

2

BRASIL: PANDEMIA E RESISTÊNCIA¹DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.21.S.4>**Autoras:**

Maria Immacolata Vassallo de Lopes
(<https://orcid.org/0000-0003-3477-1068>),

Andreza Almeida Santos
(<https://orcid.org/0000-0001-6628-8340>)

Equipe:

Aianne Amado Nunes Costa (<https://orcid.org/0000-0002-6754-2715>)
Juliana Malacarne de Pinho (<https://orcid.org/0000-0003-0992-9978>)
Julia Monteiro Segadas Vianna (<https://orcid.org/0000-0002-7875-7594>)
Leonardo de Sá Fernandes (<https://orcid.org/0000-0003-3302-5258>)
Maria Amélia Paiva Abrão (<https://orcid.org/0000-0001-6756-2508>)
Mariana Lima (<https://orcid.org/0000-0002-4010-9225>)
Tissiana Pereira (<https://orcid.org/0000-0002-1972-1348>)
Gustavo Slachta Rodrigues (<https://orcid.org/0000-0003-3438-4519>)

1. O contexto audiovisual no Brasil em 2020**Introdução**

No Brasil, a pandemia de COVID-19, potencializada pela necropolítica do governo federal, causou a maior tragédia sanitária da história, o

1 A equipe do Obitel Brasil agradece à Kantar Ibope Media, cujas informações gentilmente cedidas tornaram possível a realização das análises apresentadas.

que o levou ao topo da lista de países com maior número de mortes pelo coronavírus. Apesar do estado de sofrimento social, ou até por causa disso, observamos diferentes ações no setor audiovisual brasileiro e por parte de seus públicos, a que chamamos de *formatos e recursos pandêmicos*, tanto nas ficções como em iniciativas de criatividade e inovação. Portanto, além das análises usuais deste capítulo, pretendemos destacar o que essas ações trouxeram às produções brasileiras através dos contrastes entre os anos de 2020 e 2019.

1.1 A televisão aberta no Brasil

O sistema de televisão brasileiro é composto por sete redes nacionais, sendo cinco redes privadas e duas públicas. Desse universo, apenas a RedeTV! não exibiu ficção em 2020.

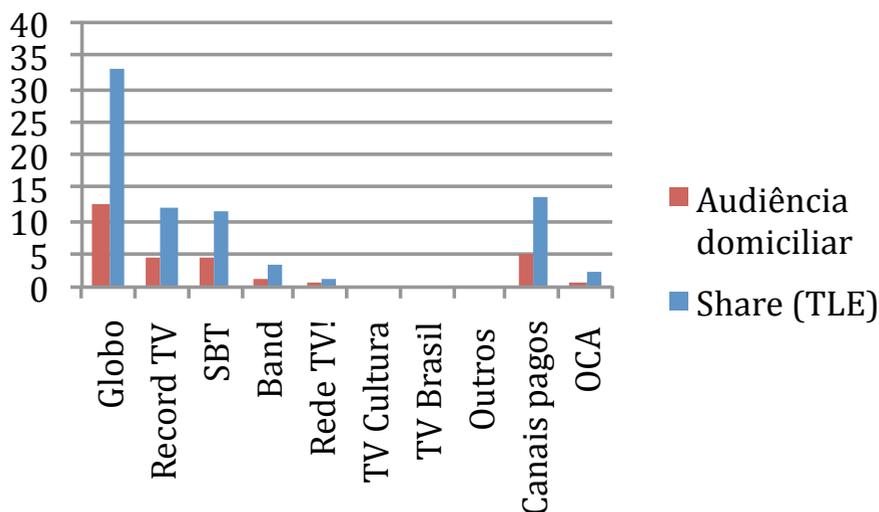
Quadro 1. Emissoras nacionais de televisão aberta no Brasil em 2020

EMISSORAS PRIVADAS (5)	EMISSORAS PÚBLICAS (2)
Globo Record TV SBT Band RedeTV!	TV Brasil TV Cultura
TOTAL EMISSORAS = 7	

Fonte: Obitel Brasil

Gráfico 1. Audiência e *share* de TV por emissora em 2020 23

Emissora	Audiência domiciliar	Share (TLE)
Globo	12,4	32,9
Record TV	4,4	11,8
SBT	4,3	11,4
Band	1,2	3,1
Rede TV!	0,5	1,4
TV Cultura	0,3	0,7
TV Brasil	0,2	0,6
Outros ²	0,2	0,4
Canais pagos	5,2	13,8
OCA ³	0,9	2,4
TOTAL	29,5	–

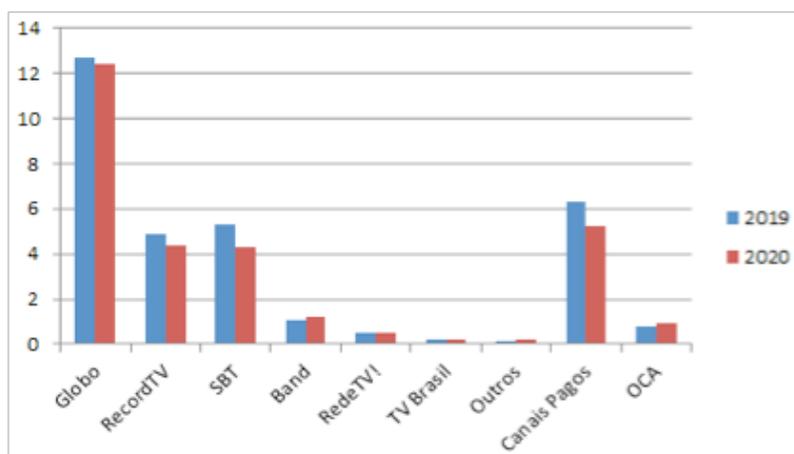


Fonte: Kantar Ibope Media – Media Workstation – 15 Mercados

2 Outros: dados de Record News, TV Câmara, TV Justiça, TV Senado.

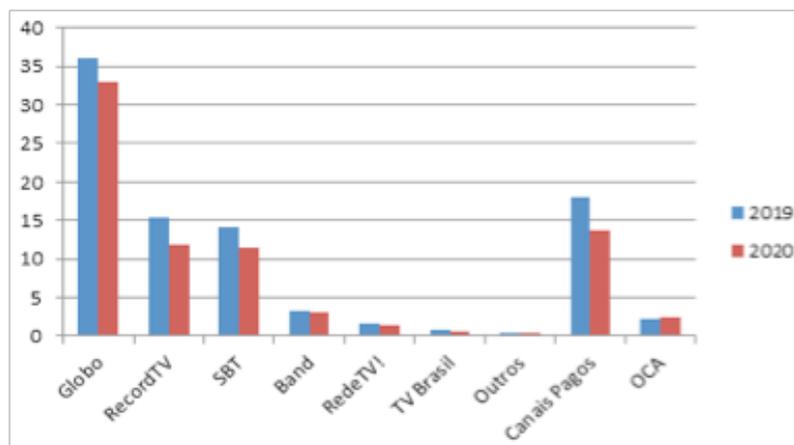
3 OCA: Outros Canais Abertos: emissoras abertas que não têm audiência publicada individualmente.

Gráfico 1.a. Comparativo da Audiência Domiciliar 2019/2020



Fonte: Obitel Brasil

Gráfico 1.b. Comparativo da Audiência Domiciliar Share (TLE) 2019/2020



Fonte: Obitel Brasil

Os dados apontam para uma estabilidade na audiência da TV aberta, que manteve 93,3% de sua audiência geral em relação ao ano anterior⁴. Ainda assim, acompanhando uma tendência observada em 2019, a audiência nacional de TV teve queda de 2,9 pontos.

⁴ De 2019 para 2020, a TV aberta passou de 26,0 para 24,3 pontos de audiência, queda de 1,7 pontos.

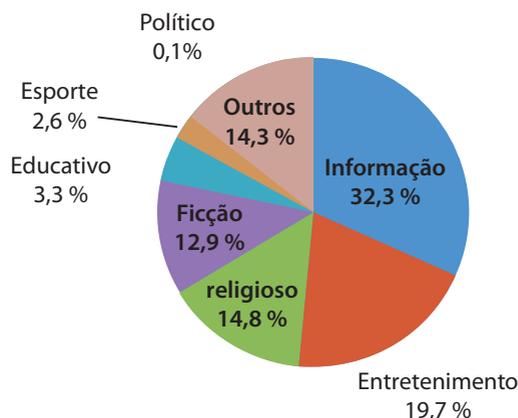
Dentro da audiência da TV aberta, a Globo teve queda de 0,3 pontos e segue líder. A Record TV ultrapassou o SBT e conquistou a vice-liderança, mesmo com perda de 0,6 pontos em relação a 2019. Já o SBT registrou perda de 1,1 pontos e passou ao terceiro lugar. No *share* dos canais de televisão (TLE), também conhecido como “audiência pura” da TV, observa-se queda geral na televisão aberta. Os canais Globo, SBT e Record TV tiveram quedas em torno de 2 a 4%.

A audiência dos canais pagos apresentou queda de 18,1% em relação a 2019. No geral, a soma de seus canais passou de 6,4 para 5,2 – uma perda de 1,2 pontos. Quanto ao *share*, a queda foi de 4,2%.

Sobre a penetração dos meios⁵, o consumo caiu 0,9% para a TV aberta, 1,0% para os jornais, 1,1% para as revistas e 2,6% para a TV paga. Por outro lado, houve aumento de 1,1% para a internet e 1,2% para a mídia extensiva. Desde 2019, a internet se consolidou como o meio mais consumido entre os brasileiros, passando a TV aberta.

