

BRASIL: O “BRASIL PROFUNDO” NA FICÇÃO TELEVISIVA¹

DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.24.s.bra>

Autoras:

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

Cláudia Peixoto de Moura (<https://orcid.org/0000-0002-1047-255X>)

Equipe:

Marcel Antonio Verrumo (<https://orcid.org/0000-0002-2488-3616>)

Renata Pinheiro Loyola (<https://orcid.org/0000-0003-1902-9738>)

Bruno Iury Fracchia (<https://orcid.org/0000-0002-2053-1787>)

João Alfredo Alineri Ramos (<https://orcid.org/0000-0002-7997-4929>)

Talitta Oliveira Cancio dos Santos (<https://orcid.org/0000-0003-2136-7816>)

Catarina Lopes (<https://orcid.org/0000-0001-9781-004X>)

Felipe Gabriel da Silva (<https://orcid.org/0009-0002-2396-979X>)

Renan dos Santos Dias (<https://orcid.org/0009-0007-8259-0794>)

Hellen Cristina de Almeida Barreto (<https://orcid.org/0009-0009-5348-3142>)

Introdução

De que formas são construídos os imaginários sobre o que somos nas histórias de ficção; de onde vem o que nos é contado nas ficções que alcançam maior audiência ou repercussão? Para tentar responder ao que nos propõe o Tema do Ano de 2023, “O que está acontecendo com as narrativas na ficção televisiva ibero-americana?”, vamos nos servir da metáfora do *Brasil Profundo*, poderosa chave interpretativa do Brasil e que apareceu ao longo do ano, em diferentes formatos (telenovela, séries), em produções inéditas, *remakes* e reprises. A ficção televisiva brasileira, notadamente a telenovela, vem se confirmando como *narrativa da nação* (Lopes, 2003) e *recurso comunicativo* (Lopes, 2009), presente na era atual do *streaming*, como espaço de debate de temas ligados à questão da identidade e das interpretações conflitantes do Brasil como formação social. As imagens da televisão não estão apenas no presente, mas elas representam um conjunto de complexas relações temporais, como se devêssemos pensar a nação brasileira como um encontro de diferentes épocas, espaços, imagens e vozes.

Nos relatos de viajantes e descobridores, nas crônicas, diários e textos narrativos de ordem diversa, as categorias *sertão* e *litoral* se forjaram ao mesmo tempo como opostas e complementares: opostas porque uma expressava o reverso da outra e complementares porque, como em um jogo de espelhos, uma foi sendo construída em função da outra. São categorias que se tornaram centrais no pensamento social brasileiro, em análises que realizam um movimento pendular entre o familiar e o

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

estranho dentro de um mesmo país, repetindo a incômoda e persistente constatação de que “o Brasil não reconhece o Brasil”. Transformadas em categorias essenciais para representar a nação, o que nos interessa aqui, é que elas foram apropriadas pelos meios de comunicação, tanto pelo livro quanto pelo cinema e a televisão, ressaltando os contrastes entre o cenário rural e urbano. No entanto, queremos avançar na apropriação da metáfora do *Brasil Profundo* para uma concepção mais atual que afirma mais a hibridização do *sertão* e do *litoral* do que sua oposição ou complementaridade.

Trabalhar na lavoura de cacau ou no gado, na indústria pesada, realizando o trabalho elementar dos “homens comuns”, suas trajetórias sintetizam a realidade de uma grande parcela da população brasileira, vivendo sempre sob relações instáveis de trabalho, sem fronteiras definidas entre o campo e a cidade, migrando de um lugar para o outro em busca de emprego. Suas vidas poderiam ser a síntese de uma análise de um Brasil que não respeita limites rígidos entre cenários e modos de vida, que se retroalimentam e produzem essa formação social tão própria. O *Brasil Profundo* é, portanto, uma analogia do Brasil, onde reside grande parte da população, seja no *sertão* ou no *litoral*. Ao longo de nossa história houve um silenciamento de povos e culturas dominados pelo capitalismo, colonialismo, holocausto indígena, escravidão e corrupção. Não é difícil perceber que dentro do *Brasil Profundo hibridizado*, cabem tanto as histórias de *Saramandaia*, *Pantanal* e *O Rei do Gado*, como as de *Vale Tudo*, *Avenida Brasil* e *Vai na Fé*. São todas narrativas da nação imaginada onde se encontram intensas semelhanças e diferenças, desigualdades e opressões.

Por fim, devemos esclarecer a opção por usar o termo *Brasil Profundo* no título deste capítulo. Retirado da literatura brasileira, especificamente da obra de Euclides da Cunha, *Os Sertões*, acreditamos que esse termo possa expressar de maneira metafórica os muitos “brasis” que existem no vasto território nacional. É ele que vai ser encontrado ao longo deste capítulo e, principalmente, no Tema do Ano.

1. O contexto audiovisual do Brasil em 2023

1.1. A televisão aberta no Brasil

O sistema de televisão brasileiro segue sendo composto por sete redes de televisão de cobertura nacional, sendo cinco privadas e duas públicas.

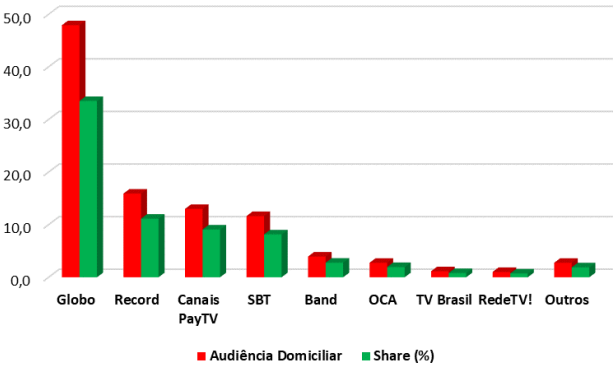
Quadro 1. Emissoras nacionais de televisão aberta no Brasil em 2023

Emissoras Privadas (5)	Emissoras Públicas (2)
TV Globo	TV Brasil
TV Record	
SBT	TV Cultura
TV Band	
Rede TV!	
TOTAL DE EMISSORAS = 7	

Fonte: Obitel Brasil

Gráfico 1. Audiência e share de TV por emissora em 2023

Emissora	Aud. Dom.	(%)	Share (%)
Globo	11,3	47,5	33,5
Record	3,8	16,0	11,1
Canais PayTV	3,1	13,0	9,1
SBT	2,8	11,8	8,1
Band	0,9	3,8	2,8
OCA ²	0,7	2,9	1,9
TV Brasil	0,3	1,3	0,8
RedeTV!	0,2	0,8	0,7
Outros	0,7	2,9	1,9
TOTAL	23,8	100,0	69,9



Fonte: Kantar IBOPE Media e Obitel Brasil

A TV aberta enfrentou queda de audiência ao longo de 2023, indo de 21,6%, em 2022, para 20,7% (são descontados os 3,1% dos Canais *PayTV*). Esta perda de audiência só não atingiu a Record, TV Brasil e OCA, que mantiveram os índices.

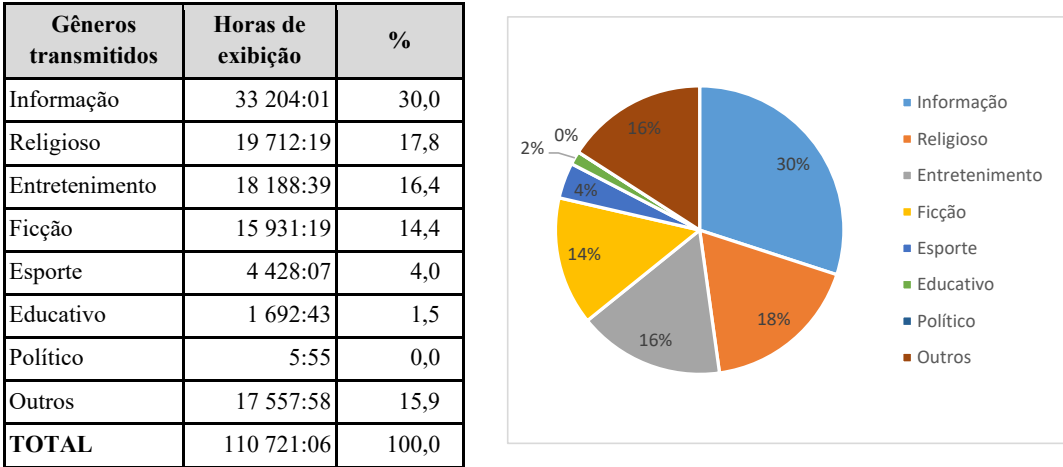
A TV Globo seguiu líder de audiência mesmo com o decréscimo de *share* de 0,5% ponto e com o *rating* que passou de 11,7% para 11,3%. Ainda assim, a emissora carioca seguiu muito à frente da segunda colocada, Record, que manteve estáveis o *rating* de 3,8% e o *share*. Não houve alterações também no terceiro lugar de audiência. O SBT se manteve nesta posição, ainda que seu *rating* tenha passado de 3,1% para 2,8% e perdido um ponto de *share*.

