são intercaladas cenas de Vítor dando características de cada signo do zodíaco, um determinado personagem, e depois atestando essas características nesse personagem para não deixar dúvidas de sua análise.

O segundo episódio analisa as mães de cada signo. Também usando cenas de acervo, Vítor descreve o que seriam as características-chave da mãe de cada signo do zodíaco, e a partir daí ele escolhe uma representante de cada signo a partir das telenovelas reprisadas no canal. Isso tem gerado interações do público, tanto se identificando com as análises de Vítor, quanto identificando suas mães, como fazendo pedindo de outras análises de horóscopo (*Figura 18*).

Mais um esforço do canal de conversar com o público jovem, unindo ao mesmo tempo um articulador com identidade (Vítor Dicastro), usando conteúdo de acervo (telenovelas dos anos 80, 90 e 2000), trazendo repertórios originalmente criados para a televisão e navegando em novos meios: no YouTube, via computador, celular e tablet. *Carlón defende que a memória televisiva é muito melhor que a humana “porque cada vez que é consultada volta a dizer/ mostrar exatamente o mesmo”* (In: Jacks et al. 2020. pg. 55). Essa afirmação é verdadeira quando pensamos na simples reprodução, na reprise. Nesse tipo de iniciativa, ainda que os personagens de diferentes produtos audiovisuais (aqui o exemplo vai além da telenovela) não contracenem uns com os outros, a partir da figura de um narrador, eles são reunidos

<sup>223</sup> **Astro Viva** <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZFZ2urmQp9iQOAuVEyLeTdlhL2XVab>>. Último acesso em 08/08/2021.

<sup>224</sup> **Canal Deboche Astral** <<https://www.youtube.com/user/falhomesmo>>. Último acesso em 09/08/2021.

tendo como temática o seu comportamento na perspectiva do zodíaco, dando pistas de como seria a convivência entre eles.

Seria possível criar narrativas a partir de personagens totalmente existentes? Seria possível combinar personagens de diferentes tramas e amarrá-los em um novo núcleo selecionando-os através de características ou interesses comuns? Bem, talvez seja uma das formas de se pensar experimentação e crossmídiação, afinal, nesse cenário as possibilidades de combinação são infinitas e não se limitam ao produto final telenovela, vai além da quarta parede, vai além da obra de origem, vai além do meio, vai além da caixa preta mágica de Castells.

Figura 19 - Cenas do programa *Astro Viva* (ep. 02)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em

<[https://www.youtube.com/watch?v=kuUzvULYakk&list=PLdTzFZ2urmQrxITGWKrunOaSmFK\\_bXqkT&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=kuUzvULYakk&list=PLdTzFZ2urmQrxITGWKrunOaSmFK_bXqkT&index=1)>. Acessado em 15/05/2021.

#### Grupo 4: datas especiais

##### *Datas comemorativas*

Em dias como das Mães, das Crianças e dos Namorados, é comum o canal produzir vinhetas de 30 segundos para veiculação na televisão em homenagem àquela que representa seu público majoritário, a mulher, e seus diversos papéis como mãe e esposa, e o universo que a circula como os filhos e parceiros(as). Na maioria, segue-se o padrão de outras produções, com o roteiro construído tendo as falas de ‘mães’ de acervo, ressaltando a diversidade de mães em cena, cada uma com suas características. Esse tipo de ação ocorre em eventos sazonais, mas reforçam a importância do afeto na relação do canal com o(a) telespectador(a), pois na contramão de outros canais comerciais que apoiam a publicidade de varejo, o objetivo não é vender, simplesmente render homenagem (*Figura 20 e Figura 21*).



Figura 20 - Cenas da vinheta de *Dia das Mães 2019*



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=e121NSUeXvw>>. Acessado em 15/05/2021.

Figura 21 - Cenas da vinheta de *Dia dos Namorados 2019*



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=oOtRrjBa1yw>>. Acessado em 15/05/2021.

### ***Viva 10 Anos***

Anualmente, em comemoração ao aniversário do canal, são criadas vinhetas comemorativas com cenas de acervo e se utilizam recursos básicos de edição, ora as falas dos próprios personagens - por exemplo, a cena de um ator brindando e dizendo 'viva' (mesmo nome do canal), ora a voz *off* do locutor narrando a alegria da data. São com esses pequenos arranjos que eles vão criando essas narrativas divertidas e lúdicas com a audiência, transitando tanto nos intervalos da transmissão de fluxo, quanto nas redes sociais virtuais, e que estão veiculando em novos contextos um só conteúdo, telenovela, só que em uma nova montagem de fragmentos de histórias de épocas, autores e gêneros distintos.

O aniversário de 10 anos comemorado em 2020 e com algumas de suas ações descritas a seguir, reúne evidências dos esforços transmidiáticos do canal na campanha batizada de #Viva10Anos. Nenhuma novidade na comparação com as ações de outros canais, abertos ou por assinatura, mas que na era da transmidiação são parte importante da recepção, da cultura participativa do público que interage, comenta e compartilha (JENKINS, 2009, pg. 378).

- ***Vinheta comemorativa***

O vídeo de 1 minuto é montado a partir da colagem de cenas diversas de telenovelas e programas humorísticos exibidos pelo canal, que propositadamente foram ordenados para representar uma grande festa com convidados comendo,

bebendo, dançado sozinhos ou acompanhados, celebrando, festejando, convivendo com efeitos em tela de confetes, notas musicais, asas de anjos, molduras e outros elementos que reforçam a nova estética visual do canal ao som de uma versão remixada e moderna do clássico *Abra suas asas* das Frenéticas, *hit* dos anos 70 da telenovela *Dancin' Days* (Figura 22). Sem investimentos e recursos adicionais ao que o canal sempre utiliza, em pouco mais de 1 ano o vídeo já tinha mais de 13 milhões de visualizações no YouTube e internautas pediam a versão completa da música, mais uma vez, o canal parece seguir à risca Jenkins, afinal é ele que afirma que *para que o conteúdo se espalhe, precisa estar disponível quando e aonde o público quiser*. (2009, pg. 378).

Figura 22 - Cenas da vinheta comemorativa de 10 Anos



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em

<[https://www.youtube.com/watch?v=JB5JnuztcLE&list=PLdTzFZ2urmQojBgryL3QJ-WDslrhkqF\\_v&index=6](https://www.youtube.com/watch?v=JB5JnuztcLE&list=PLdTzFZ2urmQojBgryL3QJ-WDslrhkqF_v&index=6)>. Acessado em 16/05/2021.

- ***Aberturas Inesquecíveis***

De 11/02 a 28/04/2020, as aberturas de seis telenovelas foram veiculadas na página do *Canal Viva* no YouTube em uma série intitulada *Aberturas Inesquecíveis*<sup>225</sup>. Mais uma vez, os recursos de pós-produção foram bastante simples: a abertura original da telenovela era apresentada na íntegra (Figura 23), e a partir disso os internautas voluntariamente interagiam comentando positiva ou negativamente sobre ela, em todos os aspectos, os comentários eram livres, e já indicavam aquelas que gostariam de ver.

A campeã então era a próxima a ser lançada na íntegra dentro dessa lista de reprodução. Exceto pela criação de vinheta de lançamento, nenhuma outra

<sup>225</sup> **Aberturas Inesquecíveis** <[https://www.youtube.com/watch?v=fTyuN1-6aJ4&list=PLdTzFZ2urmQojBgryL3QJ-WDslrhkqF\\_v](https://www.youtube.com/watch?v=fTyuN1-6aJ4&list=PLdTzFZ2urmQojBgryL3QJ-WDslrhkqF_v)>. Acessado em 16/05/2021.

interferência de locução, edição, montagem, decupagem, efeitos etc. foi usada, tornando exclusivamente a reprise da abertura como o veículo-chefe da interação - não foram encontradas evidências de veiculação na programação da televisão de fluxo do *Canal Viva*, seja como um programa, seja nos intervalos comerciais.

Figura 23 - Cenas do programa *Aberturas Inesquecíveis* (ep. 02)



Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em <[https://www.youtube.com/watch?v=fTyuN1-6aJ4&list=PLdTZFZ2urmQojBgryL3QJ-WDslrhkqF\\_v&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=fTyuN1-6aJ4&list=PLdTZFZ2urmQojBgryL3QJ-WDslrhkqF_v&index=1)>. Acessado em 16/05/2021.

- ***Novelão do Viva***<sup>226</sup>

Com três episódios com pouco mais de 2 minutos, sem que haja nenhuma narração externa e utilizando exclusivamente os diálogos das próprias cenas de diferentes telenovelas, o roteiro foi construído, mesclando conversas em torno de um convite e a preparação para uma festa, quem vai ou não (capítulo 1); expectativas sobre como será a noite, a comida, a bebida e tudo que envolve uma boa festa (capítulo 2); é chegado o dia especial, tudo está pronto para a grande festa, e os sentimentos de cada um quando se trata de um grande evento que tem direito a bolo com velas e parabéns (capítulo 3).

A tríade de vídeos foi veiculada no dia da comemoração de 10 anos do canal, 18 de maio de 2020, tanto no canal quanto nas redes sociais, acompanhado de #NovelãoDoVIVA, #VIVA10Anos e #EntreNessaFestaEmCasa. A única locução que aparece é ao final dos capítulos 1 e 2, informando que ainda há capítulos pela frente. Havia um padrão de abertura com a vinheta comemorativa, o primeiro anunciando o nome do especial, '*Novelão do Viva*', e por último a vinheta de '*Canal Viva 10 Anos*' (Figura 24). Veja que as técnicas empregadas são as mesmas citadas em outros produtos do canal e reforçam a visão de pós-produção e ressignificação de Bourriaud e da montagem de Eisenstein.

<sup>226</sup> **Novelão do Viva** <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZFZ2urmQooEDMnQ1SDYG63P53Y7wgF>>. Acessado em 15/05/2021.

Figura 24 - Cenas do especial *Novelão do Viva 10 Anos* (ep. 03)

Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em

<[https://www.youtube.com/watch?v=6bjy\\_SsvDJE&list=PLdTZFZ2urmQooEDMnQ1SDYG63P53Y7wgF&index=3&t=3s](https://www.youtube.com/watch?v=6bjy_SsvDJE&list=PLdTZFZ2urmQooEDMnQ1SDYG63P53Y7wgF&index=3&t=3s)>. Acessado em 15/05/2021.

- **Live 10 Anos**<sup>227</sup>

Durante um mês, seis jovens atores realizaram *lives* de aproximadamente 1 hora, período esse que coincidia não apenas com o mês de comemoração dos 10 anos do canal, como também era o auge do avanço da contaminação do Coronavírus no Brasil, quando as medidas restritivas estavam ocorrendo em grande parte do país (e do mundo), e as *lives* se tornaram um dos recursos mais utilizados como ação educacional, informativa, social, profissional e de entretenimento.

Não havia roteiro e cada artista conduzia a seu modo respondendo perguntas ao vivo, previamente enviadas pelos fãs, inclusive pelo perfil pessoal do artista convidado em suas redes sociais virtuais, ou seja, havia uma geração de fluxo entre canais. A chamada para a *live* estimulava os internautas a enviarem um vídeo dançando a música da vinheta comemorativa *Abra suas asas*, e o vídeo escolhido passaria em todos os meios do *Canal Viva*, incluindo o canal de televisão. Para isso, havia instruções disponíveis em um *link* (desativado na data da pesquisa). Mais uma vez, demonstra os esforços do canal em dialogar com diferentes públicos e meios, a partir da telenovela e usando o ator ‘na sua vida real’ como mediador para falar de si e rememorar o público de seus personagens do passado, independentemente de serem telenovelas veiculadas ou não pelo canal.

<sup>227</sup> **Live 10 Anos** <[https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZFZ2urmQrWRnyYSOL\\_qqKIZGiWdhQT](https://www.youtube.com/playlist?list=PLdTZFZ2urmQrWRnyYSOL_qqKIZGiWdhQT)> Acessado em 15/05/2021.

Figura 25 - Cenas da *Live 10 Anos* (ep. 01)

Fonte: Canal Viva no YouTube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=OKygecU70qI&list=PLdTZFZ2urmQrWRnyYSOLqqKIZGiWdhQT&index=1>. Acessado em 15/05/2021.

### Grupo 5: trajetórias (coproduções)

Em parceria com o produtor artístico Hermes Frederico<sup>228</sup>, o *Canal Viva* coproduziu e exibiu três séries exclusivas, atualmente já disponíveis no Globoplay. A estrutura se faz por uma composição tripla comum de:

- *Entrevista com o homenageado* onde não se vê ou se ouve o entrevistador, mas é possível saber que ele está lá conduzindo a conversa e a câmera.
- *Testemunhos de colegas* de profissão que são acrescentados ao longo da montagem.
- *Material de acervo*, tanto para apoiar a linha histórica do tempo, quanto para ilustrar informações contadas pelo entrevistado.

Assim, as séries homenagearam um importante alicerce da dramaturgia nacional: as atrizes (2013), os atores (2015) e os autores (2017). Este conjunto idealizado e roteirizado por Hermes em comemoração aos 50 anos da telenovela no país trouxe à cena, a atriz e seus personagens, a história pessoal e a história da dramaturgia, no cinema, teatro e na televisão a partir de depoimentos de sua carreira, da lembrança de amigos ou da rememoração de fatos de outrem, e claro, parte dela se materializa com a existência do acervo.

Um importante mecanismo audiovisual não apenas de resgate, organização e utilização de material de acervo, como também de criação de novos conteúdos, especialmente de acervo oral a partir dos depoimentos de célebres personagens da dramaturgia falecidos recentemente como Marília Pêra (2015), Ruth de Souza (2019), Nicette Bruno e Eva Wilma (ambas em 2021, enquanto essa pesquisa era redigida). Essa classe de artistas narra sua paixão, suas dificuldades e preconceitos, até mesmo dentro de casa para se tornarem ou se descobriram em suas

<sup>228</sup> Biografia resumida disponível em [https://www.itaucultural.org.br/ocupacao/sergio-britto/pra-fazer-o-teatro/?content\\_link=1](https://www.itaucultural.org.br/ocupacao/sergio-britto/pra-fazer-o-teatro/?content_link=1). Acessado em 09/08/2021.

profissões, as suas histórias diferentes por terem nascido e vivido em anos e regiões distintas reforçam a ideia também da memória coletiva de Halbwachs, que *produzida no interior de uma classe, mas com poder de difusão, que se alimenta de imagens, sentimento, ideias e valores que dão identidade àquela classe* (apud BOSI, 2003, pg. 18).

É possível perceber como diferentes trajetórias eram constituídas para se atingir uma carreira em épocas onde não havia canais ou um poder midiático como nos dias de hoje. Onde os valores da profissão, inclusive monetários não se comparavam aos valores atuais. É, portanto, um registro inclusive daqueles que construíram e estabeleceram a profissão de ator/atriz e autor de telenovelas como conhecemos. E só com esse registro histórico é possível conhecer.

Vale reforçar que essas iniciativas só puderam ser viabilizadas graças ao material de acervo, conforme credita ao final de todos os episódios de instituições como Cinemateca Brasileira, Pró-TV - Museu da TV e Acervo da Globo. Nos exemplos abaixo, fica nítida a importância do recurso de acervo como elemento da narrativa, como as cenas audiovisuais da telenovela exibidas no episódio com Glória Pires (*Figura 26*) ou a foto da estreia de Ary Fontoura no teatro (*Figura 27*), mescla essa que podemos conferir em *Donos da História* (*Figura 28*), assim como a adoção dos recursos de ilustrações na abertura da série sob cenas clássicas da teledramaturgia nacional.

O formato parece funcionar e outra coprodução para 2021 no mesmo formato baseado em conteúdo de acervo já estava programada para lançamento, desta vez contando a história de atores adultos que estrearam na TV ainda crianças.

### *Damas da TV (2013)*

Total de episódios: 23, com duração média de 23-28 minutos.

Figura 26 - Cenas da série *Damas da TV* (ep. 23)



Fonte: Canais Globo. Disponível em <<https://canaisglobo.globo.com/assistir/viva/damas-da-tv/v/5242855/>>. Acessado em 15/05/2021.

### *Grandes atores* (2015)

Total de episódios: 26, com duração média de 23-28 minutos.

Figura 27 - Cenas da série *Grandes Atores* (ep. 09)

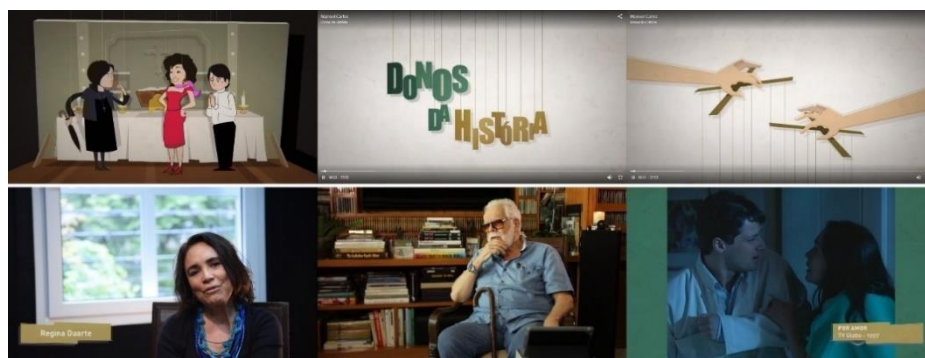


Fonte: Canais Globo. Disponível em <<https://canaisglobo.globo.com/assistir/viva/grandes-atores/v/5225684/>>. Acessado em 15/05/2021.

### *Donos da história* (2017)

Total de episódios: 13, com duração média de 27 minutos.

Figura 28 - Cenas da série *Donos da História* (ep. 01)



Fonte: Canais Globo. Disponível em <<https://canaisglobo.globo.com/assistir/viva/donos-da-historia/v/5852633/>>. Acessado em 15/05/2021.

Voltando à origem deste subcapítulo com a proposta de pensar em como o *Canal Viva* se apropria da reprise (grupo1) das telenovelas e a partir dela propõe uma experiência nova com a geração de outros subprodutos, ela atua dentro de uma lógica de mercado capital, que segundo Huysen, não apenas os consumidores, como os teóricos e os críticos fascinados que alimentam esse movimento da “*re-representação, repetição, replicação e com a cultura da cópia, com ou sem o original*” (2004, pg. 24). Significa que assim como muitas coisas em variados segmentos simplesmente passam a coexistir ou a se destacar quando são lançadas mãos de estratégias específicas para isso.

No caso de objetos antigos, por exemplo, eles passam a adquirir valor, quando são isolados do grupo original, e assim, a experiência por um olhar museal cria a aura de valor único

(HUYSSSEN, 1995, pg. 33)<sup>229</sup>, de fascinação, e na ótica capital, de valor financeiro, de lucro, da peça rara, de objeto de valor. É justamente isso que um canal cria ao permitir que telenovelas de 15, 20, 30 anos atrás, antes inacessíveis, agora estejam disponíveis para quem esteja disposto a pagar por uma televisão por assinatura ou um acesso via *streaming*.

Significa na prática que o objeto passou a ser ressignificado e a reprise teve uma nova forma de tratativa. Se antes era apenas a veiculação do capítulo, agora uma equipe de conteúdo e pós-produção está o tempo todo extraindo, multiplicando a oferta daquele produto gerando novas formas até então ignoradas ou desprezadas (BOURRIAUD, 2009, pg. 7-8), seja na televisão, seja na rede social virtual, seja com uma vinheta, seja com o resumo de 5 minutos que ficará disponível na Internet, como por exemplo, nas datas especiais (grupo 4).