Gráfico 2. Gêneros e horas transmitidos na programação de TV em 2020⁶

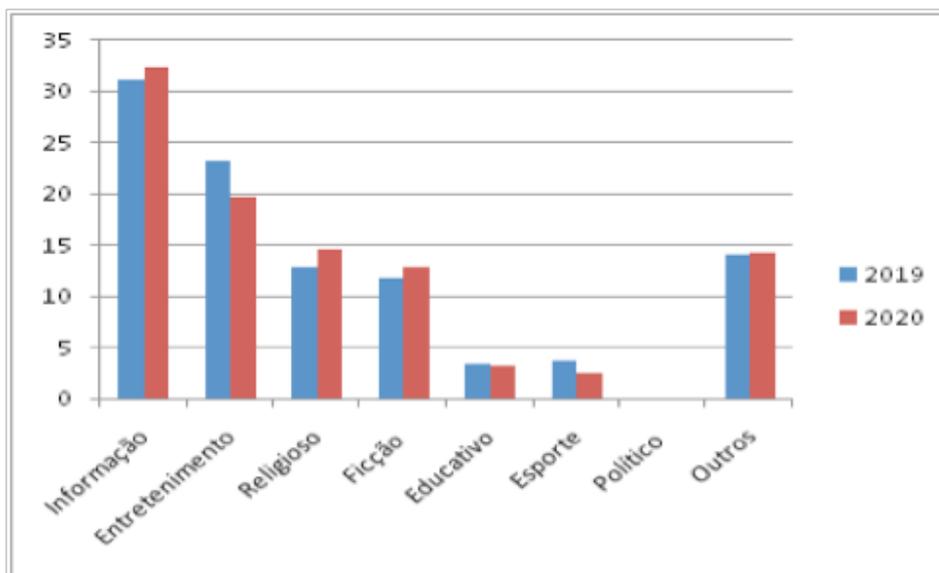
Gêneros transmitidos	Horas de exibição	%
Informação	33026,8	32,3
Entretenimento	20106,9	19,7
Religioso	15043,8	14,8
Ficção	13198,3	12,9
Educativo	3376,7	3,3
Esporte	2656,7	2,6
Político	105,6	0,1
Outros	14636,3	14,3
Total	102151	100



Fonte: Kantar Ibope Media - Media Workstation - 15 Mercados

5 Índice de penetração dos meios de 2019 para 2020: TV aberta, 86,1% para 85,2%; mídia extensiva, 82,5% para 83,7%; internet, 86,1% para 87,2%; rádio, 58,8% para 57,2%; TV paga, 37,5% para 34,9%; jornais, 12,0% para 11,0%; cinema, 14,8%; 15,4%; e revistas, 9,8% para 8,7%. Fonte: Target Group Index BR TG 2020 I.

6 Gêneros: informação: debate, documentário, entrevista, jornalismo, reportagem; entretenimento: auditório, carros e motores, culinário, feminino, *game show*, humorístico, infantil, moda e beleza, musical, premiação, *reality show*, *show*; esporte: esporte, futebol; ficção: desenho adulto, filme, minissérie, novela, série; outros: não consta, rural, saúde, sorteio, televidas, viagem e turismo; educativo; político; religioso.

Gráfico 2.a. Comparativo de Gêneros transmitidos 2019/2020

De acordo com o gráfico, não houve mudanças significativas diante da posição dos gêneros mais transmitidos na grade televisiva em 2020. A transmissão dos gêneros de informação e de entretenimento seguem como os principais (52%). O gênero religioso teve o maior aumento percentual (1,9%) e acompanha a crescente ocupação das grades televisivas pelas igrejas pentecostais, tais igrejas que, atualmente, marcam presença no governo federal. Mesmo com a interrupção das gravações em função da pandemia do coronavírus, não passa despercebido o aumento do conteúdo de ficção (1,1%) na grade da TV aberta, dado que pode ser atribuído ao seu maior consumo durante o confinamento doméstico e à expressiva audiência conseguida pelas reprises.⁷

⁷ Sobre o fenômeno da repercussão na audiência das reprises no *prime time*, voltaremos adiante.

1.2 TV Paga e VOD no Brasil

Em 2020, o número de consumidores de TV paga no país ficou em 14 milhões, aproximando-se do índice de dezembro de 2019 e igualando-se ao patamar registrado em 2012.⁸ Dentre as causas do declínio da TV paga, citamos: a concorrência com os serviços *Over-The-Top* (OTT)⁹, a melhor qualidade da imagem dos canais abertos com a TV Digital e a queda do poder aquisitivo da população brasileira.

Quadro 2 – TV Paga no Brasil

Canais TV Paga			
1 – Canal Viva	6 - Megapix	11 - Discovery Home	16 - Space
2 - GloboNews	7 - Universal TV	12 - Multishow	17 - Warner
3 - Cartoon Network	8 - Sport TV	13 - TNT	18 - Telecine Pipoca
4 - Discovery Kids	9 - AXN	14 - Nickelodeon	19 - Telecine Action
5 - Discovery Channel	10 - Globo	15 - Star Channel	20 - TNT Séries

Fonte: Kantar Ibope Media

Consideramos os 20 canais de maior audiência da TV paga a fim de identificarmos ficções nacionais de estreia. Na lista das 10 maiores audiências está a Universal TV, que lançou a segunda temporada da série médica *Unidade Básica* (Gullane Filmes, 2020). Entre a 11^a e a 20^a colocação, apenas dois canais exibiram ficção nacional de estreia: Multishow levou ao ar as terceiras temporadas de *Os Roni*, (V8/Formata, 2020) e *Dra. Darci* (Formata, 2020). Já o Star Channel exibiu a quarta temporada do drama policial indicado ao Emmy Internacional, *Um contra todos* (FIC/Conspiração Filmes, 2020).

8 Cf. <https://bit.ly/3xxzqCq>.

9 Distribuição de conteúdo pela internet.

Quadro 3 – VOD no Brasil

Tipos	Plataformas
VoD vinculado a cadeias de TV aberta	Globoplay (da Globo), SBT Vídeos (do SBT), PlayPlus (da Record), EBC Play (da TV Brasil), Sara Play (da TV Gêneseis)
VoD vinculado a cadeias de TV paga	AXN, Sony Channel, NOW NET e Claro, WatchESPN, Discovery Kids Plus, Canais Globo, Gloob Play, Box Brazil Play, Fox Play, Fox Sports, TNT Go, TCM Play, HBO GO, Cartoon Network, Rá Tim Bum Play, A&E Play, EI Plus, FishTV, History Play, Tamanduá TV, Arte1 Play, Premiere, SKY Play, Telecine Play, Canal A&E Brasil (YouTube), CanalLifetime Brasil (YouTube), CineBrasil Já, Combate Play, Noggin, Pluto TV, Directv GO
VoD vinculado a empresas de telecomunicações	Claro Video, Apple TV Plus, Oi Play, Vivo Play, VID+ (Algar Telecom), Brisa Play (Brisa Net), Now Online (Claro)
VoD sem vínculo com cadeias de TV	Afrolix, Prime Video, Babidiboo.Tv, Pluto TV, Crackle, Crunchyroll, Enter Play, Google Play, LibreFlix, Looke, Microsoft Movie e TV, Mubi, My French Filme Festival, NBA TV, Netflix, Oldflix, Smart VOD, Univer, Vevo, Videocamp, Vemeo, Youtube, O2 Play, Sot.TV, Dazn, Estádio TNT Sports, À La Carte, Apple TV +, Box Brasil Play, Vix Filmes e TV, UolPlay, Crunchy, Roll, Inff Online, Filme Filme, Samsung TV Plus, Supo Mungan Plus, Disney+, Quibi, SPCine Play, Netmovies, Vix Cine TV, StarzPlay (Lionsgate), SPCine Play, Kinopop, Darkflix, Cinema Virtual
TOTAL	

Fonte: Obitel Brasil

O cenário de VOD no Brasil em 2020 foi marcado pelo aumento de usuários e pela tendência de aglutinação de canais. Toma-se como exemplo o caso do Globoplay, que absorveu os canais pagos

BIS e Multishow, e alcançou a marca de 20 milhões de usuários únicos, contra 17 milhões da Netflix ¹⁰, tornando-se líder do streaming no Brasil. A chegada do Disney+ ao país trouxe, também, uma parceria com o Globoplay que disponibilizou um pacote de assinatura das duas plataformas por um valor menor que o pago individualmente. Outro destaque foi a disponibilização de telenovelas antigas (chamadas “clássicas”) da TV Globo no Globoplay.

Os lançamentos das plataformas gratuitas, Pluto TV e Vix Filmes e TV - que disponibilizam séries, filmes, documentários e outros produtos audiovisuais - apontaram para um modelo de negócios sem custos para os usuários.

1.3 Produtoras independentes de ficção televisiva

Em 2020, a Agência Nacional de Cinema (Ancine) contabilizou 8.651 produtoras independentes no país, representando uma queda de 0,7% (isto é, 68 produtoras) em um ano. Já sua participação na produção de títulos nacionais de ficção para TV aberta caiu pela metade, passando de 31 (65%) para 10 (31%). Outra queda incide sobre a exibição de títulos nacionais produzidos ou coproduzidos por produtoras independentes: de 28 exibições (2019) para somente 9 (2020), o que corresponde a 321% a menos. Esse cenário reflete intensamente os cortes do governo Bolsonaro nas políticas públicas de fomento ao audiovisual.

Na TV paga, em 2020, foram 14 títulos nacionais produzidos ou coproduzidos por produtoras independentes, uma queda de 56% em relação a 2019, quando foram produzidos 25 títulos. Ao contrário disso, também em 2020, verificamos no VoD, a tendência de um aumento de 15%: foram 23 títulos, em relação aos 20 títulos do ano anterior, que contaram com a participação dessas produtoras.

10 Cf. <https://bit.ly/3gM4veS>. Acessado em 23/11/20.

Contrariando os anos anteriores, a O2 Filmes¹¹ deixa de figurar entre as principais produtoras de ficção televisiva, e a lista surge mais equilibrada. Empatam, com dois títulos cada uma, as produtoras Boutique Filmes (*Onisciente* e *3%*, ambas pela Netflix); Gullane Filmes (*Unidade Básica*, exibida pela Universal TV e *Boca a Boca*, pela Netflix); Conspiração Filmes (*Um Contra Todos*, em coprodução com a FIC, exibida pela FOX, e *Reality Z*, pela Netflix); Casablanca (*Jesus e Amor Sem Igual*, produzidas para a Record); Formata (*Os Roni*, em coprodução com a V8, e *Dra. Darci*, ambas exibidas pelo Multishow e pelo Globoplay).

1.4 Fontes de financiamento do setor audiovisual

O investimento privado em publicidade nos meios de comunicação foi de R\$ 145 bilhões em 2020. O declínio de 15% do investimento, no ano marcado pela pandemia, fez a cifra voltar a se aproximar do patamar de 2018. Os maiores recebedores foram: TV aberta com R\$ 72 bilhões (49%) e TV paga com R\$ 17 bilhões (12%). Os principais setores de anunciantes, além da publicidade oficial do governo, foram o varejo, as empresas de serviço ao consumidor e os bancos.

O *merchandising* de novelas, que nos últimos tempos ganhava espaço relevante na TV brasileira, foi interrompido junto a gravação das produções em 15/03/2020, gerando queda de 17% nas receitas publicitárias da Globo em 2020¹². Destaca-se, porém, uma ação na telenovela *Amor de Mãe* (2019/20/21), que transformou a personagem Ryan em representante de uma operadora de telefonia.

