



A Telenovela em Portugal: Estreias, Importação e Exportação (1993-2012)

Telenovela in Portugal: Production, Import and Export (1993-2012)

EDUARDO CINTRA TORRES¹ & CATARINA DUFF BURNAY²

Resumo

Neste artigo, apresentamos o levantamento empírico da produção e transmissão de telenovelas nos operadores generalistas portugueses e seus canais internacionais no período de 20 anos desde o arranque da televisão privada (1993-2012). A investigação toma em conta o país de origem, canais e horas de transmissão. Fizemos também o levantamento das exportações de telenovelas portuguesas, nomeadamente para países de língua portuguesa. O levantamento quantitativo permite um quadro completo e fiável da transmissão, produção e intercâmbio de conteúdos televisivos em língua portuguesa no mais popular e exportável dos seus géneros, a telenovela. Com estes resultados, concluímos que, fruto da preferência das audiências e da criação duma linha de produção e de apresentação sistemática, a telenovela se tornou um género caracterizador da programação, o motor duma indústria audiovisual, capaz de criar uma área de exportação e de afirmar o género como especificidade da lusofonia no mundo contemporâneo.

Palavras-Chave: Telenovela; indústrias culturais; lusofonia; estudos televisivos

Abstract

In this article we present the empirical survey of the transmission and production of telenovelas in Portuguese free-to-air and international channels in the 20 years period beginning with the start of private television in the country (1993-2012). The research takes in consideration the country of origin, the channels and the total hours of transmission. We also researched the export of Portuguese telenovelas, namely to Portuguese speaking countries. The quantitative survey gives the full picture of the transmission, production and the foreign exchange of television contents in Portuguese in the most popular and exportable of its genres, the telenovela. With these results, we conclude that, due to the audiences' preferences and the creation of a systematic presentation and production line, the telenovela became a genre that characterizes television programming and the motor of an audiovisual industry, capable of creating an area of export and of asserting the genre as specific of lusophony in the world today.

Keywords: Telenovela; cultural industries; lusophony; television studies

INTRODUÇÃO

A ficção televisiva foi desde sempre marcada pela sua concepção e produção serial e, na recepção, pelo seu carácter de entretenimento pessoal. Os folhetins

¹ Centro de Estudos de Comunicação e Cultura, Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa, eduardocintra@ucp.pt

² Centro de Estudos de Comunicação e Cultura, Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa, cburnay@fch.lisboa.ucp.pt

franceses do século XIX e o romance de cordel atraíam, de forma transversal, os indivíduos, gerando formas de sociabilidades, instituindo comportamentos e disseminando valores junto das sociedades ocidentais (Costa, 2001). Já num período posterior à 2ª Guerra Mundial, os meios de comunicação vieram dar lastro a estas narrativas populares, não só massificando a oferta, mas também criando uma cultura de gosto, em especial junto das mulheres, cujo papel na família e no lar começava a ganhar novos contornos (Ferin, 2011). Assim, numa espécie de remediação (Bolter & Grusin, 1999), as fotonovelas da imprensa, as radionovelas da rádio e, mais tarde, na televisão, as *soap opera*, os *culébron* e as telenovelas ultrapassaram os limites do texto e impressionaram o dia a dia dos receptores (Costa, 2001). A estrutura tipificada dos formatos de ficção, marcada por linhas narrativas e estéticas aplicadas ao meio televisão, ao contexto e aos consumidores, veio garantir a constituição de comunidades de públicos fiéis, relevando, não só a sua *função lúdico-afectiva* (Fuenzalida, 1996), mas também a sua capacidade de funcionar como dispositivo privilegiado de mediação (Martín-Barbero, 1998).

A adesão dos indivíduos à ficção seriada desenvolveu, junto das entidades produtoras, a confiança para a sua produção e oferta continuadas. Numa adaptação aos tempos, os formatos e os géneros foram-se diversificando, as temáticas foram-se aproximando e afastando das realidades, mas nunca abandonando o seu papel *funcional* na definição das grelhas de programação (Hobson, 2003). Por conseguinte, os títulos ficcionais passaram a ser encarados como unidades de produção industrial, garantindo resultados audimétricos expressivos, e desenvolvendo um *star system* próprio e instituído.