O que por outro lado também vai desconstruindo a ideia, ou talvez vai criando a possibilidade de enxergar a telenovela não apenas como uma obra única e longa, e sim, que da telenovela, história, personagens e narrativas específicas podem ser extraídas sem que o todo seja aproveitado. Por isso, quando o *Canal Viva* opera estratégia de mediação e interação (grupo 3) talvez ele esteja justamente buscando se conectar com um público que valoriza isso. Não aquele que importa para a telenovela toda, de sim, aquele que é fã de determinados personagens e que não se importa para o que irá ocorrer em alguns núcleos.

Outro ponto importante a se pensar, é que se esse movimento de passado presente vem desde os anos 1970, ao decorrer de sua existência, conteúdos e pessoas vão nascendo e morrendo, portanto, “*o que emerge em decorrência dessa reorientação são palimpsestos da memória em fluxo constante, acrescentando e apagando dados à medida que se deslocam no tempo*” (HUYSSSEN, 2014, pg. 178). Então pensar que estratégias de reminiscências (grupo 2) e trajetórias (grupo 5) também têm fôlego, pois à medida que cada ano que passa, um volume incontável que conteúdo se torna parte da memória, ou do esquecimento, e, portanto, material de trabalho, afinal, a memória televisiva é muito melhor que a humana ao mostrar exatamente o mesmo sempre que acionada (Carlón, 2004, pg. 194 apud JACKS et. al, 2020. pg. 54).

Então, se somos dotados de uma capacidade limitada de memorização, se pode mesmo o tempo ser feito de esquecimento (IZQUIERDO, 2010, pg.14), e é do presente que parte o chamado para o qual nossa lembrança responde segundo Bergson (apud BOSI, 2003, pg. 37). O que o *Canal Viva* adiciona a uma reprise em relação a faixa do *Vale a Pena Ver de Novo*, de

---

<sup>229</sup> Texto original e completo em inglês: “*The older an object, the more presence it can command, the more distinct it is from current-and-soon-to-be-obsolete as well as recent-and-already-obsolete objects. That alone may be enough to lend them an aura, to reenchant them beyond any instrumental functions they may have had at an earlier time. It may be precisely the isolation of the object from its genealogical context that permits the experience via the museal glance of reenchancement.*”



forma simplista, reconhecida obviamente todas as diferenças entre ambos tipos de formatos, é oferecer estímulos para que através de rememoração, afeto, curiosidade ou *déjà vu*, por exemplo, o telespectador possa interagir com a reprise além do seu tempo de reprise, além do seu espaço de diegese, além do seu meio de origem, além do seu tempo de exibição e além da articulação apenas com o emissor, o canal.

### 4.3. VivaPlay e Globoplay, o que o futuro presente reserva?

A televisão por assinatura no país sofre ano após ano com a sucessiva diminuição da sua base de assinantes. Segundo relatório da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA), em 2014 o Brasil atingiu o seu auge com 21,2 milhões de assinantes, e desde então vem em queda sucessiva com uma maior aceleração de perda desde 2018, fechando o ano de 2020 com 14,9 milhões de assinantes, uma redução de quase 7 milhões de assinantes, ou quase 30% da base total. A série histórica fornecida pela ABTA inicia em 2002 (*Figura 29*) já com 3,5 milhões de assinantes e somente em 2009 atingiu 7,5 milhões de assinantes. Ou seja, a velocidade de perda tem sido muito mais agressiva do que foi a de conquista e consolidação.

Se a média mensal de cancelamento em 2020 foi em torno 75 mil contratos por mês, as projeções de 2021 são ainda piores. Se o total entre abril-maio já era de 14,3 milhões, significava que a média mensal de cancelamentos estava em torno de 150 mil, exatamente o dobro de 2020<sup>230</sup>. Como referência, nos Estados Unidos, onde esse mercado é muito mais antigo e que já ocupou cerca de 90% dos lares, ainda que esteja em consistente queda há quase uma década, ainda soma mais de 77 milhões de assinantes<sup>231</sup>.

Mesmo com tantas notícias negativas em relação ao segmento, a ABTA se posiciona de forma positiva, dizendo que não se trata do seu fim, e sim, de um processo de transformação com a ampliação dos meios de distribuição, mas não deixa de alertar, que diferente de países mais maduros em relação ao serviço, o Brasil vem perdendo assinantes ano após ano motivado por questões econômicas, tanto da população (aumento do desemprego, inflação, diminuição do poder de compra do consumidor, impactando a manutenção de itens não essenciais como a televisão por assinatura nos exercícios de economia doméstica). Uma parcela pequena cancela em função da baixa qualidade da prestação de serviços, por itens como parte técnica, sinal, pós-

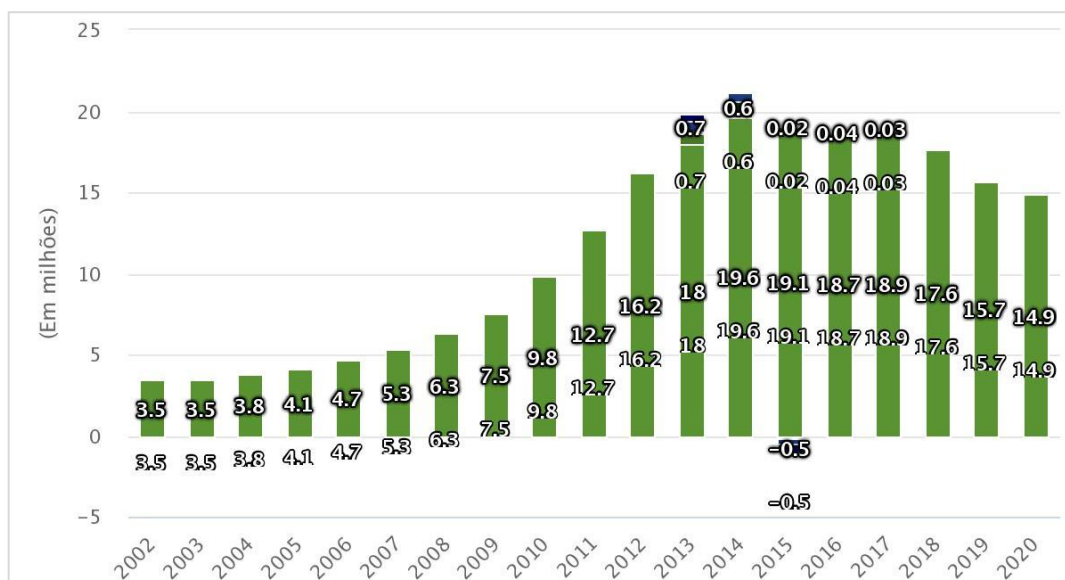
---

<sup>230</sup> Cálculo realizado com base em matérias de colunistas especializados. Uma delas disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/colunas/mauricio-stycer/2021/05/09/tv-por-assinatura-perde-mais-200-mil-clientes-e-bate-novo-recorde-negativo.htm>>. Acessado em 17/05/2021.

<sup>231</sup> Matéria disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2021/02/28/tv-paga-nos-eua-perdeu-quase-um-brasil-em-n-de-assinantes.htm>>. Acessado em 17/05/2021.

atendimento, dado que hoje as operadoras passaram a cobrar inclusive pelos serviços de checagem de sinal *in loco* caso não haja um problema real constatado. Ônus do assinante.

Figura 29 - Evolução do número de assinantes de televisão por assinatura



Fonte: Dados do Setor fornecidos pela ABTA. Disponível em [http://www.abta.org.br/dados\\_do\\_setor.asp](http://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp). Último acesso em 30/05/2021.

Além disso, estima-se que parte dos assinantes ou deixou de consumir o serviço ou passou a consumir a partir de mecanismos ilegais, através de pirataria. Dados do setor apontavam que em 2019 esse número já ultrapassava a casa dos 16 milhões<sup>72</sup> de usuários clandestinos dos serviços, mais do que a base de assinantes legais. Conseqüentemente, com menos assinantes e aumento da alíquota de ICMS, principal tributo incidente, o custo é repassado ao assinante, que paga mais para ter acesso à mesma quantidade de canais.

Por outro lado, o assinante sente pesar não apenas o alto custo quando compara sua mensalidade em relação à qualidade dos serviços de *streaming*. Também reclama que os canais pagos têm abusado na quantidade de propagandas e na repetição da grade, fatores esses que o próprio mercado sempre usou como atrativo para a conquista de novos assinantes como uma vantagem em relação às emissoras de televisão aberta (“*Aqui não tem propaganda*”). Ainda sobre a propaganda, uma grande reclamação dos pais e a preocupação de profissionais e entidades de proteção infantojuvenil é o excesso de mensagens de consumo direcionadas para esse público, que é uma fatia desejada pelas marcas dado poder aquisitivo. No *streaming*, outra vantagem para os pais mais cautelosos é não ter propaganda para os pequenos.

Com o avanço da tecnologia na área do audiovisual, com destaque para o *streaming* - assim como entre os anos 1980-1990 houve com a consolidação da televisão por assinatura -,

um disputado segmento ao redor do mundo já começa a separar os gigantes dos pequenos. É claro, no Brasil, um país apaixonado por televisão, essa disputa não seria diferente. Ao mesmo tempo em que a televisão por assinatura no Brasil (e no mundo) perde assinantes em volumes nunca antes vistos, a produção de mídias físicas como Blu-ray e DVDs é cada vez menor, tanto que em 2018 a própria Globo Marcas, braço que licenciava e comercializava produtos da Globo como as telenovelas e seriados da emissora em DVDs, encerrou suas operações (Observatório da TV; 2018)<sup>232</sup>, uma das justificativas da nota passava pela ‘avaliação de novas maneiras’ para melhor atender ao público.

Sem dúvida há um significativo custo de investimento estrutural para criação e manutenção da plataforma. Por outro lado, a escalabilidade é infinitamente maior, pois aqui está sendo vendido apenas o acesso, dispensando etapas como a logística que envolve, por exemplo, a entrega física do produto, no caso, o DVD de uma telenovela, e talvez tenha sido isso que permitiu ao *streaming* se desenvolver de forma exponencial em nosso país. Porém, antes de avançar, é preciso parar e fazer uma rápida (e curta) radiografia do cenário de empresas que hoje atuam no mercado de *streaming* no Brasil com os principais competidores, especialmente aqueles que são importantes para entender a construção da estratégia de atuação do grupo Globo com o *Canal Viva*, tanto no *streaming*, como na televisão por assinatura.

A opção neste levantamento foi de não adotar um estudo ou metodologia de referência, e sim dividir a partir da análise em sites especializados as principais empresas a partir de suas características estruturais de atuação e similaridade, chegando em seis grupos, e as datas citadas entre parênteses referem-se ao início estimado de operação no Brasil. São eles:

- **Grupo 1:** Globoplay; PlayPlus (2018).

Formado por plataformas 100% brasileiras, são braços de grandes emissoras privadas e nascem a partir da estrutura das mesmas, incluindo parte de seus acervos. Têm parcerias para títulos licenciados de outras produtoras e oferecem como maior diferencial em relação aos concorrentes do grupo 2 a transmissão ao vivo da programação. Produzem e distribuem conteúdo tanto para *streaming* quanto para a televisão e promovem intercâmbio entre eles, atuando de ponta a ponta.

- **Grupo 2:** Netflix (2011); Prime Vídeo (set./2020).

Constituído por plataformas estrangeiras, inicialmente distribuidoras de conteúdos, e posteriormente se tornaram respeitadas produtoras de conteúdo audiovisual (filmes, séries,

---

<sup>232</sup> Matéria disponível em <<https://rd1.com.br/loja-globo-encerra-atividades-somlivre-respondera-por-vendas-de-cds-e-dvds/>>. Acessado em 23/03/2021.

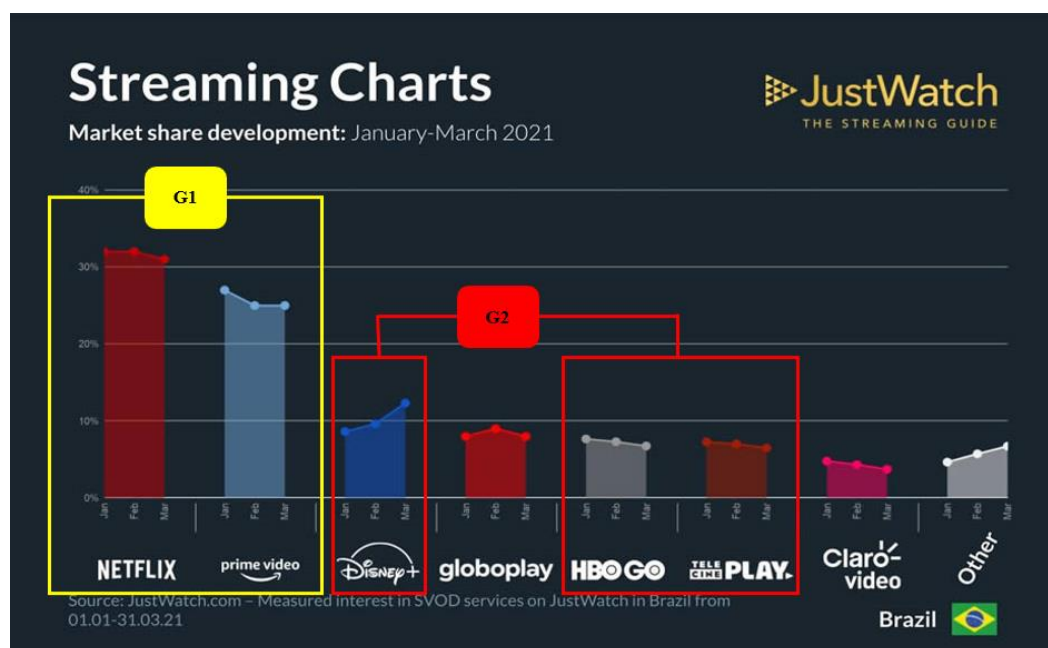
documentários, desenhos, shows e programas de variedades). Além disso, compram acervos de produtoras e emissoras menores distribuindo em larga escala ao redor do mundo.

- **Grupo 3:** Disney+ (nov./2020); HBO Max (ex-HBO Go); Telecine Play.

Plataformas internacionais, partes de grandes produtoras, com capital para aporte na compra e produção de conteúdo, são mais jovens e visam estar no grupo 2.

Nos grupos 2 e 3 estão os maiores competidores do Globoplay, especialmente o grupo 2, que tem a escala global, catálogo expressivo e variado, conhecimento de marca e o aporte financeiro de duas gigantes, uma delas a Netflix, pioneira do segmento. Não foi possível obter o número absoluto de assinantes para cada serviço, mas o site especializado em *streaming* JustWatch<sup>233</sup> disponibilizou uma visão de *market share* do período de janeiro-março de 2021<sup>234</sup> (Tabela 10), mostrando que exceto a Disney+ e o grupo ‘outros’ (sem abertura), todos perderam assinantes no período, mas não detalha as possíveis causas. O que não necessariamente significa apenas um encolhimento do mercado, como também um crescimento na quantidade de empresas competidoras, especialmente quando a estratégia de muitas delas para aquisição de clientes tem sido a briga por preço, valor da assinatura.

Tabela 10 - *Market share* do 1º trimestre 2021 no Brasil



Fonte: site JustWatch publicado no site da Teleco - Inteligência em Telecomunicações. Disponível em <[https://www.teleco.com.br/streaming\\_mshare.asp](https://www.teleco.com.br/streaming_mshare.asp)>. Acessado em 31/05/2021.

<sup>233</sup> Disponível em <<https://www.justwatch.com/>>. Acessado em 31/05/2021.

<sup>234</sup> Não disponíveis os critérios adotados na geração do gráfico, como tamanho da amostra, metodologia e *market share* - sobre total de assinaturas individuais ou de usuários conectados, o que é diferente dado que algumas assinaturas permitem vários usuários, ou ainda sobre qualquer outro critério. De qualquer forma, é ilustrativo como forma de mensurar a posição e tamanho aproximados de cada empresa competidora do segmento.

- **Grupo 4:** distribuidores variados, geralmente vinculados a canal, produtora e grupos de comunicação de menor porte e estrutura. Grupo intermediário onde alguns concorrentes que já passaram, já saíram (Crackle) ou se fundem com outros (Claro + Net Now), e objetivam chegar no grupo 3, pois diferentemente do grupo 5, ainda atuam em busca de escala e com catálogo variado, tendo perfil e potencial para expansão.  
StarzPlay; Paramount+; Apple TV+ (nov./2019); Looke; Claro Vídeos; FoxPlay.
- **Grupo 5:** distribuidores de nichos por gênero (terror) ou temática (LGBT).  
Crunchyroll (animes), EI Plus (futebol), MUBI (*art cult*), SPcinema (nacional), LGBTflix (LGBTQIA+), Oldflix (filmes e séries antigos), Darkflix e Screambox (terror), Afroflix (qualquer obra com profissional negro na frente ou atrás das câmeras), Spuul (Bollywood).
- **Grupo 6:** YouTube.  
Começou a produzir filmes e séries originais em 2017 e lançou a plataforma Originals. Está separado pela sua especificidade como plataforma, ainda que sirva de base para outros concorrentes. Possui serviços de aluguel de filmes e produção de conteúdo - claro, nesse último caso, estamos nos referindo apenas aos arquivos disponibilizados legalmente.

#### 4.3.1. O Globoplay e seus concorrentes

Braço no serviço de *streaming* do Grupo Globo, o Globoplay é a maior investidora brasileira que está buscando se posicionar nesse mercado transnacional, por isso, seu desafio não está contra o PlayPlus da Record TV, e sim contra gigantes estrangeiros. Logo, a sua constituição de conteúdo não será apenas via produção do braço de televisão, como uma espécie de acervo. A plataforma terá múltiplas formas de entrada, conteúdos oriundos da Globo, eventualmente alguns veiculados em canais da Globosat, filmes adquiridos de grandes estúdios estrangeiros, e a produção de conteúdo exclusivo Globoplay (ou estreia antecipada para assinantes do serviço) assim como seu concorrente Netflix já tem apostado em conteúdo nacional, inclusive disponibilizando-o em catálogos de outros países.

Aliás, algumas das recentes séries exibidas na Globo, são criações originais Globoplay. Com isso, a empresa parece não querer replicar o mesmo catálogo em todos os meios, e também adequar seu conteúdo de acordo com os meios, sabendo que o público e as narrativas que esses buscam são diferentes. Um recente exemplo foi a série *Onde Está Meu Coração* (2021)<sup>235</sup>, uma produção ‘original Globoplay’ de 10 capítulos, que teve seu primeiro episódio veiculado no dia 03/05 como filme na Tela Quente, faixa tradicional noturna de exibição de filmes na Globo, e

---

<sup>235</sup> Série de George Moura e Sergio Goldenberg. Lançada em 03/05/2021, no Globoplay, 10 capítulos.

no dia seguinte, todos os episódios foram disponibilizados para os assinantes do Globoplay, oferecendo assim uma espécie de degustação aos assinantes do canal aberto. Hoje, já são mais de 14 produções originais do *streaming*, e algumas posteriormente migraram para a televisão de fluxo, outras seguem exclusivas na plataforma.