A pandemia parece ter incitado veículos, anunciantes e agências a procurar novos formatos.¹³ Devido à suspensão das gravações,

11 Em 2019, a O2 Filmes liderou com 6 títulos nacionais.

12 Cf. <https://bit.ly/3zKNNp8>.

13 Cf. <https://bit.ly/2TLBLLm>.

as ações socioeducativas estiveram nos temas trazidos pelas reprises, reacendendo debates no país. No período da tarde, no *Vale a Pena Ver de Novo*¹⁴, a novela *Laços de Família* (2000), apoiou a doação de sangue e medula óssea através da história de uma protagonista com leucemia. Já a novela *A Força do Querer* (2017), reexibida em horário nobre, abordou a transexualidade mostrando o processo de transição da personagem e a cirurgia de redesignação sexual.

1.5 Políticas de comunicação

A pandemia demonstrou claramente a centralidade das telecomunicações no país e a necessidade de mais investimento em infraestrutura¹⁵. No governo, além da recriação do Ministério das Comunicações, o ano foi marcado por discussões sobre um novo marco legal tanto à TV paga (Lei 12.485/2011) como ao VoD¹⁶. Apesar disso, os debates seguiram sem atualizações.

Entre as dificuldades de regulamentação dos agentes econômicos da internet – que prestam serviços similares às operadoras, porém sem regulação e atuação estatal¹⁷ – destaca-se a indefinição sobre quais serviços e atividades podem ser classificados como telecomunicações. O desafio é combinar o ambiente tradicional já regulado com o atual modelo, que surge de maneira disruptiva. Alguns hábitos adquiridos durante a pandemia, como aulas online, teletrabalho e *home office*, vieram para ficar, á medida em que impõem a necessidade do aumento de infraestrutura e mostram o quanto o setor de telecomunicações é chave para o funcionamento de atividades essenciais da sociedade.

14 No programa *Vale a Pena Ver de Novo*, telenovelas antigas são reprisadas dentro da própria programação da TV Globo na faixa vespertina.

15 Cf. <https://bit.ly/35LtaLP>. Acesso em 20/10/2020.

16 Cf. <https://bit.ly/3zwCRvf>.

17 Cf. <https://bit.ly/3xwoKEd>.

Em meio a esse cenário de assimetria e de desafios, o setor do audiovisual foi marcado pela potencialização de crises, fragilidades e incertezas institucionais que vinham desde antes da pandemia. Além das ameaças de uma possível fusão da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) com a Agência Nacional do Cinema (Ancine), o setor sofreu com cortes deliberados de verbas de projetos já aprovados e com o anúncio de insuficiência de recursos financeiros federais para o cumprimento de compromissos de investimentos assumidos pelo Fundo Setorial do Audiovisual (FSA).¹⁸ Os desmontes da Ancine e das políticas públicas que fomentam o setor audiovisual paralisaram, ao menos, 700 produções em andamento.

Com a crise do coronavírus, o governo sela sua marca sobre o audiovisual brasileiro através do sucateamento, da falta de financiamento e de fomento público.

1.6 Infraestrutura de conectividade digital e móvel

Com a pandemia, o ambiente digital assumiu uma posição central. As TIC tornam-se as principais ferramentas de comunicação e informação, trabalho, prestação de serviços públicos (incluindo educação e saúde), comércio, entretenimento e lazer. O acesso e o tempo de uso da internet pelo brasileiro cresceu e novos hábitos digitais foram adotados. Com isso, em 2020 houve um aumento de cerca de 9% nas conexões à internet por computador e notebook, comparado a 2019. O uso da televisão digital, que já vinha em ascensão, registrou crescimento de cerca de 18%. O celular se mantém como meio dominante de acesso à internet para 98% das pessoas. Quanto às redes de conectividade, privilegia-se o uso de redes de WiFi em detrimento da conexão por dados móveis (3G e 4G). As atividades mais comuns no ambiente digital são: troca de mensagens instantâneas (97%); uso de mídias sociais (93%); consumo de produto audiovisual (90%) ou

18 Cf. <https://bit.ly/3zF8e6W>.

de música (86%); e realização de chamadas de voz ou vídeo (84%)¹⁹. Cresce ainda o consumo de *streaming* e VoD: 43% dos usuários de internet afirmaram pagar por serviços digitais de filmes ou séries.

2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana

Tabela 1. Ficções exibidas em 2020

TÍTULOS NACIONAIS INEDITOS: 23	TÍTULOS NACIONAIS DE REPRISES – 25
<p>Globo – 15 títulos nacionais</p> <p>1. <i>A Divisão</i> (série). Episódio de divulgação, estreia VoD</p> <p>2. <i>Amor de Mãe</i> (telenovela)</p> <p>3. <i>Amor e Sorte</i> (série)</p> <p>4. <i>Arcanjo Renegado</i> (série). Episódio de divulgação, estreia VoD</p> <p>5. <i>Aruanas</i> (série, estreia VoD)</p> <p>6. <i>As Five</i> (episódio de divulgação, estreia VoD)</p> <p>7. <i>Bom Sucesso</i> (telenovela)</p> <p>8. <i>Diário de um Confinado</i> (série). Episódios estreiam em VoD</p> <p>9. <i>Éramos Seis</i> (telenovela - estreia parcial VoD)</p> <p>10. <i>Falas Negras</i> (unitário)</p> <p>11. <i>Gilda, Lúcia e o Bode</i> (unitário)</p> <p>12. <i>Hebe</i> (minissérie, estreia VoD)</p> <p>13. <i>Malhação – Toda Forma de Amar</i> (soap opera- estreia parcial VoD) - 27^a temp</p> <p>14. <i>Salve-se Quem Puder</i> (telenovela)</p> <p>15. <i>Sob Pressão – Plantão Covid</i> (série)</p> <p>TV Cultura – 6 títulos nacionais</p> <p>16. <i>Boto</i> (série)</p> <p>17. <i>Crias de Dulcina</i> (série)</p> <p>18. <i>Os Ovos da Raposa</i> (série)</p> <p>19. <i>Pequeno Gigante</i> (série)</p> <p>20. <i>Sacoleiras S/A</i> (série)</p> <p>21. <i>Transviar</i> (série)</p> <p>Record TV – 1 título nacional</p> <p>22. <i>Amor sem Igual</i> (telenovela)</p> <p>SBT – 1 título nacional</p> <p>23. <i>As Aventuras de Poliana</i> (telenovela)</p>	<p>Globo – 11 reprises</p> <p>28. <i>A Força do Querer- Edição Especial</i> (telenovela)</p> <p>29. <i>Cine Holliudy</i> (série)</p> <p>30. <i>Éta Mundo Bom</i> (telenovela)</p> <p>31. <i>Fina Estampa – Edição Especial</i> (telenovela)</p> <p>32. <i>Flor do Caribe – Edição Especial</i> (telenovela)</p> <p>33. <i>Haja Coração – Edição Especial</i> (telenovela)</p> <p>34. <i>Malhação – Viva a Diferença – Edição Especial</i> (soap opera) – 25^a temp.</p> <p>35. <i>Novo Mundo - Edição Especial</i> (telenovela)</p> <p>36. <i>O Auto da Compadecida</i> (minissérie)</p> <p>37. <i>Tapas & Beijos</i> (série)</p> <p>38. <i>Totalmente Demais – Edição Especial</i> (telenovela)</p> <p>Record TV – 7 reprises</p> <p>39. <i>A Escrava Isaura</i> (telenovela)</p> <p>40. <i>Apocalipse – Edição Especial</i> (telenovela)</p> <p>41. <i>Caminhos do Coração</i> (telenovela)</p> <p>42. <i>Escrava Mãe</i> (telenovela)</p> <p>43. <i>Jesus</i> (telenovela)</p> <p>44. <i>O Rico e Lázaro – Edição Especial</i> (telenovela)</p> <p>45. <i>Os Mutantes – Caminhos do Coração</i> (telenovela)</p> <p>SBT – 5 reprises</p> <p>46. <i>Abismo de Paixão</i> (telenovela –México)</p> <p>47. <i>Chiquititas – Edição Especial</i> (telenovela)</p> <p>48. <i>Cúmplices de um Resgate</i> (telenovela)</p> <p>49. <i>Meu Coração é Teu</i> (telenovela- México)</p> <p>50. <i>O que a Vida me Roubou</i> (telenovela – México)</p> <p>Band – 1 reprise</p> <p>51. <i>Floribela</i> (telenovela)</p>
TÍTULOS DE COPRODUÇÕES: 0	

19 Cf. CGL.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus - Painel TIC COVID-19 – Edição 1 e 3, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3xtYeve>

TÍTULOS IMPORTADOS INÉDITOS: 4	TÍTULOS NACIONAIS DE REPRISAS – 25
SBT – 3 títulos importados 24. <i>Betty, a Feia em Nova York</i> (telenovela – EUA) 25. <i>Quando me Apaixonou</i> (telenovela – México) 26. <i>Triunfo do Amor</i> (telenovela – México)	TV Brasil – 1 reprise 52. <i>O Vigilante Rodoviário</i> (série)
Band – 1 título importado 27. <i>Ouro Verde</i> (telenovela –Portugal)	TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 27 TOTAL DE TÍTULOS DE REPRISAS: 25 TOTAL GERAL DE TÍTULOS EXIBIDOS: 52

Fonte: Obitel Brasil

O Brasil exibiu 52 títulos, o que corresponde a 73% do total exibido em 2019 (71) e a uma queda de 27% em relação ao ano anterior. Desse total, 52% foram títulos inéditos e 48% reprisados. Desde o começo da série histórica do Obitel, em 2008, nunca houve um ano sequer em que o número de reprises se aproximasse tanto do de lançamentos. No entanto, em 2020, foram exibidos 27 títulos inéditos e 25 reprises, ou seja, para 10 títulos inéditos, 9 foram reprises.

O Brasil registrou uma queda de 52% na quantidade de títulos nacionais inéditos, em parte devido à interrupção das gravações com a crise sanitária. Em uma comparação com ano anterior foram 23 ficções exibidas, em 2020, contra 48, em 2019. Já as reprises tiveram alta: 25 contra 19 do ano anterior. Vale destacar que 40% das reprises serviu para cobrir a lacuna de obras paralisadas.

A Globo, principal produtora de ficção nacional, paralisou as gravações de todas as suas ficções devido à pandemia. A telenovela *Amor de Mãe*, que estava no ar, foi interrompida em 15 de março de 2020. As telenovelas *Fina Estampa* (de 2011) e *A Força do Querer* (2017), foram escaladas sucessivamente para substituí-la no formato de “Edição Especial”.²⁰

20 Notamos que Globo continuou a adotar esse formato em 2021 com a reprise de *Império* (de 2014) no *prime time*, o que deve persistir enquanto a emissora não reconhecer as garantias sanitárias suficientes para produzir e lançar uma nova ficção inédita.

Aqui, vale a pena mencionarmos que o formato “Edição Especial” trata-se de uma operação criada durante a pandemia, e adotada nas principais produções ficcionais do prime time.

