Três telas, um espectador

No ano em que a televisão completa 65 anos no Brasil, a audiência antes fiel às novelas redireciona-se na TV aberta e encontra em séries e redes sociais novas opções de entretenimento

Divulgação

Babilônia bateu o recorde negativo de audiência entre as novelas da Globo

Elsa Maffia e Paula Laureano

Desde 2005, quando era exibida a novela *América*, de Glória Perez, até este ano, com *Babilônia*, de Gilberto Braga, o índice de audiência das novelas do horário das nove da TV Globo sofreu uma redução de 49%. Em 2006 e 2007, *A favorita* e *Caminho das Índias* mantiveram o índice próximo aos 40 pontos, enquanto as novelas seguintes *Viver a vida* e *Passione* atingiram, respectivamente, 36 e 35 pontos. *Fina estampa* e a sucessora, *Avenida Brasil,* empataram com 39. *Salve Jorge* marcou apenas 34, *Amor à vida*, 36, *Em família* só chegou a 30 e *Império* teve 33 pontos de média geral. *Babilônia* alcançou apenas 25 pontos, sendo a menor audiência do horário na história da TV Globo.

DIVULGAÇÃO

Os personagens centrais de **A regra do jogo**, *interpretados por Vanessa Giácomo, Alexandre Nero e Giovanna Antonelli*

Segundo o colunista de televisão da UOL Flavio Ricco, o fracasso da novela é isolado e não compromete a tradição dramatúrgica que a Globo acumulou.

– Acertar sempre é uma tarefa impossível em qualquer situação, por mais que existam esforços e capacidade para isso. *Babilônia* teve problemas. A história não tinha a força que se supunha. A sinopse apresentada continha ingredientes e estipulava situações que chegaram a dar a certeza de um outro grande campeão de audiência. Na prática, no entanto, tudo aconteceu de maneira diferente.

Já Nilson Xavier, também colunista de televisão da UOL, acredita que o insucesso de *Babilônia* se deve ao fato da TV aberta competir, atualmente, com outras plataformas.

– O público tem muito mais opções de entretenimento do que tinha antigamente. Hoje em dia a audiência está pulverizada, na internet, nos games, nas séries do Netflix, nas redes sociais e na televisão a cabo.

Sucessora de *Babilônia*, *A regra do jogo*, estreou em agosto com a promessa de levantar a audiência da emissora.

Escrita por João Emanuel Carneiro, responsável pelo mais recente recorde de Ibope do horário com *Avenida Brasil* (2012), a audiência da novela manteve-se aquém do esperado. Segundo Flavio Ricco é normal que a audiência esteja oscilante e, justamente pelo fato da novela ser uma obra aberta, cabe ao autor ser sensível ao que o telespectador quer e fazer ajustes. Para Nilson Xavier, já era esperado que a audiência fosse mais contida.

– *A regra do jogo* pegou a audiência baixa de *Babilônia* e a fase de maior promoção e repercussão da concorrente, *Os dez mandamentos*, exibida pela Record.

DIVULGAÇÃO

Carminha, interpretada por Adriana Esteves, foi a grande vilã de Avenida Brasil. Mas seu carisma e humor fizeram com que a personagem fosse amada pelo público

Fenômeno bíblico conquista a TV

Lançada uma semana depois de *Babilônia*, *Os dez mandamentos* conta a saga bíblica de Moisés e do povo hebreu contra o poder tirano de Ramsés. Sempre na vice-liderança de público, a novela de Vivian de Oliveira conquistou um marco histórico ao ultrapassar a audiência de *A regra do jogo*. Para Flavio Ricco, o fato da história de *Os dez mandamentos* ser universal já garantia grandes chances de dar certo na TV.

Para o professor de Comunicação em Televisão da PUC-Rio Bruno Dieguez, um dos fatores responsáveis pelo sucesso de *Os dez mandamentos* foi a estratégia de programação da emissora.

– Em vez de optar competir com a novela das 21:00 da TV Globo, colocaram *Os dez mandamentos* concorrendo com o *Jornal Nacional*. Não acho que a migração da audiência aconteceu por causa de erros da TV Globo. Vejo o investimento das outras emissoras, completa.