Em 2019, o então CEO do Globoplay, João Mesquita (Meio e Mensagem; 2019)<sup>236</sup> em evento para imprensa anunciou que a estratégia da empresa é também exibir conteúdos produzidos fora da emissora, assumindo a lógica do meio e não a ditadura da TV aberta. Além de investir em conteúdos que na TV aberta não teriam espaço em função do perfil do público, e fugir do eixo Rio-São Paulo, produzindo conteúdos que retratem diferentes regiões do Brasil. Por isso, querem mirar em séries com vários arcos, novas estruturas e temas menos óbvios do que os veiculados na televisão aberta que vêm de uma lógica narrativa mais simples, inclusive produções estrangeiras, como as telenovelas latinas e árabes, hoje exibidas (e reprisadas) por canais como SBT e Band como parte importante de suas estratégias de programação vespertina. Inclusive, a declaração de 2019 se sustenta em 2021. Um bom exemplo é a exibição da telenovela turca *Fatmagul: A Força do Amor* (2010-2012) exibida na televisão aberta no Brasil pela Band entre 2015-2016. Com pouco mais de um mês de lançamento no Globoplay, já figura no ranking *Top 10* das mais buscadas (Cineclick; 2021)<sup>237</sup>.

Desde então a plataforma anunciou um arrojado plano de lançamento de conteúdo, tendo de uma única vez anunciado que iria disponibilizar 50 telenovelas de décadas distintas, numa média de um lançamento a cada 15 dias, entre elas vários clássicos da emissora, muitos já transmitidos no *Canal Viva*, e segundo consta, sofreram tratamento para se adequar ao HD. No Globoplay, seu layout, menus e a lógica de navegação se aperfeiçoaram ao longo dos anos se aproximando da concorrente Netflix, já que muitos telespectadores acabavam comparando e preferindo a rival norte-americana pela facilidade, intuitividade e oferta de recursos como ‘assistir de onde parou’ e ‘preferidos/minha lista’ entre outros.

Apenas em telenovelas, o catálogo oferece cerca de 130 títulos, incluindo 12 temporadas de *Malhação*, as 12 edições especiais reprisadas na pandemia junto com as versões integrais, 14 telenovelas estão na versão do *Vale a Pena Ver de Novo*, 3 em outros formatos, todo o restante (cerca de 85 títulos) não tem nenhuma identificação especial, por isso foi entendido que se trata da versão original<sup>238</sup>. Há também vários lançamentos prometidos para os próximos

---

<sup>236</sup> Matéria disponível em <https://rio2c.meioemensagem.com.br/noticias2019/2019/04/26/globoplay-exalta-a-vida-longo-da-ditadura-da-tv-aberta/>. Acessado em 01/06/2021.

<sup>237</sup> Matéria disponível em <<https://cineclick.uol.com.br/noticias/como-novela-da-band-foi-parar-no-top-10-da-globoplay>>. Acessado em 10/08/2021.

<sup>238</sup> Contagem realizada pelo pesquisador diretamente no catálogo do Globoplay na semana de 20/06/2021.

meses conforme pronunciamento da Globo. Séries e minisséries nacionais dividem a aba ‘séries’ com premiadas séries estrangeiras, e há disponíveis outras dez abas: esportes; filmes; documentários; *reality shows*; música; infantil; programas regionais; humor e jornalismo.

Há um efeito de intercâmbio entre televisão aberta e a plataforma. A Globo já realizou algumas experiências exclusivas de *spin-off* no Globoplay para as telenovelas das 19 e 21 horas. Por exemplo, para se aproximar dos jovens, na reprise de *Malhação: Viva a Diferença* (2017-2018), um *spin-off* foi feito para o Globoplay em novembro/2020 (JACKS et al., 2020. pg. 58). Outra experiência aconteceu em *Haja Coração* (2016), enquanto todos na telenovela achavam que a personagem Teodora Varela (Grace Gianoukas) havia morrido na explosão do avião, os internautas acompanhavam a saga dela sobrevivendo ao acidente em uma ilha deserta, conhecendo um jovem musculoso e vivendo uma história de amor até ser encontrada.

### **PlayPlus<sup>239</sup>**

Hoje a iniciativa da Record, o PlayPlus é o que mais se assemelha ao Globoplay, porém, está bastante aquém em muitos aspectos, sendo ainda mostrado na maioria dos levantamentos dentro de um grupo classificado pela mídia especializada, grupos de discussão e influenciadores como ‘outros’, um grupo que reúne os concorrentes de menor *market share*. Portanto, o registro por hora se fará não pela ameaça de mercado e sim por se tratar da segunda maior produtora de telenovelas do país e que também tem apostado na estratégia de levar esse conteúdo para outros meios além da televisão aberta.

Lançado em 2018 com preço de assinatura inicial de R\$ 12,90, o serviço pouco (ou nada) evoluiu desde então e segue sendo atualizado por parte do próprio conteúdo diário da emissora. Segundo Padiglione (Folha, 2018)<sup>240</sup>, o lançamento veio carregado de expectativas e frustrações. A expectativa é porque a Record TV, ainda que tenha sofrido vários incêndios ao longo de sua história, foi uma das primeiras emissoras do país responsável pelos programas musicais mais populares do país, e desde 2015 vinha sendo divulgado um trabalho de restauração do seu acervo para posterior disponibilização. A frustração fica por conta do que foi anunciado, pouco ou nada mudou desde então. Na estreia foram prometidos para a aba *Arquivo Record TV* títulos como<sup>241</sup> *Bronco Total* (2); *Família Trapo* (1); *Festival MPB* (6); *Show do Dia 7* (1). *Sambão com Elizeth Cardoso* (1); *Especial Elis Regina* (2); *Programa*

<sup>239</sup> Informações disponíveis em <<https://www.playplus.com/>>. Acessado em 01/06/2021.

<sup>240</sup> Matéria disponível em <<https://telepadi.folha.uol.com.br/record-tera-acervo-antigo-em-nova-plataforma-mas-muita-coisa-aguarda-autorizacao/>>. Acessado em 01/06/2021.

<sup>241</sup> Os números entre parênteses após o nome do programa indicam a quantidade de episódios disponíveis de cada um deles na pesquisa realizada no catálogo do aplicativo PlayPlus na semana de 20/06/2021.

*Flávio Cavalcanti* (1); Troféu Roquete Pinto (9). Segundo a emissora, tudo passou por um tratamento de digitalização e remasterização de áudio, mas na imagem e no som são nítidas as agressões da má conservação ou do efeito do tempo.

Do núcleo de teledramaturgia estão disponíveis 33 telenovelas de um total de 36 produzidas desde 2000, sendo *A Escrava Isaura* (2004-2005), a mais antiga delas, além de 9 séries. Quase 35% desse total são de teor religioso (novelas bíblicas) - o que pode segmentar o interesse do público. O restante é completado por produções próprias, a maioria da televisão e pouco conteúdo exclusivo PlayPlus como programas de jornalismo, variedades, culinária, séries, filmes, conteúdo esportivo, infantil, formatos especiais e os *reality show*, além de 25 canais de *podcasts*. Funciona mais como uma opção para assistir ao conteúdo da emissora, do que é uma opção adicional de conteúdo.

### **SBT Vídeos<sup>242</sup>**

A exemplo da Record, a inclusão do SBT aqui é por ser a terceira emissora produtora de telenovelas do Brasil. Passou a disponibilizá-las com outros programas desde 03/04/2020<sup>243</sup> a partir de uma plataforma do YouTube. Desde o lançamento o serviço segue gratuito, e a exemplo do Globoplay e PlayPlus, oferecem além de conteúdo de acervo, transmissão ao vivo, e a própria emissora segue tímida na divulgação da plataforma, deixando dúvidas se trata-se de um teste, de um modelo inicial, se já corresponde ao projeto total pensado pela emissora, e até mesmo o quanto é parte da estratégia do grupo.

O catálogo traz os programas de auditório, incluindo alguns antigos como Hebe, Sílvio Santos, Gugu Liberato e Mara Maravilha. Do atual catálogo de 11 telenovelas, 9 são produzidas pela emissora, sendo 3 delas do gênero infantil. O site é bastante simples e não oferece muitas informações, inclusive alguns programas atuais da emissora não aparecem disponíveis, então parece ser uma versão teste e pela data de lançamento parece ter sido colocado no ar durante o período de pandemia quando muitos brasileiros estavam isolados em casa ou talvez tenha sido apenas uma coincidência. Porém, em pesquisas em site da Internet, são poucas as evidências sobre esse lançamento, reforçando a percepção de baixo esforço até mesmo por parte do canal ou de um lançamento por oportunidade durante o período da pandemia sem uma estratégia prévia de planejamento e divulgação.

<sup>242</sup> Informações disponíveis em <<https://www.sbtvideos.com.br/>>. Acessado em 01/06/2021.

<sup>243</sup> Matéria disponível em <<https://www.terra.com.br/diversao/tv/sbt-videos-emissora-lanca-plataforma-para-assistir-programas-online,e47ea00ad4b1d88d11dacaiae1e0d06cgv28ri97.html>>. Acessado em 01/06/2021.



### 4.3.2. Um segmento em veloz expansão

Em junho de 2020 os serviços de *streaming* já somavam a segunda maior audiência no Brasil e atingiram 15% de *market share* com uma média de 7 pontos no Ibope, atrás apenas da Globo com 15 pontos e 32,6% de *market share* e à frente de todas as demais emissoras. A mesma matéria (Canaltech; 2020)<sup>244</sup> indica que o número deve ser maior, já que a medição só considera o conteúdo dos televisores ligados, ou seja, celulares, tablets e outros meios ficam de fora da medição. Hoje, talvez representem um percentual importante desse acesso para esse tipo de serviço. Isso porque, segundo dados de uma pesquisa realizada pela consultoria OpinionBox em agosto/2019<sup>245</sup> com 2.024 internautas em relação ao dispositivo preferencial de acesso para assistir conteúdo em *streaming*, 67% faziam via *smartphone*, 50% via SmarTV, 49% via computador (*notebook* e periféricos); 17% via outros dispositivos e 13% via *tablet*. O que reforça a ideia de que a medição acaba por não capturar integralmente toda a audiência.

Ainda refletindo sobre a rápida penetração do *streaming* no país segundo outro estudo de agosto de 2020, desta vez da Kantar, 98% dos usuários de Internet no Brasil tiveram algum consumo de conteúdo via *streaming* (áudio ou vídeo), e 73% afirmam ter aumentado durante o período de isolamento social (O Consumerista; 2021)<sup>246</sup>. Já em março de 2021, um ano após início do isolamento social, dados também da Kantar indicaram que 58% dos usuários de Internet disseram ter visto mais vídeo e TV online em *streaming* durante os períodos de isolamento, com consumo diário de cerca de 1 hora e 49 minutos (Forbes; 2021)<sup>247</sup>.

Talvez o dado mais relevante venha da pesquisa de JACKS et al. com os telespectadores que estavam assistindo telenovelas reprisadas durante o período pandêmico sobre os meios de preferência de acesso. Entre os três mais citados, todos são do Grupo Globo, sendo 81,9% via Globo; 30,4% pelo Globoplay; 25,7% pelo *Canal Viva* (2020, pg. 67), ou seja, televisão aberta, *streaming* e televisão por assinatura.

É claro que a rápida adoção do *streaming* no Brasil vem de uma junção de fatores, não dá para isolar e atribuir a um só. E essa afirmação já valeria uma dissertação, por isso, vale pontuar que o *streaming* em relação à televisão aberta e ao *modus operandi* de ‘consumir televisão’ se reajusta com novos hábitos, como:

<sup>244</sup> Matéria disponível em <<https://canaltech.com.br/mercado/plataformas-de-streaming-ja-concentram-a-segunda-maior-audiencia-no-brasil-167786/>>. Acessado em 01/06/2021.

<sup>245</sup> Pesquisa disponível em <<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-streaming-no-brasil-segunda-edicao/>>. Acessado em 01/06/2021.

<sup>246</sup> Matéria disponível em <<https://www.oconsumerista.com.br/2021/02/pandemia-crescimento-streaming-setor/>>. Acessado em 01/06/2021.

<sup>247</sup> Matéria disponível em <<https://forbes.com.br/forbes-money/2021/03/um-ano-depois-do-inicio-da-pandemia-plataformas-de-streaming-contabilizam-ganhos/>>. Acessado em 01/06/2021.

- **Fator liberdade**, ao permitir que os telespectadores (ou usuários, ou internautas, ou *streamers*) passem a assistir sem a restrição de uma grade fixa de exibição - claro, considerando programas, filmes, séries e outros que têm essa possibilidade -, além disso, incentivou ainda mais a mobilidade não apenas ao permitir o acesso móvel, mas evoluindo para o serviço de *download* que oferece a opção de assistir *offline*, sem consumo de banda do dispositivo, então mesmo sem plano de Internet, mesmo sem wi-fi, ainda assim, é possível assistir no transporte público, por exemplo, uma série ou filme. Se os espectadores receberam mais mensagens televisivas e variaram as formas de acesso, seleção, e composição autônoma de sua programação, com isso desenham seus ritmos pessoais de recepção (MARTÍN-BARBERO & REY, 2004, pg. 67). Nos tempos atuais, para muitos isso é um sinônimo de liberdade. Especialmente em grandes centros urbanos onde o tempo torna-se cada vez mais um recurso escasso, poder usá-lo com sabedoria, torná-lo produtivo isso é liberdade.
- **Maratonar** nada mais é do que consequência do item acima. Tornou possível que os usuários adequassem a forma de assistir à sua rotina. Assim, com a disponibilização dos capítulos da semana ou da temporada inteira, criou-se o hábito da maratona, o assistir os episódios de forma sequencial. Agora, a dependência não é de grade, e sim, de quando ocorrerá o lançamento da temporada e/ou da divulgação dos capítulos - muda a dinâmica, mas mantêm-se alguns mecanismos de relação de poder entre emissora e telespectador (usuário).

Apesar das grandes mudanças na experiência da tecnologia que chamamos televisão, sinto-me segura em afirmar que o verbo "assistir" - ou talvez "ver" - permanecerá a palavra principal que a maioria de nós irá continuar a usar para descrever nossa experiência. Amanda D. Lotz (2014, pg. 263)<sup>248</sup>.

- Com o fim (ou para alguns a redução, pelo menos) do hábito de assistir conforme dias e horários da grade, o *streaming* disponibiliza um **catálogo de autoconsumo**, uma videolocadora virtual com prateleiras por gênero e temas que o assinante pode consumir como preferir. Com o tempo isso não foi o bastante, e para se aproximar do líder de mercado, a Netflix, começou a usar os dados dos usuários para realizar a **curadoria automática** a partir de algoritmos que ajudam a escolher um filme por classificações temáticas como ‘Quem viu esse filme, também viu’, ‘Filmes na praia’, ‘Feminismo’ etc.

---

<sup>248</sup> Texto original e complete inglês: “Despite the wide-ranging changes in the norms and experience of this technology we have called television, I feel safe in asserting that the verb “watch” - or maybe - “view”- will remain the primary word most of us will continue to use to describe our experience.”

Aqui segue a lógica de recomendação de um site de compras, ao comprar um *notebook*, o site já lhe recomenda um *mouse*, porque a maioria dos consumidores repetiu esse hábito de compra, ainda que tenha sido influenciado. Com a **curadoria digital**, os dados dizem tudo a respeito do comportamento, inclusive aquilo que você pode vir a gostar. Então, se antes havia a limitação da telenovela inédita por restrição da disponibilidade de horário, em um catálogo com mais de 100 títulos disponíveis é preciso que as informações da obra sejam indexadas e ofertadas ao telespectador, como o tema, o ator, a atriz, o lugar, o autor, as locações etc.

- Ainda na estrutura da compra e do consumo virtual, a **curadoria** (ou a opinião) **dos usuários**, ainda que não os conheçamos, pode se tornar importante para balizar o processo de escolha pessoal. Com tantas opções no catálogo, surgiram vários sites, *blogs*, perfis nas mais diversas redes sociais que atuam fazendo essas curadorias, desde os genéricos que falam sobre todo e qualquer lançamento, até os especialistas por nichos. Assim, alguns usuários mais apaixonados por audiovisual se tornaram arqueólogos do *streaming* e vão recomendando em seus perfis listas, como ‘*confira os premiados do Oscar disponíveis em cada streaming*’, ‘*datas comemorativas*’, ‘*biográficos*’, ‘*os dez melhores filmes para ver na semana do Dia dos Namorados*’, ‘*estreias da semana*’, ‘*corre por que vai sair do ar*’, até listas inimagináveis. Essa interação acaba fomentando debate entre os usuários, como espécies de cineclubes virtuais, inclusive rankings e *ratings*.
- Na perda de um episódio, era impossível rever ou era preciso vasculhar fragmentos na Internet ou então tentar baixar um arquivo de forma ilegal, pois certamente ela estaria disponível em alguma plataforma com qualidade de imagem e som, mas para isso seria necessário algum conhecimento básico de ‘onde achar’ e uma dose de risco. O *streaming* oferta o pacote sequencial, o que de alguma forma pode desincentivar, pelo menos em parte, uma **redução da pirataria** em relação à busca de episódios avulsos. Agora se por um lado pode diminuir, por outro, a pirataria em diferentes quesitos já é um problema real para as empresas do setor.

Assim como a televisão por assinatura é um desafio inerente ao negócio, não apenas a **fraude da assinatura** em si, como também o **roubo de dados** através dessa assinatura, acessando os dispositivos como *notebooks* e celulares via *login* fraudulento. No Brasil tal fraude já atinge números assustadores, com crescimento significativo durante a pandemia. Questões de regulamentação em discussão também geram impacto

para algumas das medidas de combate, e em breve deverá vir novidades por aí, especialmente em relação à autenticação dos usuários (com novas camadas de segurança) e mecanismos para tentar reduzir o uso de uma mesma senha por mais de um usuário<sup>249</sup>.

- No começo era bem simples: a Netflix oferecia um pacote único. Depois veio (*Amazon*) Prime Vídeo com preço promocional de R\$ 9,90, e tudo ficou complexo, a exemplo do que sempre ocorre com a oferta do mercado de serviços, que geralmente acaba indo para uma briga de preços pelo consumidor. Cresceu exponencialmente a quantidade de empresas que oferecem os serviços de *streaming* e são **muitas opções de prestadoras e pacotes para a avaliação do telespectador/usuário**. Além disso, as empresas começaram a oferecer (pseudo) pacotes e valores diferentes. Para dificultar ainda mais, algumas criaram parcerias, e com isso oferecem pacotes mistos, por exemplo, Globoplay com Disney+. Analisar o que é mais vantajoso entre um portfólio tão grande de opções de preços, pacotes e conteúdo, claro, fica a cargo do cliente, e tem se tornado um desafio, pois a próxima tendência parece ser uma associação entre as operadoras de televisão por assinatura com os serviços de *streaming* em busca de retenção dessa base de assinantes. Ou seja, a confusão para avaliação e tomada de decisão para o telespectador parece ficar cada vez mais difícil, pois no final das contas o diferencial competitivo acaba sendo até difícil mensurar para o cliente.
- Com tantas plataformas no ar e todas elas ávidas por divulgarem um extenso cardápio de conteúdo significa que tem milhares de séries sendo produzidas e veiculadas nas plataformas, na televisão e em outros meios. Uma das vantagens do *streaming* é o maior intercâmbio de conteúdo entre os países. Por outro lado, isso aumentou ainda mais a **concorrência pela atenção do telespectador/usuário**. Parte desse público, já aprendeu a barganhar e a dar sinais que não apenas o catálogo pode ser o principal atrativo.
- Uma parte importante da produção nacional, tanto de televisão, quanto de cinema, não está apta a ser disponibilizada no *streaming* devido a itens técnicos (som, imagem etc.), capilaridade ou capacidade financeira. Com o crescimento da demanda pelo serviço, tanto dos usuários, como das empresas em busca de conteúdo, **há expectativas de que, com isso, sejam criadas oportunidades de mercado por profissionais especializados na área**. Se a questão do acervo também passa pela lógica da disponibilidade, com o

---

<sup>249</sup> Matéria disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/colunas/guilherme-ravache/2021/04/20/netflix-disney-amazon-e-globo-lutam-contradisparada-da-pirataria.htm>>. Acessado em 30/05/2021.