O impacto gerado por estes fenómenos propulsionou o interesse da Academia na análise crítica das suas dinâmicas. Desde a década de 1970, em especial nos Estados Unidos da América, em Inglaterra, em Itália e em países da América Latina, que se começaram a olhar estas narrativas televisivas na sua relação com os públicos e audiências, quer através da abordagem dos *Estudos Culturais* (entre outros: Hall, 1996; Morley, 1986, 1992; Buckingham, 1987; Livingstone, 1998; Ang, 1985), quer através da *Teoria das Mediações* (Martín-Barbero, 1998) ou da *Teoria das Multi Mediações* (Orózco Gomez, 2005). Outras correntes de estudo observam as narrativas ficcionais televisivas na sua relação com questões identitárias. Partindo de olhares teóricos cruzados com outras disciplinas, como a História e a Antropologia, os títulos de ficção são encarados como veículos privilegiados para *narrar a nação* numa dimensão simbólica (Lopes, 2004, 2009; Bhabha, 2006), permitindo às comunidades de públicos desencadear processos de apropriação, ritualização e integração, fazendo da ficção televisiva uma *categoria étnica* (Appadurai, 2004), uma *matriz cultural* (Martín-Barbero, 1998) e mesmo uma *forma cultural* (Williams, 2003 [1975]).

Numa era de sobremodernidade, onde imperam as tensões entre o global e o local (Bauman, 1999), já não se pode analisar os produtos de ficção televisiva apenas numa acção localizada no tempo e no espaço, pois os movimentos constantes de

imagens, de símbolos, de ideias e até de pessoas, fazem com que a ideia de identidade local seja acompanhada, paulatinamente, por leituras múltiplas assentes na ideia de identidade global (Castells, 2000). Nesta sequência, o fluxo alinhado de oferta sofre uma disrupção, e os “textos” ganham novas dimensões ao viverem *entre culturas* (Bhabha, 2006), ao ultrapassarem barreiras e fronteiras e ao integrarem programações transnacionais (Curtin, 2003, 2005). Paralelamente, e com a potencialidade das tecnologias, multiplicam-se os *fluxos*, emergem os *contra-fluxos* (Thussu, 2007), o *super-fluxo/overflow* (Brooker, 2001) ou a *convergência* (Kackman *et al.*, 2011).

A telenovela, como unidade privilegiada de análise desta dinâmica, chegou a Portugal em 1977 pela mão da estação-referência *Globo* e do então único operador de televisão, a estação pública RTP. Num momento de normalização democrática, após um período conturbado da história nacional, o país recebeu a telenovela brasileira *Gabriela com espanto popular e como objecto de culto político e estético* (Ferin, 2011). O afecto por este formato foi fomentado pela estratégia de transmissão diária durante a semana, em horário nobre, pelos canais generalistas portugueses (primeiro no canal de serviço público e, depois, pelos privados), garantindo a constituição de públicos fieis, assim como audiências e investimento publicitário. Se a telenovela fez parte da estratégia concorrencial entre o operador público e os operadores privados após a introdução da televisão privada de sinal aberto em 1992, foi a partir do ano 2000 que a concorrência levou ao desenvolvimento sustentado de produções integralmente nacionais, levando à constituição de um mercado técnica e esteticamente evoluído, capaz de competir, num plano nacional, mas também internacional, com os grandes produtores deste tipo de géneros.

Esta ideia ganha contornos especiais quando isolamos a língua e a cultura como forças de mercado. John Sinclair (2000) chama a atenção desta realidade quando opta por englobar os mercados que partilham a língua na macro-designação – *regiões geo-linguísticas* – e enfatiza a vantagem estratégica para a colocação de produtos mediáticos nos circuitos internacionais para os países que possuem relações históricas como Portugal e as suas ex-colónias. Tendo por base este pensamento, e atendendo às movimentações internas e externas da produção ficcional portuguesa já explanadas, acreditamos que a telenovela pode funcionar, ou já funciona, como conteúdo, mas também como meio, para a constituição de um espaço lusófono com uma dinâmica própria de produção e consumo. É, pois, conveniente estabelecer o lugar da telenovela na televisão portuguesa em sinal aberto, tomando em conta o país de origem da sua produção e a língua utilizada, o tempo de emissão ocupado no fluxo televisivo generalista, e, num segundo passo, a potência de exportação da indústria da telenovela em Portugal e, por consequência, o seu papel como instrumento de afirmação externa da língua e da realidade portuguesa.