Existe um público mais conservador que migrou da TV Globo para as demais emissoras, segundo a pós-doutoranda em Sociologia da Cultura Tatiana Siciliano.

– Algumas pessoas passaram a rejeitar temas abordados pela TV Globo e migraram para uma temática mais moralista.

No Brasil, houve um crescimento expressivo das religiões evangélicas, aproximadamente 61% em 10 anos, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A novela *Babilônia* obteve muita rejeição de grupos evangélicos, que convocaram outras pessoas a aderir ao boicote.

Especialistas apontam, como possível causa para a queda de audiência uma mudança sociocultural na vida dos espectadores a partir dos anos 2000. Segundo a pesquisadora do Programa de Estudos de Comunicação e Consumo (PECC) Bruna Aucar, os brasileiros puderam ter acesso a conteúdos de diversos países, com o surgimento dos satélites e da internet.

– Começamos a experimentar uma cultura mais fragmentada, espalhada pelo globo inteiro, diz.

Bruna acredita que não é um fenômeno exclusivo da novela, mas da TV aberta como um todo. Com o desenvolvimento tecnológico, novas plataformas foram elaboradas e tornaram as ficções mais sofisticadas.

Concorrência mais próxima, a TV fechada é o

Divulgação

O conflito dos irmãos Moisés e Ramsés, interpretados por Guilherme Winter e Sérgio Marone, é sucesso em **Os dez mandamentos**

segmento de comunicação que mais prospera no Brasil, com um crescimento em torno de 20% ao ano. Além da chegada de canais estrangeiros, a Agência Nacional do Cinema (Ancine) criou a Lei da TV Paga, que obriga que 30% da programação de cada canal seja de produção nacional, o que levou o surgimento de séries e programas brasileiros, alternativas às novelas.

– Estamos diante de uma revolução cultural na forma como as pessoas consomem conteúdos, explica a pesquisadora.

A expansão da classe C no Brasil, legado dos governos petistas, proporcionou um aumento do poder financeiro, principalmente, do crédito. Para Bruna Aucar, essa parcela da população pôde comprar *tablet*, computador, celular e passou a consumir cinema, TV fechada e séries.

– Eles experimentaram outras formas de consumo de cultura e não se concentram mais em um único canal, que era a TV Globo, até então, hegemônica.

Para medir a audiência da novela, o telespectador tem que assisti-la na hora em que ela é transmitida. Mas Tatiana Siciliano lembra que, cada vez menos, as pessoas conseguem ter uma programação de horário que permita sentar no sofá todos os dias para assistir novela.

– Principalmente, por causa do trânsito nos grandes centros brasileiros. E se gravar o capítulo

ou vir no serviço por demanda, não conta para a medição da audiência, diz Tatiana.

A questão da grade, que foi fundamental para a TV brasileira fidelizar o telespectador na década de 1970, é hoje um fator de afastamento. Segundo Tatiana, ninguém quer mais ficar preso à grade. Querem ter o controle de escolher o que assistir, quando e por quanto tempo, explica a pós-doutoranda.

Em vez de acompanhar diariamente durante meses a novela, o telespectador gasta algumas horas, às vezes um dia inteiro, para consumir a trama de uma série.

Ficção em 13 episódios

O estilo de vida na modernidade pautado pela escassez de tempo fez com que as séries (aliadas ao serviço *on demand)* se tornassem o produto preferido de grande parte do público. O serviço oferece um verdadeiro cardápio de tramas e a liberdade do espectador assistir onde quiser, quando quiser e quantos episódios desejar. Por isso, assistir a uma temporada de uma vez só tornou-se uma prática recorrente, denominada *binge-watching.*