*streaming* se abre uma enorme porta que soluciona a questão para muitos distribuidores, emissoras de menor porte, produtores independentes e colecionadores disponibilizarem seus conteúdos.

### **Algumas tendências para o *streaming*:**

Sobre o mercado de *streaming* no Brasil já existe um misto de otimismo, desconfiança e especulação. Isso porque há uma série de fatores que precisam caminhar para que o mercado siga investindo e mantenha a tendência de crescimento, como a revisão (rápida) da lei para regular a relação do *streaming* com a televisão por assinatura, a retomada da economia para que as pessoas possam ter dinheiro, afinal, não se trata de um serviço essencial, tampouco gratuito. Entre as principais citações em matérias, reportagens, artigos e relatórios sobre ‘**o que podemos esperar de evolução no *streaming*’**, ou **streaming 2.0**, aparecem:

- *Curadoria humana*: a exemplo de um *concierge*, ainda que seja um *chat*, mas que seja “algo ou alguém” para interagir, conversar, ouvir e dar recomendações, além daquilo que o algoritmo automaticamente recomenda - a Amazon nos Estados Unidos já iniciou um teste (UOL; 2021)<sup>250</sup>. Serão essas novas evidências de passado presente buscávamos opiniões de críticos sobre as estreias da semana? De alguma forma usar influenciadores das redes sociais virtuais tem sido parte da estratégia de marketing de algumas plataformas de *streaming*, dada a força da recomendação humana nesse segmento.
- *Customização/personalização*: ao passo que se tornam cada vez mais personalizados, isso será uma vantagem competitiva na oferta de serviço, pois vai tornando a experiência mais fluída, integral (aumentado a sensação do custo-benefício investido). Estima-se que, com o tempo, parte do catálogo estará disponível em mais de uma plataforma, não sendo esse o único atributo de valor na conquista do assinante, como já é possível ver em algumas plataformas, como o Pacote Globoplay e Disney+. Ainda na pesquisa da OpinionBox, 60% vê o preço como fator de influência na compra, 57% vão em busca de opções de suas séries e filmes favoritos e só a partir da terceira posição, com 38% é que se consideram atualizações e novidades do catálogo.
- *Adoção de nichos*: com a variedade, pode ser que cada plataforma também se especialize em um(ns) nicho(s) específico(s), e consiga oferecer conteúdo diferenciado

---

<sup>250</sup> Matéria disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2021/03/03/amazon-e-donald-glover-abrem-caminho-para-streamings-com-curadoria-humana.htm>>. Acessado em 01/06/2021.

para crianças, esportes, turismo etc., como já vem acontecendo até em algumas das iniciativas citadas nessa pesquisa.

- *Produção de conteúdo local*: para aumentar o sentimento de pertencimento à cultura local, deve haver investimento em mercados prioritários. Esse conteúdo deverá depois partir para o catálogo de outros países com comportamento e afinidades culturais próximas ou com grande aceitação. Aproveitando (e se adequando) inclusive a formatos mais populares desses mercados, a Netflix, por exemplo, já disse que apostaria até em telenovela, mas precisa estar pronta para fazer uma produção brasileira que pareça brasileira (UOL; 2021)<sup>251</sup>, especialmente porque mercados importantes como México e Brasil tiveram suas experiências de produção nacional, os resultados foram bem satisfatórios e a plataforma sabe da excelência produtiva desses países e da exigência.
- *Uso de dados cada vez maior e com resultados cada vez mais refinados*: ao tentar desvendar o que o telespectador busca, é possível oferecer-lhe cada vez mais e mais conteúdos alinhados com seus hábitos de consumo, uma vez que apenas o gênero ou a nacionalidade não definem que aquele usuário gosta de filmes de luta e filmes espanhóis. Talvez a combinação esteja em outros elementos que não sejam a categorização. É um ciclo virtuoso alimentado. Cada informação dada refina a relação, e o provedor pode recomendar sempre e mais novos conteúdos.

Sem dúvida a pandemia é um evento que ocasionou no curto prazo uma mudança de comportamento por necessidade, e que precisará ser observado e entendido, pois seus efeitos podem refletir mesmo com a normalização da produção. Portanto, é cedo atestar seu efeito temporário ou permanente já que produtores, distribuidores e o público viveram uma nova experiência de consumo, ainda que a contragosto. Assim como todo esse movimento do mercado e os efeitos em função do prolongamento da pandemia e outras questões nacionais de estrutura, economia, política e legislação.

---

<sup>251</sup> Matéria disponível em <<https://natelinha.uol.com.br/mercado/2021/02/21/chefao-da-netflix-na-america-latina-garante-produzir-novela-brasileira-e-parte-do-plano-159093.php>>. Acessado em 01/04/2021.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sempre fui um ávido *noveleiro*, aquele de ‘*carteirinha*’. Os colegas que fingiam não gostar de telenovelas, uma vez ou outra, me procuravam para saber o que enfim tinha acontecido com a personagem X ou se o segredo Y tinha mesmo sido revelado no capítulo de ontem. Cresci amando telenovelas. Foi paixão natural. Na minha casa ninguém era aficionado. Lembro ter uns 11-12 anos, não mais do que isso, quando fechei meu primeiro acordo comercial, e girava em torno da minha paixão pelas telenovelas: negociei com a proprietária de um salão de cabeleireiros próximo à casa dos meus pais que cortaria o cabelo com ela se, ao invés de jogar fora a Revista Contigo, ela me desse. Sem revista antiga, não haveria corte. Para mim valia a pena, com o dinheiro de um corte eu levava em torno de 8-12 revistas, afinal, se cortasse todo o mês sairia no prejuízo, então ia em intervalos de 2-3 meses.

Assim fui crescendo, correndo do colégio para casa para não perder o Vídeo Show, assistindo Troféu Imprensa, lendo os cadernos sobre televisão aos domingos no Estadão e na Folha de São Paulo. Até que um dia, lembro que minha irmã me disse: “*você não acredita, vai lançar na TV a cabo o Canal Viva só de novelas antigas*”. O olho brilhou, e assim como outros ‘Vinícius’ Brasil afora, o canal nasceu com uma base de fãs do seu principal produto, a telenovela. E assim, aquilo que ajudou na construção cultural de muitos brasileiros, inclusive na minha, virou parte do pré-projeto de mestrado: o *Canal Viva* e a reprise das telenovelas.

A essa altura havia entendido que era preciso ter distanciamento do objeto como fã e senso crítico como pesquisador, para enfim mergulhar nas questões que me intrigavam: *como a reprise funcionava e como dava certo?* O canal explorava tão bem aspectos da memória, do afeto, das lembranças, das experiências passadas, podia ser um *Vale a Pena Ver de Novo* 24 horas por dia - assim como tantos canais da televisão por assinatura -, e preferiu um caminho diferente: criar um propósito, construir diálogo, estabelecer laços, tratar o tema ‘reprise de telenovela’ em posição de vanguarda como ninguém havia feito até então. Se para alguns a telenovela de acervo era artefato audiovisual velho, para o canal era seu principal ativo, tendo o aval da emissora líder do segmento, e conseqüentemente parte do seu acervo à disposição, o que o colocava em vantagem competitiva, pelo menos em telenovelas.

Com uma lista de dezena de hipóteses e objetivos secundários, idas e vindas na estruturação e debates com a Professora Doutora Sheila Schvarzman, definimos que o objetivo geral analisaria a criação e as estratégias do *Canal Viva* para tornar relevante o consumo das

telenovelas reprisadas ao longo de dez-onze anos de sua existência, estratégias essas que têm permitido a ele conquistar vaga cativa na lista das maiores audiências da televisão por assinatura no país. Isso porque já sabíamos que a audiência do canal ia bem e era consistente desde o seu lançamento. Assim tínhamos que investigar o que estava por trás dessa fórmula que há uma década dava certo e não mostrava sinais de desgaste. Logo após escolha da metodologia e início dos trabalhos, chegou à pandemia e uma revisão em vários itens se fez necessário.

Essa pesquisa busca colaborar com estudos que têm se dedicado a refletir sobre a relação do audiovisual e a memória. Notado é o crescimento de diferentes tipos de produções em diversas áreas de conhecimento com temáticas que circulam sobre memórias e memoriais, afetos e afetividades, nostalgia e reminiscências, volta ao passado e o resgate de tradições entre outros, variando em seus elementos de constituição como linhas de pesquisa, metodologias, referenciais, objetos, recortes, territórios. Dessa forma, gera uma miscelânea de conteúdos que colaboram e dão mais fôlego para algumas teorias ou linhas de pensamento, como a estudada por Andreas Huyssen e escolhida para nortear essa pesquisa sobre o presente passado e a cotidianidade acompanhada ao longo de décadas - ele mesmo escreve sobre desde os anos 1980 e observa, como dito no início, tratar-se de um movimento vindo lá de meados da segunda metade do século XX. Ao lado dele, há a contribuição de outros importantes autores.

A forma que o autor encontra para explicar o que é esse movimento, sua constituição e características, suas consequências intangíveis - como a ode mnemônica, a valorização de tradições e sentimentos, o debate, o resgate de hábitos, os tangíveis como a moda retrô e o design, as biografias e livros de memórias, os produtos audiovisuais de reconstituição do passado. Assim, conseguimos entender esse movimento em três grandes esferas, primeiro em um **nível global**, ainda que em estágios e manifestações diferentes, e que acontece em muitos lugares do mundo. Segundo, em um **nível local** (ou nacional), através da nossa cultura, daquilo que é ofertado, vendido, usado etc. E, por último, em um **nível pessoal** (ou particular), aquele que podemos olhar em nossas práticas, como aquilo está presente em nossos comportamentos e que reforçam aspectos de manutenção, revitalização e perpetuação do passado.

Uma das grandes influências sobre isso acredita-se ser a desilusão e/ou falta de crença de que o futuro será tão bom quanto um dia foi imaginado. Por isso esse deslocamento do futuro presente para o passado presente, um lugar de mais conforto e segurança<sup>252</sup>. Assim, a pesquisa pode ser resumida em sete grandes pontos. São eles:

---

<sup>252</sup> Às vezes tomo a liberdade de comentar em tom de generalização usando palavras como ‘tudo’ e ‘todo’, apenas com o objetivo de facilitar algumas explicações e simplificar descrições em alguns contextos óbvios. Por



### 1) A quebra do estigma velho versus antigo:

Huysen e Le Goff, a partir de suas perspectivas e repertórios avaliam esse movimento e os principais fatores que o levaram para lá. Ambos concordam que ele contribuiu para diferenciar ao longo do tempo o ‘velho’ do ‘antigo’. O uso de associações históricas, linguísticas e simbólicas preservadas em algumas culturas, especialmente na ocidental, fez com que houvessem associações negativas ao ‘velho’, além do que a sua própria idade ou tempo de existência, como algo decrépito (LE GOFF, 1990, pg. 93). As fitas VHS mais antigas criaram mofo, os livros guardados eram vítimas das traças e muitas vezes foram para o lixo, carcomido. A moda vai passando e determinadas vestimentas e acessórios se tornam obsoletos, brega, fora de moda. Ainda que não seja possível generalizar essas atribuições de valor, especialmente em sociedades onde o ‘velho’ e o ‘antigo’ figuram a sabedoria, a tradição e a qualidade, é preciso compreender que há também uma concepção de que ‘velho’ é ordinário, sem valor e sem uso.

O ‘antigo’ para Huysen, é aquele que foi retirado do seu lugar natal, e passou a ter um valor como relíquia em um museu, antiquário ou na coleção particular de alguém com recursos financeiros o suficiente para possuí-lo. Assim, enquanto o primeiro pode ser velho e descartado, o ‘antigo’ traz consigo a perpetuidade. No dicionário, esses termos se aproximam, para a maioria das pessoas comuns eles são sinônimos, e Le Goff (1990) até aponta que em algum momento do passado esse uso inapropriado de palavras opostas alimentou esses estigmas.

Essa intangibilidade que os diferencia e gera valor, faz com que os produtos dentro dessa cultura também sejam vistos ‘com’ ou ‘sem valor’. Por exemplo, há filmes dos anos 1940 que são ‘velhos’ pelo tempo de sua produção, outros são ‘antigos’ porque fazem sucesso há muito tempo, são excelentes, são clássicos. Em relação ao ano de produção, cronologicamente ambos têm o mesmo valor, porém, um é velho, outro é antigo. Levando o exemplo para as telenovelas, se voltarmos ao ano de 1988, estrearam na Globo *Fera Radical* (28/03)<sup>253</sup>, *Vale Tudo* (16/05), *Bebê a Bordo* (13/08) e *Vida Nova* (21/11)<sup>254</sup>, e na TV Manchete, *Olho por Olho* (22/08)<sup>255</sup>.

Com exceção de *Vale Tudo* (1988-1989) que ainda é um dos recordistas de audiência 30 anos depois em todas as ocasiões de sua reprise, é uma obra ‘antiga’, ‘clássica’. Todas as demais soam como telenovelas ‘velhas’ - para exemplificar e simplificar, estou assumindo a

---

exemplo, ao afirmar “*todo mundo está conectado*”, é um exagero consciente, pois sabemos que é impossível que 100% da população esteja conectada.

<sup>253</sup> Telenovela de Walther Negrão. Exibida de 28/03 a 19/11/1988, na Globo, 18h, 203 capítulos.

<sup>254</sup> Telenovela de Benedito Ruy Barbosa. Exibida de 21/11/1988 a 06/05/1989, na Globo, 18h, 143 capítulos.

<sup>255</sup> Telenovela de José Louzeiro e Wilson Aguiar Filho. Exibida de 22/08/1988 a 06/01/1989, na TV Manchete, 21h30, 117 capítulos.

posição binária, ou é ‘velho’ ou é ‘antigo’, sem discutir os aspectos de cada obra. Relembrando as palavras de Bosi, o ‘antigo’, é aquele carregado de biografia, de memória, de história (2003, pg. 167). *Odete Roitman, Maria de Fátima, Heleninha Roitman “Brasil, mostra tua cara”, Gilberto Braga foi o autor, “país de gente chinfrim”, “só brasileira usa chinelo, até a palavra é esdrúxula”*, isso são exemplos de resquícios de uma obra atemporal, de uma obra de valor, antiga e carregada de significados para muitas pessoas que sequer eram nascidas e/ou tinham idade e discernimento em 1988 para assistir e interpretar o que estava sendo dito. *Vale Tudo* (1988-1989) não é lembrado apenas por uma questão afetiva e de memória, e sim porque a sua própria excelência como obra, excedeu o seu tempo.

Se o *Canal Viva* bate audiência não é apenas porque os nostálgicos querem revê-lo. É verdade, eles também querem em função de ter obras clássicas, então quem nasceu depois quer conhecer, se apropriar para poder dialogar, ainda que seja para criticar, porque ele faz parte do repertório contemporâneo, é popular, está lá no Twitter. Os sete exemplos acima são reais e recentes, mostram personagens, música de abertura, autoria e falas de *Vale Tudo* (1988-1989) e permitem percorrer várias dimensões de uma mesma obra. Portanto, não é apenas a memória afetiva que capta, que atrai, ela é um dos atributos. Em meio a uma audiência miscigenada, a força da biografia desse tipo de obra resiste, tem valor, e, portanto, ela por si sobrevive e se torna atraente para novos públicos e novas gerações.

## 2) Fim da diferenciação no tratamento da obra original versus a reprise:

Há três fatores importantes que se somam:

- O surgimento de novos meios de acesso/exibição e o fim da exibição exclusiva pela grade de horário liberta muitos ou dá mais opções para que outros possam assistir como, onde, o que e quando quiserem. Se antes a reprise também era refém da grade de veiculação rígida, também já não funciona mais assim. Seja por um segundo horário de (re)reprise, seja pela opção de uma prateleira virtual no *streaming*.
- A valorização do antigo como objeto, conseqüentemente, faz com que sua trajetória seja completamente diferente de um material velho. Afinal, a reprise sempre foi uma simples exibição de um produto não inédito. Porém, para uma parcela enorme, ainda existe o valor de ineditismo, de original, já que a experiência da reprise só acontece para aqueles que um dia assistiram a telenovela. Para o restante, continua sendo um produto original, como um filme ou série, e qualquer informação publicada é apenas

um *spoiler*, não há diferença - inclusive é bem comum nas redes sociais virtuais esse tipo de comportamento entre telespectadores de reprises.

- Narrativa focada no conteúdo da trama (e nas micronarrativas derivadas) e não na ação da reprise em si. A reprise sempre foi tratada como algo tão banal que as emissoras se acostumaram a divulgar sempre como novidade ‘a reprise em si’, e não a obra e tudo que ela oferece, como se 100% dos telespectadores naquele momento já tivessem assistido. Por isso, as vinhetas das reprises eram comumente precedidas de locuções como “*Está de volta a novela que...*” ou “*Está voltando mais um grande sucesso de Sílvio de Abreu*”, deixando de explorar todos os elementos dramáticos que para muitos são completamente desconhecidos e, portanto, podem ser atrativos com ar de inédito.

Compactuo com a noção de que esses reforços são qualificantes importantes que atestam a excelência técnica da obra, afinal, é sabido que há uma lógica comercial envolvida e que se não houvesse um potencial de audiência, tal obra não haveria sido escolhida para reprise. Por outro lado, ela pode limitar ao criar conexão apenas com quem conhece, pois vai rememorar para esses a experiência de já ter visto a veiculação original. O restante do público é ignorado, ou então, perde-se a chance de tentar seduzi-lo a ponto de querer atrain-lo para a reprise. E é por isso que as telenovelas têm núcleos distintos, para conversar com uma audiência mista, mas muitas vezes essa exploração no momento do anúncio da reprise não é levada em consideração focando apenas no casal ou na trama-chave.

Através de montagens que criam vinhetas ‘sedutoras’, o *Canal Viva* tem se esforçado para ‘oferecer’ cada telenovela reprisada como uma obra inédita, ainda que não seja. Dá um ar de contemporâneo, de que tem novidades e surpresas a serem vividas. Conforta o telespectador que o canal não está apenas apertando o botão *play* pelos próximos 165 capítulos e sim que estão nos próximos 165 dias oferecendo a exibição, os resumos (diário e mensal) e algumas novidades, tanto na televisão como nas redes sociais virtuais, onde muitos acompanham e interagem com o canal e outros fãs acerca da obra, seu enredo e personagens.