2. METODOLOGIA

Recorremos exclusivamente à metodologia quantitativa. Sendo a questão de investigação e o objectivo do estudo o estabelecimento de bases seguras de análise da presença do género telenovela na televisão portuguesa de sinal aberto e a sua exportação e exibição em mercados internacionais, só a criação de séries estatísticas sólidas permitiria garantir respostas seguras, tanto mais que desconhecemos qualquer tipo de investigação nesta área, para questões como: quantas telenovelas apresentou a televisão generalista portuguesa no período 1993-2012? Quais os países que as produziram? Qual a evolução quantitativa da produção da telenovela produzida em Portugal? Qual a presença da telenovela por canais e sinal aberto? Qual o número de horas de emissão? Qual a evolução da exportação e apresentação internacional de telenovelas portuguesas? Não sendo objecto de estudo o conteúdo cultural, estético e ideológico dos programas, mas apenas a quantificação da sua presença nas grelhas de programação e da sua exportação, não se colocava a necessidade de recurso a análise de conteúdo (Bardin, 1988; Quivy e Campenhoudt, 2005) a nível do discurso, da narrativa, das personagens, aspectos de representações sociais, ou do carácter técnico da telenovela, ficando assim a investigação fora do debate quantitativo-qualitativo (Mann, 1981; King et al, 1994).

Em consequência, começámos pelo levantamento das telenovelas estreadas nos quatro canais portugueses transmitidos em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI) no período de duas décadas entre 1993, primeiro ano completo após o arranque da televisão privada, e 2012. Como fontes, recorreremos aos dados fornecidos, a nosso pedido, pela Marktest/Kantar Media, a única empresa que realizou a audimetria sem interrupções durante todo o período, tendo registo de todos os programas apresentados nos canais em estudo em inúmeras variáveis. Deste modo, ficou garantida a estabilidade da informação quanto às variáveis e sua codificação. Os dados foram fornecidos de acordo com as variáveis por nós solicitadas, cabendo-nos os cálculos estatísticos.

Neste artigo, usámos como variáveis o número total de telenovelas em estreia, os países de origem, os canais e o número de horas de emissão nos quatro canais de televisão em sinal aberto. A Marktest/Kantar Media processou os dados em ficheiro Excel, a partir do qual foram por nós trabalhados os dados de cada variável por contagem simples. Os resultados foram agrupados por ano e, posteriormente, para avaliação de tendências e simplificação da sua apresentação, agrupados em quatro quinquénios. Este procedimento permitiu obter respostas para as questões de investigação e fornecer pistas para o estudo do desenvolvimento de uma indústria audiovisual portuguesa baseada na produção de telenovelas e capaz de iniciar a sua internacionalização, em especial nos países lusófonos ou de forte presença de comunidades lusófonas.

No segundo passo da investigação, procedemos ao levantamento da informação a respeito da internacionalização das telenovelas portuguesas no mesmo período. Não existindo dados sistematizados, baseámo-nos nas informações disponibilizadas pelas estruturas oficiais da RTP, da SIC e da TVI, bem como, no caso da RTP, de contactos estabelecidos com responsáveis detentores de informação relevante.

Pretendemos neste segmento quantificar as vendas de telenovelas no período em estudo para distribuidoras ou canais estrangeiros e a inclusão deste género televisivo nos canais internacionais dos três operadores portugueses, procurando estabelecer a evolução temporal e as áreas geográficas de destino.