A perda de telespectadores também foi sentida na TV por assinatura. Em 2022, os canais pagos tiveram *rating* de 3,5% e *share* de 10,2%. Em 2023, estes números caíram para 3,1% e 9,1%, respectivamente. Quanto ao índice de penetração dos

² OCA: Outros Canais Abertos: emissoras abertas que não têm audiência publicada individualmente.

meios³, a internet permanece na liderança, embora com leve queda de 90,8% para 90,1%. Destaca-se a tendência de crescimento que marca a indústria cinematográfica, cuja penetração aumentou de 13,9% para 14,8%, tornando inquestionável a recuperação do setor pós-pandemia; para isso contou com novos *blockbusters* e continuações de franquias consagradas, como *Avatar: O Caminho das Águas*, ou novas versões de obras de caráter transmidiático, como *Barbie*, que foi a maior bilheteria no Brasil em 2023, e *Super Mario Bros: o Filme*. Rádio e meios impressos (jornais e revistas) tiveram aumentos significativos, de 43,9% para 46,7% no caso do rádio e de 6,29% para 7,19% no caso das revistas, demonstrando que os meios de comunicação tradicionais passaram a reconquistar suas audiências.

Gráfico 2. Gêneros e horas transmitidos na programação de TV em 2023⁴



As posições permanecem como estavam em 2022; o gênero informação em primeiro lugar, com alta no número de horas, de 32 mil para 33 mil, mas queda de 30,9% para 30%. A manutenção do gênero religioso, com elevação de duas mil horas, sinaliza o apelo dos conteúdos evangélicos na TV aberta. Entretenimento e ficção tiveram aumento substancial, de 28,6% e 78%, respectivamente, em relação a 2022. A ficção, que acumulava oito mil horas de exibição, alcançou mais de 15 mil horas, o que se explica pela retomada do setor na televisão aberta no pós-pandemia. Por fim,

³ Índice de penetração dos meios comparando 2023 com 2022: Internet, 90,1%, de 90,8% no ano anterior (queda); Mídia Exterior, 79,9%, de 80,3% (queda); TV Aberta, 70,1%, de 72,1% (queda); Rádio, 46,7%, de 43,9% (aumento); TV Paga, 24%, de 26,1% (queda); Revistas, 6,9%, de 6,5% (aumento); Jornais, 7,19%, de 6,29% (aumento); Cinema, 13,9%, de 11,3% (aumento). Fonte: Kantar Ibope Media: Target Group Index.

⁴ Gêneros: Ficção: filme, minissérie, novela, série; Entretenimento: auditório, carros e motores, culinário, game show, humorístico, infantil, musical, premiação, reality show, show; Informação: debate, documentário, entrevista, jornalismo, reportagem; Esporte: esporte, futebol; Religioso; Educativo; Político; e Outros: demais que não constam, rural, saúde, sorteio, televidas, viagem e turismo. Esta categorização final foi feita pelo Obitel Brasil, com base em categorias da Kantar Ibope Media.

dos dois conteúdos em queda, Político e Outros, o primeiro sofreu maior retração, de 389 horas para 5, devido ao fim do ano eleitoral (2022).

1.2. TV paga e plataformas VoD no Brasil

Quadro 2a. Canais de TV paga no Brasil

10 canais de TV Paga mais vistos no Brasil			
Canal	Gênero	Origem	Rating (domiciliar)
Viva	Ficção	Brasil	0,08
SporTV	Esporte	Brasil	0,07
AXN	Ficção	Cingapura	0,05
GloboNews	Informação	Brasil	0,05
Premiere Clubes	Esporte	Brasil	0,05
Universal TV	Ficção	Estados Unidos	0,05
ESPN	Esporte	Estados Unidos	0,05
Discovery Channel	Entretenimento	Estados Unidos	0,04
Cartoon Network	Infantil	Estados Unidos	0,03
Megapix	Ficção	Brasil	0,03

Fonte: Kantar Ibope Media e Obitel Brasil

Dentre os canais que lideraram a audiência na televisão por assinatura, o Viva, do Grupo Globo, está no topo. Embora esteja nesta posição, o canal sofreu uma queda em relação ao ano anterior, em que representava 0,19 perto da primeira posição, o SporTV, com seus 0,21. Em segundo lugar, o SporTV está com 0,07, retração justificada pelo fim da cobertura de grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo de 2022 e a Copa Libertadores da América. Inédito entre os dez mais, o Megapix, Grupo Globo, destinado à exibição de filmes, ficou na última posição.

Quadro 2b. Plataformas de VoD no Brasil

10 plataformas de VoD mais importantes do Brasil
1. Netflix
2. Prime Video (Amazon)
3. Looke ⁵
4. DIRECTV GO
5. HBO Max (Warner Bros. Discovery)
6. Globoplay (Globo)
7. DaFilms
8. FlixOlé
9. Simply South
10. Discovery+ (Warner Bros. Discovery)

Fonte: Ancine (Agência Nacional de Cinema)

A Ancine (Agência Nacional de Cinema) disponibilizou o relatório 2023⁶ em que identifica as maiores plataformas de streaming atuando no Brasil na modalidade de subscrição, isto é, via assinatura. Looke e Globoplay são as únicas brasileiras. A primeira com 5,2 mil obras sendo 12,6% de conteúdo nacional e a segunda com 2,5 mil e 34,9% de produtos brasileiros - o maior catálogo nacional⁷. Entre as 10 plataformas analisadas, apenas 8% é conteúdo brasileiro, 69% dele independente.

1.3. Fontes de financiamento do setor audiovisual

O ano de 2023 marca a retomada de investimentos públicos no setor audiovisual brasileiro, com foco na recuperação da capacidade criativa e produtiva. O investimento alcançou cerca de 470 milhões de dólares, resultado de chamadas públicas do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e de Leis de Incentivo.

A Ancine realizou a segunda edição da Chamada Pública TV/VoD com investimento de aproximadamente 18 milhões de dólares. Voltada ao incentivo da produção de conteúdos audiovisuais brasileiros nas televisões abertas e fechadas, a chamada destinou recursos para produções das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, numa ação de política pública a privilegiar o *Brasil Profundo*.

⁵ Embora consideradas plataformas segundo o critério da Ancine, Looke, DIRECTV GO, DaFilms e FlixOlé diferem-se das demais por serem repositórios de mídia digital.

⁶ <https://bitly.cx/JA0>

⁷ Lista das cinco maiores na modalidade SVOD em conteúdo nacional (retirado a Claro TV+), segundo panorama da Ancine: Globoplay (34, 9%), Looke (12,6%), DIRECTV GO (11,0%), Prime Video (4,4%), Netflix (3,8%) e HBO Max (2,7%).

Entre as fontes de financiamento do setor audiovisual com origem em recursos públicos, destaca-se também a regulamentação da Lei Paulo Gustavo (LPG). Apesar de criada emergencialmente em 2022 pelo Legislativo brasileiro em decorrência da Covid-19, a lei foi regulamentada sob governo Lula e seus primeiros editais publicados no final de 2023.

Em 2023, a publicidade investiu 10,4% a mais em relação à 2022, passando de 424 milhões de dólares para cerca de 468 milhões de dólares. Todavia, foi registrado uma queda no investimento publicitário para televisão⁸ aberta e fechada. A verba para a TV aberta caiu de 41,7%, em 2022, para 39,6% em 2023. O percentual destinado à TV por assinatura foi 6,3%, 2022, para 5% em 2023.

1.4. Políticas de comunicação

Após um ciclo de retrocesso na comunicação vivido durante o Governo Bolsonaro (2019-2022), o ano de 2023 foi marcado pela reconstrução em diversos setores. No âmbito da cultura, o retorno do Ministério da Cultura foi essencial para a retomada da produção audiovisual do país, com as seguintes conquistas: normalização do financiamento público federal pela Ancine; Lei Paulo Gustavo; Lei Aldir Blanc; cota obrigatória para as produções brasileiras (filmes e séries) na TV Paga, garantindo continuidade do estímulo ao setor audiovisual; e finalmente a nova composição do Conselho Superior de Cinema, com formação inédita em paridade de gênero, de região e de diversidade étnico-racial.

Ainda há desafios presentes, como a regulação do VoD, a definição dos direitos autorais aos criadores e produtores do setor, além de melhorias de natureza infraestrutural e na distribuição de obras nacionais com repercussão na internacionalização da indústria audiovisual brasileira.

No âmbito da comunicação pública, o ano foi marcado por ações como a expansão da Rede Nacional de Comunicações com a adesão de universidades e institutos federais, o início do projeto piloto do Programa Brasil Digital, a retomada da TV Brasil Internacional e a instalação do Grupo de Trabalho para debater a participação social e propor medidas para o aprimoramento da comunicação pública (EBC, 2024)⁹.

1.5. Infraestrutura digital e móvel

O acesso à internet nos domicílios brasileiros voltou a crescer em 2023, impulsionado pelo aumento da conectividade nos lares das classes C, D e E. No Brasil, 84% das residências estão conectadas, um aumento de 4% em comparação com 2022, que se mantinha estável desde 2020¹⁰.

⁸ <https://janela.com.br/2024/03/20/publicidade-no-brasil-cresce-10-4-em-2023-acima-ate-da-retomada-de-2022/>

⁹ EBC (Empresa Brasil de Comunicação), gestora da TV Brasil, é uma empresa pública federal e possui um conglomerado de mídia pública no país: Rádio Nacional, Rádio MEC, TV Brasil, Agência Brasil, Radioagência Nacional. <https://www.ebc.com.br/>

¹⁰ Cetic.br|NIC.br, <https://cetic.br/pt/>

O número de pessoas não conectadas à internet caiu de 36 milhões (2022) para 29 milhões (2023). Como muitas atividades e serviços são disponibilizados para o ambiente online, não ter acesso à internet pode significar a exclusão de inúmeras oportunidades.