Lembrando a afirmação de Rosewarne (2020) de que contamos as mesmas histórias o tempo todo, apenas em meios e formatos diferentes e com novas indumentárias, voltemos ao exemplo de Aladim: nunca é anunciado com a 35ª versão da história - que em muitos aspectos é uma reprise de fatos do personagem que não se modificam -, ele é sempre anunciado com o filme, o desenho, a série de Aladim. Essa mudança de abordagem foi uma das inspirações que

o mercado brasileiro aprendeu na era da serialização. Não precisa serializar, mas é possível trazer elementos de como lidar com o produto serial dentro do formato telenovela.

### 3) Micronarrativas, a expansão e a criação a partir de fragmentos:

Uma vez que se apropria da telenovela de acervo não como produto-fim, mas como produto-meio, o *Canal Viva* expande as narrativas possíveis do produto, ou seja, vai além da exibição em si nas duas faixas de horário programadas, ali é apenas parte da experiência. Se nada mais for feito, seu papel primário como reprise foi cumprido. E é justamente pensando em ir além desse papel primário de ser apenas um exibidor que o canal tem ido. Ao criar o resumo do #MelhorDoDia está dizendo ao telespectador “*Calma, se você perdeu e está sem tempo de colocar o episódio em dia antes da próxima veiculação, confere aqui o que aconteceu de mais importante*”. Ou quando cria o #ResumoDaSemana de todas as telenovelas está prestando um serviço ao telespectador de “*Se você perdeu a semana toda, e não quer/pode assistir, confere o resumo*”. Nos dois casos está dando opções, é colega do telespectador que o atualiza rapidinho sobre o que aconteceu e o coloca em dia antes da exibição integral do próximo capítulo.

A denominação dada às *estratégias da reciclagem e da ressignificação* é fruto de dois esforços: primeiro, **conhecer o conteúdo do acervo**, e nesse aspecto a tecnologia tem sido uma facilitadora ao permitir o sistema de leitura, indexação e dados - estou dizendo como prática, sem conhecer como funciona o modelo do *Canal Viva*. O segundo é **a criação de um mapa de oportunidades das micronarrativas que podem ser geradas com o público**, na televisão, *streaming* ou redes sociais virtuais - a variação dependerá caso a caso. A proposta é que o conteúdo não fique limitado à reprise, e com isso são feitas novas interações, são estimadas novas intertextualidades, feito novos desmembramentos, partindo de coisas tão simples como uma data comemorativa ou uma atividade como a dança ou o esporte.

Quando o canal cria uma série como *As Vilãs que Amamos* e traz Carmem Lúcia, a vilã para ser um dos temas do episódio, a reprise (a repetição) de fragmentos (vinhetas de anúncio), da série em si, o uso da imagem de Carmem Lúcia em outras micronarrativas nas redes sociais virtuais para anunciar e convidar o telespectador, de alguma forma, para parte dos telespectadores, cria um residual na memória. Por isso, não é incomum nas redes sociais virtuais encontrar comentários sobre a telenovela referida a partir do personagem e não do título da obra: “*eba, chegou a hora de ver a Carminha!*” em alusão a “*oba, chegou a hora de ver Avenida Brasil*”. O que mostra que nem sempre o título é a melhor identificação, assim como a excelência de alguns personagens extrapola a própria trama.

O mesmo acontece quando são produzidas as vinhetas comemorativas e de homenagem. O *Novelão de 10 anos* e as interações nas redes sociais virtuais são iniciativas somadas que vão tentando criar novas micronarrativas porque tiram o personagem do contexto da telenovela e o levam para uma nova cena, ainda que sua diegese original esteja vinculada àquela telenovela, do ponto de vista da narrativa total, essa nova e curta história tem outro apelo de trama. Um exemplo vem do programa *Rebobina*. Um dos episódios era sobre a profissão de *top model*. Então o roteiro foi construído com conteúdo das principais telenovelas (e séries) da casa com a temática, e a partir dele é que se conversa sobre moda, beleza, estética, música etc. Ou seja, Malu Mader é a personagem Duda na telenovela *Top Model* (1989-1990), já no programa “*ela é a personagem Duda que fazia uma modelo e gostava de usar jeans, vamos discutir o jeans e pegar alguns modelos diferentes que ela usava?*”.

Assim como outros atores que interpretam modelos em outras tramas. Ainda que possa parecer banal demais e pouco construtivo ao ‘colar cenas’, o objetivo não é gerar debate, e sim rememorar, estimular a nostalgia a partir de elementos da cultura *pop* veiculados no rádio, cinema e TV, especialmente a telenovela, suas tramas e personagens. Ao lembrar dos *Casais que amamos* ou das *Aberturas inesquecíveis*, o *Canal Viva* está estimulando uma conversa a partir de um fragmento específico que compôs aquela obra maior. Lembrando Bourriaud, a grande questão para o artista atualmente não é apenas o que precisa criar de novo, de original, e sim também o que fazer de diferente com aquilo que já existe, o que gerar a partir daquele produto-base (2009, pg. 8).

#### 4) Materialização do presente passado fora do lugar comum da nostalgia

Certamente a equipe do *Canal Viva* conhece alguma(s) teoria(s) de **passado presente**, independentemente da nomenclatura e sobre a importância de tirá-la do lugar comum para criar diferenciação. Fazendo um levantamento pontual, me recordo de alguns exemplos de chamadas que encontrei no YouTube com vinhetas de lançamento da reprise de alguma série a ser reprisada nas emissoras de televisão aberta, o tom é sempre o mesmo, o da saudade e da nostalgia. Além de variar, sempre entre os mesmos atributos e adjetivos, de uma forma circular, parece não ter nada além para oferecer. Despertar a saudade ou fazer alguém recordar com nostalgia é importante, mas não pode ser apenas isso. Ou ser apenas isso, pode não ser o suficiente para gerar atratividade, despertar o interesse.

Se pensarmos na telenovela *Senhora do Destino* (2004-2005), a memória pode ser despertada, e, portanto, um convite de volta ao passado, ou a entrada desse passado no presente

pode ser feito de várias maneiras, não apenas “*Por que vem aí um sucesso das 9 horas, Senhora do Destino*”. Claro que muitos lembrarão “*Eba, é a novela da Nazaré Tedesco*”. Para outros, será preciso recordar “o que mais” existe nessa trama além da Suzana Vieira e da Renata Sorrah. Tinha escola de samba, o bicheiro de José Wilker, a trajetória da nordestina Maria do Carmo que vence na cidade grande do Sudeste, núcleos como o clube de luta livre, o restaurante francês, os aristocratas falidos de Raul Cortez e Glória Menezes, o casal de mulheres lésbicas, a mulher pobre e negra que forma casal com homem branco e estrangeiro.

Enfim, há muitas coisas que podem ser trazidas para o tempo atual e podem virar conteúdo, se tornarem atrativos, novas narrativas e que não precisam apenas falar de nostalgia. Afinal, se um telespectador quer ver a Nazaré de novo é porque ela podia despertar um misto de raiva e graça ao mesmo tempo, então é isso que talvez alguns busquem resgatar na reprise quando não há nenhuma grande vilã em exibição em uma obra inédita. E é isso que o *Canal Viva* já entendeu. Outro ponto, quando ele diz que não edita a telenovela, ele contribui - opinião pessoal -, em mostrar que culturalmente, em 1989, determinado tipo de comportamento, ainda que agressivo ainda era aceito pela sociedade em *Salvador da Pátria*, e se hoje está sendo mostrado, é para que essas práticas não se repitam, ou melhor, é porque elas ainda existem ou porque essas discussões ainda precisam acontecer.

Afinal, falar de **passado presente** não é exclusivamente buscar uma vida hedonista, pode ser que junto com certas memórias venham traumas, eventos ruins, fatos marcantes, é um comando que não temos como dar a nossa memória, por mais que não queiramos lembrar ou por mais que nos esforcemos para esquecer essas lembranças ruins. Essa revitalização na práxis televisiva “de reprise” oferecida pelo *Canal Viva* oferece um olhar que transforma o velho em antigo, esse um atributo de maior valor percebido. A sua própria identidade visual, seu posicionamento como canal foi mudando com o passar do tempo, desprendendo de características estéticas que o aproximavam dos anos 80 (fonte, cores, elementos gráficos etc.) e foi se transformando para inclusive quebrar o mito de que é *um canal velho* - segundo dados da pesquisa com telespectadores do próprio canal.

O canal tenta sempre propor a experiência de volta ao passado sem parecer velho, ao buscar elementos da trama que despertem de alguma forma conexão com o presente, como a volta do casal X e Y que fez muito sucesso e ainda é lembrado, ou explorando locações no exterior, pois não importa se a telenovela é de 1995 ou 2005, a beleza de certos lugares continuará encantando, e a força da narrativa poderá ter o mesmo efeito, ainda que ambos tenham um hiato de 10 anos. Claro, que nem sempre funciona. Recentemente dois lançamentos

bastante esperados do Globoplay eram *O Bem-Amado* (1973) e *Vamp* (1991-1992)<sup>256</sup>. O exemplo é importante porque a forma de anunciar ambas seguiu a lógica narrativa e visual do *Canal Viva*. Dá para interpretar que a experiência do canal foi como a de um laboratório que ajudou a trazer esse passado em escala, em volume, e a desenvolver formas de lidar com esse tipo de conteúdo, criando um entendimento de como articular isso de forma mais assertiva que a concorrência - ainda que tudo isso tenha ocorrido na televisão por assinatura, público de nicho.

### 5) Alguns novos hábitos:

Quando criado em 2010 o *Canal Viva* era um canal de televisão. Além de um rejuvenescimento, provavelmente se reposicionou como marca para *Viva* em busca de construir a imagem de que é uma opção de entretenimento audiovisual móvel não restrita à televisão, podendo estar em qualquer lugar ou aparelho através do *VivaPlay*. *Streaming* que aliás não criou, apenas batizou uma página dentro do *streaming*-mãe, o Canais Globo, que disponibiliza conteúdo dos canais Globosat, e com isso passou a se comunicar sem envolver o intermediário de uma operadora de televisão por assinatura, como já foi até recentemente, capitalizando sua presença e disponibilidade a partir dos **novos meios de acesso**. O encurtamento dessa rota redireciona e faz os telespectadores assimilarem que há uma plataforma exclusiva, por isso a mensagem é direta “*Acesse VivaPlay e confira os melhores programas do VIVA*”.

Outra vantagem que o canal tem oferecido nessa experiência de assistir à telenovela fora do padrão horizontal é o telespectador poder começar no aplicativo da televisão, dar pausa e quando retornar, voltar ao mesmo ponto. Isso coloca o serviço no mesmo patamar de qualquer serviço de *streaming* que já oferece a **omnipresença**. Assim, ele vai ofertando vantagens experienciais, especialmente para desconstruir para alguns o padrão de que ao assistir telenovela o torna refém de uma rotina. Não que seja exclusividade dele, pois todos os demais *streamings* fazem isso, mas quando pensamos na duração do produto telenovela, isso pode ser um atrativo “Assista quando, como e onde você quiser”. Significa que o *zapping* total e absoluto está na mão do telespectador (usuário). Mais do que nunca.

A Internet nos permite estar conectados o tempo inteiro, nos mantêm ***all-line*** (em tradução livre, *online o tempo todo*), ou seja, não há mais momentos de ‘on’ ou ‘off’. Dormimos e nossos aparelhos seguem conectados, pois uma mensagem poderá chegar a qualquer instante a não ser que tenhamos desligado a opção ‘dados móveis’, estaremos ***all-line***, ainda que inconscientes. Isso cria uma nova relação de temporalidade, pois não há uma separação entre

---

<sup>256</sup> Telenovela de Antônio Calmon. Exibida de 15/07/1991 a 08/02/1992, na Globo, 19h, 179 capítulos.

os momentos da vida. Podemos estar trabalhando e receber uma mensagem de casa, não há como distinguir esses tempos e espaços, pelo menos não de recepção ou de existência dessa(s) camada(s), apenas o de resposta. E para muitos esse já é uma dificuldade.

Com essa relação de novas temporalidades, de tempos não homogêneos, em que cada um faz o seu, e de assincronia, pode-se fazer a mesma coisa em tempos completamente diferentes e se cria uma dinâmica que talvez um telespectador só veja a exibição da telenovela das 21 às 15 horas do dia seguinte, e ainda assim lhe será inédita e terá o mesmo efeito de prazer do que o telespectador que a assistiu exatamente no momento da exibição original. Assim nos distanciamos cada vez mais da cena da família que se reúne em frente da televisão para juntos se divertirem, e nos aproximamos da cena do metrô, onde em um mesmo vagão dezenas de passageiros (ou telespectadores) seguram seus celulares, assistem algum conteúdo com seus fones de ouvidos. **Dentro da temporalidade de cada um não é um atraso, é sim, uma liberdade de escolha, de tempo reservado para isso.** Não importa o tempo da produção.

Como o *Canal Viva* exhibe cada telenovela 2x por dia, a segunda exibição é uma espécie de reprise da reprise. Ou seja, a dupla exibição, ou dupla reprise, para alguns telespectadores é um benefício, já que o canal repete sua programação quase que integralmente 2x ao dia. Benefício em relação ao horário de trabalho, da aula ou das tarefas domésticas. Para outros, é uma chance de maratonar, assistindo 2x em um mesmo dia, especialmente quando o episódio tem acontecimentos marcantes. E para outros que são exclusivamente usuários do *streaming* isso é indiferente. Novamente mostra que o canal entende a distinção de públicos e busca ofertar, ainda que não seja customizado, opções para diferentes perfis e necessidades.

## 6) Contexto transmidiático e a cultura de fãs:

A estratégia do canal se articula em torno da transmidiação de conteúdo. Um capítulo de 44 minutos da telenovela *A Viagem* (1994), vira um resumo do dia de 5 minutos, que somado aos demais formam os 30 minutos de resumo semanais. A abertura vai para a série '*Aberturas inesquecíveis*'. A música da abertura está no quadro '*Que abertura é essa?*'. Fragmentos das cenas estão sendo usadas em vinhetas diversas, além da própria vinheta de divulgação da exibição da telenovela. A personagem vilã de Laura Cardoso está em uma série especial, o amor de outro planeta dos personagens de Christiane Torloni e Antônio Fagundes estão em outro, e assim sucessivamente. Novamente lembrando Bourriaud, são novas formas de uso. Infinitas.

Os artistas mirins, hoje adultos, estarão em um especial sobre atores que cresceram na carreira. Gifs das alucinações de Alexandre (Guilherme Fontes) são comuns no Twitter, além



de cenas apaixonadas de 15 segundos no Instagram e no Facebook. Esse é um exemplo, parte real, parte ficcional - o objetivo não era a análise do conteúdo em si -, e sim, mostrar os esforços contínuos do *Canal Viva* em dialogar através de todas as plataformas, e não se limitar à reprise de um capítulo em si. Na prática, é um conteúdo sem fim, basta que um contexto seja criado. A transmidiação ocorre como forma de capturar a atenção, dialogar, gerar novos conteúdos e narrativas, transitar sobre novas possibilidades, explorar novas ideias, afinal, a obra já foi totalmente gravada.

Muitos fãs também passam a produzir novos conteúdos, como análise da audiência, dos fracassos, enquetes das mais pedidas, lista de personagens mais odiados etc. O que na cultura dos fãs é um sinal extremamente positivo da reciprocidade de uma ‘legião’ de embaixadores (*fandom*) que além da reprise, que é o carro-chefe que norteia a relação canal-fãs, eles mediam, interagem, comemoram, recriam em cima das imagens, fazem curadoria por conta, buscam situações de reminiscências, estabelecem novas narrativas suportados pela Internet e os recursos oferecidos por ela. De outro lado, passaram a ter mais acesso a informações, com isso a expectativa em relação à *próxima surpresa do canal* é sempre maior.

Sem dúvida a (r)evolução tecnológica tem beneficiado o trabalho dos profissionais que atuam com acervo, criando mais condições, velocidade e indexação para vasculhar milhões de itens, cada vez mais caracterizados pela qualidade de dados, som, imagem e variedade. O telespectador também se beneficia com um maior repertório, que poderão ser unidas, em planos iguais ou diferentes geram novos produtos audiovisuais. E não importa se são cenas de 1983 a 2012, se formam uma boa narrativa, um enredo que faz sentido ao telespectador. Afinal, temos telenovelas em 2015 que se passam nos anos 1960, então por que precisamos ter a urgência de assistir em 2021 apenas aquilo que foi produzido em 2021?

## **7) O Canal Viva sinaliza ser parte de uma estratégia maior**

Este talvez possa parecer ser o mais polêmico, por isso, propositadamente está como último. A vantagem competitiva do Grupo Globo frente aos demais canais abertos se faz por motivos mercadológicos, técnicos, financeiros e artísticos, incluindo a profissionalização na sua gestão, que diferente de outras emissoras familiares, não se deixou ‘contaminar’ pelas mesmas em detrimento as decisões do negócio, como é possível observar em concorrentes como SBT, Record TV e RedeTV! Assim:

- 1º) A Globo possui o maior, mais valioso e bem preservado acervo de telenovelas do país, inclusive como um braço internacional de vendas para mais de 100 países. Conhece bem

o ativo que tem em mãos, e mais ainda, sabe como a concepção desse ativo requereu um investimento financeiro (R\$ milhões). Uma vez produzida e seu valor pago com a exibição original, tudo que vir a *posteriori* é lucro. Então se reprisar pode gerar algum retorno financeiro e o custo de produção é zero, por que não seguir capitalizando em cima desse modelo? *Ciente dessa oportunidade, desde 1976 a emissora vem de forma regular trabalhando com reprises no canal aberto.*

- 2º) *A faixa regular de reprise ganhou um título oficial, Vale a Pena Ver de Novo.* E apesar de ‘ser’ uma faixa estática, é na verdade uma faixa que flutuou ao longo da sua história em relação aos horários, temas, autores, público e outras experimentações. Além disso, há indicações que desde os anos 1980 a Globo já buscava ter um canal de reprises, uma espécie de Globo II. Do lançamento da faixa até hoje se passaram 40 anos e ela segue como um relevante mecanismo de audiência da emissora. *Paralelo, o Vídeo Show, criado três anos depois, explorava os bastidores das produções da emissora, com foco no conteúdo de acervo em seus quadros - artifícios esses que analogamente podemos identificar nos recursos de pós-produção adotados pelo Canal Viva.* Teria sido também o *Vídeo Show* uma faixa de baixo custo para transmediação de conteúdos? A resposta mais provável é sim. Afinal, parte dos quadros eram realizados com conteúdo de acervo, tinham edição básica com vinhetas de abertura, grafismos e locução *off*.
- 3º) *Reprise é uma das formas de ‘repetir’ histórias.* Ao longo de sua trajetória na produção de telenovelas, a emissora sempre produziu *remakes*, e mais tarde, seguindo os efeitos da serialização, produziu *reboots*, *spin-offs*, *sequels* etc. Ou seja, o canal nunca escondeu repetir a contação de histórias, apenas variou os formatos. Assim, no *Canal Viva*, ora com a reprise em si, ora com novas narrativas originadas do conteúdo da telenovela, ora com *remakes* de homenagem, de alguma forma estava sempre em torno de um mesmo eixo, o de uma história não inédita.
- 4º) *Surgiu em 2010 o Canal Viva, que materializou o sonho do Grupo Globo dos anos 1980 de ter um canal de reprises,* e mais, dentro da própria estrutura da emissora, através do braço *Globosat*. Se passaram mais de 10 anos e a evolução do canal é visível, da sua concepção, passando pelo (re)posicionamento e se estabelecendo de forma consistente no *top* cinco das emissoras de televisão por assinatura mais vistas no Brasil, e que também segue experimentando novos meios e formas de acesso, além da constante exploração e atuação nas redes sociais virtuais. No começo até parecia existir um

questionamento sobre a real diferença entre o *Canal Viva* e o *Vale a Pena Ver de Novo*, hoje parece já não haver mais dúvidas.