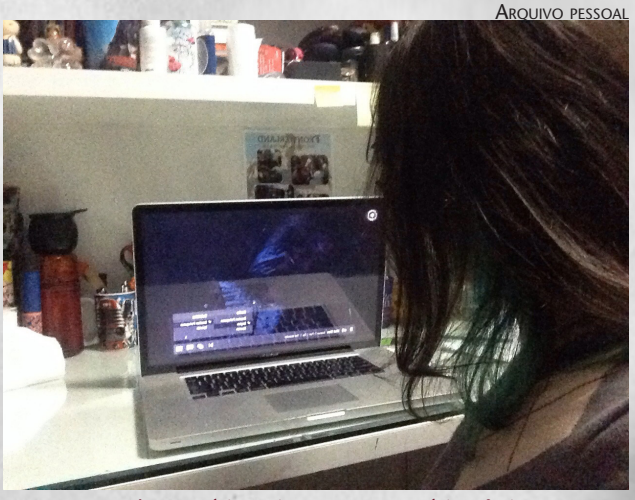
Segundo o jornalista da Revista da TV João Fernando o fato de as séries serem exibidas por temporada tornam o produto mais atrativo para o público.

– Por serem menores, em geral, com 13 episódios, as séries "resolvem" a história de maneira mais objetiva. Em geral, focam na evolução dos personagens principais. Além disso, por serem gravadas de uma vez, não seguem pesquisas de público, o que pode mudar o curso de cada personagem, bagunçando a sinopse inicial.

Já para a estudante de Cinema Fernanda Brandalise, é justamente a memória afetiva construída durante anos que faz com que as séries sejam tão atrativas.

– Acho que me interesso mais por séries pela durabilidade delas. Gosto de ficar envolvida por cinco, seis anos com meus personagens favoritos e realmente crescer com eles, ao contrário de uma novela que, depois de uma "gestação", acaba para sempre.

Arquivo pessoal



Para Fernanda, as séries criam uma memória afetiva com o espectador

João Fernando afirma que são justamente as séries oferecidas pelo serviço *on demand* as responsáveis pela migração de grande parte do público que assistia às novelas.

– O sucesso se deve à combinação do serviço *on demand* e o fato de as séries serem mais curtas. Em vez de acompanhar diariamente durante meses a novela, o telespectador gasta algumas horas, às vezes um dia inteiro, para consumir a trama de uma série. Se o espectador deixar a novela para depois, terá um atraso considerável, pois vai gastar, em média, seis horas por semana para acompanhar aquela história.

Autor renomado de novelas como *Senhora do destino, Roque Santeiro* e *Vale tudo,* Aguinaldo Silva inaugurou em novembro de 2015 a Casa de Cultura de Aguinaldo Silva onde vai ministrar um curso de roteiro especifico para seriados. Para o colunista de televisão do UOL Flavio Ricco há um investimento maior em séries na emissora que mais produz novelas.

– Já de algum tempo a Globo está fazendo isso. No passado, no tempo em que Boni era diretor da TV Globo, não havia investimentos em séries porque se entendia que não era compensador. Investia-se muito na construção de cenários e em contratações de elenco para produzir poucos, muito poucos capítulos. O mercado comercial também não dava amparo a isso como dá agora.

A segunda tela

Uma pesquisa realizada em julho de 2015 com

Stephanie Duarte

A aposentada Gena Leal reduziu o tempo em frente à TV para navegar na internet

1004 internautas pelo Conecta, plataforma web do Ibope, sobre o comportamento do internauta brasileiro, revelou que 88% assistem TV e navegam na internet ao mesmo tempo. Desses, 72% dividem a atenção entre a televisão e as redes sociais.

Segundo o doutor em Teledramaturgia Brasileira e Latino-Americana Mauro Alencar atualmente as redes sociais cumprem um papel determinante no sucesso e na audiência de uma novela.

– É possível falarmos em grandes audiências tendo como base não apenas a questão numérica, mas também o impacto social.

Para ele, a novela continua sendo assistida por toda a sociedade, pois está alimentando diversas mídias.

– Basta verificar o debate que *Babilônia* suscitou nas redes sociais. O que ocorre é que a novela, que antes era assistida apenas na tela do televisor, passou a ser assistida também em outras telas, diz.

A pesquisa também revelou que 17% dos internautas veem TV e navegam na internet ao mesmo tempo. A novela *Verdades secretas* alcançou um milhão de *tweets* e entrou para os *trending topics* mundiais durante seu último capítulo, exibido no dia 25 de setembro.

Dezessete por cento dos entrevistados na pesquisa afirmam que não acham a TV tão interessante a ponto de dedicar 100% da atenção. O dado prova que a televisão está perdendo espaço para as redes sociais. A aposentada Gena Leal sempre foi espectadora assídua de novelas, porém, atualmente, prefere ficar em redes sociais, como Facebook.