3. ESTREIAS DE TELENÓVELAS NA TELEVISÃO PORTUGUESA

O Quadro 1 apresenta as estreias de telenovelas por canal e por quinquénio entre 1993 e 2012. Nas duas décadas, estrearam em Portugal 323 telenovelas. A SIC foi o canal com mais estreias (132) e maior constância na inclusão deste género no seu fluxo de programação, seguindo-se a TVI, com igual constância a partir do segundo quinquénio, mas menor quantidade (97). O principal canal do operador do Estado, RTP1, estreou um número de telenovelas próximo do que foi apresentado pela TVI (87), mas a distribuição por quinquénios revela que o género passou de estruturante no primeiro quinquénio (50) a pontual nos dois últimos (6 e 9), em resultado da alteração de estratégias de programação em adequação a diferentes concepções do serviço a prestar pelo operador público de televisão. No segundo canal do operador do Estado, RTP2, a apresentação de telenovelas foi episódica no primeiro quinquénio, com cerca de uma estreia por ano, tendo praticamente desaparecido da programação até 2012. O Quadro 1 permite ainda verificar que as estreias de telenovelas foram mais intensas no primeiro quinquénio do período estudado, estabilizando em redor das 60 a 70 estreias nos dois últimos quinquénios. Todavia, tal não significa uma diminuição da presença da telenovela na televisão de sinal aberto, dado que há um concomitante aumento das horas de emissão, como veremos adiante.

Quadro 1: Estreias por canal e por quinquénio (1993-2012)

Período	RTP1	RTP2	TVI	SIC	Total
1993-1997	50	6	38	19	113
1998-2002	22	0	32	24	78
2003-2007	6	1	28	29	64
2008-2012	9	0	34	25	68
Total	87	7	132	97	323

Fonte: Marktest/Kantar Media

PAÍSES DE ORIGEM DAS TELENÓVELAS

O Brasil foi o país que mais telenovelas forneceu à televisão portuguesa entre 1993 e 2012, como se pode verificar no Quadro 2. As 183 telenovelas estreadas representam mais de metade (57%) do total das estreias. As 95 telenovelas portuguesas não chegaram a um terço do total (29%), enquanto as 45 telenovelas importadas de países da América Latina de língua castelhana, a partir daqui identificados como América Latina, completam os restantes 14% das estreias no período.

Quadro 2: Telenovelas em estreia por canal e por origem (1993-2012)

Canal/Origem	Portugal	Brasil	América	Total
RTP1	18	46	23	87
RTP2	0	6	1	7
SIC	15	116	1	132
TVI	62	15	20	97
Total	95	183	45	323

Fonte: Marktest/Kantar Media

Dos três operadores em sinal aberto, só a TVI apresentou mais telenovelas portuguesas do que estrangeiras, cerca do dobro. No operador público, as 52 telenovelas brasileiras representaram mais de metade (55%) das estreias do género na RTP1 e RTP2. Já a SIC, garantindo por contrato o monopólio de transmissão em estreia em televisão de sinal aberto das telenovelas da TV Globo desde 1995, preencheu o seu *slot* do género quase na íntegra (88%) com telenovelas brasileiras.

O canal que mais apostou na nacionalização do género no período foi a TVI, com dois terços (64%) de estreias de telenovelas portuguesas. No total do período, os dois outros operadores não apostaram sistematicamente na telenovela portuguesa. Nos canais do Estado as telenovelas portuguesas apenas representaram 19% do total, um valor inferior às estreias de telenovelas de produção latino-americana (24%), enquanto na SIC a produção nacional não passou dos 11% no total do período estudado. Em resumo, na RTP e na SIC a telenovela estruturante da programação foi brasileira e na TVI foi portuguesa. As produções originalmente em castelhano serviram à RTP e à TVI para preencher com ficção de baixo custo períodos horários de audiência menor e predominantemente feminina, uma constante histórica que se verifica nos dados audiométricos Marktest/Kantar Media no período em estudo.

Quadro 3: Estreias por origem e por quinquénio (1993-2012)

Quinquénio/Origem	Portugal	Brasil	América Latina	Total
1993-1997	12	74	27	113
1998-2002	15	46	17	78
2003-2007	35	29	0	64
2008-2012	33	34	1	68
Total	95	183	45	323

Fonte: Marktest/Kantar Media

Em termos evolutivos, verificam-se, todavia, importantes alterações, como se constata no Quadro 3. A produção portuguesa de telenovelas mais do que duplicou da primeira para a segunda metade do período, passando de 27 para 68, o que representa um aumento de 150% e a afirmação e estabilização da indústria de produção deste género televisivo no país. As telenovelas nacionais substituíram em grande parte as de origem latino-americana, que desapareceram drasticamente da televisão em sinal aberto no terceiro quinquénio, o que tanto se deve, a nosso ver, a uma percepção de qualidade inferior das produções, como à opção pelas telenovelas em língua portuguesa, num sinal de afirmação de um espaço televisivo lusófono. Todavia, verifica-se em simultâneo que a presença de produções brasileiras diminui

para metade do primeiro (120) para o segundo decénio (63), embora, em termos percentuais, se constate que a diminuição da exibição de telenovelas do Brasil dos dois primeiros quinquénios para os dois últimos é pouco expressiva, passando de 62% para 48%. Os dados confirmam que a telenovela de origem brasileira se afirmou como um produto cultural que se colou à identidade da televisão portuguesa em sinal aberto, numa relação que é simultaneamente de convivência e de concorrência com as telenovelas produzidas em Portugal.