O dispositivo mais usado pelos brasileiros para acessar a internet é o telefone celular (99%), seguido pela televisão (58%), cujo acesso via cabo ou fibra ótica vem aumentando há uma década, e computador (42%). Embora a conectividade tenha aumentado, a qualidade do acesso ainda é desigual entre a população.

Houve um crescimento no consumo do *podcast*, que alcançou a preferência de quase 30% da população, e de vídeos por assinatura com aumento de 45%. Quanto ao compartilhamento de vídeos, temos: música (50%), notícias (48%) e eventos ou programas religiosos (34%).

Os serviços e compras online foram muito utilizados em 2023, 73% da população recorreu aos serviços gratuitos do governo e 50% fizeram compras online. A fibra óptica segue como a tecnologia de conexão mais presente, e a questão da proteção aos dados é um dos pontos de maior preocupação.

Implementada em 2022, a tecnologia 5G do Brasil é a mais veloz da América Latina, mas atende apenas a 10% da população, com a promessa das operadoras de que até 2029 todo o Brasil terá essa cobertura. Dessa forma, o 4G segue dominando o mercado de telefonia móvel.

2. Análise do ano: a ficção de estreia nacional e ibero-americana em 2023

Os dados aqui apresentados nos proporcionam a possibilidade de quantificar e compreender os elementos predominantes nas telas, bem como identificar os temas de maior audiência. Os dez títulos mais assistidos em 2023 mostram o consumo e as representações das ficções televisivas, inclusive as do *Brasil Profundo*.

Tabela 1. Ficções de estreia exibidas em 2023

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – 39	TÍTULOS ESTRANGEIROS INÉDITOS – 8
TV Globo (32 títulos)	SBT (4 títulos)
1. <i>Amor Perfeito</i> (telenovela)	1. <i>Minha Fortuna é te Amar</i> (telenovela, Mexico)
2. <i>Aruanas</i> (series) - season 2	2. <i>Três Vezes Ana</i> (telenovela, Mexico)
3. <i>Cara e Coragem</i> (telenovela)	3. <i>Um Refúgio para o Amor</i> (telenovela, Mexico)
4. <i>Cine Holliúdy</i> (series) – season 3	4. <i>Vencer o Desamor</i> (telenovela, Mexico)
5. <i>Cinema do Líder: As Five</i> (series) – season 2	Band (1 títulos)
6. <i>Elas Por Elas</i> (telenovela)	5. <i>Valor da Vida</i> (telenovela, Portugal)
7. <i>Encantado's</i> (series)	TV Brasil (1 títulos)
8. <i>Família Paraíso</i> (series) – season 2	6. <i>Maria Madalena</i> (telenovela, Mexico)
9. <i>Fuzuê</i> (telenovela)	TV Cultura (2 títulos)
10. <i>Histórias Impossíveis - Falas da Terra: Pintadas</i> (unit)	7. <i>Da Mood</i> (series, Portugal)
11. <i>Histórias Impossíveis - Falas da Vida: Acesso</i> (unit)	8. <i>Merli</i> (series, España)
12. <i>Histórias Impossíveis - Falas de Orgulho: Sísmicas</i> (unit)	
13. <i>Histórias Impossíveis - Falas Femininas: Mancha</i> (unit)	
14. <i>Histórias Impossíveis - Falas Negras: Levante</i> (unit)	
15. <i>Histórias Quase Verdadeiras</i> (miniseries)	
16. <i>Mar do Sertão</i> (telenovela)	
17. <i>Marighella</i> (miniseries)	
18. <i>No Ritmo de Natal</i> (telemovie)	
19. <i>Onde Está Meu Coração</i> (series)	
20. <i>Pluft, o Fantasminha</i> (series)	
21. <i>Rensga Hits!</i> (series)	
22. <i>Segunda Chamada</i> (series) – season 2	

23. <i>As Aventuras de José e Durval</i> (series)	
24. <i>Baião de Dois</i> (telemovie)	
25. <i>Beleza da Noite</i> (telemovie)	
26. <i>Fim</i> (series)	
27. <i>Fuga de Natal</i> (telemovie)	
28. <i>Guerra da Tapioca</i> (telemovie)	
29. <i>Terra e Paixão</i> (telenovela)	
30. <i>Todas as Flores</i> (telenovela)	
31. <i>Travessia</i> (telenovela)	
32. <i>Vai na Fé</i> (telenovela)	
Record (1 títulos)	
33. <i>Reis</i> (telenovela)	
SBT (2 títulos)	
34. <i>A Infância de Romeu e Julieta</i> (telenovela)	
35. <i>Poliana Moça</i> (telenovela)	
TV Brasil (2 títulos)	
36. <i>DPA: Detetives do Prédio Azul</i> (series)	
37. <i>Seis da Ilha</i> (series)	
TV Cultura (2 títulos)	
38. <i>3 Teresas</i> (series)	TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 47
39. <i>Morgana & Celeste</i> (series)	

Fonte: Obitel Brasil

Tabela 1a. Exibição de reprises em 2023

TÍTULOS NACIONAIS DE REPRISES - 20	TÍTULOS ESTRANGEIROS DE REPRISES – 6
TV Globo (7 títulos)	SBT (6 títulos)
1. <i>Chocolate com Pimenta</i> (telenovela)	1. <i>A Dona</i> (telenovela, México)
2. <i>Mulheres Apaixonadas</i> (telenovela)	2. <i>A Gata</i> (telenovela, México)
3. <i>Mulheres de Areia</i> (telenovela)	3. <i>Abismo de Paixão</i> (telenovela, México)
4. <i>O Rei do Gado</i> (telenovela)	4. <i>Meu Pecado</i> (telenovela, México)
5. <i>Paraíso Tropical</i> (telenovela)	5. <i>Rebelde</i> (telenovela, México)
6. <i>A Presepada</i> (telefilme)	6. <i>Sortilégio</i> (telenovela, México)
7. <i>Amor ao Quadrado</i> (telefilme)	
Record (5 títulos)	TOTAL DE TÍTULOS REPRISEADOS: 26
8. <i>A Lei e o Crime</i> (série)	
9. <i>A Terra Prometida</i> (telenovela)	
10. <i>Jesus</i> (telenovela)	
11. <i>Jezabel</i> (telenovela)	
12. <i>Vidas em Jogo</i> (telenovela)	
SBT (6 títulos)	
13. <i>Chiquititas</i> (telenovela)	
14. <i>Cristal</i> (telenovela)	
15. <i>Cúmplices de um Resgate</i> (telenovela)	
16. <i>Marisol</i> (telenovela)	
17. <i>Pequena Travessa</i> (telenovela)	
18. <i>Pícara Sonhadora</i> (telenovela)	
TV Brasil (2 títulos)	
19. <i>Bugados</i> (série)	
20. <i>O Pantanal e Outros Bichos</i> (série)	

Fonte: Obitel Brasil

Em 2023, houve um expressivo aumento no número de estreias no Brasil, foram lançados 47 novos títulos, aumento de 74% em relação ao ano anterior, que teve apenas 19 obras inéditas. Em números totais de exibição, foram 73 títulos em 2023, um acréscimo de 40,3% em relação às 52 obras exibidas em 2022.

Por um lado, o número de telenovelas nacionais aumentou em um título, enquanto as séries brasileiras mais do que duplicaram, passando de 7 para 15 novos títulos, sendo um dos grandes destaques do ano, como veremos nos mais destacados adiante.

A TV Globo segue responsável pelas estreias nacionais, produzindo 32 dos 39 novos títulos, acréscimo de 146% em relação às 13 obras veiculadas por ela em 2022. Houve o aumento de uma telenovela na grade de programação, às 22h, com a exibição de *Todas as Flores*. Este é um exemplo de estratégia de distribuição da Globo

em que uma produção feita para o Globoplay é lançada na TV aberta como inédita.

Quanto às demais emissoras, apenas as televisões públicas registraram aumento no número de ficções seriadas veiculadas: a TV Cultura passou de apenas um título exibido em 2022 (a minissérie *Independências*) para quatro em 2023, sendo todas elas obras inéditas, duas nacionais (*DPA: Detetives do Prédio Azul* e *Seis da Ilha*) e duas estrangeiras (*Da Mood* e *Merlí*); enquanto a TV Brasil aumentou de quatro para cinco títulos (quatro obras brasileiras e uma estrangeira). Por outro lado, o SBT, a Record e a Band apresentaram reduções nos números totais de ficções veiculadas. O único declínio registrado pela TV Globo foi no número de reprises, diminuindo de sete para seis obras.

A Tabela 2 mostra a evolução da produção nacional de estreia, ao longo do último quinquênio, através do número de títulos e de horas de exibição.