O termo “Edição Especial”, a que chamamos de *formato pandêmico* de reprises do *prime time*, foi adotado pela Globo, incorporando-no ao próprio título da telenovela. Nesse sentido, ocorreram intervenções na história original para torná-la mais próxima dos formatos atuais, com cenas mais curtas e reviravoltas desencadeadas rapidamente, implicando na redução do número de capítulos.

Apresentamos, à guisa de exemplo, duas reprises do horário das 21h com dados desse novo formato.

Sobre *Fina Estampa*

1. número de capítulos da novela original: 185
2. número de capítulos da novela reprisada: 155
3. data do início e do fim da novela reprisada: 23 de março a 18 de setembro de 2020
4. audiência da novela original: 35,4
5. audiência da novela reprisada: 30,99

Sobre *A Força do Querer*

1. número de capítulos da novela original: 172 capítulos
2. número de capítulos da novela reprisada: 149 capítulos
3. data do início e do fim da novela reprisada: 21 de setembro de 2020 a 12 de março de 2021
4. audiência da novela original: 40,1
5. audiência da novela reprisada: 26,03

Em abril de 2020, a Globo transmitia somente reprises de telenovelas e séries já lançadas no Globoplay, ainda inéditas no canal aberto, como *Aruanas* e *Hebe*.²¹ Com isso, a emissora atrasou em quase um ano²² a estreia de suas telenovelas já previstas. Ao longo do ano, estrearam quatro ficções de formatos pandêmicos: *Amor e Sorte* (série antológica); *Diário de um Confinado* (sitcom); *Sob Pressão - Plantão Covid* (dois episódios especiais dessa série); e *Gilda, Lúcia e o Bode* (unitário), especial de fim de ano.

Os demais canais, SBT e Record, também apresentaram queda nas produções de ficção televisiva, exibindo, cada qual, tão somente um título nacional inédito ao longo do ano. A Record, que precisou suspender até janeiro de 2021 a estreia de sua nova novela bíblica, *Gênesis*²³, exibiu cinco ficções a menos em relação ao ano de 2019 e o SBT, duas a menos. Os números de produções importadas se mantiveram no mesmo patamar do ano anterior e, assim como em 2019, não houve coprodução inédita dessas emissoras em 2020.

Seguindo a mesma tendência, as TVs públicas também tiveram sua grade afetada. A TV Brasil, que em 2019 havia registrado quatro estreias, não exibiu nenhuma em 2020, mas reprisou, em lance inédito, a série *O Vigilante Rodoviário*, produção pioneira no audiovisual brasileiro, e sucesso na extinta TV Tupi em 1962. A TV Cultura, por sua vez, apresentou uma queda de três ficções, passando de nove para seis em relação a 2019.

Destacamos a permanência do diálogo entre a TV aberta e o VoD no que tange à distribuição do conteúdo televisivo: oito ficções,

21 Situação que persistiu até julho quando da estreia de *Diário de um Confinado*, primeira ficção pandêmica exibida pela emissora.

22 Cf. <https://bit.ly/3q5tCOF>.

23 Prevista para ir ao ar em abril de 2020, *Gênesis* teve suas gravações suspensas em meados de março e só voltou a ser gravada na segunda quinzena de outubro.

isto é, 34,8% do total de títulos nacionais inéditos elegeram as plataformas de *streaming* como primeira janela exibidora. Destas, quatro ficções exibiram apenas alguns episódios via *broadcasting*, sendo a íntegra disponibilizada em VoD. Foram as séries: *Arcanjo Renegado*, *Diário de um Confinado*, *As Five* e *A Divisão*, todas do Globoplay lançadas em 2020.

Tabela 2: Ficção de Estreia em 2020: Países de Origem

País	Títulos	%	Capítulos/ Episódios	%	Horas	%
NACIONAL (total)	23	85,2	653	57,4	416:07:00	50
PAÍSES OBITEL (total)	4	14,8	485	42,6	416:23:00	50
Argentina	0	0	0	0	0:00	0
Brasil *	23	85,2	653	57,4	416:07:00	50
Chile	0	0	0	0	0:00	0
Colômbia	0	0	0	0	0:00	0
Espanha	0	0	0	0	0:00	0
EUA (produção hispânica)	1	3,7	135	11,9	133:52:00	16,1
México	2	7,4	154	13,5	146:56:00	17,6
Peru	0	0	0	0	0:00	0
Portugal	1	3,7	196	17,2	140:31:00	16,9
Uruguai	0	0	0	0	0:00	0
Venezuela	0	0	0	0	0:00	0
COPRODUÇÕES (total)	0	0	0	0	0:00	0
Coproduções brasileiras	0	0	0	0	0:00	0
Coproduções entre países Obitel	0	0	0	0	0:00	0
TOTAL GERAL	27	100	1138	100	832:30:00	100

Fonte: Obitel Brasil

O número de capítulos/episódios das produções brasileiras registrou queda drástica de 68,5% e de 68% no número de horas de exibição em relação a 2019, devido às paralisações das gravações a partir de março de 2020.

O ano de 2020, contudo, não se caracterizou apenas por quedas: houve aumento de 31,1% no número de capítulos/episódios

de títulos ibero-americanos, e de 84,7% de horas de exibição em comparação ao último levantamento pois, ao contrário do ano anterior, apenas telenovelas (formato de longa serialidade) foram importadas. As nacionalidades das produções importadas mantiveram-se semelhantes ao do ano anterior, sendo duas de origem mexicana e uma portuguesa. A novidade foi a americana *Betty, a Feia em Nova York*, produção hispânica destinada ao público latino.

Tabela 3: Formatos da ficção nacional e ibero-americana

Tabela 3: Formatos da ficção nacional e ibero-americana												
Formato	Nacionais						Ibero-americanos					
	Títulos	%	C/E	%	H	%	Títulos	%	C/E	%	H	%
Telenovela	6	26,1	493	75,5	339:35:00	81,6	4	100	485	100	416:23:00	100
Série	9	39,1	73	11,2	34:10:00	8,2	0	0	0	0	0:00	0
Minissérie	1	4,3	10	1,5	7:47	1,9	0	0	0	0	0:00	0
Telefilme	0	0	0	0	0:00	0	0	0	0	0	0:00	0
Unitário	2	8,7	2	0,3	1:40	0,4	0	0	0	0	0:00	0
Docudrama	0	0	0	0	0:00	0	0	0	0	0	0:00	0
Outros (soap opera, etc)	5	21,7	75	11,5	32:55:00	7,9	0	0	0	0	0:00	0
Total	23	100	653	100	416:07:00	100	4	100	485	100	416:23:00	100

Fonte: Obitel Brasil

Pelo quarto ano consecutivo, a produção de séries foi maior do que a de telenovelas. Em 2020, os formatos de curta serialidade (séries e minisséries) correspondem a 43% do total de ficções nacionais inéditas exibidas na TV aberta. A diversificação nos formatos das produções foi menor, com ausência de docudramas e telefilmes.

Ao contrário de 2019, quando a oferta de títulos ibero-americanos abrangia telenovelas e séries, em 2020, apenas telenovelas (4) foram importadas. Por outro lado, cabe ressaltar o número significativo de horas que essas produções ibero-americanas tiveram na grade televisiva, atingindo o mesmo patamar de horas dos lançamentos nacionais, enquanto que em 2019 ocuparam apenas 15% do tempo total

de exibição. Ainda assim, esse total de horas demonstra uma duração de tempo bem maior das telenovelas importadas em face das brasileiras.

Tabela 4: Os dez títulos mais vistos

Tabela 4: Os dez títulos mais vistos								
	Título	País de origem da ideia original ou do roteiro	Canal	Formato/Gênero	No. de cap/ep (em 2020)	Faixa horária	Rating	Share
1	<i>Fina Estampa, Edição Especial</i>	Brasil	Globo	Telenovela/drama	155	Prime time	31	48,6
2	<i>Amor de Mãe</i>	Brasil	Globo	Telenovela/drama	70	Prime time	29,8	48,1
3	<i>Bom Sucesso</i>	Brasil	Globo	Telenovela/comédia romântica	22	Prime time	29,1	49,8
4	<i>Totalmente Demais, Edição Especial</i>	Brasil	Globo	Telenovela/comédia romântica	166	Prime time	29,1	45,6
5	<i>Salve-se quem Puder</i>	Brasil	Globo	Telenovela/comédia romântica	54	Prime time	28	45,7
6	<i>A Força do Querer, Edição Especial</i>	Brasil	Globo	Telenovela/drama	88	Prime time	26,5	43,7
7	<i>O Auto da Compadecida Reprise</i>	Brasil	Globo	Minissérie	4	Noturno	25	45,3
8	<i>Haja Coração Edição Especial</i>	Brasil	Globo	Telenovela/comédia romântica	70	Prime time	23	39,2
9	<i>Éramos Seis</i>	Brasil	Globo	Telenovela/drama	76	Tarde	22,3	40,3
10	<i>Êta Mundo Bom Reprise</i>	Brasil	Globo	Telenovela/comédia romântica	100	Tarde	22,1	43,2
Total de produções: 10				Roteiros estrangeiros:				
100%				0%				

Fonte: Kantar Ibope Media-15 mercados e Obitel Brasil

No ano de pandemia, a lista dos 10 títulos mais vistos é completamente inédita, pois é constituída mais por reprises (5) do que por estreias (4).²⁴ Em 2019, todas as produções do ranking foram inéditas. Note-se que essas estreias, em 2020, indicam o número de capítulos já exibidos quando todas as gravações foram paralisadas devido à pandemia da COVID-19. A tabela mostra os títulos de reprises escolhidos pela Globo para preencher a grade ao longo do ano e que entraram no *top ten*: *Fina Estampa Edição Especial*; *Totalmente Demais Edição Especial*; *A Força do Querer Edição Especial*; *Haja Coração Edi-*

24 O que continua sendo não inédito é o fato da lista ser ocupada totalmente por produções da Globo.

ção *Especial*. Quatro reprises são “Edição Especial”²⁵ sendo que, uma delas, *Fina Estampa Edição Especial*, ocupa o primeiro lugar. Assinalamos que o segundo lugar, a telenovela inédita *Amor de Mãe*, será nosso estudo de caso no tópico do Tema do Ano.

A telenovela permaneceu como o formato mais presente na TV aberta em 2020. Entre os 10 títulos mais assistidos, nove são telenovelas e uma é minissérie.

Na comparação com dados do ano anterior, os índices de audiência apresentaram leve alta, exceto no primeiro lugar do ranking. No topo da tabela, a reprise de *Fina Estampa* atingiu a marca dos 31 pontos, abaixo dos 34 pontos conquistados pela inédita *A Dona do Pedaço* no ano de 2019. Mas, mesmo assim, foi uma marca surpreendente para uma reprise.²⁶ Já os nove títulos restantes tiveram uma audiência maior do que os de 2019, quando as quatro últimas colocações chegaram aos ratings mais baixos dentro da série histórica do Obitel, com uma média de 20,9 pontos. Já em 2020, os quatro últimos títulos do top ten tiveram média de 23,1 pontos, uma recuperação da audiência da TV aberta no ano marcado pela pandemia.