- 5º) Anos mais tarde a emissora coloca um tímido aplicativo móvel no ar, vai realizando constantes melhorias em versões e vai tornando-o cada vez mais robusto, até chegar ao formato atual, inclusive batizando-o de *Globoplay*. Não é novo, apenas ganhou essa roupagem recente e do ponto de vista da experiência do usuário, de navegabilidade, facilidade e funcionalidades, evoluiu a ponto de parecer com os principais concorrentes. Telespectadores e usuários eram testadores do canal sem ter essa consciência. *Um dos grandes apelos do catálogo no lançamento do Globoplay e que não estará em nenhum outro serviço de streaming são as telenovelas de acervo da Globo. Parte já vinha sendo recuperada em função da reprise no Canal Viva há quase dez anos.* Então se o acervo de telenovelas estará lá, como fica o *VivaPlay*? Poderiam ser eles integrados? Tratava-se de uma estratégia em fases?
- 6º) O mercado de televisão por assinatura no Brasil vem encolhendo de forma significativa, e alguns especialistas indicam que a sobrevivência do mesmo é a fusão com o *streaming*. Ou seja, se a televisão por assinatura cada dia reduz mais sua base de assinantes, apesar da concentração em São Paulo, é preciso buscar novos caminhos. Parece fazer sentido que a Globo caminhe para uma internalização do *Canal Viva* como sua marca de conteúdo de acervo dentro do *Globoplay*, já que o Grupo Globo institucionalmente vem realizando um projeto de reestruturação organizacional<sup>257</sup> que visa enxugar estruturas duplicadas. Além disso, unificaria um meio de acesso deficitário (televisão por assinatura) com outro em ascensão (*streaming*), ainda que não seja em curto prazo, ou ainda que seja gerando uma nova forma de contratação do serviço, como em formato de combo, mantendo dessa maneira o vínculo da emissora com um público que valoriza determinado tipo de conteúdo de acervo, afinal, sempre haverá passado presente.
- 7º) Com essa mista estratégia a Globo consegue se manter ativa como plataforma de conteúdo em vários canais, e não apenas, e também, se mantém fiel à sua origem, consegue investir boa parte da sua verba de produção e ainda lhe garante parte importante de sua receita publicitária, que é o conteúdo de televisão, e segue dialogando com o público cativo, aquilo que valoriza o conteúdo de acervo ‘do tempo que as telenovelas eram boas’ e os novos (e futuros) telespectadores que buscam em formatos

---

<sup>257</sup> Matéria disponível em <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2021/03/29/globo-muda-imagem-e-mostra-ao-publico-projeto-uma-so-globo.htm>>. Acessado em 24/06/2021.

mais dinâmicos e seriais uma nova forma de consumir audiovisual. Na lógica de Huyssen, a manutenção da perpetuidade, aqui se adaptando a forma de acesso.

Resgatando a descrição do objetivo geral de *analisar a criação e as estratégias do Canal Viva para tornar relevante o consumo das telenovelas reprisadas ao longo de onze anos de sua existência, estratégias essas que têm permitido a ele conquistar vaga cativa na lista das maiores audiências da televisão por assinatura no país*, finalizo as considerações certo de que o *Canal Viva* tem feito um trabalho consistente no conjunto da forma e do conteúdo, garantindo que em todos os seus meios de acesso estejam oferecendo uma experiência em equilíbrio.

Sem dúvida, planejamento, consistência e uma atenta leitura das oportunidades têm sido direcionadores importantes dessa estratégia, que busca estar próxima à experiência do telespectador (usuário), abrindo mão de um custo operacional menor e de uma falta de estratégia de ativação apenas apertando o botão *play* para transmissão como fazem muitos dos canais da televisão por assinatura no país, quando resolve criar, ressignificar, dialogar, pós-produzir. Assim, afirmar que o canal trabalha com memória e afetos é óbvio. Evidências do passado presente são fáceis de serem encontrados com a musealização, a digitalização, a temporalidade, a obsolescência, o esquecimento, e acima de tudo, pela experiência do ver e do rever.

E claro, relembando, apesar de algumas generalizações, estamos sempre fazendo referência a um nicho da população brasileira. Para outros, ‘velho’ e ‘antigo’ são idênticos. Telenovela original ou reprise é sempre ruim. A tal nostalgia é coisa de gente deprimida... Então, certamente muitos discordarão do **passado presente** e da sua eminência e verão na argumentação e evidências de outros o **presente presente** ou o **futuro presente**, ou ainda, outras expressões temporais. Afinal, enquanto uns se tornam jovens outros envelhecem, e lembrando a ideia de alguns dos autores aqui estudados, esse acionamento do passado no presente se é influenciado pela pessoa do hoje. O que significa é que sempre haverá novas experiências de ver, rever, o que ver e como ver.

Finalizo com três desejos. Do presente, que haja um crescimento e avanço em relação ao tema acervo<sup>258</sup>. Do futuro, que possa haver continuidade do estudo e ampliação da metodologia, pois esse trabalho de maneira alguma se esgota<sup>259</sup>. Do passado, que ele esteja sempre presente.

---

<sup>258</sup> Como maior contribuição entre as esferas privadas e públicas; melhor articulação entre entidades; aumento dos investimentos, postos de trabalho e opções de capacitação; revisão da legislação; criação de incentivos de pesquisa e publicação. Memória é parte da biografia de pessoas, da cultura, do país, da nossa história.

<sup>259</sup> Há uma margem enorme para continuidade, inclusive na ampliação do escopo e da metodologia, limitados pelo período pandêmico, incluindo, entre outros, visita aos acervos e etnografia com telespectadores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Bibliografia

ABPA. **Estatuto da Associação Brasileira de Preservação Audiovisual**. São Paulo, 2013. Disponível em <<http://www.abpreservacaoaudiovisual.org/site/abpa/estatuto.html>>. Acessado em 24/04/2021.

ACHARD, Pierre; DAVALLON, Jean; DURAND, Jean-Louis; PÊCHEUX, Michel; ORLANDI, Eni P. Tradução José Horta Nunes. **Papel da memória**. Campinas, SP: Pontes Editores, 1999.

ALMEIDA, Heloísa Buarque de. **Telenovela, consumo e gênero: “muitas mais coisas”**. Bauru, SP: Edusc, 2003 (Coleção Ciências Sociais).

ANUÁRIO OBITEL 2018. **Ficção televisiva Ibero-Americana em plataformas de vídeo on-demand**. Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Guillermo Orozco Gómez (org.). Porto Alegre: Sulina, 2018.

AUTORES: **História da Teledramaturgia**. São Paulo: Globo, 2008. Memória Globo.

BALOGH, Anna Maria; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. **Adaptações e remakes: entrando no jardim dos caminhos que se cruzam**. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas*. São Paulo: Editora Globo, 2009 (pg. 313-351 - Coleção Teledramaturgia).

BELLOTTO, Heloísa Liberalli. **Arquivos permanentes: tratamento documental**. 4ª ed. - Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade: lembranças de velhos**. 13ª ed.- São Paulo: Editora Companhia das Letras, 1995.

\_\_\_\_\_. **O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social**. 2ª ed. - São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BOURRIAUD, Nicolas. **Pós-produção: como a arte reprograma o mundo contemporâneo**. Tradução de Denise Bottmann. São Paulo: Martins, 2009 (Coleção Todas as Artes).

BRESSAN JÚNIOR, Mário Abel. **A memória afetiva e os telespectadores: estudo de caso do Canal Viva**. Tese de Doutorado em Comunicação Social - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em <<http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/7407>>. Acessado em 24/04/2021.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1996.

BUSETTO, ÁUREO. **Vale a pena ver de novo - organização e acesso a arquivos televisivos na França, Grã-Bretanha e no Brasil.** História (São Paulo) v.33, n° 2, pg. 380-407, jul./dez. 2014 ISSN 1980-4369. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/his/a/7gyNkyLgnk4dWFzK94XgDHb/abstract/?lang=pt>>. Acessado em 13/03/2021.

CABRAL, Paulo. **A história da telenovela: por que o mundo adora os folhetins.** São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2008 (Coleção Repórter Especial).

CAMPEDELLI, Samira Youssef. **A telenovela.** 1ª ed. São Paulo: Editora Ática, 1985 (Série princípios).

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócios.** São Paulo: Summus Editorial, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura, volume 1.** Tradução de Roneide Venancio Majer e Klauss Brandini Gerharddt. 2ª ed. - São Paulo: Paz e Terra, 2011.

\_\_\_\_\_. **La galaxia Internet: reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad.** Madrid: Areté, 2001.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos.** Porto Alegre, Editora Sulina, 2004 (Coleção Estudos sobre o audiovisual).

\_\_\_\_\_. CASTRO, Maria Lília Dias de (org.). **Televisão: entre o mercado e a academia II.** Porto Alegre, Editora Sulina, 2007 (Coleção Estudos sobre o audiovisual).

EDMONDSON, RAY. **Arquivística audiovisual: filosofia e princípios.** Tradução de Carlos Roberto Rodrigues de Souza. Brasília: UNESCO, 2017. Disponível em <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259258>>. Acessado em 15/06/2021.

\_\_\_\_\_. **Filosofia de Arquivos Audiovisuais, Uma** / preparada por Ray Edmondson e membros do AVAPIN [para o] Programa Geral de Informação e UNISIST. - Paris: UNESCO, 1998. - v. 60 p.; 30 cm. - (CII/INF-98/WS/6). Disponível em <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/192381/mod\\_resource/content/3/EDMONSONfilosofiadearquivosAudiovisuais.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/192381/mod_resource/content/3/EDMONSONfilosofiadearquivosAudiovisuais.pdf)>. Acessado em 15/06/2021.

EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme.** Apresentação, notas e revisão técnica, José Carlos Avelar; Tradução, Teresa Ottoni. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2002a.

\_\_\_\_\_. **O sentido do filme.** Apresentação, notas e revisão técnica, José Carlos Avelar; Tradução, Teresa Ottoni. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2002b.

FERNANDES, Ismael. **Memória da telenovela brasileira.** 4ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1997.

FERNANDES, Júlio Cesar. **A memória televisiva como produto cultural: um estudo de caso das telenovelas no Canal Viva.** 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do

Campo, 2013. Disponível em  
<<http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/677/1/JulioCesarFernandes.pdf>>. Acessado em 24/04/2021.

GIL, Steven. **A remake by any other name - use of a premise by under a new title.** In: LAVIGNE, Carline (org.). *Remake television - reboot, re-use, recycle.* Plymouth, UK: Lexington Books, 2014, pg. 21-36.

GOSCIOLA, Vicente; CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis. **Narrativas transmedia Entre teorías y prácticas.** Barcelona: Editorial UOC, 2014.

GRECO, Clarice. **Memória nacional, produto global: remakes de telenovelas e o caso *Dancin' Days*.** Revista Comunicação & Sociedade da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, v. 37, n. 1, pg. 237-258, jan./abr. 2015. Disponível em <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/4878>>. Acessado em 13/06/2021.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva.** Tradução de Laurent Léon Schaffter. São Paulo: Edições Vértice, 1990.

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

\_\_\_\_\_. *Política e novela.* In: BUCCI, Eugênio (org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000 (pg. 25-47).

HARTOG, François. **Regimes de Historicidade. Presentismo e experiências do tempo.** Tradução Andréa Souza de Menezes [et al.] - Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

HUYSSSEN, Andréas. **Culturas do passado-presente: modernismos, artes visuais, políticas da memória.** Tradução Vera Ribeiro. Coordenação Tadeu Capistrano. 1ª ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2014 (Museu de Arte do Rio).

\_\_\_\_\_. **En busca del futuro perdido. Cultura y memoria em tempos de globalización.** Tradução Sílvia Fehrmann. 1ª ed. em espanhol, 1ª reimp. - Buenos Aires: Fondo de Cultura Econômica de Argentina S.A., 2007.

\_\_\_\_\_. (editor). **Other cities, Other worlds. Urban imaginaries in a globalizing age.** Durham e Londres: Duke University Press, 2008.

\_\_\_\_\_. **Present Pasts. Urban Palimpsests and the Politics of Memory.** Califórnia: Stanford University Press, 2003.

\_\_\_\_\_. **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia.** Rio de Janeiro: Aeroplano, 2004.

\_\_\_\_\_. **Twilight memories: marking time in a culture of amnesia.** Nova York: Routledge, 1995.

IZQUIERDO, IVÁN. **A Arte de Esquecer, cérebro e memória.** 2ª ed. - Rio de Janeiro: Vieira & Lent Casa Editorial, 2010.

\_\_\_\_\_. **Memória.** 2ª ed. - Porto Alegre: Artmed, 2014. ePub.

JACKS, Nilda; LIBARDI, Guilherme; CAROLINE, Joselaine; SCALEI, Vanessa. **Telenovela e memória: “Vale a pena ver de novo?”**, reprises em tempo de pandemia. Revista Rumores. número 28 | volume 14 | julho - dezembro 2020, pg. 46-76. Disponível em <<https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/174427>>. Acessado em 08/06/2021.

\_\_\_\_\_. RONSINI, Veneza Mayora; PEREIRA SILVA, Lourdes Ana; WOTTRICH, Laura Hastenpflug; SIFUENTES, Lírian; CÓRDOVA DA SILVA, Renata. **Estudos de audiência e de recepção da telenovela: a juventude em cena.** In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas. São Paulo: Editora Globo, 2009 (pg. 111-154 - Coleção Teledramaturgia).

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução Susana Alexandria -2ª ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

\_\_\_\_\_. **Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture.** New York e Londres: New York University Press, 2006.

\_\_\_\_\_. **Textual Poachers: television fans & participatory culture.** New York e Londres: Routledge, 1992.

JOST, François. **El culto de lo banal: de Duchamp a los reality shows.** Buenos Aires: Librería, 2012.

KIMURA, Ester Eiko Duarte. **Acervo, pandemia e televisão: relato de experiência na TV Globo.** Revista Arquivo em Cartaz do Festival Internacional de Cinema de Arquivo 2020, nov./2020, pg. 88-96. Disponível em <<https://drive.google.com/file/d/1DC3WQDH-av0kfvFsey5qyYyKYOpArrZn/view>>. Acessado em 08/06/2021.

KOGUT, Patrícia. **101 atrações de TV que sintonizaram o Brasil.** Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2017.

LAVIGNE, Carlen; MARCOVITCH, Heather (org.). **American Remakes of British Television. Transformations and Mistranslations.** Plymouth, UK: Lexington Books, 2011.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória.** São Paulo: Editora Unicamp, 1990.

LEOPOLDO E SILVA, Franklin. **Tempo: experiência e pensamento.** REVISTA USP, São Paulo, nº 81, pg. 6-10, março/maio 2009. Disponível em <<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13727>>. Acessado em 13/06/2021.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade.** São Paulo: Edições Loyola, 2004 (Coleção Comunicação Contemporânea).



LOTZ, Amanda D. **The Television Will Be Revolutionized**. 2ª ed. - Nova York e Londres: New York University Press, 2014.

\_\_\_\_\_. **We Now Disrupt This Broadcast - How Cable Transformed Television and the Internet Revolutionized It All**. Cambridge e Londres: The MIT Press, 2018.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 5ª ed. - São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. São Paulo: Editora Scipione, 1994 (Coleção Ponto de apoio).

MARTÍN-BARBERO, Jesús. REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. Tradução Jacob Gorender - 2ª ed. - São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

MOURÃO JÚNIOR, Carlos Alberto; FARIA, Nicole Costa. **Memória. Psychology/Psicologia Reflexão e Crítica** [online]. Vol. 28, nº4, pg. 780-788. 2015. Disponível em <<https://www.scielo.br/pdf/prc/v28n4/0102-7972-prc-28-04-00780.pdf>>. Acessado em 08/06/2021.

MORATELLI, Valmir. **O que as telenovelas exibem enquanto o mundo se transforma**. Rio de Janeiro: Autografia, 2019.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela - história e produção**. São Paulo: Editoria Brasiliense, 1989.

PARADA, Augusto R.; AMARAL, Adriana. **Fãs Organizacionais e memória: uma perspectiva de relacionamento com as mídias sociais**. Observações a partir do estudo do Canal Viva, 10º Encontro Nacional de História da Mídia - Alcar 2015 UFRGS Porto Alegre. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/historia-da-publicidade-e-da-comunicacao-institucional/fas-organizacionais-e-memoria-uma-perspectiva-de-relacionamento-com-as-midias-sociais.-observacoes-a-partir-do-estudo-do-canal-viva/view>>. Acessado em 08/06/2021.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa (org.). **A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano**. 3ª ed. - São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2002.

PUCCI JR., Renato Luiz *et al.* **Normas técnicas: elaboração e apresentação de trabalhos acadêmicos-científicos**. Universidade Tuiuti do Paraná. 3ª ed. Curitiba: UTP, 2012.

RICOEUR, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. Tradução Alain François [et al.] - 6ª reimpressão. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2014.

ROSEWARNE, Lauren. **Why We *Remake*. The Politics, Economics and Emotions of Film and TV *Remakes***. Nova York: Routledge, 2020.

SANTOS, Ivone Neiva; AZEVEDO, José. **Compressão do espaço-tempo e hiperlocalização: os novos *flâneurs***. Comunicação e Sociedade, vol. 35, 2019, pg. 239 - 257. Disponível em <<https://journals.openedition.org/cs/811>>. Acessado em 08/06/2021.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna. Intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina.** Tradução Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

\_\_\_\_\_. **Tiempo pasado, cultura de la memoria y giro subjetivo. Una discusión.** Argentina: Siglo Veintiuno Editores, 2012.

SODRÉ, Muniz. **Televisão e psicanálise.** 2ª ed., 3ª impressão - São Paulo: Editora Ática, 2003 (Série princípios).

STYCER, Mauricio. **Adeus, controle remoto - uma crônica do fim da TV como a conhecemos.** Porto Alegre: Editorial Arquipélago, 2016.

TÁVOLA, Artur da. **A telenovela brasileira: história, análise e conteúdo.** São Paulo: Editora Globo, 1996.

XAVIER, Nilson. **Almanaque da telenovela brasileira.** 1ª ed. - São Paulo: Panda Books, 2007.

WOLFF, Michael. **Televisão é a nova televisão: o triunfo da velha mídia na era digital.** Tradução Ana Paula Corradini, Guilherme Miranda, Luiza Leal da Cunha. 1ª ed. - São Paulo: Globo Livros, 2015.