Tabela 2. Formatos de ficção nacional de estreia em 2023 e sua evolução no quinquênio

Formato	Títulos						Horas					
	2019	2020	2021	2022	2023	Total	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	15	6	7	11	12	51	1075:00	339:35	366:40	1187:25	1231:10	4199:50
Séries	18	9	9	7	15	58	85:00	34:10	50:45	97:30	231:35	499:00
Minisséries	5	1	1	1	2	10	20:25	7:45	1:05	12:00	5:00	46:15
Sitcom	0	0	0	0	0	0	0:45	1:40	0:00	0:00	0:00	2:25
Unitário	0	0	0	0	5	5	0:00	0:00	0:00	0:00	3:40	3:40
Docudrama	6	5	0	0	0	11	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
Outros	6	5	0	0	5	16	118:15	32:55	0:00	0:00	4:35	155:45
Total	50	26	17	19	39	151	1299:25	416:05	418:30	1296:55	1476:00	4906:55

Fonte: Kantar Ibope Media e Obitel Brasil

Os dados mostram a retomada das produções inéditas, com o aumento de mais de 100% em relação a 2022, chegando perto da média de fluxo produtivo brasileiro de 45,3 títulos/ano, registrado no quinquênio anterior ao colapso sanitário. Já na média de horas exibidas, foi possível ultrapassar a média pré-pandemia, que era de 1.346 horas/ano, com 1.476 horas em 2023.

Apesar de a telenovela ser a principal narrativa de ficção, impactando milhões de espectadores diariamente, em 2023 houve uma ascensão das séries, que superaram o número de telenovelas inéditas exibidas. Além disso, outros formatos, como minisséries, unitários e docudramas também registraram crescimento. Em “outros” apareceram cinco telefilmes. Em geral, apresentaram temas importantes no atual contexto brasileiro e mundial, ficcionalizados de maneira criativa e educativa. As

telenovelas acompanham a sociedade, abordando temas e discursos relevantes para o público, a fim de criar identificação, diálogo e estar em sintonia com a atualidade, ou seja, o Brasil precisa se ver representado na telenovela, para que o gênero sobreviva (Svartman, 2023).

Tabela 3. Ficção de estreia exibida em 2023: países de origem

País	Títulos	%	Horas	%
NACIONAL (total)	39	83	1476:00	75
PAÍSES OBITEL (total)	8	17	486:40	25
Argentina	0	0	0:00	0
Brasil	39	83	1476:00	75
Chile	0	0	0:00	0
Colômbia	0	0	0:00	0
Equador	0	0	0:00	0
Espanha	1	2	11:25	1
EUA (produção hispânica)	0	0	0:00	0
México	5	11	324:55	17
Peru	0	0	0:00	0
Portugal	2	4	150:20	8
Uruguai	0	0	0:00	0
Venezuela	0	0	0:00	0
COPRODUÇÕES (totais)	0	0	0:00	0
Coproduções Nacionais	0	0	0:00	0
Coproduções Países Obitel	0	0	0:00	0
TOTAL	47	100	1962:40	100

Fonte: Kantar Ibope Media e Obitel Brasil

Tabela 4. Formatos de ficção nacional e ibero-americanos exibidos em 2023

Formato	Títulos				Horas			
	Nacionais	%	Ibero-Americanos	%	Nacionais	%	Ibero-americanos	%
Telenovela	12	30,8	6	75,0	1231:10	83,4	468:30	96,3
Séries	15	38,5	2	25,0	231:35	15,7	18:10	3,7
Minissérie	2	5,1	0	0,0	5:00	0,3	0:00	0,0
Sitcom	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Unitário	5	12,8	0	0,0	3:40	0,2	0:00	0,0
Docudrama	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Outros (telefilmes)	5	12,8	0	0,0	4:35	0,3	0:00	0,0
Total	39	100,0	8	100,0	1476:00	100,0	486:40	100,0

Fonte: Kantar Ibope Media e Obitel Brasil

O número de estreia de produtos ibero-americanos se manteve em 8 títulos, com a mesma quantidade anterior de obras mexicanas e portuguesas. Apesar disso, registramos um aumento de 55,2% no número de horas de ficção dos outros países, de 313 horas em 2022 para 486 em 2023.

Os títulos ibero-americanos apresentaram-se, em sua maioria, no formato de telenovelas, correspondendo a 75% do total exibido no Brasil. Entretanto, o número de telenovelas diminuiu de 7 para 6, enquanto o de séries aumentou de 1 para 2. No que tange às produções nacionais, observamos uma diversidade de formatos. Contudo, nas importadas, a variedade permaneceu reduzida, com apenas dois formatos registrados.

A dominância da TV Globo e, especialmente, de seu *prime time* notabilizou-se mais uma vez na lista dos dez títulos mais assistidos. O único título que não faz parte do horário nobre é a telenovela *O Rei do Gado*, também a única reprise entre as dez obras mais assistidas. Ao contrário de 2022, tivemos uma reprise entre os dez da lista, que podemos considerar um exemplo de narrativa sobre o *Brasil Profundo*.

Tabela 5. Os 10 títulos mais vistos em 2023

Título		Canal	País Produtor	Formato/Gênero	No. de cap/ep em 2023	Faixa Horária	Rating	Share
1	<i>Terra e Paixão</i>	TV Globo	Brasil	Telenovela/Drama	204	Prime time	26,1	43,6
2	<i>Travessia</i>	TV Globo	Brasil	Telenovela/Drama	107	Prime time	24,9	41,6
3	<i>Vai na Fé</i>	TV Globo	Brasil	Telenovela/Drama	179	Prime time	23,8	39,6
4	<i>Cara e Coragem</i>	TV Globo	Brasil	Telenovela/Comédia/Aventura	11	Prime time	21,1	36,3
5	<i>Amor Perfeito</i>	TV Globo	Brasil	Telenovela/Drama	161	Prime time	20,9	37,6
6	<i>Mar do Sertão</i>	TV Globo	Brasil	Telenovela/Comédia Romântica	65	Prime time	20,7	38,5
7	<i>Fuzuê</i>	TV Globo	Brasil	Telenovela/Comédia Romântica	120	Prime time	20,1	35,1
8	<i>O Rei do Gado</i>	TV Globo	Brasil	Telenovela/Drama	109	Tarde	19,1	38,8
9	<i>Rensga Hits!</i>	TV Globo	Brasil	Série/Drama Musical	8	Prime time	18,4	35,2
10	<i>Histórias Quase Verdadeiras</i>	TV Globo	Brasil	Minissérie/Comédia	4	Prime time	17,5	33,3
Total de produções nacionais: 10				Roteiros originais estrangeiros: 0				
100%				0%				

Fonte: Kantar Ibope Media e Obitel Brasil

Assim como em 2022, o top dez não está composto apenas por telenovelas. Nos últimos dois lugares da lista estão séries nacionais, *Rensga Hits!* e *Histórias Quase Verdadeiras*. Contudo, a presença de oito telenovelas nas primeiras posições continua a evidenciar a preferência do país pelo formato. Apesar disso, seguimos registrando uma queda nos índices de audiência. *Pantanal* (2022), primeiro lugar na lista do ano passado, registrou 28,9 pontos, contra 26,1 de *Terra e Paixão* (2023). As outras posições da lista seguem um número parecido com os de 2022. Quanto aos gêneros, mantém-se a distribuição do ano anterior, com 60% de títulos de drama e 40% de comédia.

Das 10 obras, seis apresentam como cenário o que chamamos de *Brasil Profundo* hibridizado, a saber: *Terra e Paixão*; *Travessia*; *Vai na Fé*; *Mar do Sertão*; *O Rei do Gado*; e *Rensga Hits!*. Todas ambientadas no interior do país, ou nas periferias das grandes cidades.

A valorização das características da brasilidade tem se mostrado uma tendência recente, impulsionada pelo sucesso do *remake* de *Pantanal* em 2022. Essa diversidade de cenários é fundamental para entendermos as transformações do cotidiano

e as vivências que estão sendo retratadas na televisão. Como aponta Nêia (2023), “a ficção televisiva forjou noções de brasilidade que incorporaram a ética e a estética melodramáticas e se consubstanciam com todo um repertório enraizado na cultura e no imaginário popular do país” (p. 77).