5. HORAS DE TRANSMISSÃO DE TELENÓVELAS

Decidimos quantificar as horas de transmissão de telenovelas na televisão em aberto para complementar a quantificação das estreias, de modo a obter um quadro mais completo da presença do género nas grelhas de programação. No Quadro 4 estão incluídas todas as transmissões, não só em estreia, como de repetições de episódios e reposições integrais e ainda de antestreias. Os quatro canais de sinal aberto transmitiram quase 50 mil horas de telenovela entre 1993 e 2012, o que equivale a sete horas por dia. Sendo residual a presença do género na RTP2 (425 horas), verifica-se uma forte utilização da telenovela no principal canal do Estado, com mais de dez mil horas. Os dois canais privados apresentam valores superiores e praticamente idênticos, a caminho das 20 mil horas cada um. A telenovela constituiu, assim, um dos géneros mais presentes na televisão generalista. O recurso pelos canais às repetições e reposições, como opção comercial destinada à rentabilização de investimento, dado que os custos passam a dividir-se pelo número de exibições, só foi possível pela continuada capacidade de atracção de audiência pelas telenovelas nessas repetições e reposições.

Quadro 4: Horas totais de transmissão (estreias + repetições + reposições) por quinquénio

	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
1993-1997	4.330	325	885	2.788	8.328
1998-2002	2.668	52	5.131	4.303	12.154
2003-2007	983	48	6.989	6.851	14.871
2008-2012	2.495	0	6.116	5.806	14.417
Total	10.476	425	19.121	19.748	49.770

Fonte: Marktest/Kantar Media

Evolutivamente, SIC e TVI reforçaram de forma significativa a presença da telenovela em grelha do primeiro para o segundo decénio do período em estudo. O quinquénio 2003-2007 ficou marcado pela presença de um maior número de horas do género na programação, o que se deveu à produção acrescida de telenovelas portuguesas pela TVI, obrigando o canal comercial concorrente a aumentar o peso das telenovelas brasileiras e também portuguesas na sua grelha. É também um quinquénio em que se verificou o “bombardeamento” da grelha com repetições de episódios e de reposições. Em geral, na década 2003-2012 os operadores diminuíram as estreias mas substituíram-nas pela repetição, que, como referimos, constitui uma

estratégia de rentabilização do produto pelas passagens sucessivas dos mesmos episódios, em versão integral ou parcial.

No quinquénio 2008-2012 uma pequena descida da carga horária do género nos dois canais comerciais foi compensada pelo regresso do operador público ao género. Nos canais do Estado, a telenovela desapareceu progressivamente da RTP2, enquanto na RTP1 a sua presença diminui até ao terceiro quinquénio para voltar a aumentar no último, recolocando o principal canal do operador do Estado em concorrência num domínio de programação identificado com uma estratégia comercial.

6. INTERNACIONALIZAÇÃO

O desenvolvimento de um núcleo industrial português da telenovela veio permitir uma internacionalização de conteúdos televisivos nacionais nunca antes observada, assim como oferecer uma maior sustentabilidade à sua produção. Paralelamente, o conhecimento internacional veio proporcionar o reconhecimento internacional – levando ao aumento de nomeações e prémios em fóruns além fronteiras – assim como ao aumento do reconhecimento nacional. Este último factor tem proporcionado uma dinâmica de concorrência entre estações e produtoras e tem promovido o aumento substancial da percepção de qualidade dos produtos, quer do ponto de vista técnico, quer do ponto de vista estético.

Fruto das referidas forças de mercado identificadas por Sinclair (2000) – a língua e a cultura – procurámos mapear a venda de telenovelas portuguesas para distribuidoras ou canais estrangeiros e também a inclusão de telenovelas nos canais internacionais dos três operadores portugueses.