## Webgrafia

### Emissoras de televisão

#### *Grupo Globo de Comunicação*

- Site institucional da Globosat <<http://canaisglobosat.globo.com/>>
- Site da Globo Universidade <<https://redeglobo.globo.com/globouniversidade/>>
- Site do Memória Globo <<https://memoriaglobo.globo.com/quem-somos/>>
- Site do Globoplay <<https://globoplay.globo.com/>>
- Site dos Canais Globo <<https://canaisglobo.globo.com/>>

#### *Canal Viva*

- Página institucional do canal no site da Globosat <<http://canaisglobosat.globo.com/marca/viva/#title>>
- Home no site do Globoplay <<https://canaisglobo.globo.com/c/viva/>>
- Site para anunciantes <<https://anuncie.canalviva.com.br/#tabs>>
- Perfil no Twitter <<https://twitter.com/canalviva>>
- Perfil no Facebook <<https://www.facebook.com/canalviva>>
- Perfil no Instagram <<https://www.instagram.com/canalviva/>>
- Perfil no YouTube <<https://www.youtube.com/c/canalviva>>

- Página na Wikipedia <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Viva\\_\(canal\\_de\\_televis%C3%A3o\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Viva_(canal_de_televis%C3%A3o))>

#### *Record TV*

- Site institucional da emissora <<https://recordtv.r7.com/>>
- Perfil no YouTube <<https://www.youtube.com/c/recordtvoficial/featured>>
- Site do PlayPlus <<https://www.playplus.com/>>

#### *TV Bandeirantes*

- Site institucional da emissora <<https://www.band.uol.com.br/>>
- Página inicial do acervo <<https://bandtv.band.uol.com.br/bandimagem/telenovelas-series.asp>>

#### *TV Cultura*

- Site institucional da emissora <<https://cultura.uol.com.br/>>
- Página inicial do acervo <<http://cmais.com.br/index.php/cedoc/home>>
- Perfil no YouTube <<https://www.youtube.com/user/cultura>>

#### *TV Gazeta*

- Site institucional da emissora <<https://www.redegazeta.com.br/>>
- Página inicial do acervo <<https://www.redegazeta.com.br/a-empresa/pesquise-o-acervo/>>
- Site institucional da Fundação Casper Líbero <<https://fcl.com.br/casper-libero/acervo-casper-libero/>>

#### **Colunistas especializados e bases de dados**

- Folha de São Paulo, Cristina Padiglione <<https://telepadi.folha.uol.com.br/>>
- Notícias da TV, Daniel Castro <<https://noticiasdatv.uol.com.br/>>
- O Globo, Patrícia Kogut <<https://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/index.html>>
- R7, Flávio Ricco <<https://entretenimento.r7.com/prisma/flavio-ricco>>
- TV História, Nilson Xavier <<https://tvhistoria.com.br/author/nilson-xavier/>>
- UOL, Mauricio Stycer <<https://www.uol.com.br/splash/colunas/mauricio-stycer/>>
- UOL, Nilson Xavier <<https://tvefamosos.uol.com.br/blog/nilsonxavier/>>
- UOL, Ricardo Feltrin <<https://www.uol.com.br/splash/colunas/ricardo-feltrin/>>
- Internet Movie DataBase (IMDB) <<https://www.imdb.com/>>
- Teledramaturgia <<http://teledramaturgia.com.br/>>

## ANEXOS

### 1. Panorama dos acervos televisuais brasileiros (parte 2)

Continuação do conteúdo disponível no capítulo 2. *ACERVOS, RECORDAÇÕES... E APAGAMENTOS*, aqui estão os conteúdos sobre outras e antigas emissoras nacionais, além de outros acervos audiovisuais nacionais relevantes aos estudos da televisão e da telenovela, seja no ambiente de acervo histórico, seja como banco de dados.

Algumas das emissoras citadas aqui têm excelentes publicações bibliográficas de sua trajetória, curiosidade, acervo, contribuição na formação do panorama televisual brasileiro. Em respeito e homenagem a essas obras, foi opção não replicar informações citadas de acervo dessas obras, e sim referenciá-las como sugestão de leitura precedida pelo texto: “*Para mais informações recomenda-se a leitura...*”.

#### **Demais emissoras nacionais** **TV Cultura - Cmais**

O Cmais é o apelido do Centro de Documentação da Fundação Padre Anchieta que reúne o acervo das emissoras de rádio e televisão geridas pela fundação. Segundo informações, a TV Cultura tem 100% do seu acervo digitalizado, o que inclui tratamento técnico, armazenamento e catalogação de imagens, fotos e textos, com um site dedicado ao tema<sup>260</sup>. Conta com 70 mil filmes (cerca de 18 mil horas), em 16mm de telecuriosos, conteúdo jornalístico e infantil, preservando integralmente programas completos como *Roda Viva* (no ar desde 1986), e quase totalmente especiais de MPB, documentários e séries infantis como *Mundo da Lua*<sup>261</sup> e *Castelo Rá-Tim-Bum*<sup>262</sup>. Já dos programas de auditório e os infantis diários selecionam-se os melhores episódios (ELIAS e PEREIRA JÚNIOR In: Pereira Júnior (org.), 2002, pg. 233).

Entre imagens que mais tarde se tornariam clássicas estão uma entrevista com Elis Regina no *Roda Viva* pouco antes de sua morte e um comício de 1978 com Lula dizendo que jamais sairia candidato a presidente (ibid., pg. 235). Segundo Busetto uma das características da sua programação é a longevidade dos seus produtos, muitos premiados no Brasil e fora, sobretudo os infantis (2017, pg. 395), e que derivaram uma franquia até hoje de sucesso com filme, canal, produtos licenciados, entre outros.

<sup>260</sup> Disponível em <<http://cmais.com.br/>>. Acessado em 01/04/2021.

<sup>261</sup> Seriado criado por Flávio de Souza. Exibido de 06/10/1991 a 27/09/1992, na TV Cultura, 52 capítulos (estimado).

<sup>262</sup> Seriado criado por Flávio de Souza e Cao Hamburger. Exibido de 09/05/1994 a 24/12/1997, na TV Cultura, 90 capítulos (estimado).

Alinhado ao seu posicionamento de um canal educativo e informativo, a TV Cultura passou pela teledramaturgia com telenovelas. 7 entre 1965 e 1971, sendo a última *Meu Pedacinho de Chão* (1971-1972)<sup>263</sup> produzida pela TV Globo e veiculada em parceria com o canal, 8 minisséries distribuídas em três anos, 1995, 1996 e 2009, 11 séries, sendo 1 em 1964 e 10 entre 1991 e 2009, e aproximadamente 26 formatos especiais baseados em grandes obras da literatura como os teleteatros, tendo se destacado especialmente na área infanto-educativa. Acervo esse tão especial que em mais de uma ocasião já rendeu a emissora exposições físicas como o estrondoso sucesso de *Castelo Rá-Tim-Bum*, no MIS (Museu da Imagem e do Som)<sup>264</sup> com mais de 400 mil visitantes ao longo de 7 meses.

Não apenas em relação à digitalização e todo processo antecessor, a emissora parece seguir planejada quanto ao uso de seu acervo. Em nota veiculada em site de notícias em junho de 2019<sup>265</sup> - data que coincide com o lançamento de um novo canal no YouTube chamado de *Eu vi na Cultura* apresentado como “*Pode comemorar: a saudade dos clássicos programas infantis da TV Cultura chegou ao fim! Atendendo aos pedidos nostálgicos do público, serão disponibilizados semanalmente neste canal episódios das atrações que marcaram época e fizeram parte da infância de milhares de brasileiros. As primeiras séries que chegam ao canal são Mundo da Lua, com dois episódios disponíveis toda terça-feira, e Ilha Rá Tim Bum, com dois episódios publicados a cada quinta-feira*”.

Ainda não disponível, até a data desta consulta (01/04/2021), a página já contava com 51 mil inscritos e quase 250 mil visualizações das aberturas dos 6 programas próprios que deverão compor o canal, os famosos ‘clássicos infantis da TV Cultura’ - apesar da nota citar outros produtos veiculados pela emissora, como desenhos, não há menção no canal até o momento. O uso da palavra planejado, é que apesar da notícia de 2019, da promessa de 2021, do cenário caótico conhecido de 2020 (que pode ou não ter impactado esse lançamento), fica claro ao acessar o canal o seu propósito, o conteúdo que poderá ser visto, e para criar um vínculo emocional já são disponibilizadas as aberturas dos 6 programas que farão parte da programação. A proposta traz aspectos bem contemporâneos: será em uma plataforma de rede social virtual (YouTube), a comunicação visual brinca com elementos estéticos retrô (*Figura 30*), sem perder essa conexão de atual e a própria menção ao ato de maratona séries (*binge-watching*). E claro,

<sup>263</sup> Telenovela de Benedito Ruy Barbosa. Exibida de 16/08/1971 a 06/05/1972 (RJ) e agosto/1971 a maio/1972 (SP), na TV Cultura e na Globo, 18h, 185 capítulos.

<sup>264</sup> Matéria disponível em <<https://m.folha.uol.com.br/asmais/2015/01/1580613-castelo-ra-tim-bum-termina-temporada-no-mis-com-410-mil-visitas-veja-exposicoes-que-foram-sucesso-de-publico.shtml>>. Acessado em 01/04/2021.

<sup>265</sup> Matéria disponível em <<https://canaltech.com.br/Internet/tv-cultura-vai-disponibilizar-acervo-classico-em-canal-do-youtube-142587/>>. Acessado em 01/04/2021.

o usuário sabe que ainda não está no ar, e também para não gerar uma falsa expectativa ou interação vazia, todos os comentários estão desativados.

Figura 30 - *Banner digital* de divulgação do canal *Eu vi na Cultura* no YouTube



Fonte: Canal do *Eu vi na Cultura* no YouTube. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCwGeEYSGG3hZdrb3HQqz3gA>>. Acessado em 18/05/2021

Para mais informações recomenda-se o livro de Jorge da Cunha Lima. **Uma História da TV Cultura**. São Paulo: Imprensa Oficial: Cultura - Fundação Padre Anchieta, 2008.

### TV Gazeta

Pertencente ao grupo da FCL (Fundação Casper Líbero), possui dois tipos de acervos. Através de seu site<sup>266</sup> institucional que não permite a consulta ou visualização, o Acervo Casper Líbero se divide em dois: o primeiro do Jornal A Gazeta, comprado em 1918 pelo grupo totalizando o equivalente a 1,5 milhões de páginas arquivadas. O segundo acervo refere-se à Rádio Gazeta fundada em 1943 (hoje Gazeta AM) que soma cerca de 78 mil discos de músicas, sendo 19.500 de 78 rpm elétricos e mecânicos considerados raros. Sem prever data, ou mesmo se é um projeto em andamento ou futuro, há a indicação que a FCL pretende digitalizar as capas dos discos de 33 rpm, criando o primeiro acervo da América Latina composto por fonogramas, informações técnicas e artísticas, capas, contracapas e encartes.

O outro acervo caracterizado apenas como um Cedoc<sup>267</sup> também se divide em dois, um de mídia impressa e outro eletrônica com conteúdos veiculados na TV Gazeta, os programas locais da CBN e exemplares dos jornais A Gazeta e Notícia Agora. Esse conteúdo e as fotos publicadas nos impressos são usados para pesquisa ou venda e estão disponíveis na sede da Avenida Paulista. Fundada oficialmente em 1970, após inúmeras idas e vindas, conforme relatados no livro *Avenida Paulista, 900 A História da TV Gazeta* (FRANCFORT, 2010), ao longo da sua trajetória a emissora nunca investiu em teledramaturgia. A única empreitada ocorreu em 1996 em parceria com a Associação do Senhor Jesus quando produziram a

<sup>266</sup> Disponível em <<https://fcl.com.br/casper-libero/acervo-casper-libero/>>. Acessado em 09/01/2021.

<sup>267</sup> Disponível em <<https://www.redegazeta.com.br/a-empresa/pesquise-o-acervo/>>. Acessado em 09/01/2021.

minissérie *Irmã Catarina*<sup>268</sup> e a telenovela *Antônio dos Milagres*<sup>269</sup>. Na época a Gazeta estava associada ao canal UHF CNT do Paraná (entre 1995-2000). Algumas telenovelas latinas foram veiculadas ao longo da programação e sem qualquer citação relevante encontrada.

Para mais informações recomenda-se a leitura do livro de Elmo Francfort. **Av. Paulista, 900: a História da TV Gazeta**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2010 (Coleção Aplauso).

### **RedeTV!**

Apesar de uma curta e completamente esquecida incursão na teledramaturgia em 2007 com o *remake* do famoso seriado norte-americano *Desperate Housewives*, a emissora já nasceu pronta para digitalizar todo seu acervo. Sua menção nessa pesquisa refere-se à parte do acervo herdado da extinta TV Manchete, de quem recebeu a concessão após sua falência.

Ou seja, se não fosse a emergência pelo tema, independente de razões mercantis ou afetivas, muito do que se produziu teria sido perdido, a exemplo de como foram as primeiras décadas da televisão brasileira. Emissoras como Excelsior (1960/1963-1970), TV Paulista (1962-1968, período anterior ao controle da TV Globo), Continental (1959-1971) e TV Rio (1955-1977), sequer possuíam um acervo formal, inclusive porque muitas dessas emissoras surgiram regionalmente em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, e só anos mais tarde é que parte delas conseguiu expandir sua transmissão. Seguindo outros exemplos citados nesse capítulo, o que existe são fragmentos distribuídos em diferentes lugares e na posse de terceiros. E alguns deles sequer podem ser recuperados com a extinção de seus originais.

### **Antigas emissoras nacionais**

Saliento que não existe um inventário preciso de acervos das extintas emissoras, por isso os dados que seguem devem ser lidos com alto grau de confiança e, uma possível, margem de erro, pois foram ao longo do tempo sendo apropriados e enriquecidos por pesquisadores, portadores (ou herdeiros) de parte desses acervos, somados às notícias da mídia especializada, pesquisas acadêmicas e bibliográfica, banco de dados e arquivos atuais. Além dessa falta de informações públicas, uma questão que afeta não apenas o conteúdo televisivo em geral, mas o audiovisual no país são indefinições e desconhecimentos acerca de suas propriedades e possibilidades de uso.

<sup>268</sup> Minissérie de Geraldo Vietri e Peter Orglmeister. Exibida de 4 a 30/03/1996, na CNT/Gazeta, 17h e 20h, 24 capítulos.

<sup>269</sup> Telenovela de Geraldo Vietri. Exibida de 15/04 a 28/06/1996, na CNT/Gazeta, 17h e 20h, 55 capítulos.

Como membro da Associação Brasileira de Preservação Audiovisual (ABPA), quase semanalmente recebemos através do grupo de associados um pedido de ajuda relacionado à questão de direitos, especialmente, por onde começar? Sem uma política pública única e abrangente para depósito do material televisivo [...] é torcer para que no futuro exista uma documentação fértil (BUSETTO, 2017, pg. 403). E se pensar que esse panorama em 2021 evolui muito, porém ainda sofre de lacunas consideráveis, é, portanto, louvável e necessário reconhecer os esforços que foram feitos, somados talvez a um percentual de sorte, que ainda se tenha registros - mesmo que fragmentos - de 50 anos atrás.

## **Rede Tupi**

A Rede Tupi (ou TV Tupi como muitos a chamavam, e chamam), é das emissoras a que manteve o melhor acervo após a extinção. Relembrando, como primeira no país no início da década de 50, seus primeiros anos de atividade não apenas têm poucos registros por falta de preservação, e porque não havia conhecimento técnico, visão de acervo, estrutura, e principalmente, a televisão era ao vivo. Além claro, do mesmo hábito já citado em todas as demais emissoras: o uso sobreposto de gravações em uma mesma fita, apagando o capítulo anterior. Assim, o que se guardou da emissora foram alguns registros oficiais, depoimentos de quem viveu ou coletou informações, cenas de colecionadores ou fragmentos perdidos de obras mais relevantes da emissora. A boa notícia é que parte do acervo sob guarda da Cinemateca Brasileira<sup>270</sup> já teve parte recuperada e está disponível para consulta (banco de dados) e assistida (vídeos) de forma *online* desde 2010, inclusive capítulos avulsos de parte das telenovelas citadas nos parágrafos a seguir.

A iniciativa batizada de *projeto Resgate do Acervo Audiovisual Jornalístico da TV Tupi*<sup>271</sup> tem patrocínio do Conselho Federal Gestor do Fundo de Defesa dos Direitos Difusos coordenado pelo Ministério da Justiça com objetivo de digitalizar os materiais jornalísticos da emissora que inclui até essa etapa final, o tratamento de película de 16mm, a digitalização das imagens em movimento, a catalogação que permite a pesquisa por vários termos e assuntos, a disponibilização na Internet e a futura articulação com os textos de locução, totalizando ao final do projeto, cerca de 125 horas de imagens dos principais telejornais da época. Obviamente é muito pouco comparado aos 30 anos de existência da emissora, mas é um valioso patrimônio histórico e cultural para um país com pouca cultura (e incentivo) à preservação.

---

<sup>270</sup> Matéria disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv2708200017.htm>>. Acessado em 10/01/2021.

<sup>271</sup> Bases disponíveis em <<http://bases.cinemateca.gov.br/cgi-bin/wxis.exe/iah/?IsisScript=iah/iah.xis&base=TUPI&lang=p>>. Acessado em 10/01/2021.



Não apenas foi a responsável por lançar a primeira telenovela brasileira, aquela famosa com o beijo de Vida Alves e Walter Forster, *Sua Vida Me Pertence* (1951), como produziu mais de 115 telenovelas, incluindo aquela que mudou o gênero e fez o Brasil encontrar sua identidade, *Beto Rockefeller* (1968-1969). Nela estrearam os veteranos profissionais da televisão, cinema e teatro brasileiro, muitos já falecidos, e que ali trouxeram muita experiência da rádio para um veículo completamente novo para todos profissionais. Também produziu mais de duas dezenas de séries e lançou telenovelas tão clássicas que mais tarde viriam a ser refilmadas pela segunda ou terceira vez como *O Direito de Nascer* (1964-1965<sup>272</sup>, 1978-1979 e 2001), *Mulheres de Areia* (1973-1974<sup>273</sup> e 1993), *A Viagem* (1975-1976 e 1994), *O Profeta* (1977-1978<sup>274</sup> e 2006-2007<sup>275</sup>) e a campeã *Éramos Seis*, com seis adaptações, sendo a primeira de 1958<sup>276</sup> e a mais recente de 2019-2020 produzida pela TV Globo.

Busetto registra que em 2005 na Rádio Tupi carioca foram localizadas mais de 500 fitas Quadruplex de 2 polegadas com registros de programas das décadas de 1960 e 1970, e cerca de 1.500 rolos de filmes de 16 mm, doados formalmente pelos Diários Associados ao Arquivo Nacional do Rio de Janeiro, que firmou acordo com a TV Globo, detentora de uma das duas máquinas de Quadruplex em funcionamento no Brasil (2017, pg. 397). Após o período de cessão para uso da TV Globo as fitas voltariam ao Arquivo Nacional, onde estima-se ter registros (segundo relatos) do *Programa Flávio Cavalcanti*, *Discoteca do Chacrinha*, *Programa Mauro Montalvão*, *Almoço com as Estrelas* e *Clube dos Artistas*<sup>277</sup>.

Pelo pioneirismo em muitos aspectos pelas conhecidas excentricidades de seu fundador, Assis Chateaubriand, é talvez a emissora extinta que ainda tenha maior e melhor quantidade de registros textuais, tanto em acervo, como em obras. Ainda que os relatos sobre as mesmas situações sejam repetidos à exaustão, é uma forma importante de memória, manutenção e perpetuidade da história da primeira emissora brasileira.

Para mais informações recomenda-se a leitura dos livros de:

- J. Almeida Castro. **Tupi - Pioneira da Televisão Brasileira**. São Paulo: Fundação Assis Chateaubriand, 2000.