Tabela 6. Perfil de audiência dos 10 títulos mais vistos: gênero, nível socioeconômico e faixa etária

Título		Canal	Gênero %		Nível socioeconômico %		
			Mulheres	Homens	AB	C	DE
1	<i>Terra e Paixão</i>	TV Globo	62,4	37,6	30,3	49,3	20,5
2	<i>Travessia</i>	TV Globo	63,7	36,4	31,4	48,4	20,1
3	<i>Vai na Fé</i>	TV Globo	64,6	35,4	28,6	49,0	22,3
4	<i>Cara e Coragem</i>	TV Globo	63,7	36,3	28,1	48,2	23,7
5	<i>Amor Perfeito</i>	TV Globo	65,8	34,2	28,7	49,6	21,7
6	<i>Mar do Sertão</i>	TV Globo	63,9	36,1	28,3	48,3	23,3
7	<i>Fuzuê</i>	TV Globo	64,3	35,7	27,6	50,1	22,2
8	<i>O Rei do Gado</i>	TV Globo	63,8	36,2	26,6	49,2	24,3
9	<i>Rensga Hits!</i>	TV Globo	63,1	36,9	30,6	48,9	20,6
10	<i>Histórias Quase Verdadeiras</i>	TV Globo	63,2	36,8	31,9	47,8	20,2

Título		Faixa etária %					
		4 a 11	12 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50+
1	<i>Terra e Paixão</i>	4,4	3,2	5,2	11,2	23,0	53,0
2	<i>Travessia</i>	4,5	3,4	5,3	11,4	24,0	51,4
3	<i>Vai na Fé</i>	4,9	3,8	5,2	12,0	23,8	50,3
4	<i>Cara e Coragem</i>	4,7	3,5	4,9	11,2	24,1	51,7
5	<i>Amor Perfeito</i>	4,3	3,2	4,7	11,1	22,3	54,6
6	<i>Mar do Sertão</i>	4,4	3,1	4,9	10,5	23,4	53,9
7	<i>Fuzuê</i>	4,7	3,4	5,1	11,4	22,6	52,9
8	<i>O Rei do Gado</i>	4,4	3,1	5,0	10,7	23,4	53,3
9	<i>Rensga Hits!</i>	4,6	3,4	5,6	12,8	23,9	49,6
10	<i>Histórias Quase Verdadeiras</i>	4,5	3,6	5,9	12,2	25,8	48,0

Fonte: Kantar Ibope Media e Obitel Brasil

Repete-se, nas tabelas acima, o padrão, que poderíamos chamar de padrão da audiência das teleficções no Brasil, 60% são mulheres e 40% homens. As mulheres seguem tendo os maiores índices nas telenovelas das 18h e das 19h. Já entre os homens, a telenovela das 21h permanece como a mais assistida.

A classe C continua a representar a principal audiência dos dez programas mais assistidos, com registros bastante consistentes em todos os horários, destacando-se *Fuzuê* e *Mar do Sertão* como os mais populares entre esse público. Entre as classes AB ocorreu uma queda na audiência em comparação aos anos anteriores, o que reforça a hipótese de uma migração dessas classes, com maior poder aquisitivo, para as produções disponíveis em plataformas de *streaming* ou outras atividades de lazer fora do ambiente doméstico. Por outro lado, entre as classes DE, houve um aumento geral na audiência, com *Cara e Coragem* e *Mar do Sertão*, ambas das 19 horas, figurando como os programas mais assistidos, indicando a manutenção da preferência desse público pelos gêneros de romance e comédia.

Em relação à faixa etária, novamente o público com mais de 50 anos foi o principal consumidor das produções ficcionais, com especial destaque para as telenovelas veiculadas no horário das 18h. Podemos notar que houve uma mudança na faixa etária de 35 a 49 anos, que em 2022 elegeram uma minissérie (*Histórias Quase Verdadeiras*) e em 2023, duas telenovelas (*Cara e Coragem* e *Travessia*).

A televisão aberta continua a ser a principal força no entretenimento do país, uma vez que notamos o significativo aumento na produção de conteúdo de ficção

nacional e observamos os resultados expressivos de audiência, isso mesmo diante do crescimento dos serviços de *streaming* e de suas produções nacionais.

3. Monitoramento VoD 2023

As plataformas de *streaming* brasileiras se firmaram como espaços de disponibilização e consumo de conteúdo nacional, que apresentam diferentes Brasis, retratando a sua profundidade com uma diversidade de histórias e personagens característicos do país.

3.1. Mercado de plataformas VoD em 2023

As plataformas de VoD seguem entre as principais formas de consumo de conteúdo audiovisual no país. Segundo *Inside Video 2024*¹¹, o tempo dedicado às plataformas de vídeo online foi de cerca de 2h23 todos os dias. Cerca de 44% do público usa apenas o período gratuito de cada provedor antes de trocar de *player* para utilizar um novo período gratuito. Destacamos a proibição do compartilhamento de contas iniciada pela Netflix em maio de 2023.

3.2. Oferta de plataformas locais de VoD em 2023 (nacionais, regionais dentro do país)

O Brasil conta com 62 plataformas de VoD em 2023, segundo o *Panorama do Mercado de Vídeo por Demanda no Brasil 2023*¹². Nas 24 principais, apenas 15,3% das obras são nacionais; destas, 9% contam com o Certificado de Produto Brasileiro (CPB), e outras 6,3% são independentes constituintes de espaço qualificado.

As plataformas brasileiras possuem maior número de conteúdo nacional. A Box Brasil Play lidera este ranking com 41,3%, seguida pela Globoplay (35,2%) e Libreflix (31,9%). Já as plataformas com a menor oferta de conteúdo brasileiro são a Disney+ (1,3%), HBO Max (2,7%) e Star+ (3%).

As plataformas nacionais de VoD são a Arte1 Play, Belas Artes À La Carte, Box Brazil Play, Canais Globo, Cinemateca Pernambucana, Claro TV+, Claro Video, Globoplay, Libreflix, Looke, NetMovies, Oi Play, Oldflix, SBT Videos, Telecine, UOL Play e Vivo Play. A maioria opera por meio de mensalidade fixa para o acesso à biblioteca de títulos (Subscription VOD - SVOD); outro modelo relevante cobra apenas o cadastro (Free VOD - FVOD).

¹¹ *Inside Video 2024* é um estudo da Kantar Ibope Media com dados de 2023. Disponível em: <https://bit.ly/3R2ibWk>

¹² Pesquisa da Ancine e do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA): <https://bit.ly/3UOdakX>

3.3. Análise do VoD em 2023: a ficção de estreia nacional e as coproduções

As estreias nacionais em VoD em 2023 no Brasil foram:

Tabela 7. Ficções nacionais e coproduções de estreia exibidas em 2023 no Brasil em VoD

Títulos Nacionais de Estreia	Coproduções
Globoplay - 28 títulos 1. <i>A Vida Pela Frente</i> (série) 2. <i>Acampamento de Magia Para Jovens Bruxos</i> (série) 3. <i>As Aventuras de José & Durval</i> (série) 4. <i>As Five</i> (série) 5. <i>Betinho – No Fio da Navalha</i> (série) 6. <i>Fim</i> (série) 7. <i>Os Outros</i> (série) 8. <i>Rio Connection</i> (minissérie) 9. <i>Todas as Flores</i> (telenovela) 10. <i>Vicky e a Musa</i> (série) 11. <i>Amor Perfeito</i> (telenovela) 12. <i>Cara e Coragem</i> (telenovela) 13. <i>Cine Holliúdy</i> (série) – 3ª temporada 14. <i>Elas Por Elas</i> (telenovela) 15. <i>Família Paraíso</i> (série) – 2ª temporada 16. <i>Fuzuê</i> (telenovela) 17. <i>Histórias Impossíveis - Falas da Terra: Pintadas</i> (unitário) 18. <i>Histórias Impossíveis - Falas da Vida: Acesso</i> (unitário) 19. <i>Histórias Impossíveis - Falas de Orgulho: Sísmicas</i> (unitário) 20. <i>Histórias Impossíveis - Falas Femininas: Mancha</i> (unitário) 21. <i>Histórias Impossíveis - Falas Negras: Levante</i> (unitário) 22. <i>Histórias Quase Verdadeiras</i> (minissérie) 23. <i>Mar do Sertão</i> (telenovela) 24. <i>No Ritmo de Natal</i> (telefilme) 25. <i>Pluft, o Fantasminha</i> (série) - 1ª temporada 26. <i>Terra e Paixão</i> (telenovela) 27. <i>Travessia</i> (telenovela) 28. <i>Vai na Fé</i> (telenovela) Netflix - 9 títulos 1. <i>A Sogra que Te Pariu</i> (Sitcom) 2. <i>B.O.</i> (Sitcom) 3. <i>Cidade Invisível</i> (série) 4. <i>De Volta aos 15</i> (série) 5. <i>DNA do Crime</i> (série) 6. <i>Olhar Indiscreto</i> (minissérie) 7. <i>Sem Filtro</i> (série) 8. <i>Sintonia</i> (série) 9. <i>Todo Dia a Mesma Noite</i> (minissérie)	Globoplay - 1 título 1. <i>Codex 632</i> (minissérie - Brasil e Portugal)

STAR+ - 7 títulos 1. <i>A História é Delas</i> (série) 2. <i>Compro Likes</i> (série) 3. <i>Dois Tempos</i> (série) 4. <i>Impuros</i> (série) 5. <i>O Rei da TV</i> (série) 6. <i>Santo Maldito</i> (série) 7. <i>Últimas Férias</i> (série) Prime - 5 títulos 1. <i>A Infância de Romeu e Julieta</i> (telenovela) 2. <i>Amar é Para os Fortes</i> (série) 3. <i>Cangaço Novo</i> (série) 4. <i>Novela</i> (série) 5. <i>O Negociador</i> (série) Disney+ - 4 títulos 1. <i>A Magia de Aruna</i> (série) 2. <i>Mila no Multiverso</i> (série) 3. <i>Tá Tudo Certo</i> (minissérie) 4. <i>Tudo Igual... SQN</i> (série) HBO Max - 3 títulos 1. <i>Além do Guarda-Roupa</i> (série) 2. <i>B.A: O Futuro Está Morto</i> (série) 3. <i>Use Sua Voz</i> (série)	
Total: 56	Total: 1

Fuente Obitel

O ano de 2023 foi caracterizado pelo lançamento de 57 produções ficcionais de estreia brasileiras no VoD. O Globoplay manteve-se na liderança, com 29 títulos, dos quais 10 tiveram a primeira exibição nessa plataforma (na tabela 7, do número 1 ao 10); e 18 estrearam na TV Globo (canal aberto) e simultaneamente no VoD (na tabela 7, do número 11 ao 28). Ainda, contamos com uma obra coproduzida com Portugal. Entre as produções feitas exclusivamente para o Globoplay, destacamos duas séries biográficas: *As Aventuras de José & Durval*, sobre a vida da dupla sertaneja Chitãozinho e Xororó e *Betinho– No Fio da Navalha*, sobre Herbert José de Souza, líder de campanha nacional contra a fome e de resistência à ditadura militar (1964-1985).