Tabela 5: Perfil de audiência dos dez títulos mais vistos: gênero, idade, nível socioeconômico

Títulos	Canal	Gênero %		Nível socioeconômico %		
		Mulheres	Homens	AB*	C*	DE*
1 <i>Fina Estampa, Edição Especial</i>	Globo	62,5	37,5	28,2	50,2	21,6
2 <i>Amor de Mãe</i>	Globo	62,9	37,1	30,1	49,5	20,5
3 <i>Bom Sucesso</i>	Globo	65	35	27,8	50,1	22
4 <i>Totalmente Demais, Edição Especial</i>	Globo	64,3	35,7	25,3	51,3	23,4
5 <i>Salve-se Quem Puder</i>	Globo	65,5	34,5	27,3	50,6	22,1
6 <i>A Força do Querer, Edição Especial</i>	Globo	62,2	37,8	25	52,3	22,6
7 <i>O Auto da Compadecida Reprise</i>	Globo	60	40	27,2	49,4	23,4
8 <i>Haja Coração, Edição Especial</i>	Globo	63,8	36,2	23,9	52,4	23,7
9 <i>Éramos Seis</i>	Globo	66,8	33,2	28,7	49,8	21,4
10 <i>Êta Mundo Bom Reprise</i>	Globo	64,3	35,7	23,6	51,3	25,2

25 Já explicamos o significado de “Edição Especial” como sendo um formato pandêmico de reprises.

26 As reprises possuem um significado particular dentro da “cultura de telenovela” que se criou historicamente no país. Elas vão além da simples reassistência e, fazendo uso do trocadilho do título de um programa, afirmamos que “valem a pena ver de novo”.

	Títulos	Canal	Faixa etária %					
			4 a 11	12 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50+
1	<i>Fina Estampa, Edição Especial</i>	Globo	5,4	4,9	6,9	12,2	23,8	46,8
2	<i>Amor de Mãe</i>	Globo	5,5	4,7	7,1	12,6	24,1	46
3	<i>Bom Sucesso</i>	Globo	5,9	5	6,8	11,7	22,8	47,8
4	<i>Totalmente Demais, Edição Especial</i>	Globo	6,1	5,5	6,8	12	23	46,6
5	<i>Salve-se Quem Puder</i>	Globo	6	5,4	7,1	12	22,9	46,6
6	<i>A Força do Querer, Edição Especial</i>	Globo	5,4	5	7	12,8	24	45,8
7	<i>O Auto da Compadecida Reprise</i>	Globo	6,5	6,1	7,8	14,2	25,2	40,2
8	<i>Haja Coração, Edição Especial</i>	Globo	5,7	4,9	6,2	11,9	23	48,2
9	<i>Éramos Seis</i>	Globo	5,5	5	6,9	11,3	21,8	49,5
10	<i>Éta Mundo Bom Reprise</i>	Globo	6,1	5,8	7,4	11,6	23	46,3

Fonte: Kantar Ibope Media-15 mercados

As mulheres continuam sendo a principal audiência das ficções do *top ten*, majoritariamente em exibições que ocorrem entre as 18h e as 19h, como pode ser observado com *Éramos Seis*, *Salve-se Quem Puder* e *Bom Sucesso* (todas inéditas). Já as ficções prediletas do público masculino seguem sendo as telenovelas do alto *prime time* e as séries exibidas após as ficções das 21h – no caso, *O Auto da Compadecida* (reprise), que registrou a maior concentração de telespectadores da classe C com mais de 50 anos. A classe DE mantém sua preferência pelos gêneros romance e comédia, enquanto a classe AB tem preferência por drama. Quanto à faixa etária, o público com mais de 50 anos foi o que mais assistiu às ficções do *top ten*, com destaque para tramas das 18h e 19h que privilegiam as matrizes melodramáticas, como *Haja Coração Edição Especial* e *Éramos Seis*. O público entre 25 e 49 anos, por sua vez, tem preferência pelas telenovelas da faixa das 21h, no caso, *Amor de Mãe*, *A Força do Querer Edição Especial* e *Fina Estampa Edição Especial*.

3. Monitoramento VoD 2020

O ano de 2020 foi marcado pela consolidação das plataformas de *streaming* no audiovisual brasileiro e pelo crescimento do número de seus usuários²⁷. Por outro lado, o cenário audiovisual do país passou por grave crise decorrente da pandemia e de cortes de financiamento governamental. Com isso, criou-se um cenário complexo e ambivalente em que convivem, de um lado o aumento de 61% das produções nacionais inéditas em VoD e, de outro, a interrupção ou o cancelamento de outros tantos projetos audiovisuais por falta de financiamento e de limitações da pandemia.

3.1 Mercado de plataformas de VoD

O *streaming* no Brasil alcançou seu auge em 2020. As plataformas tornaram-se práticas de consumo principalmente entre os mais jovens²⁸. Globoplay, Netflix e Prime Video alcançaram números históricos de assinantes e faturamento. Esta primeira lidera o mercado nacional com 20 milhões de usuários²⁹, seguida pela Netflix com 17 milhões de assinantes e pela Prime Video com 10 milhões.

O Globoplay, *streaming*, do Grupo Globo, encerrou o primeiro semestre de 2020 com 150% a mais de assinantes em relação ao ano anterior. As estratégias de crescimento têm sido variadas e inovadoras, tendo por base lógicas de combinação e diversificação (“uma só

27 Somente a Netflix teve, em 2020, 17 milhões de assinantes, 7 milhões a mais que em 2019, um crescimento de 70% em um ano.

28 Cf. <https://bityli.com/0qXSw>

29 <https://bityli.com/GrHeu>

Globo”, “uma Globo só para você”).³⁰ Através delas, o Grupo passa a ter real oportunidade de vir a ser uma empresa de comunicação trans-mídia, preservando a programação de broadcasting, porém investindo preferencialmente no *streaming* com vistas à internacionalização³¹ e, acima de tudo, criando estratégias de produção e de distribuição mutáveis para cenários em acelerada mudança. Assim tem sido a produção de conteúdos exclusivos em coproduções com produtoras independentes; parcerias com grandes players, Disney+, Apple TV+, HBO-GO e Deezer (já firmadas)³² diversificando modelos de assinaturas da plataforma.

A plataforma Netflix Brasil teve, em 2020, faturamento estimado em R\$6,7 bilhões³³ (cerca de U\$1,2 bilhões), além de ter ultrapassado o número de assinaturas de todas as TVs a cabo e engajar o público nas redes sociais: das 30 ficções exibidas em *streaming* com maior número de impressões no Twitter, 28 são da Netflix.³⁴

Na sequência do ranking nacional, aparece o Amazon Prime Video, cujo número de assinantes chega a 10 milhões. Para se fazer competitivo no mercado local, tem investido em programação original, ampliando o catálogo brasileiro. Em 2020, foram produzidas quatro séries ficcionais, um documentário e um reality show em parceria com as produtoras O2 Filmes, Los Bragas e Conspiração Filmes.

30 O Grupo Globo tem levado a cabo nos últimos anos um programa geral de reestruturação, fundindo, dividindo, demitindo e alterando hierarquias em todas as suas unidades e setores. Em janeiro de 2020 a nova estrutura foi apresentada. Além de ter reunido numa só empresa o que antes eram 5 e ter estabelecido novos comandos, o que interessa aqui é a unificação da TV aberta, com a TV paga (canais a cabo) e com o *streaming*.

31 Em 19/01/2020, Globoplay estreou nos Estados Unidos, primeiro passo para transformar-se em plataforma de *streaming* internacional.

32 <https://bit.ly/3vzr7Vp>; <https://bit.ly/3gCSauW>

33 Fonte: <https://bit.ly/35zcNBC>

34 Fonte: Kantar Ibope Media 2020

3.2 Análise do VoD em 2020: a ficção de estreia nacional e ibero-americana no Brasil

Tabela 6. Ficções nacionais e ibero-americanas exibidas no Brasil em VoD em 2020

Títulos Nacionais de Estreia em VoD	Títulos Ibero-americanos de Estreia em VoD	Coproduções de Países Obitel de Estreia em VoD
<p>Globoplay – 19 títulos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Chacrinha - A minissérie</i> (minissérie) 2. <i>Meus Dias de Rock</i> (série) 3. <i>Arcanjo Renegado</i> (série) 4. <i>Todas as Mulheres do Mundo</i> (série) 5. <i>O Dono do Lar</i> (série) 6. <i>Os Roni</i> (série) 7. <i>Dra. Darci</i> (série) 8. <i>Diário de um Confinado</i> (série) – 1.^a temp. 9. <i>Xilindró</i> (série) – 4.^a temp. 10. <i>Rio Heroes</i> (série) – 2.^a temp. 11. <i>A Divisão</i> (série) – 2.^a temp. 12. <i>Diário de um Confinado</i> (série) – 2.^a temp. 13. <i>Santo Forte</i> (série) 14. <i>Impuros</i> (série) 15. <i>Desalma</i> (série) 16. <i>As Five</i> (série) 17. <i>Feras</i> (série) 18. <i>Me Chama de Bruna</i> (série) – 4.^a temp. 19. <i>Diário de um Confinado</i> (especial) <p>Netflix – 7 títulos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Onisciente</i> (série) 2. <i>Spectros</i> (série) 3. <i>Reality Z</i> (série) 4. <i>Coisa Mais Linda</i> (série) – 2.^a temp. 5. <i>Boca a Boca</i> (série) 6. <i>3%</i> (série) – 4.^a temp. 7. <i>Bom dia, Verônica</i> (série) 	<p>Netflix – 14 títulos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>El Robo del Siglo</i> (minissérie, Colômbia) 2. <i>Las Chicas del Cable</i> (série, Espanha) - 5.^a temp./1.^a parte 3. <i>Élite</i> (série, Espanha) – 3.^a temp. 4. <i>La Casa de Papel</i> (série, Espanha) – 4.^a temp. 5. <i>Valéria</i> (série, Espanha) 6. <i>Perdida</i> (série, Espanha) 7. <i>Las Chicas del Cable</i> (série, Espanha) – 5.^a temp./2.^a parte 8. <i>Vis a Vis: El Oasis</i> (série, Espanha) 9. <i>Alta Mar</i> (série, Espanha) – 3.^a temp. 10. <i>Los favoritos de Midas</i> (série, Espanha) 11. <i>Jane The Virgin</i> (série, Estados Unidos) 12. <i>Control Z</i> (série, México) 13. <i>Historia de un Crimen: La Búsqueda</i> (série antológica, México) 14. <i>Oscuro Deseo</i> (série, México) <p>Prime Video – 7 títulos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>El Presidente</i> (série, Chile) 2. <i>Dignidad</i> (série, Chile) 3. <i>El Cid</i> (série, Espanha) 4. <i>Ana</i> (série, México) 5. <i>Maria Magdalena</i> (série, México) 6. <i>Cómo Sobrevivir Soltero</i> (série, México) 7. <i>De Brutus, Nada</i> (série, México) 	<p>Globoplay – 3 títulos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Longe de Você</i> (série, Espanha e Itália) 2. <i>Todo por el Juego</i> (série, Argentina e Espanha) 3. <i>Jugar con Fuego</i> (série, Estados Unidos e Brasil) <p>Netflix – 2 títulos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Alguién Tiene que Morir</i> (série, Espanha e México) 2. <i>Narcos: México</i> (série, México e Estados Unidos) <p>BoxBrazil Play – 1 título</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Submersos</i> (série, Brasil e Argentina)