---

<sup>272</sup> Telenovela de Talma de Oliveira e Teixeira Filho. Exibida de 07/12/1964 a 13/08/1965, na Tupi (SP) e TV Rio, 21h30, 160 capítulos.

<sup>273</sup> Telenovela de Ivani Ribeiro. Exibida de 26/03/1973 a 05/02/1974, na Tupi, 18h, 253 capítulos.

<sup>274</sup> Telenovela de Ivani Ribeiro. Exibida de 24/10/1977 a 29/04/1978, na Tupi, 20h, 159 capítulos.

<sup>275</sup> Telenovela escrita por Duca Rachid, Thelma Guedes e Júlio Fischer. Exibida de 16/10/2006 a 12/05/2007, na Globo, 18h, 178 capítulos.

<sup>276</sup> Telenovela de Ciro Bassini. Exibida de 03/02 a 24/04/1958, na Record TV, horário não preciso, 22 capítulos.

<sup>277</sup> Anos de exibição não citados por ausência de registro exato de qual(is) ano(s) se referem, pois alguns chegaram a ficar até três décadas no ar.

- Luís Sérgio Lima e Silva. **TV Tupi do Rio de Janeiro, uma viagem afetiva**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2008 (Coleção Aplauso).
- Vida Alves. **TV Tupi uma Linda História de Amor**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2008 (Coleção Aplauso).

### **TV Excelsior**

Falida e com dívidas - antes mesmo de completar 10 anos de vida -, a emissora pioneira e responsável por: investir no conceito de rede de emissoras, apresentar significativa grade de programas que espelhasse a produção artístico-cultural nacional (Busetto, 2017, pg. 397-398), pela primeira telenovela diária da televisão brasileira, *2-5499 Ocupado* (1963), pela telenovela mais longa e com a primeira cidade cenográfica, *Redenção* (1966-1968) e outras 54 telenovelas produzidas entre 1963 e 1970 e 4 séries produzidas entre 1964 e 1968, teve um final triste, quando um incêndio devastou parte do acervo da emissora (1967), especialmente o conteúdo de jornalismo e dramaturgia.

Há relatos de que algumas fitas encontradas anos mais tarde ficaram em posse da Cinemateca Brasileira, outra parte foi oficialmente depositada junto à TV Gazeta, em função de pendências legais e não houve um inventário exato desse acervo antes de sua total destituição, distribuição, e por que não, em partes pelo menos, destruição.

Para mais informações recomenda-se a leitura do livro de Álvaro de Moya. **Glória in Excelsior: ascensão, apogeu e queda do maior sucesso da televisão brasileira**. 2ª ed. revista e ampliada. São Paulo: Imprensa Oficial, 2010 (Coleção Aplauso).

### **TV Manchete**

Após sua falência em 1999 e cheia de dívidas, seu acervo ficou bloqueado como parte de um possível levantamento de fundos na massa falida. Entre 1985 e 1998 foram produzidas 19 telenovelas, entre elas a que tirou o sossego da Globo, *Pantanal* (1990)<sup>278</sup> e a não finalizada *Brida* (1998)<sup>279</sup>, que encerrou de forma triste a trajetória da emissora. Do seu acervo, parte não se tem notícias, parte foi doada à TV Cultura (cerca de 5.500 fitas), parte ficou com a Rede TV! que herdou o prefixo de canal 9 e parte parecia ter sido vendida para reprise no SBT como *Xica da Silva* (1996-1997)<sup>280</sup> em 2005, *Pantanal* (1990) em 2008, *Dona Beija* (1986)<sup>281</sup> em 2009,

<sup>278</sup> Telenovela de Benedito Ruy Barbosa. Exibida de 27/03 a 10/12/1990, na TV Manchete, 21h30, 216 capítulos.

<sup>279</sup> Telenovela de Jaime Camargo. Exibida de 11/08 a 23/10/1998, na TV Manchete, 19h e 22h20, 54 capítulos.

<sup>280</sup> Telenovela de Walcyr Carrasco (sob o pseudônimo Adamo Angel). Exibida de 17/09/1996 a 11/08/1997, na TV Manchete, 21h30, 231 capítulos.

<sup>281</sup> Telenovela de Wilson Aguiar Filho. Exibida de 31/03 a 11/07/1986, na TV Manchete, 21h30, 89 capítulos.

e *A História de Ana Raio e Zé Trovão* (1990-1991)<sup>282</sup> em 2010. Porém, um recente leilão disponibilizou as mesmas telenovelas. Curiosamente muitos fãs que possuíam algum tipo de gravação em VHS anos mais tarde passaram a publicar no YouTube, onde foi comum encontrar trechos de antigos programas e especiais da emissora. Além das telenovelas, a emissora chegou a produzir 17 minisséries, 3 séries e 2 formatos especiais.

Apesar de ter existido por pouco mais de 15 anos, a TV Manchete conseguiu criar uma grade de programação variada, inovadora e de qualidade em campos do entretenimento, jornalismo, infantil, esportivo e teledramaturgia, ao lado inclusive das publicações impressas que tinham muito prestígio na época, *Revista Manchete* era a principal delas. Foi de lá, à frente do *Clube da Criança* que foram reveladas Xuxa Meneghel (1983-1986) e Angélica (1987-1993). Vale ressaltar que as telenovelas exibidas pelo SBT apesar de não estarem na melhor condição de preservação, sendo perceptível ao telespectador o impacto da queda de qualidade no áudio e na imagem, ainda assim, tiveram resultados de audiência maior do que telenovelas inéditas da casa, passando na maior parte das vezes acima de 10 pontos<sup>283</sup>.

Em recente matéria da *Revista Piauí* (2021)<sup>284</sup>, os detalhes do fracassado leilão de venda da massa falida da emissora. Muitos itens, entre eles, mais de 25 mil fitas avaliadas em R\$ 3,7 milhões e que não receberam nenhum lance. Estima-se que problemas de direitos autorais e qualidade de conservação tenham sido alguns dos motivos. A matéria também detalha alguns dos principais itens e seus valores, entre eles *Pantanal* (1990, R\$ 357 mil), *Dona Beija* (1986, R\$ 345 mil), *A História de Ana Raio e Zé Trovão* (1990-1991, R\$ 265 mil) e *Kananga do Japão* (1989-1990, R\$ 238 mil)<sup>285</sup>. Um novo leilão será realizado, ainda sem data.

Para mais informações recomenda-se a leitura do livro de Elmo Francfort. **Rede Manchete - Aconteceu Virou História**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2008 (Coleção Aplauso).

## Outros acervos audiovisuais nacionais

### Cinemateca Brasileira

Criada em 1940, a Cinemateca Brasileira<sup>286</sup> recebeu esse nome apenas no começo dos anos 60. Nela, encontra-se o maior acervo de imagens em movimento da América do Sul com

<sup>282</sup> Telenovela de Marcos Caruso e Rita Buzzar. Exibida de 12/12/1990 a 13/10/1991, na TV Manchete, 21h30, 251 capítulos.

<sup>283</sup> Uma das matérias usadas como referência, disponível em <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/ha-10-anos-o-sbt-chegava-a-lideranca-com-reprise-de-pantanal>>. Acessado em 18/05/2021.

<sup>284</sup> Matéria disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/o-encalhe-de-pantanal-e-dona-beija/>>. Acessado em 11/08/2021.

<sup>285</sup> Telenovela de Wilson Aguiar Filho. Exibida de 19/07/1989 a 25/03/1990, na TV Manchete, 21h30, 208 capítulos.

<sup>286</sup> Disponível no site da Cinemateca Brasileira em <<http://cinemateca.org.br/>>. Acessado em 10/01/2021.

cerca de 250 mil rolos de filmes, 40 mil títulos - a maior parte da memória cinematográfica nacional -, sendo estimada como a quinta maior do mundo no gênero.

Distribuída em 24 mil metros do antigo Matadouro de São Paulo, a Cinemateca está longe de ser apenas um museu, já que tem importante participação no restauro, catalogação e disseminação de conteúdo através de inúmeras iniciativas históricas e educacionais, por exemplo, sendo importante fonte de pesquisa para os mais diversos campos de estudos, atendendo de forma presencial e digital depositantes, cineastas, pesquisadores, estudantes, produtores, organizadores de festivais e mostras de cinema e interessados em geral. Todo seu conteúdo é distribuído em arquivos e coleções, periódicos, catálogos, filmografia nacional, cartazes, biblioteca, além de acervos especiais como o acervo jornalístico da TV Tupi, Arquivo Paulo Emilio Salles Gomes, Jean-Claude Bernardet e Thomaz Farkas. Além de coleções de extintas produtoras, como Vera Cruz, e coleções particulares como a de Glauber Rocha.

Maior também é o descaso do atual Governo Federal em relação ao repasse de verbas para a manutenção desse acervo único que corre o risco de desaparecer. Se não bastasse este risco, quatro incêndios ao longo de sua história causaram severos danos à estrutura e perda de patrimônio. Somente no último em 2016, cerca de 1.003 rolos, equivalentes a 731 filmes foram perdidos, o anterior havia ocorrido em 1982, e antes nos anos de 1969 e 1957.

A confusão<sup>287</sup> atual ocorreu entre os Ministérios da Educação, do Turismo e a Secretaria da Cultura que não renovou a licitação para repasse das verbas federais que são necessários para manutenção de todos os investimentos necessários, incluindo o salário dos funcionários, pagamento de tributos, contratação de terceiros, e claro, de infraestrutura. Para 2021, uma associação social deve assumir a administração em busca de resolver os imbróglios burocráticos e financeiros que já vêm de longa data com uma sucessão de más decisões. Lembrando que enquanto essas idas e vindas não resolvem a questão, o acervo corre risco de alagamento e incêndio, dado que parte dos rolos podem entrar em autocombustão.

### **MIS - CEMIS (Centro de Memória e Informação do MIS)**

O Museu da Imagem e do Som, ou MIS São Paulo<sup>288</sup>, fundado no início dos anos 1970, tinha como objetivo principal a produção de registros documentais históricos, que evoluíram com doações, entrevistas de histórias orais, filmes, vídeos, fotografias, CDs, peças gráficas e equipamentos audiovisuais (desde o século XIV), entre outros com apoio da Secretaria de

---

<sup>287</sup> Matéria disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/2021/01/08/cinemateca-em-crise-o-descaso-com-o-cinema-nacional>>. Acessado em 10/01/2021.

<sup>288</sup> Disponível em <<https://www.mis-sp.org.br/acervo>>. Acessado em 10/01/2021.

Estado da Cultura. A iniciativa se tornou tão rica de conteúdo - possui mais de 200 mil itens -, que é dividida em três categorias de acervos: museológico, arquivístico (arquivo histórico) e bibliográfico. A organização, catalogação, conservação e disponibilização ao público estão sob a responsabilidade de um departamento dedicado no museu, o CEMIS (Centro de Memória e Informação do MIS). Sua produção se tornou tão vasta que hoje conta com uma sala de midiateca aberta ao público, seleções especiais e acervo eletrônico<sup>289</sup>.

### **Pró-TV - Museu da TV**

A Pró-TV<sup>290</sup> é a associação sem fins lucrativos criada em 1995 pela atriz Vida Alves que objetiva reunir profissionais da TV de todas as épocas e preservar a memória da televisão, por isso registra a história da radiodifusão brasileira, além de suportar projetos que visam progredir o setor no país. Com uso de seu acervo oferece consultorias, *workshops*, eventos, licenciamento de conteúdo iconográfico e audiovisual (por meio do seu Centro de Memória), pesquisa, aluguel de equipamento de acervo, entre outros. A TV Cultura é o principal patrono, e outras emissoras são apoiadoras de projetos específicos. Seu acervo inclui notícias, depoimentos, entrevistas e imagens separadas inclusive por emissoras, incluindo todas as extintas citadas nessa pesquisa.

### **Memória ABERT**

Núcleo da ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão), o Memória Abert<sup>291</sup> foi criado em 27/11/2020 com objetivo de registrar a história e trajetória da televisão brasileira e dos veículos de radiodifusão, além de sua relação com o público em geral. Seu lançamento foi marcado com o lançamento de três livros digitais comemorativos à fundação da pioneira emissora TV Tupi, o Projeto TV Ano 70, fruto de anos de trabalho dos pesquisadores Elmo Francfort e Maurício Viel. Depoimentos, entrevistas, resgate de famosos acontecimentos passam a ser retratados em diferentes produtos digitais, como livros, *blog*, exposições, *podcasts* e outras formas interativas que proporcionam uma nova experiência com o conteúdo de acervo, e inclusive deram origem a coletânea de livros de autoria de ambos: **TV Tupi do tamanho do Brasil**. Volumes 1, 2 e 3. São Paulo, versão digital, 2020.

---

<sup>289</sup> Por opção, outras unidades do Museu da Imagem e do Som no Brasil não foram referenciadas, ficando como escolha apenas a de São Paulo, suficiente para entendimento como exemplo de iniciativa de acervo.

<sup>290</sup> Disponível no site da Pró-TV em <<http://www.museudatv.com.br/>>. Acessado em 10/01/2021.

<sup>291</sup> Disponível no site do Memória Abert em <<https://memoria.abert.org.br/>>. Acessado em 13/2/2021.

## Arquivo Nacional

O mais antigo acervo estruturado do país data de 1838<sup>292</sup>. Órgão central do Sistema de Gestão de Documentos e Arquivos-SIGA, da administração federal, integrante da estrutura do Ministério da Justiça e Segurança Pública, objetiva implementar e acompanhar a política nacional de arquivos, definida pelo Conselho Nacional de Arquivos (Conarq), via gestão, recolhimento, tratamento técnico, preservação e divulgação do patrimônio documental do país, garantindo acesso à informação, visando apoiar as decisões governamentais de caráter político-administrativo, o cidadão na defesa de seus direitos e de incentivar a produção de conhecimento científico e cultural. Apesar do foco público governamental, referências às emissoras podem ser encontradas em citações de diversos documentos.

## Teledramaturgia.com.br

Criado em 1999 por Nilson Xavier, um apaixonado pelo mundo da teledramaturgia nacional, tanto o site da Internet quanto ele tornaram-se as referências do assunto no país. O Teledramaturgia<sup>293</sup> é o maior e mais conhecido banco de dados da teledramaturgia nacional que disponibiliza em formato virtual e indexado em formato de fichas catalográficas as produções das emissoras abertas, inclusive as extintas, tendo descrição de sinopse, elenco, equipe técnica, elenco, logomarca, trilha sonora, bastidores, curiosidades, informações de audiência e registro de trajetória, como se foi reprisada, data, repercussão, entre outras informações. Tudo é fruto de suas anotações pessoais feitas, que segundo o criador vem desde os seus 10 anos.

O site é declaradamente baseado no livro *Memória da Telenovela Brasileira*, de Ismael Fernandes, lançado em 1982 e editado pela última vez em 1997. Assim, o Teledramaturgia pode ser visto como uma versão digital e orgânica que mantém viva a obra de Ismael, incluindo recursos adicionais à sua versão impressa, tanto correções de informações, como adição de informações, conforme elas vão sendo descobertas. Ainda segundo Nilson, o site foi ganhando corpo, e ele passou a ser convidado para entrevistas, frequentemente é citado em matérias, postagens nas redes sociais virtuais e usado como referência em publicações do gênero. Além disso, derivou em 2007 um livro, intitulado *Almanaque da Telenovela Brasileira*. Como banco de dados da produção de teledramaturgia, não há dúvidas de que é o mais rico acervo disponível no país, inclusive por não pertencer a nenhuma emissora, acaba abarcando toda. Alguns

---

<sup>292</sup> Disponível em <<https://www.gov.br/arquivonacional/pt-br>>. Acessado em 10/01/2021.

<sup>293</sup> Disponível em <<http://teledramaturgia.com.br/sobre-nilson-xavier/>>. Acessado em 13/02/2021.

usuários questionam quando o site se renderá às produções brasileiras da televisão por assinatura e *streamings*, especialmente algumas séries que já chegam a ter várias temporadas.

Outros mecanismos digitais podem ser entendidos como relevantes artefatos da preservação da produção audiovisual brasileira, ainda que sua estrutura se valha de espaços mediados por seus proprietários e haja limitações em relação a formato e tipo de interação, redes sociais virtuais como o YouTube, o Facebook e o Instagram, por exemplo, mantêm perfis oficiais (ex.: *Canal Viva*), de fãs (ex.: O Circo Eletrônico) ou de outros canais de preservação (ex.: Teledramaturgia), e uma centena de outras pessoas com pseudônimos, anônimos ou identificados que discutem suas preferências, bastidores, cenas polêmicas, episódios frustrantes ou especulam os lançamentos.

São engajados e (aparentemente) sem contrapartida financeira das emissoras - ao menos parte deles -, produzem diária e voluntariamente conteúdo apoiado no acervo fotográfico e audiovisual disponível na Internet, e as próprias emissoras se valem dos recursos e desse engajamento. O *Canal Viva* adotou essa estratégia e todas suas telenovelas passaram a ser veiculadas com a identificação na parte superior da tela de #NOMEDANOVELAnoVIVA, incentivando que os usuários registrem seus comentários no Twitter.

Não apenas para a produção audiovisual, pela sua própria estrutura de ‘enciclopédia livre e colaborativa’, a Wikipedia reúne um importante banco de dados, ainda que parte do conteúdo sofra pela falta de comprovação de origem e veracidade. Seu formato permite um enriquecimento textual e visual, a qualquer tempo, de fontes não óbvias, além da conexão direta com outras referências e site através de hipertextos e *hiperlinks*, em uma rede infinita de colaboração e informações. Já os *blogs* (espécies de diários virtuais) e sites de Internet são exemplos de mecanismos de preservação e perpetuidade do conteúdo audiovisual para todos os perfis. Dos que falam do produto em si a partir da sinopse, como aqueles que se especializam a partir de elementos de uma obra, como trilhas sonoras; locações; logomarcas; moda e figurino; arquitetura; artistas que já faleceram; artistas que mudaram de carreira, entre tantos outros.

Mecanismos como os citados acima são importantes porque permitem que atividades técnicas de um acervo como registro, catalogação, descrição, indexação, preservação e difusão sejam realizados por diversos agentes no ecossistema de comunicação, quebrando o modelo de emissor > receptor > canal > ruído, passando a atuar em uma conexão infinita, e, até impossível de ser mapeada. Qualquer um com acesso ao meio e ao conteúdo pode fazer parte. E permite

que pessoas comuns possam interagir sem meios formais, como uma instituição, e que possam circular e recircular, a qualquer tempo conteúdo sobre qualquer assunto.

## 2. Kit Mídia Viva Novela

O canal tem em seu site<sup>294</sup> de Internet uma página dedicada aos anunciantes e agências de publicidade e oferece *kits* dos seus três pilares de atuação: telenovelas, variedades e humor. Composto de doze páginas e viés comercial com foco na venda publicitária, o material (*Figura 31*) traz números de audiência, de impactos e de público, tanto na televisão por assinatura, como no *streaming*, além de alguns números gerais da performance nas redes sociais virtuais.

Figura 31 - Kit Mídia Viva Novela (pg. 3-4)



<sup>294</sup> Disponível para download em <[https://anuncie.canalviva.com.br/static/pdfs/MIDIA\\_KIT\\_NOVELA.pdf](https://anuncie.canalviva.com.br/static/pdfs/MIDIA_KIT_NOVELA.pdf)>. Último acesso em 31/05/2021.