Na sequência de plataformas com o maior número de lançamentos, estão a Netflix (9), STAR+ (7), Prime (5), Disney+ (4) e HBO Max (3). Essas plataformas também privilegiam o lançamento de séries (22), como as humorísticas e juvenis. Destaca-se, também, a telenovela infanto-juvenil *A Infância de Romeu e Julieta*, coprodução do Prime com o SBT, uma das grandes redes de televisão linear do país, conhecida pela transmissão de telenovelas mexicanas, e pela produção e adaptação de títulos para a faixa etária jovem.

No que tange às coproduções, verifica-se apenas um lançamento, a minissérie *Codex 632*, parceria brasileira e portuguesa exibida apenas no Globoplay. O índice de coproduções mostra uma retração a 2022 (6), retornando ao valor observado em

2021. Diferentemente do ano anterior, em 2023 as plataformas de *streaming* estrangeiras não lançaram coproduções no país.

Para além das mencionadas obras inéditas que estrearam em plataformas de VoD, registamos que Globoplay, em 2023, também lançou 52 títulos “clássicos” da TV Globo, dando continuidade ao projeto de construção de sua “biblioteca digital” (Newcomb, 1999), com a estreia de títulos que estavam apenas em seu acervo, e que passaram a ser distribuídos sistematicamente através do Globoplay. São histórias que, ao serem exibidas no *streaming*, possibilitam ao público rememorar enredos, personagens e espaços guardados em sua memória afetiva, e que, historicamente, produziram sentidos temporais sobre a nação brasileira.

3.4 Características narrativas do VoD em 2023

As narrativas sinalizam a qualidade da televisão nacional. No Globoplay, isso é observado em *Fim, Os Outros* e *Betinho – No Fio da Navalha*. O primeiro é uma adaptação do livro homônimo da escritora Fernanda Torres, e, ao mostrar as jornadas de amigos, mostra as transformações do Rio de Janeiro. Já *Os Outros* apresenta conflitos de vizinhos em um condomínio, sinalizando as tensões de uma sociedade polarizada. O último conta, como vimos, a história de Herbert José de Souza. Nelas, há uma diversidade de representações do *Brasil Profundo*, com personagens complexos, construídos em diferentes camadas; cenários com ambientações sociais e psicológicas; montagens que promovem suspense e emoção.

No Prime Video, isso é observado em *Cangaço Novo*, série que pretendeu atualizar o fenômeno histórico do cangaço, do “banditismo social” (Hobsbawn, 1975) praticado por bandos violentos em cidades no interior do Nordeste nas últimas décadas do século XIX e primeiras do XX. A qualidade também se faz presente na estética acentuada pela fotografia em preto e branco e em processos de pós-produção. A questão será retomada no item 5.1.

4. Interatividade e participação das audiências

O ano de 2023 foi caracterizado pela participação ativa e pelo engajamento de usuários de redes sociais e outras audiências no consumo de conteúdos teleficcionais. As telenovelas mantiveram-se como um formato mobilizador de emoções e seguiram impulsionando conversas, especialmente nas redes. Personagens foram shippados, músicas viralizaram nas redes e rádios do país, conteúdos em diferentes plataformas foram criados pelas audiências e se espalharam. A elas, somaram-se as produções seriadas que, apresentando uma diversidade de Brasis e personagens que os compõem, promoveram maratonas em plataformas de *streaming* e a criação de conteúdos em ambientes digitais.

Interatividade Social

Em 2023, as séries promoveram grande engajamento nos espaços digitais, ações publicitárias e de *marketing*. Exemplo disso foi a estratégia de lançamento de *Cangaço Novo*,

na qual um famoso apresentador de televisão gravou vinhetas noticiando crimes na cidade fictícia de Cratará, onde se passa a história - ação direcionada a influenciadores digitais. A campanha contribuiu para fortalecer a série, premiada por qualidade técnica, junto aos espectadores do país e de outras nações. Em países da África, como Angola e Moçambique, o título foi um dos mais assistidos no período de lançamento. Ademais, avançaram as discussões sobre a TV 3.0, a televisão do futuro, que promete um novo modo de assistir conteúdos audiovisuais e mais ferramentas interativas.

Participação Social

Na linha das narrativas que retrataram um *Brasil Profundo*, a telenovela *Terra e Paixão* contou a história de uma família com a jornada transformada após um assassinato encomendado na fictícia cidade de Nova Primavera. Ao mostrar um ambiente rural do interior do país, tocou em temas como os conflitos agrários, as sociabilidades vividas no campo contemporâneo, as violências e os afetos que atravessam as personagens. A relação homoafetiva entre o capataz Ramiro e Kelvin, atendente de uma casa de shows, conquistou o público que shippou as personagens, “Kelmiro”, e virou *trending topics* em redes sociais, evidenciando grande interatividade dos telespectadores com os personagens da ficção. Os fãs angariaram dinheiro nas plataformas on-line para pedir um *spin-off* da história do casal, por meio de um *outdoor* construído próximo aos Estúdios Globo. O sucesso de Kelmiro alterou os rumos da produção, que aumentou o tempo em tela dos personagens, promoveu a redenção de Ramiro e teve o final feliz com beijo entre os dois homens.

Como telenovela que se destacou pela participação dos fãs, *Vai na Fé* (Globo, 2023), nosso estudo de caso no Tema do Ano, conquistou os receptores que se transformaram em comentadores e produtores de conteúdos sobre a trama. O público se envolveu e torceu pela formação de diferentes casais, como Lumiar e Theo, Sol e Theo e Sol e Lui. Durante a apresentação do último episódio, internautas confessaram a falta que sentiriam das personagens e da própria música de abertura.

5. O mais destacado do ano em 2023

O ano de 2023 foi marcado por produções que narram diferentes Brasis que, pela qualidade narrativa e técnica, conquistaram a crítica e a audiência. Destacamos as séries *Cangaço Novo* (Prime Vídeo), *Os Outros* e *Betinho – No Fio da Navalha*, (Globoplay), a telenovela *Terra e Paixão* (Globo, 2023) e as discussões sobre a regulação do *streaming* e seus impactos para o mercado audiovisual nacional.

5.1. A qualidade das séries nacionais no *streaming*

Algumas séries brasileiras produzidas em 2023 para o *streaming* se destacaram pela qualidade da dramaturgia e da produção, reforçando a “indigenização da ficção” (Buonanno, 2004) e apresentando nossos costumes e estilos de vida através da *narrativa da nação* (Lopes, 2009).

Cangaço Novo, série escrita por Mariana Bardan e Eduardo Melo, em uma coprodução do Prime Vídeo com a produtora independente O2 Filmes, estreou em agosto de 2023 e possui 8 episódios. O estilo narrativo e visual é inspirado pelo *nordestern*¹³, e desde o seu lançamento, entrou para o top 10 das séries mais vistas na plataforma em 49 países¹⁴. O roteiro conta a história de Ubaldo, um bancário em São Paulo, que após a morte do pai, descobre que tem uma herança a receber em uma cidade fictícia do sertão do Ceará. Sem memória da sua infância, reencontra as irmãs e se une a uma delas, que lidera um bando de assalto a bancos. O drama é conduzido por forte violência, misticismo e crítica aos mandantes locais, corruptos e exploradores da população. Destaca-se o roteiro, com o tratamento complexo das personagens com dilemas morais e psicológicos; a escolha de um elenco majoritariamente nordestino e o investimento na produção, que possibilitou infraestrutura e logística nas gravações no estado da Paraíba, além de cenas de ação¹⁵.

Os Outros, série do Globoplay, com roteiro de Lucas Paraizo, estreou em maio de 2023, com 12 episódios, apresentou a temática da intolerância e da dificuldade de diálogo na sociedade contemporânea. Ambientada em um condomínio de classe média no Rio de Janeiro, trata de duas famílias que se envolvem em um conflito, iniciado pela briga entre seus filhos. Em uma escalada de tensão e violência, as famílias protagonizam cenas de descontrole emocional e intolerância que se somam a acontecimentos paralelos e escusos dentro do condomínio, em uma crítica à complexa integração de milícias na sociedade carioca.

Betinho – No fio da navalha, criada por José Júnior, estreou em dezembro de 2023, uma coprodução do Globoplay com a AfroReggae Audiovisual e Formata Produções, com 8 episódios. Baseada na biografia do sociólogo Herbert José de Sousa, Betinho, símbolo do combate à fome no Brasil, A produção obteve reconhecimento de público e de crítica, sendo a única obra brasileira selecionada em 6 categorias para o Festival Internacional de Séries de Cannes.

As séries destacadas apresentaram, cada qual em seu gênero, o *Brasil Profundo*, revelando histórias que narram um país diverso e complexo, paradoxalmente intolerante e solidário frente aos desafios vividos.