Títulos Nacionais de Estreia em VoD	Títulos Ibero-americanos de Estreia em VoD	Coproduções de Países Obitel de Estreia em VoD
Prime Video – 5 títulos 1. <i>Homens?</i> (série) – 2.ª temp. 2. <i>Sonhadores</i> (minissérie) 3. <i>Me Chama de Bruna</i> (série) – 1.ª a 3.ª temp. 4. <i>1 Contra Todos</i> (série) – 2.ª temp. 5. <i>Impuros</i> (série) – 2.ª temp. BoxBrazil Play – 5 títulos 1. <i>Via Pública</i> (série) 2. <i>Imagem Vinil</i> (série) 3. <i>Amélio, o Homem de Verdade</i> (série) 4. <i>Liberto</i> (série) 5. <i>Verona</i> (série) HBO GO – 1 título 1. <i>Todxs Nós</i> (série)	HBO GO – 5 títulos 1. <i>Entre Hombres</i> (minissérie, Argentina) 2. <i>El Dia de Mañana</i> (série, Espanha) 3. <i>Vida Perfecta</i> (série, Espanha) 4. <i>Vergüenza</i> (série, Espanha) 5. <i>Dime Quién Soy</i> (série, Espanha) Globoplay – 2 títulos 1. <i>Mães A(r)madadas</i> (série, Espanha) 2. <i>Urgencia Cero</i> (série, Espanha)	
Total: 37	Total: 28	Total: 6
TOTAL GERAL: 71		

De acordo com a Tabela 6, foram 71 títulos de países Obitel estreados no mercado de VoD no Brasil em 2020. Ressalta-se o crescimento das produções brasileiras nesse mercado.³⁵ Desses, 52% (37) são ficções nacionais; 39,5% (28) são ibero-americanas e 8,5% (6) coproduções entre países Obitel. Em 2020, o número de ficções inéditas brasileiras para VoD foi de 37 títulos, um aumento de 61% em relação a 2019, quando eram 23 novos títulos.

O Globoplay aumentou sua produção em 73%, com 19 títulos contra os 11 do ano anterior. Manteve-se como a principal plataforma VoD de ficções nacionais e também em coproduções com países

35 Foi em 2016 que estreou a primeira série brasileira numa grande plataforma – 3%, uma produção da Boutique Filmes para a Netflix. Hoje, praticamente todas as grandes produtoras brasileiras realizam séries e filmes para o *streaming*.

Obitel. A Netflix teve uma pequena queda na produção local, de oito para sete títulos. Vale destacar que, a partir de 2020, Prime Video, BoxBrazil Play e HBO GO passaram a produzir ficções nacionais e ibero-americanas.

Quanto ao número de produções de estreia por plataforma, Globo play ficou em primeiro lugar com 34% (24), em segundo, Netflix com 32% (23) e num distante terceiro, Prime Video, com 17% (12); BoxBrazil Play e HBO GO aparecem com 8% (6) cada uma.

As estreias de ficções ibero-americanas somam 28 títulos, correspondendo a 39,4% do total. As ficções espanholas predominaram dentre os lançamentos ibero-americanos, registrando 100% de aumento em relação ao ano de 2019, com destaque para a presença nas redes sociais das séries *La Casa de Papel* e *Élite*³⁶.

A maior parte das estreias no VoD brasileiro foram mundiais, com algumas exceções, como a produção espanhola *Urgencia Cero* (2016); a série norte-americana *Jugar com fuego* (2019), coprodução entre Telemundo e Globo; e o remake da minissérie brasileira *Amores Roubados* (Globo, 2014), que estreou diretamente no Globoplay em 2020.³⁷ Destacamos duas produções chilenas do Prime Video, *El Presidente* e *Dignidad*, as primeiras desse país lançadas no VoD brasileiro. A série mexicana *Oscuro Deseo* foi uma das produções de maior êxito no Brasil em 2020 na Netflix, passando mais de sete semanas entre as mais vistas³⁸.

36 Fonte: Kantar Ibope Media 2020.

37 <https://bit.ly/2TM38oY>.

38 Cf. <https://tinyurl.com/zzhy9yzn>

Tabela 7. Ficção de estreia em VoD no Brasil em 2020: países de origem

País	Títulos	%
NACIONAL (total)	37	52,1
IBERO-AMERICANOS (total)	28	39,4
Argentina	1	1,4
Brasil	37	52,1
Chile	2	2,8
Colômbia	1	1,4
Espanha	16	22,5
EUA (produção hispânica)	1	1,4
México	7	9,8
Peru	0	0
Portugal	0	0
Uruguai	0	0
Venezuela	0	0
COPRODUÇÕES (total)	6	8,5
Coproduções brasileiras	2	2,8
Coproduções entre países OBITEL	4	5,6
TOTAL GERAL	71	100

Fonte: Obitel Brasil

Pela primeira vez desde que registramos as estreias em VoD, as produções brasileiras superaram as dos países ibero-americanos, com 37 títulos (52,1%). Dentre as ficções nacionais em VoD, destacamos duas séries: *Arcanjo Renegado* (Globoplay) lançada integralmente na plataforma digital e depois exibida em episódios semanais

na TV aberta (Globo); e a segunda temporada da série *Coisa Mais Linda* (Netflix), que teve o título em inglês traduzido para *Girls From Ipanema* adequando-se ao público internacional.

4. Ficção e participação das audiências nos meios digitais

O *streaming* repercute tanto na transformação do processo de criação, produção e distribuição das ficções televisivas, como em sua recepção. Demonstraremos aspectos multidimensionais da participação das audiências nos meios digitais, entre eles: a expansão digital, a interatividade social e a produção de ficção emergentes.

A suspensão das produções ficcionais rearticulou cronogramas de gravação, impôs a adoção de protocolos sanitários - divulgados em *making of* e reportagens³⁹, na TV e nas mídias digitais - e alterou algumas narrativas. Verificamos, em contraponto, uma grande oferta de telenovelas clássicas pelo *streaming* do Globoplay, fenômeno que pautou uma estratégia de expansão digital.

Sobre as formas de participação e interatividade social dos receptores, a imbricação das audiências na internet acentua a atividade fervorosa e internacionalmente conhecida dos fãs brasileiros nas mídias digitais⁴⁰. No consumo de narrativas televisivas, prevalece o fenômeno da TV Social e a produção de conteúdos expandidos, como *memes* e *fanfictions*. A forma como os usuários se apropriam do conteúdo televisivo, ressignificando, reproduzindo e recriando tem sido

39 Nos referimos ao caso de *Amor de Mãe*, cujos protocolos de gravação e a própria narrativa foram disponibilizados em *making of* e em vídeos institucionais pelo site Gshow e pela própria TV Globo em sua programação.

40 <http://bit.ly/3vz2KHq>.

entendida como importante manifestação da cultura brasileira contemporânea (Vieira, 2021).

4.1 Proposta de expansão digital

Os *podcasts*⁴¹ como mídia digital interativa têm tido uma explosão notável no Brasil. Citamos o *podcast* do GShow (portal da Globo), *Novela das 9*, no ar desde 2018, que tinha como objetivo comentar as telenovelas da Globo e que, a partir de 2019, inclui entrevistas exclusivas com membros da equipe técnica. Em 2020, com a interrupção das gravações de *Amor de Mãe*, o *Novela das 9* começou a pautar outros títulos, como: *Vale Tudo* (1988), *Tieta* (1989), *Torre de Babel* (1999), *Laços de família* (2000), *A favorita* (2008).

4.2 Interatividade social

Os usos das mídias digitais como segunda tela na recepção de programas de TV se tornou um hábito do telespectador brasileiro.⁴²São posturas, opiniões, debates, interpretações, e outros modos de *sociabilidade* que exprimem as competências da recepção. (Martín-Barbero, 2009). Em 2020, entre as 10 ficções mais comentadas no Twitter 60% foram telenovelas da Globo e 40% séries da Netflix, refletindo o mercado brasileiro.

41 A palavra *podcast* é a junção de *POD* (Personal On Demand), com *CAST*, de *broadcast* (radiodifusão), e designa o arquivo de áudio digital disponibilizado na Internet, normalmente em série. Sua popularidade no Brasil já crescia, porém explodiu em meio à pandemia, devido ao isolamento doméstico, criando uma nova audiência interativa não imagética.

42 Pesquisas mostram que em 2018 o número de brasileiros com acesso à internet que usavam a rede enquanto assistiam televisão era de 95%, mostrando uma tendência de crescimento em relação aos 88% registrados em 2015. Cf. <https://bit.ly/2TM58x7>.

Tabela 8: Ficções televisivas com maior interação (RTs⁴³, curtidas e respostas) no Twitter brasileiro em 2020

Título	Formato	Canal / Streaming	Tweets	Total de Interações
1. <i>Avenida Brasil Reprise</i>	Telenovela	Globo	2.864.055	8.915.582
2. <i>Fina Estampa Edição Especial</i>	Telenovela	Globo	1.356.531	4.413.437
3. <i>Amor de Mãe</i>	Telenovela	Globo	1.353.640	4.413.437
4. <i>A Força do Querer Edição Especial</i>	Telenovela	Globo	1.116.632	3.410.180
5. <i>Dark</i>	Série	Netflix	939.820	3.373.116
6. <i>Sex Education</i>	Série	Netflix	939.276	3.338.146
7. <i>La Casa de Papel</i>	Série	Netflix	922.666	3.134.052
8. <i>Malhação. Viva a Diferença</i>	Soap Opera	Globo	822.902	3.007.238
9. <i>Totalmente Demais Edição Especial</i>	Telenovela	Globo	774.939	2.804.463
10. <i>Anne with an E</i>	Série	Netflix	688.858	2.441.390

Fonte: Kantar Ibope Media

Outro aspecto importante da tabela é que das seis ficções da Globo, cinco são reprises: *Avenida Brasil* (2012), *Fina Estampa* (2011), *Totalmente Demais* (2016), *A Força do Querer* (2017), *Malhação-Viva a Diferença* (2017).