Não existem dados sistematizados publicados, pelo que apresentamos as informações disponibilizadas pela RTP, SIC e TVI. As primeiras vendas datam de 1999 e foram empreendidas pela NBP-Internacional, departamento de uma produtora nascida em 1990 – NBP Produções. Perante o número de horas de ficção disponível, a empresa criou um catálogo e pô-lo à disposição dos canais e distribuidores internacionais. Desse catálogo constavam séries e telenovelas, assim como algumas longas-metragens e concertos musicais produzidos pela empresa Valentim de Carvalho. Os preços iam sendo estabelecidos de acordo com o *share* obtido pelos produtos, pelo que os valores de 1999 se situavam abaixo dos praticados hoje em dia.

Numa divisão por quinquénio, observa-se a venda de dois títulos entre 1998-2002 – coincidente com o momento de arranque identificado – e a venda de 18 telenovelas entre 2003-2007 e de 19 entre 2008 e 2012. Os dois últimos quinquénios coincidem com os anos de maior produção, em especial pela estação privada TVI. As vendas efectivam-se para os cinco continentes, quer em opção formato (posteriormente localizado e interpretado por elencos locais), quer, e de forma mais expressiva, em modelo acabado (a chamada *lata*), posteriormente sonorizada com a língua local. Não distinguimos aqui as telenovelas apresentadas em língua portuguesa ou

dobradas noutras línguas, tendo em conta que se mantém no conteúdo a representação de formas culturais nacionais.

A circulação de produtos mediáticos vive em justaposição com as migrações humanas. Arjun Appadurai, a esse propósito, considera que é na confluência destes movimentos que emerge a *obra da imaginação*, espaço em que os diversos grupos tentam *anexar o global às suas práticas do moderno* (2004:16). Para tal acontecer, os media locais estendem a sua actuação para esses espaços através da implementação de canais internacionais com uma programação assente em temas e realidades dos países de origem. Neste sentido, e atendendo a que a telenovela é um veículo privilegiado do local, verifica-se que, até 2012, de acordo com os dados fornecidos, a RTP Internacional transmitiu 24 telenovelas da RTP, a SIC Internacional transmitiu 17 telenovelas da SIC e a TVI Internacional, canal criado mais recentemente, transmitiu 13 telenovelas da TVI.

Em 2004, numa tentativa de diminuir a força de concorrência entre o serviço público e os canais comerciais pelo investimento publicitário, a RTP viu diminuir o número de minutos de publicidade por hora de 12 para seis. Em contrapartida, os canais comerciais assinaram um acordo para a cedência de conteúdos, nomeadamente de ficção, para as antenas internacionais da RTP (RTP Internacional e RTP África).

Quadro 5: Transmissão de telenovelas da SIC e da TVI nos canais internacionais da RTP: RTP Internacional e RTP África (2004-2012)

Ano	RTP Internacional	RTP África
2004	4 TVI	4 TVI
2005	1 TVI	1 TVI
2006	2 TVI – 1 SIC	2 TVI
2007	1 TVI	2 TVI
2008	2 TVI	2 TVI
2009	2 TVI – 2 SIC	2 TVI – 2 SIC
2010	1 SIC	1 SIC
2011	1 TVI – 1 SIC	1 TVI – 2 SIC
2012	1 TVI – 1 SIC	1 TVI – 1 SIC
Total	20	21

Fontes: RTP, SIC e TVI

De acordo com o Quadro 5, entre 2004 e 2012, observa-se a transmissão de 41 títulos nas antenas internacionais da RTP. No total, um quinto dos títulos (24%) foram produções da SIC enquanto quatro quintos (76%) vieram da TVI, o que confirma este operador como o maior produtor de conteúdos ficcionais dos últimos anos, devido especialmente às telenovelas. Ainda de acordo com os dados apurados, observou-se que os conteúdos da TVI estão presentes em nove plataformas (satélite e cabo) em seis países da Europa, assim como em duas plataformas em Angola e em três plataformas em Moçambique.