5.2. O *Brasil Profundo* em *Terra e Paixão*

Terra e Paixão, telenovela de autoria de Walcyr Carrasco e Thelma Guedes, foi produzida e exibida pela TV Globo em 221 capítulos. Ambientada na cidade fictícia de Nova Primavera, no Mato Grosso do Sul, região Centro-Oeste do Brasil, a telenovela narra a história da professora Aline, cujo marido foi assassinado a

¹³ O gênero *nordersten* (palavra que une nordeste brasileiro com western americano) ganhou força desde 1953 com o filme *O Cangaceiro* de Lima Barreto e atualmente está representado pelo premiado filme *Bacurau* (Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles, 2019) e pela série *Cangaço Novo*.

¹⁴ Desses, são 24 países da África, 13 da América Latina e nove da Ásia. Entre os países nos quais ela foi mais assistida, estão Portugal, Canadá, Angola, Moçambique, Quênia, Costa do Marfim, Paraguai e Emirados Árabes Unidos.

¹⁵ A região de Campina Grande, no interior do estado da Paraíba, é conhecida como a “Roliúde Brasileira”.

mando de um poderoso latifundiário da região. Interessado nas terras da viúva, o ruralista a persegue e utiliza sua influência para boicotá-la e subverter as leis com o conhecimento da polícia local, mas após investigações, questões familiares e escândalos midiáticos, o fazendeiro perde seu poder.

Sendo a telenovela, um produto audiovisual que dialoga com a cultura, atualiza e insere novos comportamentos no cotidiano de sua audiência, dita tendências e tem um grande potencial educativo, pois reflete e refrata a sociedade¹⁶ (Baccega, 2011), ao construir uma nação imaginada na qual os receptores se reconhecem (Lopes, 2009), a temática regional aponta um passado escravista, pautado na construção de latifúndios e na apropriação do bem público para interesses privados, a disputa por terras e a busca por justiça frente à indiferença das instituições (Hollanda, 1995).

O elenco foi composto por uma protagonista negra e personagens representantes de diversas minorias, como o casal homoafetivo, Kelvin e Ramiro, que se destacou ao questionar a masculinidade hegemônica, (Connell, Messerschmidt, 2013); a mulher trans, Luana Shine, que discutiu cidadania por meio do acesso à escola no período noturno para educação de jovens e adultos; além da novidade de um núcleo indígena, com atores indígenas que mostraram sua cultura por meio cantos e danças, bastante afastado do estereótipo comum.

A telenovela trouxe elementos melodramáticos como a dualidade moral das personagens, a oposição entre o bem e o mal, a redenção dos vilões, a ênfase nas questões familiares e todo um conjunto de elementos consagrados no gênero (Martins; Santos, 2009). Um *Brasil Profundo* a partir de suas contradições e uma experiência de teledramaturgia que destaca temáticas que circulam nos telejornais.

5.3. A regulação do *streaming*

A regulação do *streaming* foi discutida na Câmara dos Deputados, no Senado e entre os agentes do mercado audiovisual. Dentre os Projetos de Lei (PL) discutidos sobre a regulação, o PL 2331/2022, mesmo controverso, ganhou força, e visa incluir os serviços de *streaming* na Condecine (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional)¹⁷, com um desconto de 50% para produção e licenciamento de conteúdos nacionais, de maneira a ampliar as fontes de financiamento e equilibrar a competitividade entre os *players* e os serviços de TV por assinatura (OTT). Além disso, sugere uma alíquota de 3% sobre o faturamento para investimentos no setor, ainda muito baixa se comparada às alíquotas de outros países que chegam a 20%.

Após diversas alterações, o texto foi aprovado pela Comissão de Assuntos Econômicos do Senado Federal, prevendo uma cota mínima de tela para produções brasileiras. Estima-se que o projeto seja aprovado em 2024 para entrar em vigor em 2025¹⁸.

¹⁶ VEJA. Entrevista: Maria Aparecida Baccega, 24 jan. 1996.

¹⁷ A tributação incide sobre a veiculação, produção, licenciamento e distribuição de obras audiovisuais com fins comerciais, e o valor arrecadado compõe o FSA (Fundo Setorial do Audiovisual).

¹⁸ bit.ly/3WYjA3J

O setor audiovisual considera o projeto um avanço que proporcionará mudanças culturais significativas com maior espaço nas plataformas para conteúdos nacionais e um consequente aumento na demanda por produções brasileiras. Com a regulação, espera-se também combater a pirataria em ambiente digital, fortalecendo o patrimônio intelectual das obras audiovisuais.

6. Tema do ano: O que está acontecendo com as narrativas na ficção televisiva ibero-americana?

Para responder à questão-chave, selecionamos uma obra que nos permite apresentar um panorama não só do presente, mas também do passado e das perspectivas do futuro das narrativas ficcionais da televisão brasileira.

Criada e escrita por Rosane Svartman, com direção artística de Paulo Silvestrini e produzida pela TV Globo, com veiculação de 16 de janeiro a 11 de agosto de 2023, de segunda à sábado, na faixa das 19h, *Vai na Fé* é obra-símbolo em forma, conteúdo e modos de distribuição e recepção do que está acontecendo com as narrativas na ficção televisiva brasileira, como se procurará demonstrar na presente análise.

Telenovela urbana, foi estrelada por Sheron Menezes, atriz com 20 anos de atuação na televisão e que representou a protagonista Sol, uma mulher negra, evangélica, focada na família, que garante sua sobrevivência vendendo “quentinhas”¹⁹. Viúva, Sol decide trabalhar como *backing vocal* do cantor Lui Lorenzo (José Loreto), o que dá início a uma série de conflitos e reencontros da heroína com personagens de seu passado, entre eles Benjamin (Samuel de Assis), seu grande amor da mocidade, agora casado com Lumiar (Carolina Dieckmann), e Theo (Emílio Dantas), o responsável pela separação do casal de protagonistas na juventude.

Este quinteto de personagens principais foi acompanhado por tantos outros que compuseram uma narrativa complexa, envolvendo temas sociais relevantes, tais como violência de gênero e sexual, racismo, discriminação social e racial, contrabando, religiosidade, *bullying*, homofobia, doenças terminais, alopecia em relacionamentos homoafetivos, e até etarismo, tema que rendeu cena de grande repercussão por meio de Wilma Campos (Renata Sorrah).

Histórias de *Vai na Fé*

Sol sempre escondeu de sua filha Jeniffer (Bella Campos) a verdadeira identidade do pai da garota. É somente após a morte de seu pai de criação que a jovem descobre não ser filha de quem acreditava, iniciando sua busca pela verdade, que lhe foi escondida pela mãe pelo fato de sua filha ser fruto de um estupro cometido por Theo. Ao longo de toda sua vida, a protagonista se sentia culpada pelo ocorrido até que outras mulheres começaram a denunciar o antagonista da história, levado ao banco dos réus apenas na reta final da trama. A responsável pela defesa dele foi Lumiar, com

¹⁹ Também conhecidas como marmitas, as “quentinhas” são refeições populares armazenadas em embalagens de papel alumínio.

quem ele havia se envolvido amorosamente, após esta se separar de Benjamin. Mais conhecido como Ben, é ele o grande herói da telenovela.

Namorados na juventude, quando a protagonista da história se apresentava e dançava em bailes *funk*, eles se reencontram 20 anos depois, devido ao envolvimento de Ben no acidente que vitimou Carlão, marido de Sol. E quando Jennifer procura o advogado em sua jornada pela descoberta da identidade de seu pai, o triângulo amoroso formado por Sol, Ben e Lumiar ressurgem com toda força.

Representação e representatividade em *Vai na Fé*

Há forte representatividade de tipos brasileiros em cada capítulo de *Vai na Fé*, ao apresentar ‘gente como a gente’, algo relacionado à maneira como a narrativa constrói a identidade de suas personagens. Para tanto, Svartman e sua equipe se valeram de problemáticas sociais atreladas às características do melodrama, como o maniqueísmo, o elemento musical inserido na narrativa, a valorização do espírito de família, instituição que, a partir das relações entre seus membros, estabelece com o público-alvo uma relação de valores pedagógicos e identitários, como aponta Jesus Martín-Barbero (1997) “... o enorme e espesso enredamento das relações familiares, que como infraestrutura fazem a trama do melodrama, seria a forma pela qual a partir do popular se compreende e se expressa a opacidade e a complexidade que revestem as novas relações sociais” (p. 166).

Por meio dos personagens Vitinho (Luis Lobianco), Yuri (Jean Paulo Campos) e do casal Clara (Priscila Sztejnman) e Helena (Regiane Alves), *Vai na Fé* trabalha, ao longo de toda a narrativa, a representatividade LGBTQIA+²⁰. Isso e mais, pois a grande representatividade na obra está em seu elenco majoritariamente negro, em papéis de destaque e de diversos estratos sociais. O Brasil é um país que historicamente explorou mão de obra escravizada, indígena e negra, e que, apesar de 55,5% da população se declarar negra²¹, somente agora levou ao ar uma obra de seu maior produto cultural composta majoritariamente por negros. Na dialética ficção e realidade que caracteriza a telenovela brasileira, *Vai na Fé* reflete e incorpora lutas e conquistas da população negra contemporânea contra o racismo estrutural e histórico.