– Eu gostava mais das tramas antigas, mais tradicionais, em que um casal tentava vencer os diversos obstáculos para poder ficar juntos. Hoje, reduzi a frequência com que vejo novelas porque acho que as tramas ficaram mais pesadas, mais violentas. Se tiver que escolher, prefiro ficar conversando com amigos em redes sociais e navegar pela internet a assistir novelas.

Oi, Oi, Oi – Os fatores que fizeram de *Avenida Brasil* o mais recente sucesso de audiência do horário

Flavio Ricco

– João Emanuel Carneiro vinha de um trabalho muito bom em **A favorita**, *que também teve um começo muito ruim. Foi arrumada no meio do caminho. Vale lembrar que Claudia Raia começou bandida e se transformou em mocinha, situação completamente inversa à da Patrícia Pillar na mesma novela. O aprendizado de* **A favorita**, *em sua estreia na faixa das nove, foi importante para o autor em* **Avenida Brasil**. *Entre uma e outra o tempo parado foi menor do que o agora observado entre* **Avenida Brasil** *e* **A regra do jogo**. *Queira ou não, o tempo parado sempre acaba exercendo alguma influência.*

Nilson Xavier

– Uma ótima história, cativante, com personagens carismáticos, com os quais o público se identificou, aliados às mudanças de linguagem, que incorporou elementos do cinema e séries americanas.

Mauro Alencar

– O sucesso normalmente vem em decorrência de uma perfeita sintonia entre texto, direção, atores, produção e temas que encontrem ressonância numa necessidade – muitas vezes implícita, do público.

Previsões para o futuro da teledramaturgia

Para o repórter da Revista da TV João Fernando, a queda na audiência das telenovelas é resultado da multiplicação de opções de entretenimento.

– As novelas seguem o mesmo formato há décadas, apesar de inovações recentes. As novas gerações têm outras referências e uma gama de entretenimento muito maior.

Para tentar aplacar essa queda natural, Nilson Xavier acredita que as emissoras de TV aberta deverão repensar a produção das novelas, até então formuladas para atender ao maior número de pessoas possível.

– Acredito na segmentação, novelas para púbicos específicos, pois a audiência globalizada está acabando.

Segundo o professor da PUC-Rio Bruno Dieguez existe a possibilidade de o horário das 21h na TV Globo, há anos dedicado às novelas, ser utilizado para outra finalidade.

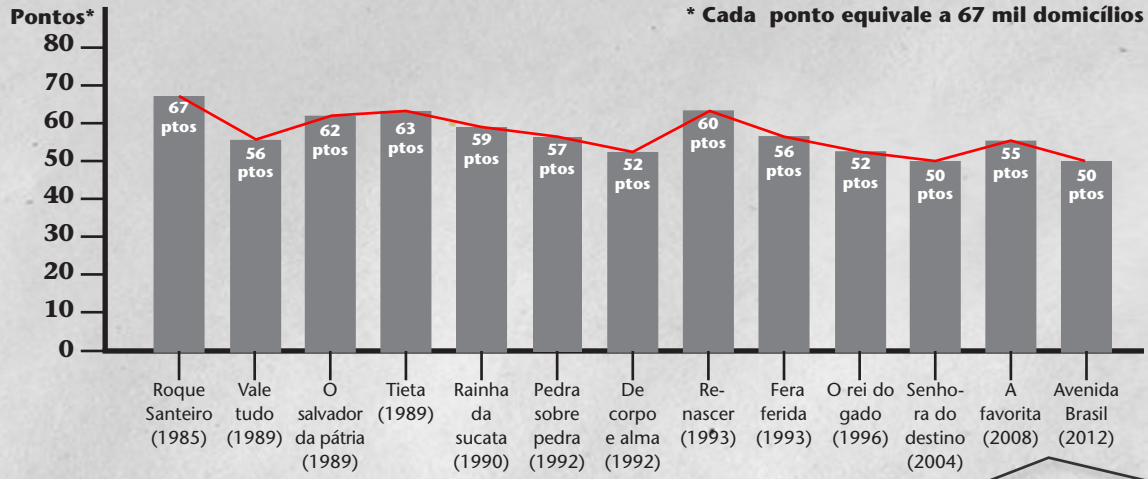
– Em vez de novela, talvez seja interessante transmitir um programa de auditório ou um reality show, sugere. Ele acredita que as novelas devam seguir o exemplo bem sucedido de Verdades secretas. *"A tendência é de que as novelas sejam mais curtas e em um horário que permita experimentação, diz Bruno.*

O colunista de TV Flavio Ricco aponta a pulverização da audiência em outras plataformas uma tendência que deve se manter.