7. CONCLUSÕES

A investigação quantitativa prova que a telenovela foi e é um género estruturante da programação e do negócio televisivo em Portugal. No período de 20 anos entre 1993 e 2012, estrearam 323 produções nos quatro canais de sinal aberto, ou seja, mais de 16 por ano. Com a repetição e reposição de episódios, em versões integrais ou parcelares, o género ocupou sete horas por dia da televisão portuguesa no canal do Estado RTP1 e, mais acentuadamente, nos dois canais comerciais, SIC e TVI. Estes dois operadores programam telenovelas *taco-a-taco*, numa concretização da concorrência num dos géneros que mais espectadores consegue reunir em qualquer dos períodos horários, permitindo a melhor relação custo-benefício aos operadores. Apesar de terem diminuído as estreias de novos títulos, o número de horas de transmissão aumentou de quinquénio para quinquénio, estabilizando num valor próximo das 15 mil horas, ou três mil horas anuais, à conta da (re)transmissão dos produtos de stock.

A presença maciça da telenovela nos canais de sinal aberto resulta da opção estratégica na última década dos operadores comerciais pela sua apresentação e produção sistemáticas. A telenovela passou a estar presente em todos os períodos horários, nomeadamente por arrastamento do horário nobre. As telenovelas em castelhano, que na primeira década superaram em quantidade as portuguesas, desapareceram por completo, tornando-se o mercado do género exclusivamente lusófono. O apreço demonstrado pelo público por telenovelas portuguesas levou os operadores a diminuir a exibição das oriundas do Brasil e restante América Latina, muito embora as produções da TV Globo continuassem a merecer continuidade e destaque na grelha da SIC nos horários de maior audiência, tendo outras produtoras brasileiras fornecido os outros canais.

Foi a mais do que duplicação da produção de telenovelas portuguesas da primeira para segunda década do período estudado que motivou a diminuição para quase metade da presença das telenovelas brasileiras. Esta alteração estratégica resultou da opção pela produção própria ou encomendada em Portugal, gerando uma pequena indústria audiovisual, dependente da telenovela, e permitindo o seu desenvolvimento e a expansão para mercados externos, quer por via da transmissão em canais internacionais dos operadores portugueses, quer pela sua exportação. Depois de um período inicial com exportação esporádica, a internacionalização afirmou-se pelo aumento gradual de exportações e pelo crescimento da transmissão em canais internacionais. Além disso, surgiram mais co-produções na área da lusofonia, fazendo do mercado de língua portuguesa um factor de atracção e diminuindo a distância entre Portugal e Brasil como partes de uma mesma especialização na produção de um género de grande consumo em grande parte do mundo.

Esta realidade nacional decorre de um movimento global a que Chalaby (2005) designou transnacionalização, o terceiro paradigma da evolução da comunicação internacional. De acordo com o autor, observa-se uma nova configuração de práticas mediáticas, espaços, produtos e fluxos. Estes fluxos ganham espessura e estatuto na

cena mundial com o desenvolvimento de pequenas empresas de media, assim como de migrações, fazendo aumentar a quantidade de produtos fora de fronteiras, assim como de audiências transnacionais. Este facto tem permitido desafiar postulados teóricos, como o de imperialismo cultural (Schiller, 1976), dado que as audiências desenvolvem o gosto com base na identificação de trajetórias e aspetos comuns enformadores de uma proximidade cultural (Sinclair, 2000).

Atendendo à pertinência da temática, assim como à sua capacidade de funcionar como paradigma de análise para a compreensão dos fluxos internacionais de outras indústrias culturais, temos como objetivo ampliar o estudo mediante a aplicação de novas variáveis de observação, como os horários de transmissão, a duração média dos capítulos, a relação estatística entre as estreias e as repetições/reposições ou o comportamento do produto por canal. Estes fatores, isolados e em articulação, permitirão a avaliação das estratégias de programação, assim como das tendências de oferta e consumo de ficção em televisão.

Entretanto, a presente investigação mostra-se útil para compreender a operacionalização dos movimentos transnacionais dos produtos mediáticos e dos seus consumidores. Através da eleição de uma unidade de análise com características delimitáveis e observáveis – a telenovela – cujo alcance foi amplamente comprovado, foi possível considerar a produção ficcional portuguesa como o motor de uma indústria audiovisual, capaz de criar uma área de exportação e de afirmar o género como uma especificidade da lusofonia no mundo contemporâneo.