A Força do Querer (quarta posição na tabela) obteve o maior número de tweets por minuto no ano de 2020, 1.171 no dia 21 de setembro; *Fina Estampa* (segunda posição na tabela) ocupa o segundo e terceiro lugar, com 820 postagens por minuto no dia 1º de abril e 691 em 23 de março.

Os *memes* são um formato de “conteúdos gerados pelo usuário” (CGU) e correspondem a boa parte das postagens, que, em tom jocoso e satírico, demonstram a reação do público. Destacamos os *memes* de *Avenida Brasil*: desde a primeira exibição tornaram-se icônicos na linguagem digital brasileira.

43 RT é a sigla para *retweet*, isto é, o compartilhamento com uma publicação de terceiros em sua própria *timeline*.

Já a produção de *fanfictions* pelo público de *Malhação-Viva a Diferença* conta com mais de 300 histórias no site *Spiritfanfiction*. Com ⁴⁴, sendo a maior parte dedicada ao *ship* “Limantha”, formado pelo casal lésbico Lica e Samantha - explorar aspectos não abordados da sexualidade e intimidade das personagens parece ser seu objetivo.

4.3 Produção de ficções emergentes

A carência por representatividade LGBTQIA+ na televisão impulsionou sua presença em produções independentes disponibilizadas principalmente no YouTube. *Esconderijo*, *Septo*, *Madu*, *The Stripper*, *Contos Latentes*, *Magenta* e *Ellas* são algumas das *webséries* lançadas em 2020 com a temática. O isolamento social, tema trazido pela pandemia, foi abordado em *Sintomas*, *Horas em Casa*, *Quarentenados* e *Home Office-A Série da Quarentena*.

As *webséries* nacionais duram em média 15 minutos. Algumas lançam, além dos episódios separados, a temporada completa em um só vídeo. Frequentemente usam o financiamento coletivo para viabilizá-las e, como estratégia de divulgação, também publicam vídeos dos bastidores das gravações.

5. O mais destacado do ano

A pandemia afetou diretamente a cadeia produtiva de ficção televisiva, desde o roteiro, passando pela produção, circulação e consumo desse gênero. Tal cenário definiu os mais destacados do ano no país.

44 Acesso em 19 abr. 2021, às 15h.

5.1 *Diário de um Confinado e Amor e Sorte: o desafio de criar na pandemia, sobre a pandemia*

Com o fechamento dos estúdios, a Globo precisou inovar para garantir a exibição de ficções inéditas. Realizaram-se gravações em que os próprios atores usavam suas residências como locação, se responsabilizando também pela parte técnica, com auxílio remoto de outros profissionais. Foram os casos de duas séries, *Diário de um Confinado* e *Amor e Sorte*, comédias sobre as tentativas de evitar o contágio. Ambas substituíram programas fixos da grade do canal e constam no Globoplay.

Diário de Um Confinado (26/6 a 24/9/2020), série cômica de 12 episódios (10 minutos cada), acompanha Murilo, um homem que mora só, no embate entre seus problemas e as restrições da quarentena. A série transcorre dentro de um apartamento e incorpora videochamadas (a que chamamos *recurso pandêmico*) para inserir novos personagens à trama.

Em episódios semanais com elencos independentes, *Amor e Sorte* (8/09 a 29/09/2020) foi uma série antológica de quatro histórias sobre os desafios do amor e da intimidade no convívio forçado da quarentena.⁴⁵ O primeiro episódio, *Lúcia e Gilda*, conta a jornada de mãe e filha obrigadas a lidar com suas diferenças ao se isolarem em sua casa de campo; em *Linha de Raciocínio*, vemos o debate sobre a participação em um “panelaço”⁴⁶; *Territórios* apresenta dois ex-casados obrigados a conviver juntos à espera do resultado de um teste para

45 Mesmo nesses formatos pandêmicos, a narrativa aliou o humor e a tradição do realismo que é a marca da ficção televisiva brasileira.

46 “Panelaços” são manifestações coletivas de pessoas batendo utensílios domésticos (principalmente panelas) em horário convocado por redes sociais, gerando um som barulhento e característico. Tornaram-se comuns nos últimos anos no Brasil como forma de exercer oposição ao governo.

COVID-19; e *A Beleza Salvará o Mundo* traz um recém-casal que tenta descobrir um remédio para o vírus enquanto faz cinema.

As condições inusitadas em que se produziu *Amor e Sorte* foram incorporadas na própria obra, através de planos dos bastidores e comentários da equipe exibidos nos intervalos ou lançados no Globoplay e no site do canal. Parece-nos que os aspectos elencados (uso de uma única locação; equipe remota; elenco reduzido e atualidade temática) constituíram tanto inovações criativas como originalidade narrativa, formal e técnica.

5.2 *Sob Pressão-Plantão COVID*: realidade e alerta

A Globo também utilizou produções já existentes para abordar a pandemia, como no Especial de sua série médica *Sob Pressão-Plantão COVID*, lançado tanto na Globo como no Globoplay, em 06/10 e 13/10/2020.

Em dois episódios, o casal de médicos protagonista trabalha em um dos hospitais construídos para ampliar o atendimento. As personagens lidam com a falta de informação sobre o vírus, bem como a escassez de leitos e equipamentos, enquanto se arriscam pela ameaça de contágio.

Seguindo a estética naturalista, a obra serve de alerta para a população, enfatizando sintomas e riscos das doenças, formas de prevenção e a precariedade do sistema de saúde. Ao final do primeiro episódio exibe-se a cartela “A pandemia ainda não acabou. Cuidar de você é cuidar do outro”; e no segundo, “Esta é nossa homenagem aos profissionais de saúde que cuidam dos pacientes contaminados pela COVID-19”. As cartelas exibidas ao fim de cada episódio explicitam a *ação pedagógica* (Bourdieu, 1970) identificada na teledramaturgia brasileira.

5.3 Globoplay e a “biblioteca digital de telenovelas”

Em 2020, a Globo reforçou o catálogo do Globoplay (que, em 2019, já contava com 91 títulos de telenovelas, majoritariamente posteriores a 2010), com um lançamento inédito de telenovelas antigas com imagem remasterizada.⁴⁷ Em maio, a emissora anunciou a disponibilização progressiva de 50 clássicos, muitos nunca reprisados. Criou assim, uma verdadeira “biblioteca digital”, segundo argumentação de Newcomb (1999):

(...) como os primeiros autores eram editores e livreiros, assim os *broadcasters* de hoje podem se encontrar na posição de editores, que oferecem materiais para uma vasta biblioteca eletrônica digital. Os usuários entrarão nestas coleções virtuais como entraram em todas as bibliotecas (p. 120).

Trata-se de uma resposta ao ano de restrições pandêmicas na televisão. *A Favorita* (2008) foi a primeira telenovela lançada e, a cada 15 dias, um novo título de produções anteriores a 2010 é colocado na biblioteca.

A disponibilização de telenovelas ⁴⁸ como *Dancin' Days* (1978), *Roque Santeiro* (1985), *Selva de Pedra* (1986), *Que Rei Sou Eu?* (1989), *Tieta* (1989), *Rainha da Sucata* (1990) entre outras, e a possibilidade de assisti-las *on demand*, evidencia os vínculos que a

47 Trata-se de um lançamento inédito por se tratar de colocar em *streaming* apenas telenovelas, quando essa plataforma se tornou conhecida globalmente por fazer das séries o seu formato identitário. Mas, parece não ter sido um lançamento de todo surpreendente. A experiência anterior com o Canal Viva, canal a cabo do Grupo Globo, com uma programação totalmente feita de reprises, vem sendo notada pelos bons índices de audiência, por chegar até a ocupar o primeiro lugar entre os canais a cabo. É muito provável que o Globoplay tenha se baseado nessa experiência para lançar o projeto de reprises de telenovelas antigas.

48 Cf. <https://glo.bo/2UbXZGJ>.

telenovela mantém com a história e com a memória enquanto arquivo de saber individual (Motter, 2001). Agora, como biblioteca digital, ela instiga a investigar quais efeitos de sentido que os clássicos do gênero criam e recriam com o presente.

6. Tema do Ano: Ficção televisiva em tempos de pandemia

A pandemia da COVID-19, com o risco latente, o sofrimento e o medo da morte se espalhando globalmente, desafiou as reflexões de pensadores nacionais e internacionais, marcadas por linguagem de antropologia filosófica, mas de fácil acesso e compreensão. Para nós, foi fundamental incorporar essas leituras ao Tema do Ano, servindo como uma macro moldura para as análises que se seguem. Permitiram-nos pensar que, apesar do estado de crises permanentes, a sociedade pode criar formas de solidariedade e de cooperação globais. Nosso esforço foi acompanhar, captar essa ambivalência e verificar como a ficção televisiva brasileira tentou responder, resistindo à sua maneira, à vida pandêmica.

A adoção do distanciamento social mostrou-se uma das medidas mais eficazes para conter a disseminação do vírus. Porém, com o progressivo avanço científico acerca de sua letalidade, vimos o mundo entrar em períodos de isolamento social, já caracterizado por Agamben (2004) como um “estado de exceção”. Isto porque, as epidemias virais afetam nossas interações mais elementares com pessoas e objetos que nos rodeiam (Žižek, 2020). Em decorrência desse contexto emergente e inédito, notamos a acentuação de decisões políticas e socioeconômicas que incidiram diretamente no setor audiovisual e, em especial, na produção e transmissão de ficções televisivas, conforme já mencionado. Logo, percebemos o aumento da utilização do *streaming*⁴⁹ e a ampliação das múltiplas telas, potencializando a

49 Cf. <https://cutt.ly/jnCLaoS>

assistência no espaço doméstico e diluindo os limites dos espaços públicos e privados.

Com as alterações nas formas de se trabalhar, aprender, entreter, e também de se assistir ficções televisivas, criam-se novos hábitos pois, essencialmente, todas essas atividades exigem a utilização parcial ou total de telas, sejam elas do celular, notebook, tablets ou computadores. Distribuídas dentro do espaço privado, essas telas fizeram com que a casa se transformasse de uma só vez em ambiente de trabalho, descanso e lazer.