– Será quase impossível, daqui em diante, qualquer produção, novela ou não, conseguir em torno de 40 pontos de audiência. Nunca a TV aberta vai perder o seu reinado, mas jamais repetirá os resultados que tinha no passado.

A pesquisadora Tatiana Siciliano concorda que a novela não vai morrer como produto. Para ela, é apenas o fim hegemônico dessa narrativa.

– A novela como gênero, como narrativa, é o maior produto cultural do Brasil. Talvez, a minha geração, tenho 34 anos, tenha sido a última que foi criada e educada assistindo novela. Então, é difícil perder esse hábito.



O mercado de séries
Entrevista: João Fernando

Eclética – A produção de séries nos Estados Unidos é notória no mundo todo. Atualmente, apesar de canais de TV por assinatura como GNT e HBO Brasil investirem em séries originais por que a produção ainda é comedida?

João Fernando *– O problema no Brasil é diferença no orçamento. Nos canais pagos há uma pressa na produção por causa da Lei da TV Paga ou Lei 12.485, que obriga as emissoras fechadas a ter uma cota de produção nacional independente. Por causa disso, séries são rodadas com rapidez e baixo orçamento. Além disso, o fato de as séries serem um fenômeno recente na TV brasileira deixa evidente que os nossos roteiristas têm menos experiência nesse nicho. Outro fator importante é que as séries americanas são pensadas para exportação, pois a indústria deles está mais desenvolvida nesse mercado. O caso da HBO é um pouco diferente, pois há 10 anos eles investem em produções caras no país. Mesmo porque todas as produções nacionais do canal são lançadas simultaneamente na América Latina. Diferentemente dos outros canais, que recorrem a recursos públicos como o Fundo Setorial, a HBO banca boa parte de suas séries brasileiras.*

Eclética – O Netflix, serviço *on demand* extremamente popular no Brasil, está prestes a lançar a primeira série brasileira, *3%*. Você acredita que esta produção exibida mundialmente será um divisor para as séries nacionais?
João Fernando – *Como a série ainda está em pré-produção, não dá para se ter uma ideia. Mas a estratégia do Netflix é deixar um produto o mais internacional possível. Apesar de o Brasil ser visto como um país exótico e que desperta curiosidade mundo afora, é importante o produto ter características universais para seduzir públicos de culturas diferentes.* Narcos *é um exemplo disso. O elenco latino é formado por atores de diferentes países e o protagonista é brasileiro. O Brasil foi o segundo país em que o Netflix passou a atuar depois dos Estados Unidos e é um mercado promissor.*

Eclética – Você acredita que o Brasil ainda vai se tornar um exportador de séries como é de novelas? O que falta?
João Fernando – *Acho que ainda vai levar muito tempo para o Brasil exportar séries. Nossas histórias ainda têm um peso local grande. O Brasil exportou novelas em um tempo em que o mundo estava menos conectado, as pessoas tinham menos acesso ao conteúdo internacional e o público consumia histórias menos dinâmicas. Hoje, o ritmo do telespectador é mais rápido, ele não quer tramas tão longas.*

Eclética – O presidente da Fox afirmou que o mercado de séries vai entrar em uma bolha em 2017. Isso pode significar uma reconfiguração do público de séries ou estas ainda são um produto popularmente inabalável?
João Fernando – *Sempre vai haver muita demanda para o audiovisual, mas é claro que hoje há um número considerável de séries lançadas a cada mês, sem contar as novas temporadas de outras já lançadas. Apesar do excesso de produtos disponíveis, eles serão cada vez mais direcionados a público específicos.*