8. AGRADECIMENTOS

Agradecemos a colaboração da Markttest/Kantar Media, sem a qual este trabalho não poderia ter sido realizado.

Agradecemos a colaboração das pessoas por nós contactadas nos três operadores.

BIBLIOGRAFIA

- Appadurai, A. (2004) *Dimensões Culturais da Globalização. A modernidade sem peias*, Lisboa: Teorema.
- Ang, I. (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London: Methuen.
- Bardin, L. (1988) *Análise de Conteúdo*, Lisboa: Edições 70.
- Bauman, Z. (1999) *Globalização. As Consequências Humanas*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Bhabha, H. (2006) *Nation and Narration*, New York: Routledge.
- Bolter, J. & Grusin, R. (1999) *Remediation: understanding new media*, USA: MIT Press.

- Brooker, W. (2001) "Living on Dawson's Creek: teen viewers, cultural convergence, and television overflow", *International Journal of Cultural Studies*, London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage vol.4 (4): 456-472.
- Buckingham, D. (1987) *Public Secrets: EastEnders and Its Audience*, London: British Film Institute.
- Castells, M. (2000) *The Rise of the Network Society. The Information Age: economy, society and culture*, vol.1, Oxford: Blackwell.
- Chalaby, J. (2005) "From Internationalization to Transnationalization", *Global Media and Communication* 1 (1), pp. 28-33.
- Costa, C. (2001) *Ficção, Comunicação e Mídias*, São Paulo: SENAC.
- Curtin, M. (2003) "Media Capital: towards the study of spatial flows", *International Journal of Cultural Studies*, vol.6 (2), London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage: 202-228.
- ____ (2005) "Media Capitals: cultural geographies of global TV", in Spigel, Lynn, Olsson, Jan (eds.), *Television after TV: essays on a medium in transition*, United Kingdom: Duke University Press, 270-302.
- Ferin, I. (2011) *Memórias da telenovela. Programas e recepção*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Fuenzalida, V. (1996) "La apropiación educative de la telenovela", *Diálogos de la Comunicación*, n.º44, Lima, FELAFCS: 91-105.
- Hall, Stuart, Hobson, Dorothy et al (eds.) (1996) *Culture, Media, Language: working papers in Cultural Studies, 1972-1979*, London: Routledge: 128-138.
- Hobson, D. (2003) *Soap Opera*, Cambridge: Polity.
- Kackman, M., Binfield, M., Paine, M. T., Perlman, A., Sebok, B. (2011), *Flow TV: Television in the age of media convergence*, New York: Routledge.
- King, G., Keohane, R., Verba, S. (1994), *Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research*, Princeton: Princeton University Press.
- Livingstone, S. (1998), *Making Sense of Television: the psychology of audience interpretation*, London: Routledge.
- Lopes, M.I. (org.) (2004) *Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade*, São Paulo: Edições Loyola.
- Lopes, M. I.(org.) (2009) *Ficção Televisiva no Brasil: temas e perspectivas*, Rio de Janeiro: Editorial Globo Universidade.
- Mann, M. (1981) "Socio-Logic", *Sociology*, Novembro, Vol. 15, nº4: 544-550.
- Martin-Barbero, J. (1998) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonia*, México: Ediciones G. Gili.
- Morley, D. (1986) *Family Television: cultural power and domestic leisure*, London: Routledge.
- ____ (1992) *Television, Audiences and Cultural Studies*, London: Routledge.
- Orozco Gómez, G. (2005) "O Telespectador Frente à Televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva", *Communicare*, São Paulo: Cásper Libero: 27-42.

- Quivy, R, Campenhoudt, L. Van (2005) *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva.
- Schiller, H. I. (1976) Communication and cultural domination. International Arts and Sciences Press, 901 North Broadway, White Plains, New York 10603. pp. 9–10.
- Sinclair, J. (2000) “Geolinguistic Region as Global Space. The case of Latin America”, in Wang, Georgette, Servaes, Jan, Goonasekera, Anura (eds.) (2000) *The New Communications Landscapes. Demystifying Media Globalization*, London: Routledge: 19-32.
- Thussu, D.K. (2007) *Media on the Move. Global flow and contra-flow*, London and New York: Routledge.
- Williams, R. (2003 [1975]) *Television: Technology and Cultural Form*, London, New York: Routledge.