Estrutura narrativa de *Vai na Fé*

A estrutura de *Vai na Fé* segue o modelo consagrado da faixa das 19h da TV Globo. Esta telenovela se passa na atualidade, apresentando núcleos cômicos, uma iluminação clara e uma montagem ágil. Ambientada na cidade do Rio de Janeiro, o macroespaço apresenta seus ambientes fixos, entre eles a Faculdade de Direito, local onde muitas temáticas importantes são debatidas e que tem Lumiar (Carolina Dieckmann), como uma de suas professoras. Por sinal, o primeiro encontro desta personagem com Wilma Campos foi um dos pontos altos do emprego do recurso da metalinguagem na telenovela.

²⁰ Sigla para lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, queer, intersexuais, assexuais.

²¹ Censo, 2022. No Brasil, o Censo, estudo demográfico para levantamento de informações sobre a população, é organizado pelo IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Neste estudo, a identificação de um indivíduo como pessoa negra se dá por autodeclaração, com o número total desta população sendo estipulado a partir da somatória daqueles que se declaram pretos ou pardos.

A mãe de Lui Lorenzo, uma atriz em ostracismo, foi interpretada por Renata Sorrah, intérprete que tem entre seus papéis mais icônicos a vilã de *Senhora do Destino* (Globo, 2004), Nazaré Tedesco, personagem que sequestrou e criou Isabel, interpretada por Carolina Dieckmann. Após o trabalho nesta telenovela de enorme sucesso, as duas atrizes só voltaram a se encontrar em cena do capítulo 47 de *Vai na Fé*, marcado pelo primeiro encontro entre Lumiar e Wilma. Valendo-se da metalinguagem, a cena contou com um texto no qual Lumiar fez à Wilma a mesma pergunta que sua personagem Isabel fez a sua mãe biológica, Maria do Carmo, em *Senhora do Destino*, no primeiro encontro entre as duas: “tá tudo bem?”. Esta sequência teve grande repercussão junto ao público, algo ocorrido com muitas cenas de Wilma, graças aos compartilhamentos em redes sociais, em atos de “espraçamento de conteúdos transmídia” (Jenkins, 2014), estratégia de distribuição e repercussão de conteúdo pela qual a telenovela foi beneficiada e soube empregar em sua narrativa.

Nos capítulos 75 e 76, Wilma ajuda Érika (Letícia Salles) a fazer um teste para *Vale Tudo – o Filme*, que seria um *remake* cinematográfico de uma das maiores telenovelas da história da televisão brasileira. A cena apresenta um conflito entre as personagens, culminando na obtenção de Wilma a um direito de resposta nas redes sociais da Érika. Na resposta, o etarismo é abordado e associado especialmente às mulheres, em texto de grande carga dramática. Ganhando uma montagem com estética de rede sociais, este foi um dos conteúdos da trama a se espraçar pelas redes. Mas, o grande destaque da operação metalinguística na telenovela foi uma cena do penúltimo capítulo: o encontro de Wilma Campos com os renomados autores, Glória Perez, Walcyr Carrasco e João Emmanuel Carneiro. Em cena escrita pelo colaborador Mário Viana, Wilma se dirige aos autores, cita textos de personagens icônicos escritos por eles e propõe um brinde às telenovelas.

Ao realizar este exercício metalinguístico, *Vai na Fé* assume sua herança brasileira de teleficação e como que aponta ao seu futuro, unindo em uma mesma cena três dos telenovelistas de maior repercussão no Brasil em 2023. Enquanto Walcyr Carrasco e Glória Perez são os autores dos dois produtos televisivos de maior audiência do ano no *prime time* da televisão aberta, João Emmanuel Carneiro é autor da primeira telenovela brasileira totalmente original para streaming, *Todas As Flores*, com sucesso de crítica e de público.²²

A “telenovela como narrativa da nação” (Lopes, 2009) dialoga com a metáfora de um *Brasil Profundo*, que não é restrita a um conceito geográfico. Em entrevista, a autora de *Vai na Fé*, Rosane Svartman, conta que pesquisas feitas em sua telenovela anterior, *Bom Sucesso* (Globo, 2019), constataram que grande parte da audiência se considerava evangélica.²³ As informações compartilhadas por Svartman traduzem o enorme crescimento das religiões evangélicas no Brasil, a ponto de haver projeções de que o Censo 2022 revele um aumento da população evangélica no país, passando

²² Posto que *Verdades Secretas 2* (Globo, 2021), a primeira novela produzida por Globoplay, é uma continuidade da novela homônima de Walcyr Carrasco na TV Globo em 2015.

²³ <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/rosane-svartman-explica-o-segredo-de-sucessos-como-vai-na-fe>.

de, aproximadamente, 22% no Censo 2010 (por volta de 42 milhões) para 30% dos brasileiros no Censo atual (cerca de 70 milhões)²⁴.

Encontramos, pois, esse *Brasil Profundo* na religiosidade expressa na conversão do protagonista de *Vai na Fé*, Benjamin, ao candomblé e nas personagens evangélicas desta telenovela e também na série *Cangaço Novo*. Este elemento religioso em comum presente nestas duas obras é sinal inequívoco da hibridização do litoral e do sertão implicada na concepção contemporânea de *Brasil Profundo*. A partir da regionalidade, em 2023, ele esteve presente nas tanto no espaço urbano de *Vai na Fé*, como também em histórias ambientadas no interior do país, como são os casos das telenovelas *O Rei do Gado* (Globo, 1996), mais uma vez reexibida em 2023 com sucesso; *Terra e Paixão* e *Travessia* (com parte de sua trama situada no interior do Maranhão, estado do Nordeste).

E ainda, em 2023, este *Brasil Profundo* esteve no fato de, pela primeira vez na história da teledramaturgia brasileira, todas as produções da TV Globo tiveram personagens negras entre os protagonistas. Por optar pelo protagonismo negro em sua narrativa e pelo vínculo a procedimentos formais e temáticos tradicionais do melodrama e da telenovela brasileira, abordando temáticas contemporâneas e sendo beneficiada pelo espraiamento de conteúdos em outras janelas de exibição e por tudo mais que foi exposto, é que defendemos que *Vai na Fé* é a obra a melhor responde a questão tema deste anuário de 2024. Com uma média de audiência de 23,8 pontos (quando a meta do horário é de 25), recuperou parte da audiência do horário das 19 horas e se consagrou como o terceiro programa mais visto do ano na televisão aberta.

A telenovela brasileira é produto cultural de características híbridas. E o hibridismo é uma marca de *Vai na Fé*, uma história com inúmeros núcleos cômicos, mas de notável carga dramática observada em seus temas e na forma sensível como questões sociais foram abordadas e a crítica social construída. Um *Brasil Profundo* imaginado pelos roteiristas da telenovela esteve em sinergia com a imaginação e expectativas da audiência e muito bem interpretado pelo elenco da produção.

Representada aqui pela atriz Renata Sorrah através da Wilma Campos, a telenovela ainda pode ser lida como uma síntese do passado, presente e futuro do principal produto da ficção audiovisual brasileira. Ainda que a telenovela se espraie a “outros mares que não o seu primeiro” e passe a contar narrativas que assumam o povo brasileiro, sua origem continua tendo como base o gênero melodramático encampado pelo estilo naturalista no principal produto cultural da televisão brasileira.

Por fim, a metalinguagem produzida em *Vai na Fé* para homenagear a história do formato brasileiro e documentar em forma e conteúdo sua época, acabou não só nos auxiliando a responder a questão do ano do Anuário Obitel como também apontando para possíveis caminhos para o futuro das narrativas nas ficções televisuais brasileiras.

²⁴ Uma demonstração de poder nesse cenário pode ser representada na figura do dono da TV Record. A segunda maior emissora de televisão do país, que produz atualmente apenas telenovelas bíblicas, pertence a um pastor e fundador da Igreja Universal do Reino de Deus.

Referências

- Baccegá, M. A. (2011). *Reflexões sobre telenovela: o âmbito do ficcional como desenho do cenário das práticas de consumo*. Anais: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife - PE.
- Buonanno, M. (2004). La qualità della fiction. Dal prodotto all'ambiente produttivo. In: Buonanno, M. (Org.) *Realtà multiple. Concetti, generi e audience della fiction tv*. Napoli: Liguori.
- Connell, R. W. & Messerschmidt, J. W. (2013). Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. *Revista Estudos Feministas*, 21(1), 241–282.
- Hobsbawn, E. (1975). *Bandidos*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária.
- Hollanda, S. B. de. (1995). O homem cordial. In: *Raízes do Brasil*. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2014). *Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph.
- Lopes, M. I. V. de. (2009). Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZES*, São Paulo, v. 3, n. 1.
- Lopes, M. I. V. de. (2003). Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, São Paulo (26), 17-34.
- Martín-Barbero, J. (2001). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Martins, V. S.; Santos, G.F.C. dos. (2009). *Do melodrama à telenovela: das lágrimas ao retrato do cotidiano*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. Brasília. <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2009/resumos/R17-0074-1.pdf>

Néia, L. M. (2023). *Como a ficção televisiva moldou um país: uma história cultura da telenovela brasileira (1963 a 2020)*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.

Newcomb, H. (1999) *La televisione, da forum a biblioteca*. Sansoni.

Svartman, R. (2023). *A telenovela e o futuro da televisão brasileira*. Rio de Janeiro: Cobogó.