As mediações de *socialidade*, *tecnicidade* e *ritualidade* (Martín-Barbero, 2009) nos dão pistas para entender esse ambiente doméstico pandêmico, pois nele a mutação tecnológica à qual a sociedade contemporânea está submetida, entrou em rotação acelerada e passa a configurar um novo ecossistema comunicativo. A *socialidade* sofre profundas mudanças como laço social, pelo qual “se estabelecem as relações sociais bem como as subjetividades compostas por estas relações que interferem no contato dos atores com o mundo social e, também, com a mídia” (Pereira, 2020, p. 63) e ainda contribui para a constituição identitária desses atores. A *ritualidade* corresponde ao uso social dos meios justamente na interação entre os espaços e a temporalidade da vida cotidiana, que se transmutou devido às contingências impostas pela pandemia. O espaço doméstico, principal local onde as pessoas permanecem durante o isolamento social, é formado por um conjunto de rituais que compõem o cotidiano e a interação dos sujeitos, estando os meios incorporados neste espaço. As ritualidades, ressignificadas pela globalização e a pandemia, se dão em relação aos novos formatos industriais possibilitados pela *tecnicidade*, que consiste nas competências de uso e apropriações das materialidades e aparatos técnicos, isto é, como a tecnologia molda a cultura e as práticas sociais (Ronsini, 2011). Os modelos técnicos que suprem tanto

a demanda da recepção/consumo quanto a busca do lucro pelas empresas de mídia também precisaram ser modificados em decorrência do vírus.

Como mencionamos, as *lógicas de produção* (Martín-Barbero, 2009) dos meios foram drasticamente afetadas, acarretando a paralisação das gravações das ficções em andamento. E, pela primeira vez, uma telenovela, *Amor de Mãe* (Globo, 2020, 21h), não pôde ser vista como “obra aberta”, isto é, condicionada ao tempo em que está no ar, porque a suspensão das gravações ocorreu quando já tinham sido transmitidos 102 capítulos. Foi substituída por uma reprise (“edição especial”), voltou a ser gravada no final de 2020 e foi ajustada para terminar em 23 capítulos, denominados como segunda fase⁵⁰, a serem veiculados no início de 2021. Porém, em virtude das experiências inéditas que ocorreram nessa telenovela, não pudemos deixar de tomá-la como estudo de caso.⁵¹

Um estudo de caso: A telenovela *Amor de Mãe*, pandemia e resistência

Amor de Mãe vai entrar para a história da teledramaturgia brasileira como a primeira telenovela a retratar a pandemia. É um exemplo do clássico melodrama naturalista e impregnado de relatos da vida real, característica diferenciada da telenovela nacional. A trama é sobre as histórias de três mulheres em suas jornadas de maternidade. A protagonista Lurdes, empregada doméstica, empreende há mais de 26 anos a busca por Domênico, o filho vendido por seu marido alcoólatra para a traficante de crianças Kátia; Thelma, mãe superprotetora de Danilo, descobre a existência de um aneurisma, e precisa lidar com

50 A ser exibida entre os dias 15 de março e 9 de abril de 2021.

51 A fim de realizarmos esse estudo de caso, apoiamo-nos no fato de as gravações da telenovela terem sido retomadas e finalizadas ainda em 2020 (10 /08 a 14/11).

a angústia de organizar a vida do filho antes de sua morte; e Vitória, advogada negra de sucesso, apesar de inúmeras tentativas fracassadas de ser mãe, após um golpe do destino, torna-se mãe de três filhos, mas conciliação da maternidade com a vida profissional lhe traz desafios éticos até então imprevistos.

A estratégia narrativa adotada para a retomada da exibição mostrou-se inovadora. Teve início com um resumo da trama gravada antes da pandemia que foi transmitida em 15 dias. O recurso estético utilizado foi a voz em *off* das três protagonistas, cada qual narrando as cenas em que haviam atuado. A narrativa, com notável acento melodramático, estrutura-se ao redor de personagens femininos fortes, emprega uma abordagem cambiante sobre suas identidades e tem uma estética inovadora que a aproxima de referências cinematográficas. Manuela Dias, elogiada roteirista, absorveu em sua trama a pandemia, tornando *Amor de Mãe* uma referência em como a obra aberta está não só suscetível, mas é potencialmente capaz de dialogar com uma realidade imprevista.

Em sua segunda fase, a telenovela passa a retratar o cotidiano de seus personagens lidando com o vírus, aproveitando o impacto da doença para melhor delinear a narrativa. Interrompida em pleno clímax, quando Thelma descobre que Danilo, seu filho adorado, é, na verdade, Domênico, o filho perdido de Lurdes, a nova fase se inicia com a angústia de Lurdes que, ao se ver obrigada a permanecer em isolamento, é impedida de seguir sua saga - ao passo em que Thelma, agora definitivamente antagonista, capaz de matar para esconder o segredo da adoção de Danilo, comemora as restrições de circulação que obrigarão seu filho a ficar em casa.

Amor de Mãe surpreende ao inserir a realidade em sua trama com efeitos épicos ⁵², na medida em que o olhar dos atores se direciona à

52 Nos referimos aqui ao teatro épico de Bertolt Brecht que, em busca de um efeito de distanciamento (*Verfremdungseffekt*) para eliminar a catarse do público, emprega artifícios narrativos em suas peças. Destaca-se a quebra da quarta parede, em que a personagem se dirige diretamente ao público e rompe com a tradição ilusória do teatro burguês.

câmera, tal como se estivesse se dirigindo diretamente aos telespectadores. Esse registro de atuação, somado aos deslocamentos temporais e às escolhas moralmente questionáveis de algumas personagens, compõem um panorama estético que aproxima a telenovela do paradigma brechtiano (Rosenfeld, 1985). Notamos um forte diálogo com o discurso jornalístico. Exibidas com uma narração em *off* que contextualiza a incidência da pandemia, suas primeiras cenas vão ao ar sem intervalo após o telejornal, levando a várias camadas de sentido ao fundir o noticiário da realidade pandêmica e a narrativa ficcional.

A absorção da pandemia pela trama se faz notar através da reiterada utilização de tecnologias de comunicação: Lurdes utilizará a internet para divulgar um vídeo-depoimento sobre sua busca pelo filho. Davi, militante da causa ambiental, passará a realizar *lives* para expor sua luta. Bem como, as videochamadas das reuniões de diretoria da empresa de Álvaro e Raul; nas conversas de Vitória com suas irmãs; no casamento on-line de Sandro e Betina, etc. Em todas essas situações, as interfaces das telas de celular e/ou de computador se sobrepõem à tela de televisão e se expressam nas já referidas mediações de socialidade, ritualidade e tecnicidade.

A trama também retrata problemas sociais decorrentes da pandemia. Camila, resiliente professora da rede pública, enfrenta dificuldades ao dar suas aulas on-line, diante do desaparecimento de alguns alunos. Betina, que havia abandonado o trabalho de enfermeira, se vê compelida a retornar ao hospital superlotado para ajudar no tratamento aos doentes. Danilo, um empreendedor que soube se apropriar do serviço de entregas para continuar mantendo seu restaurante, se contrapõe a Nuno, dono de um bar que precisou fechar as portas do estabelecimento. A Globo passa a realizar ações socioeducativas emitindo uma cartela informativa sobre COVID-19 ao fim de cada capítulo.

Considerações finais

A opção pela incorporação da pandemia numa narrativa da ficção após a retomada de suas gravações, demonstra claramente o caráter naturalista da trama e a preocupação da produção em retratar com verossimilhança os problemas econômicos e sanitários provocados pela COVID-19 que foram vividos desigualmente nas histórias das três protagonistas. E, ao mesmo tempo, mostrou as mudanças positivas que nelas ocorreram, sejam pelo amor maternal aos filhos, pelo engajamento em causas sociais e pelo despertar de consciências solidárias e cooperativas.

Pela posição negacionista (Caponi, 2020) do governo brasileiro em relação ao coronavírus, *Amor de Mãe* se apresenta como “recurso comunicativo” (Lopes, 2009), uma ferramenta pedagógica para a população articulando-se ao telejornal que antecede a trama e concretizando o diálogo entre o fato e a ficção. García Canclini (2020) diagnostica que essa função educativa exercida pela mídia, e no caso brasileiro especialmente pela telenovela, são sintomas da atual falta de confiança dos cidadãos em seus governos e nas estruturas políticas tradicionais.

A visibilidade social está atrelada à TV, tendo em vista que representa no plano imaginário a realidade do país com seus conflitos, contradições e ambivalências. O naturalismo da telenovela reafirma esta noção de realidade, pois para Guinsburg e Faria (2017), o naturalismo apresenta o “mundo áspero” dos diferentes conflitos sociais. Em *Amor de Mãe* esses elementos ficam evidenciados por inserir assuntos que estão demarcando o contexto de pandemia vivido pelo país.

Referências

- Agamben, G. (2004). Estado de exceção. Boitempo.
- Bourdieu, P.; Passeron, J. (1970) A Reprodução. Elementos para uma teoria do sistema de ensino. Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- Caponi, S. (2020). COVID-19 no Brasil: entre o negacionismo e a razão neoliberal. Estudos Avançados, 34 (99).
- Castells, M. (2009). Communication power. Oxford; New York: Oxford University Press.
- García Canclini, N. (2020). Ciudadanos reemplazados por algoritmos. Bielefeld University.
- Guinsburg, J. & Faria, J. R. (2017). O naturalismo. Perspectiva.
- Lopes, M.I.V. (2009). Telenovela como recurso comunicativo. MATRI-Zes, 3 (1).
- Lopes, M.I.V. (2003). Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. Comunicação & Educação (26)
- Martín-Barbero, J. (2009). Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia. Editora UFRJ.
- Motter, M. (2001). A telenovela: documento histórico e lugar de memória. Revista USP, n.48.
- Mungioli, M. C. P.; Lusvarghi, L. & Penner, T. (2019). Expansões e propagações de conteúdos transmídia: um estudo das webséries do Gshow entre 2016 e 2019. Comunicare, 19 (2).
- Neiger, M. et al. (eds.) (2011). On Media Memory. Collective memory in a new media age. Palgrave MacMillan.
- Newcomb, H. (1999) La Televisione da Forum a Biblioteca. Sansoni
- Pereira, T. N. (2020). Navegando com a telenovela? Mediações, recepção e ficção televisiva em tempos transmídia. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo.

- Ronsini, V. M. (2011). A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: Gomes, I; Janotti Junior, J (orgs). Comunicação e estudos culturais. EDUFBA.
- Rosenfeld, A. (1985) O Teatro épico. Perspectiva.
- Vieira, E. S. (2021). Quando a telenovela vira meme: como a Zuera e o Melo-drama se articulam a partir dos memes da reprise de Avenida Brasil. Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
- Žižek, S. (2020). Coronavirus es un golpe al capitalismo al estilo de ‘Kill Bill’ y podría conducir a la reinención del comunismo. In: Agamben G.; Žižek S.; Nancy, J. L.; Berardi, F. B.; Petit, S. L.; Butler, J.; Badiou... Preciado, P. Sopa de Wuhan – Pensamiento Contemporáneo en tiempos de pandemias. ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio).