

## **Inferências dos membros de redes sociais na internet a respeito de vinhetas de abertura de telenovelas<sup>1</sup>.**

Me. Paulo Negri Filho<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este estudo se propõe à compreensão do interesse por aberturas de telenovelas de pessoas comuns, excetuando-se o estudo de recepção e privilegiando a observação não-participante em comunidades e grupo temáticos em rede social. Foram analisadas três comunidades e um grupo do Facebook para realização do estudo. Não foi encontrado um perfil específico de interesse por gênero, faixa etária ou socioculturaleconômica. Tão pouco, percebe-se manifestação consistente a respeito da temática vinhetas de abertura de telenovelas nas comunidades ou grupo, ainda que seus membros participem voluntariamente.

### **Palavras-chave**

Telenovela; vinheta de abertura de telenovela; comunidade do Facebook; grupo aberto do Facebook.

### **Introdução**

A importância da televisão e das telenovelas nacionais na constituição sociocultural do país já poderiam justificar este estudo. No entanto, pretende-se ir além dos estudos de recepção, comuns quando se trata da temática, na tentativa de apreender novas possibilidades de exploração e penetração, por exemplo, pelas redes sociais.

A questão norteadora deste estudo é: existe interesse e discussão a respeito das vinhetas de abertura de telenovelas fora do âmbito privado familiar, especificamente em comunidades e grupos que tratam do assunto na rede social Facebook?

Parte-se da hipótese de que ao terem contato com as vinhetas de abertura das telenovelas, as pessoas comentam e discutem-nas no momento da veiculação. Sendo comum esse tipo de comentário nas casas, junto aos familiares e/ou no trabalho, escola, junto a colegas e amigos (contexto privado).

A proposta do estudo é, com pesquisa exploratória (GIL, 1999) na rede social Facebook, compreender as possibilidades de novas metodologias baseadas em observação não-participante em ambiente virtual em que os membros não tenham

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado no Eixo 7 – Redes Sociais na Internet e Sociabilidade Online do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura realizado de 20 a 22 de novembro de 2013.

<sup>2</sup> Docente do Centro Universitário Internacional Uninter e doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

relação fora daquele contexto. São pessoas de diversas regiões do país e com diferentes perfis unidas por um interesse em comum com outras pessoas que desconhecem fisicamente, mas que compartilham o interesse por vinhetas de abertura de telenovelas.

O Brasil tem se destacado mundialmente em termos de produção de vinhetas televisuais (ABREU, 2011), tanto tecnicamente, quanto criativamente. Atualmente, o refinamento das técnicas permite efeitos diversificados, com movimentos rápidos, a ilusão da tridimensionalidade, as metamorfoses das imagens, grafismos, jogos cromáticos e sonoros. Essa evolução se dá tanto na produção audiovisual de vinhetas de abertura de telenovelas.

O advento da televisão no Brasil se deu na década de 1950 com a fundação da TV Tupi, pertencente aos Diários Associados (Assis Chateaubriand). É época marcada pelo imprevisto nas produções e forte influência da linguagem radiofônica. A partir da década de 1960, o videoteipe proporcionou a gravação de sons e imagens, criando o cenário ideal para o surgimento da telenovela diária. E a década de 1970 “consagra definitivamente a telenovela como o produto mais assistido pela população brasileira. A TV Globo se consolidou como a maior produtora do gênero [...]” (CETVN, 2012).

Na sociedade midiática, a televisão aparece como um dos meios de comunicação mais presentes no dia-a-dia das pessoas. Entre os programas apresentados pela TV, a telenovela cumpre hoje um papel social, além da diversão e do entretenimento. Ao abordar temas presentes no cotidiano e na mídia, a telenovela ressignifica-os, inserindo-os na trama ao longo da exibição. (MARQUES, 2008)

É inconcebível uma telenovela sem uma vinheta de abertura, como afirma Neira (2012, p. 1) “a construção de aberturas especiais para cada nova telenovela é praticamente uma obrigatoriedade”. Para Abreu (2011), o telespectador é capaz de perceber melhor as vinhetas de abertura na TV dada a sua repetição; podendo analisá-las e, então, interpretá-las. Neste caso, as vinhetas podem ser melhor avaliadas, uma vez que a repetição propicia um destaque maior nas imagens, libertando, portanto, a imediaticidade da apresentação única do cinema. A cada repetição, o olhar do espectador encontra novas possibilidades de leituras, que lhe permitem fazer inferências significativas, bastante próximas das de um trabalho interpretativo do espectador diante de uma obra de arte, no entanto, influenciado, agora, pelo transcorrer da trama.

A percepção dos leitores não está relacionada apenas à técnica utilizada, já que para Barbero (1990), as inovações são articuladas a formas de discurso, sendo “parte fundamental do desenho de novas práticas e que as transformações discursivas que ela proporciona articulam mudanças na comunicação e novas formas de socialidade”. Assim, com a construção teórica e metodológica, espera-se responder à questão de pesquisa e catalizar reflexões que possibilitem novas metodologias para além dos estudos de recepção.

### **Televisão e Telenovela no Brasil**

Para Campedelli em 1985, a televisão era a forma de entretenimento mais expressivo no Brasil. No entanto, em 2013, a afirmação parece não ter se alterado pois, conforme dados de 2011 apresentados por Oualalou (2013), 96,9% dos lares brasileiros possuem aparelho de televisão, cada pessoa consumindo, em média, 700 horas de programas da rede Globo de Televisão por ano. De acordo com dados da própria emissora, são “122 emissoras, 117 delas afiliadas, que levam a programação a 98,44% dos municípios e a mais de 183 milhões de brasileiros.”. (REDE GLOBO, 2013)

A primeira emissora comercial do país foi inaugurada em 18 de setembro de 1950, a TV Tupi. Na época, apenas 200 aparelhos televisores recepcionavam a programação, na cidade de São Paulo. Campedelli (1985) cita que a primeira telenovela diária brasileira só foi ao ar em julho de 1963, pela TV Excelsior, intitulada 25499 Ocupado. No entanto, não fez sucesso, já que o foco dos telespectadores estava nos filmes norte-americanos dublados em português.

Foi só com *Direito de Nascer*, em 1964, obra radiofônica cubana adaptada como telenovela que o gênero teve destaque no país. Nesse período a TV Globo foi inaugurada, sob tutela de Roberto Marinho, jornalista e visionário político da época.

Para Oualalou (2013), a Globo deve seu sucesso inicial ao regime militar (1964-1985) que necessitava de integração do território nacional, algo impossível sem um grande meio de comunicação, com alcance tão extenso quanto o próprio território brasileiro.

Além de uma possibilidade de propagação nacional de ideologia, vislumbrada pelos militares, a TV Globo teve seu crescimento apoiado na venda de espaços publicitários, o que foi garantindo lucro e aquisição de emissoras menores por todo o

país, ampliando cada vez mais seu alcance (CAMPEDELLI, 1985).

A Globo assume como seu “carro-chefe” a telenovela, fato evidenciado até hoje com os vários horários reservados para o gênero.

Considerada como um subproduto da literatura, do mesmo modo como se enxerga o folhetim, a telenovela é um tipo especial de ficção. Desenrola-se segundo vários trancamentos dramáticos, apresentados aos poucos – história parcelada. Tem um universo pluriforme, exigindo hábil manuseio para a condução dos desdobramentos da fábula – cada pedaço tem seu próprio conflito a ser trabalhado. Exige o perfeito domínio do diálogo, base de seu discurso. (CAMPEDELLI, 1985, p. 20).

Assim, fica evidente que a telenovela é o que pode ser denominado de *multiplot*, já que não há um *plot* principal, mas os *plots* ganham importância na medida em que são adotados pelo público, fato reconhecido por meio de pesquisas de opinião e observação em redes sociais.

Alguns dos *plots* mais comuns, apresentados por Campedelli (1985) são, em número de nove: *plot* de amor; *plot* de sucesso; *plot* cinderela; *plot* triângulo; *plot* da volta; *plot* vingança; *plot* conversão; *plot* sacrifício; *plot* família. Nesses *plots* podem ser enquadradas as mais diversas situações como a falsa identidade/dupla personalidade; o mistério do nascimento; os enganos intencionais; a perseguição da inocência; as falsas mortes/ressurreições; os triângulos amorosos; a vingança.

Sendo um *multiplot*, a telenovela abordará em sua trama diversos desses *plots*, uns sendo abandonados e outros enfatizados na medida que o público se identifica, se comove ou se mobiliza por eles.

Assim, é comum as telenovelas da TV Globo apresentarem situações em que a responsabilidade socioambiental seja evidenciada. Também aparecem casos de portadores de alterações genéticas, de necessidades especiais, de doenças terminais, a necessidade de doação de órgãos ou sangue, a erradicação dos mais diversos tipos de preconceito, dentre tantas outras temáticas pertinentes à sociedade. A telenovela, no Brasil, deixa as simples questões familiares para âmbitos maiores, que alcançam a sociedade como um todo.

Outra característica fundamental das telenovelas são os ganchos, responsáveis por fazer com que o telespectador não mude de canal no intervalo comercial, mas também que queira assistir o capítulo do outro dia ou, ainda, que volte para a trama

mesmo com o intervalo do domingo.

Além da concentração de talento artístico e técnico na produção de telenovelas, como afirma Mauro Alencar, docente da Universidade de São Paulo (OUALALOU, 2013), a TV Globo conta com uma “fábrica de sonhos” chamada Projac, inaugurado em 1995 em Jacarepaguá, zona oeste do Rio de Janeiro. Com uma área de mais de 1,65 milhões de metros quadrados, sendo 70% floresta, que retém todas as etapas de produção das telenovelas da emissora.

A TV Globo mantém no ar novelas nos horários das 14h30 (O Profeta - reprise), 17h45 (Malhação), 18h (Flor do Caribe), 19h30 (Sangue Bom), 21h (Amor à Vida), e 23h (Saramandaia)<sup>3</sup>, sendo comum as tramas agendarem outros programas da emissora e, ainda, outras plataformas midiáticas, como a internet.

O último evento nacional ligado à telenovela que teve destaque foi o capítulo final da telenovela Avenida Brasil (2012), quando um comissão do Partido dos trabalhadores (PT) foi adiado para o dia 20 de outubro, ainda que contasse com a presença da, então presidente, Dilma Rousseff, para não correr o risco de não ter público pois estaria concorrendo com o final da novela das “oito” em 19 de outubro de 2012.

Um exemplo da comoção nacional cerca do final de Avenida Brasil pode ser acompanhado nas *timelines* do Facebook, onde boa parte dos comentários faziam referência ao capítulo final da telenovela.

### **Televisão em outras Telas**

Para Oualalou (2013), o sucesso da TV Globo se deve à sua capacidade de industrializar toda a produção das telenovelas, veiculando seis telenovelas diárias, sendo cinco inéditas, enquadradas num modelo que não se altera desde 1968: a novela das 18h com temática leve; a das 19h30 frequentemente cômica; e a das 21h com grandes questões sociais e dramas.

Ainda que a emissora “possua” esse modelo de sucesso, sustentado pelas pesquisas constantes sobre a reação do público, sempre buscando alcançar todas as classes sociais, a emissora registrou a audiência mais baixa da história no ano de 2012.

---

<sup>3</sup> Disponível em: [<http://redeglobo.globo.com/programacao.html>]. Acesso em 29 de julho de 2013.

Até os anos de 1970, as pontuações médias da audiência de novelas com frequência ultrapassavam os 60%, quando não chegavam aos 80%. Hoje, captar o interesse de 40% dos lares representa um sucesso. Em 2012, a audiência total da Globo atingiu o nível mais baixo da história, com uma queda de 10% - que, certamente, atingiu todas as redes. ‘O problema é que assistimos à novela no computador, no telefone, e ainda não temos nenhum instrumento de medição para essas mídias’, afirma Mauro Alencar.” (OUALALOU, 2013, s/p)

O IBOPE mede a audiência das emissoras de televisão com base em duas metodologias: o *peoplemeter* e as pesquisas caderno (IBOPE, 2013).

O *peoplemeter* é um aparelho de medição de audiência televisiva instalado em residências nas cidades: Grande São Paulo, Grande Rio de Janeiro, Grande Belo Horizonte, Grande Curitiba, Grande Porto Alegre, Grande Florianópolis, Campinas, Grande Vitória, Grande Goiânia, Grande Salvador, Grande Recife, Grande Fortaleza, Grande Belém e Distrito Federal.

O *peoplemeter* é um aparelho desenvolvido pelo IBOPE (2013), que registra automaticamente as emissoras sintonizadas pelo aparelho de TV do domicílio. Os *meters* são instalados nos televisores de cada domicílio. Assim, as emissoras assistidas são automaticamente identificadas e os dados são transmitidos por sistema *real time* das praças Grande São Paulo, Grande Rio de Janeiro, Grande Belo Horizonte, Grande Porto Alegre, Grande Curitiba, Salvador, Recife e Distrito Federal. As demais praças recebem o dado no dia seguinte. No *peoplemeter*, cada indivíduo do domicílio possui uma identificação que permite disponibilizar dados de audiência individual, além da domiciliar. São instalados até quatro aparelhos por domicílio e todas as formas de recepção (VHF, UHF, Cabo, DTH e VCR) são coletadas/registradas (IBOPE, 2013).

Figura 1: *peoplemeter*



Fonte: F5<sup>4</sup>

<sup>4</sup> <http://www.tecmundo.com.br/televisao/18855-afinal-como-e-medido-o-ibope-da-tv-e-internet-.htm>

No entanto, este método de medição não registra os espectadores que veem a programação televisiva em aparelhos que não o televisor, como smartphones, computadores, notebooks, TVs portáteis. E a queda na audiência das telenovelas pode ser explicada justamente pelo fato de muitas pessoas estarem migrando de tela, da televisão para o computador, por exemplo.

No entanto, já há alguns anos, o IBOPE tem estudado e testado novo meter para medição de audiência em diferentes suportes.

[...] o IBOPE Mídia salta na frente ao realizar testes de um novo meter para medir a audiência de conteúdos, independente da mídia. Segundo a diretora comercial do IBOPE Mídia, Dora Câmara, a experiência está sendo realizada em 40 domicílios, com um Peoplemeter móvel que mede a audiência nas mídias tanto dentro da casa, como rádio e televisão, como também acompanha o indivíduo fora de sua residência. Um dispositivo conectado a um celular ou um pager são alguns dos formatos de captação de informações por meio de sinais sonoros. (IBOPE, 2009, s/p)

Mas, mais que computadores, as medições devem prever o aumento da audiência de televisão em aparelhos portáteis, seja por conexão com a internet, seja por recepção do sinal digital de televisão. Comparativamente com os Estados Unidos, por exemplo, o Brasil possuía 85 milhões de computadores em 2011, sendo a taxa de penetração de 44%. Enquanto os Estados Unidos, 330 milhões de computadores, ou seja, uma taxa de penetração de 106%. (AGÊNCIA, 2013) Esses dados apresentam a importância que as tecnologias móveis, especificamente o celular, vêm assumindo no Brasil e mundo.

Do total de aparelhos celulares no Brasil, 210,8 milhões de aparelhos são pré-pagos e 51,5 milhões são pós-pagos. Sendo que, 74,19% possuem a tecnologia GSM e 20,55%, a tecnologia 3G. (CELULARES, 2013)

Apesar do “apagão analógico” estar programado para 2018 no Brasil, a utilização de aparelhos móveis e pela tela do computador para recepção da programação televisiva têm aumentado. No Brasil, ainda é um cenário que está se estabelecendo.

### **Metodologia e Análise dos Dados**

Foram rastreadas Comunidades e Grupos que tratam especificamente da temática de vinhetas de abertura de telenovelas em rede social específica, Facebook, no

mês de Julho de 2013. A pesquisa se enquadra como exploratória (GIL, 1999), na tentativa de compreender se existem e como se dão as discussões a respeito das vinhetas de abertura de telenovelas fora do âmbito privado, especificamente o familiar.

“Angustiados, procurando adivinhar a história, os telespectadores trocarão idéias com os televisinhos, lerão ‘dicas’ em revistas especializadas, ouvirão entrevistas com atores, diretores, autor...”, cita Campedelli (1985, p. 15) ao se referir à telenovela *O Homem Que Deve Morrer* (1971), de Janete Clair. A pesquisa realizada procura identificar se a mesma curiosidade se dá nas comunidades e grupo do Facebook.

A metodologia adotada é a Pesquisa Qualitativa, já que “estudos qualitativos permitem iluminar o dinamismo interno das situações, geralmente inacessível ao observador externo” (LÜDKE & ANDRÉ, 1986, p. 12). Por meio deste tipo de pesquisa, pretende-se explorar as participações dos interessados na temática de vinhetas de abertura de telenovelas na rede social on-line. Assim, a pesquisa qualitativa será construída ao longo do percurso de estudo do campo, reflexão da temática, coleta de dados, sua análise e novas possibilidades que estas ações possam apresentar.

Opta-se pelo método de Análise Documental, já que, para Chaumier<sup>5</sup> este tipo de análise pode ser definida como “uma operação ou um conjunto de operações visando representar o conteúdo de um documento sob uma forma diferente da original, a fim de facilitar num estado ulterior a sua consulta e referência” (*apud*: BARDIN, 2004, p. 40). Assim, por meio de procedimentos de transformação, a Análise Documental permite o acesso sistematizado ao conteúdo primário (em bruto) disponível, agora em forma de documento secundário (representação do primeiro) que permite a consulta conforme a classificação feita para futuras análises e interpretações.

O propósito que esta transformação visa atingir, segundo Bardin (2004, p. 40) é “o armazenamento sob uma forma variável e a facilitação do acesso ao observador, de tal forma que este obtenha o máximo de informação (aspecto quantitativo), com o máximo de pertinência (aspecto qualitativo)”.

Foram realizadas diversas buscas no Facebook, tendo como palavras-chave: telenovela, novela, vinheta, abertura, vinheta de abertura, vinheta de novela, vinheta de telenovela, abertura de novela, abertura de telenovela. A partir dessas buscas foram

---

<sup>5</sup> CHAUMIER, J. *Les techniques documentaires*. PUF, 2ª ed., 1974.

encontradas três comunidades e um grupo que têm relação com o objeto de pesquisa deste estudo: as comunidades Aberturas de Novelas<sup>6</sup>; Temas & Aberturas de Novelas<sup>7</sup>; Tema e Abertura de Novelas<sup>8</sup>; e o grupo Tema e Abertura de Novelas<sup>9</sup>.

Apesar dos títulos serem bastante parecidos, cada comunidade e grupo têm processos de construção e manutenção diferenciados.

A comunidade Aberturas de Novelas tem como data de fundação no Facebook o ano de 1970. No entanto, a própria rede social só surgiu em 04 de fevereiro de 2004. Isto se dá porque na comunidade há a postagem de telenovela da década de 1970, o que leva a ferramenta a estender a *timeline* até esse período, antes da fundação do próprio Facebook. Esta comunidade possui 35 “curtir”. São, então, 35 membros do Facebook que curtiram a página da comunidade, com perfil estabelecido entre 25 a 34 anos de ambos os sexos, de acordo com levantamento do próprio software. Dois álbuns se destacam: ‘Logo’s de novelas’ com 118 fotos, referentes à identidade visual de diversas telenovelas e ‘Vídeos’ com 50 vídeos, referentes às aberturas de telenovelas diversas (diferentes horários e emissoras).

A semana mais popular da comunidade foi a de 7 de outubro. Visitando a comunidade nesse período, pode-se perceber que no dia anterior haviam sido feitas duas postagens: Balacobaco e Avenida Brasil. A postagem sobre a novela Balacobaco refere-se à sua vinheta de abertura não havendo nenhum “curtir” e apenas 2 compartilhamentos. Já a postagem da novela Avenida Brasil, refere-se aos últimos capítulos da mesma, sendo uma vinheta de chamada com o subtítulo “A casa caiu para Carminha”, vilã da trama. Apesar de nenhum “curtir”, houve 25 compartilhamentos. É interessante ressaltar que na comunidade existem publicações de vinhetas de abertura de telenovelas desde Beto Rochfeller de 1968/69 da TV Tupi (1’38”), mas a primeira curtida e compartilhada na comunidade só acontece em Livre Para Voar (1984 – TV Globo). A próxima curtida e 2 compartilhamentos só voltam a ocorrer em O Clone (2001 – TV Globo).

Vale ressaltar que todos os vídeos estão, originalmente, hospedados no acervo

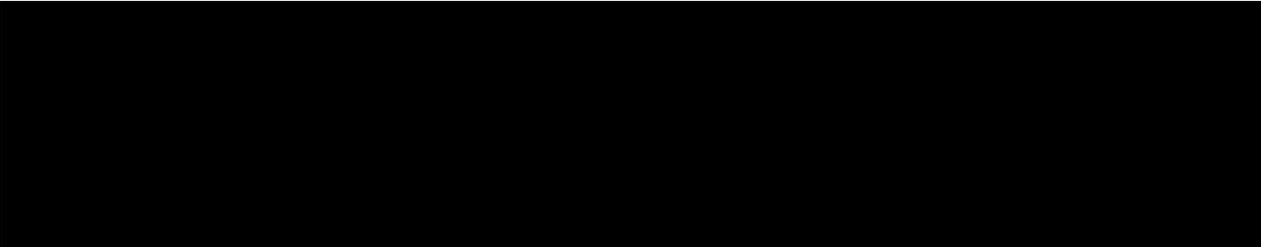
---

<sup>6</sup> [www.facebook.com/pages/Aberturas-de-Novelas/440869849285326?fref=ts](http://www.facebook.com/pages/Aberturas-de-Novelas/440869849285326?fref=ts)

<sup>7</sup> [www.facebook.com/pages/Temas-e-Aberturas-de-Novelas/158562877643998?fref=ts](http://www.facebook.com/pages/Temas-e-Aberturas-de-Novelas/158562877643998?fref=ts)

<sup>8</sup> [www.facebook.com/pages/Tema-e-Abertura-de-Novelas/401809536571320?fref=ts](http://www.facebook.com/pages/Tema-e-Abertura-de-Novelas/401809536571320?fref=ts)

<sup>9</sup> [www.facebook.com/groups/novelasymas/](http://www.facebook.com/groups/novelasymas/)



Tio Ruffo Produções, no Videolog<sup>10</sup>, cujo administrador da comunidade do Facebook é o proprietário.

Não há efetiva colaboração, nem participação dos membros na comunidade.

A outra comunidade presente no Facebook denomina-se Temas & Aberturas de Novelas. A comunidade foi inaugurada em 22 de abril de 2013, contando com 99 ‘curtir’. O perfil dos membros que curtiram é de ambos os sexos, especialmente na faixa etária de 18 a 24 anos.

Percebe-se que a comunidade expressa maior interesse nas músicas de aberturas de telenovelas e não nas vinhetas em si. A semana mais popular da comunidade foi a e 5 de maio de 2013. Entende-se que esta semana está relacionada com a publicação da vinheta de Chocolate Com Pimenta (2003/04) com 6 curtidas (4 mulheres e 2 homens). Destaca-se nos álbuns da comunidade, 1 vídeo (rap do rei - Luni), 33 fotos na Linha do Tempo (diversas, de atores), 14 fotos no perfil (capas de vinil/Cds dos temas das telenovelas) e 10 fotos específicas da novela Salve Jorge (álbum próprio).

A primeira postagem refere-se à telenovela Dancin’Days (1978/79), no entanto, a comunidade não apresenta expressiva participação dos membros, nem curtindo, comentando ou compartilhando as publicações.

A terceira comunidade é Tema e Abertura de Novelas, inaugurada em 8 de janeiro de 2013 com 27 curtidas até a presente pesquisa. No entanto, não há publicações na comunidade, sendo incluídos, apenas, a foto de perfil (montagem com 9 identidades visuais de telenovelas da TV Globo) e a foto de capa (uma paisagem com a palavra ‘Novelas’).

Já com relação ao grupo aberto, denominado Tema e Abertura de Novelas, são 176 membros com administração de Juliana Zanette, da cidade de Criciúma-SC. Devido ao fato de poder haver algum tipo de publicação não visível para não membros, foi enviada solicitação para participar do grupo no dia 28/06/2013, sendo respondida positivamente em 30/07/2013.

O grupo existe desde 8 de setembro de 2012, no entanto, durante todo este período, apenas a administradora e outros 6 membros realizaram postagens, sendo as da administradora, a grande parte.

---

<sup>10</sup> Disponível em: [videolog.tv/JRUFINO]. Acesso em 10 de julho de 2013.



Não há destaque de gênero ou faixa etária no grupo, sendo bastante heterogêneo. Apesar de haver visualizações das postagens, não há curtidas, comentários ou compartilhamentos em expressividade quantitativa ou qualitativa, comparando-se ao número total de membros.

Enquanto as visualizações do final de 2012 e início de 2013 permaneceram entre 30 e 50, atualmente, o máximo de visualizações foi de 19 em maio de 2013.

A administradora costuma postar mensagens incentivando os membros a publicar no grupo (vide o dia 17/07/2013).

A partir do levantamento feito nas Comunidades e Grupo do Facebook, percebeu-se que os poucos comentários presentes faziam referência às telenovelas mais recentes (pós 2010), especialmente as da TV Globo. Tendo destaque Avenida Brasil. Ainda que tenha havido postagem das vinhetas de abertura de telenovelas desde Beto Rockfeller (TV Tupi) do final da década de 1960, na Comunidade Abertura de Novelas ou Dancin'Days do final da década de 1970, na Comunidade Temas & Aberturas de Novelas.

A tabela a seguir, apresenta o levantamento das telenovelas brasileiras exibidas pela TV Globo no horário das “oito” de 1965 a 2010:

Tabela 1: Relação de telenovelas das oito da Rede Globo (1965 a 2010)

TÍTULO	AUTOR	ANO	CAPÍTULOS
O ébrio	José e Heloísa Castellar	1965	75
O rei dos ciganos	Moysés Weltman	1966	120
A sombra de Rebeca	Glória Magadan	1967	90
Anastácia, a mulher sem destino	Emiliano Queiroz e Janete Clair	1967	125
Sangue e areia	Janete Clair	1967	135
Passos dos ventos	Janete Clair	1968	177
Rosa Rebelde	Janete Clair	1969	212
Véu de noiva	Janete Clair	1969	204
Irmãos coragem	Janete Clair	1970	328
O homem que deve morrer	Janete Clair	1971	258
Selva de pedra	Janete Clair	1972	243
Cavalo de aço	Walter Negrão	1973	179
O semideus	Janete Clair	1973	221
Fogo sobre a Terra	Janete Clair	1974	209
Escalada	Lauro César Muniz	1975	199
Pecado capital	Janete Clair	1975	167
Duas vidas	Janete Clair	1976	154
O casarão	Lauro César Muniz	1976	168
Espelho mágico	Lauro César Muniz	1977	150
O astro	Janete Clair	1977	186
Dancin'Days	Gilberto Braga	1978	174
Os gigantes	Lauro César Muniz	1979	147
Pai herói	Janete Clair	1979	178
Água viva	Gilberto Braga	1980	159

Coração alado	Janete Clair	1980	185
Baila comigo	Manoel Carlos	1981	162
Brilhante	Gilberto Braga	1981	155
Sétimo sentido	Janete Clair	1982	166
Sol de verão	Manoel Carlos	1982	137
Champagne	Cassiano Gabus Mendes	1983	167
Louco amor	Gilberto Braga	1983	160
Corpo a corpo	Gilberto Braga	1984	179
Partido alto	Aguinaldo Silva e Glória	1984	173
Roque santeiro	Dias Gomes	1985	209
Roda de fogo	Lauro César Muniz	1986	179
Selva de pedra	Janete Clair	1986	150
Mandala	Dias Gomes e Marcílio Moraes	1987	179
Vale tudo	Gilberto Braga, Aguinaldo Silva e Leonor Bassères	1988	204
O salvado da pátria	Lauro César Muniz	1989	186
Tieta	Moretzsohn e Ricardo Linhares	1989	196
Meu bem, meu mal	Cassiano Gabus Mendes	1990	173
Rainha da sucata	Silvio de Abreu	1990	179
O dono do mundo	Bassères, Ângela Carneiro e Ricardo Linhares	1991	197
De corpo e alma	Glória Perez	1992	185
Pedra sobre pedra	Aguinaldo Silva	1992	178
Fera ferida	Aguinaldo Silva, Ana Maria Moretzsohn e Ricardo Linhares	1993	209
Renascer	Benedito Ruy Barbosa	1993	213
Pátria minha	Gilberto Braga	1994	203
A próxima vítima	Silvio de Abreu	1995	203
Explode coração	Glória Perez	1995	155
O fim do mundo	Dias Gomes	1996	35
O rei do gado	Benedito Ruy Barbosa	1996	209
A indomada	Aguinaldo Silva e Ricardo Linhares	1997	203
Por amor	Manoel Carlos	1997	190
Torre de Babel	Silvio de Abreu	1998	203
Suave veneno	Aguinaldo Silva	1999	209
Terra nostra	Benedito Ruy Barbosa	1999	221
Laços de família	Manoel Carlos	2000	209
O clone	Glória Perez	2001	221
Porto dos milagres	Aguinaldo Silva e Ricardo Linhares	2001	203
Esperança	Benedito Ruy Barbosa	2002	209
Celebridade	Gilberto Braga	2003	221
Mulheres apaixonadas	Manoel Carlos	2003	203
Senhora do destino	Aguinaldo Silva	2004	220
América	Glória Perez	2005	203
Belíssima	Silvio de Abreu	2005	209
Páginas da vida	Manoel Carlos	2006	203
Duas caras	Aguinaldo Silva	2007	179
Paraíso tropical	Gilberto Braga, Ricardo Linhares	2007	179
A favorita	João Emanuel Carneiro	2008	197
Caminho das Índias	Glória Perez	2009	203
Viver a vida	Manoel Carlos	2009	209
Passione	Silvio de Abreu	2010	209

Fonte: o autor, a partir da Relação de Telenovelas em CETVN, 2012.

A partir da tabela é possível observar que desde sua inauguração, a TV Globo veiculou 73 telenovelas até o ano de 2010. Desde as primeiras já percebe-se a inserção de vinhetas de abertura. No entanto, essas vinhetas eram produzidas com imagens estáticas (em preto e branco), privilegiando o *lettering* com o elenco.

Mesmo com a presença de postagem de vinhetas de telenovelas mais antigas nas Comunidades, como Beto Rockefeller ou Dacin' Days, não há comentários a respeito, demonstrando o não interesse dos membros em comentar, curtir ou compartilhar essas vinhetas.

### **Considerações Finais**

A partir do estudo realizado pode-se perceber que não há um perfil específico (gênero, faixa etária ou classe socioculturaleconômica) de interessado pela temática, como já apontava Campedelli, que na década de 1960: “[...] era fácil precisar o público da telenovela: dirigia-se à dona-de-casa classe-média, algo assim como ‘história para mulheres’. Já no final da década de 70, seu público é algo indistinto, até mesmo impreciso. Ou não: basta generalizar. Todos vêem telenovela.” (1985, p. 16).

Todos veem telenovela, e muitos se interessam pelas vinhetas de abertura das mesmas, mas mesmo em comunidades e grupo de interesse e específicos para discussão e opinião sobre abertura de telenovelas, não há desenvolvimento efetivo de manifestações a respeito, nem por curtidas, nem por comentários, nem por compartilhamentos.

Nos casos em que há alguns comentários ou um pequeno número, que se torna mais expressivo, de curtidas, a postagem diz respeito a novelas que estavam sendo veiculadas na época das manifestações ou que habitam o imaginário coletivo por terem tido destaque na sociedade brasileira, permanecendo a máxima de que as mais recentes (a partir da década de 2010) é que tiveram destaque.

Isto pode refletir a própria adequação da trama telenovelesca à sociedade da época, o que causa maior identificação e, conseqüentemente, maior comoção para manifestações on-line.

O que é controverso é o fato de muitos dos membros declararem serem amantes de telenovelas ou terem interesse altíssimo em aberturas de novelas e, mesmo assim, permanecerem passivos às postagens das comunidades e do grupo.

A vinheta de abertura de telenovela postada nas comunidades ou grupo destemporaliza a mesma, provocando, ao que parece, menor comoção a manifestações. O que não acontece, por exemplo, nos lares ao se assistir à telenovela e sua abertura. São comuns comentários, palpites e manifestações de gosto e desgosto. A partir desta

constatação, pode-se inferir que as pessoas participam das comunidades e grupo para serem reconhecidas como interessadas no assunto, mas, ao mesmo tempo, esse interesse mostra-se como sendo virtual, no sentido de acompanhar o que é postado, mas nem sempre, e de se limitar a não opinar ou mesmo curtir. Menos ainda o compartilhar, algo que, quando acontece, é feito pelos administradores das comunidades e grupo.

De fato muito se fala na mudança de perfil do telespectador passivo para um usuário ativo, que sai da TV analógica e tem acesso à TV digital ou internet. No entanto, a pesquisa exploratória realizada evidenciou que há uma passividade entre os membros das comunidades e grupo, mesmo tendo acessado-os espontaneamente. O acesso e interesse dos membros à temática não se reflete em participação.

Com os apontamentos feitos, abre-se duas possibilidades de pesquisa para encontrar soesussões sobre vinhetas de aberturas de telenovelas, ambas em situações “privadas”: de interessados no assunto por meio on-line, mas *inbox*, ou seja, para pessoas específicas, não sendo aberto ao público geral; e dos interessados no assunto em seus ambientes familiar, de trabalho ou estudo, com amigos e colegas.

Este estudo levanta a hipótese de que a opinião e discussão sobre as vinhetas de abertura de telenovelas é algo mais privativo, não havendo conforto em se manifestar publicamente sobre o assunto, ainda que os envolvidos todos estejam interessados.

## Referências

ABREU, Rogério. **Design na TV: pensando vinheta**. Salto : Ed. Schoba, 2011.

AGÊNCIA Brasil, Empresa Brasil de Comunicação. Disponível em [agenciabrasil.etc.com.br/noticia/2011-04-19/pesquisa-mostra-que-brasil-tem-85-milhoes-de-computadores-em-uso]. Acesso em 13/03/2013.

CAMPEDELLI, Samira Youssef. **A telenovela**. São Paulo: Ática, 1985.

CELULARES. Disponível em [www.teleco.com.br/ncel.asp]. Acesso em 13/03/2013.

CETVN. **Obitel**. Disponível em: [www.eca.usp.br/cetvn]. Acesso em 01 de julho de 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

IBOPE. **IBOPE Mídia desenvolve Peoplemeter móvel para traçar perfil de audiência**. Entrevista de Dora Câmara (diretora comercial do IBOPE Mídia), publicada em 26/08/2009. Disponível em: [www.ibope.com/pt-br/noticias/Paginas/IBOPE%20M%C3%ADdia%20desenvolve%20Peoplemeter%20m%C3%B3vel%20para%20tra%C3%A7ar%20perfil%20de%20audi%C3%Aancia.aspx]. Acesso em 31 de julho de 2013.

\_\_\_\_\_. **Medição de audiência televisiva**. Disponível em: [www.ibope.com/pt-br/ibope/comofazemos/Paginas/Audiencia-de-TV.aspx]. Acesso em 31 de julho de 2013.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Mediações na Recepção**: um estudo brasileiro dentro das tendências internacionais. ALAIC – Asociacion Latino-americana de Investigadores de la Comunicaci3n. Disponível em: [www.eca.usp.br/alaic/Congreso1999/17gt/Immacolata.doc]. Acesso em 29 de maio de 2007.

MARQUES, Jane Aparecida. **Vozes da Cidade**: o sentido da telenovela na metrópole paulistana. Tese de doutorado (Ciências da Comunicação). São Paulo, ECA-USP: 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. De los medios a las practicas. In: **Cuadernos de comunicaci3n y practicas sociales**, n. 1, p. 9-18, 1990.

NEIRA, Luz García. **Abertura de telenovela**: evoluç3o hist3rica e relaç3o com a trama. Disponível em: [http://pt.scribd.com/doc/75935462/Abertura-de-Novela-Luz-Garcia-Neira]. Acesso em 02 de outubro de 2012.

OUALALOU, Lamia. A F3brica de Sonhos da Globo – Novelas, a construç3o de uma naç3o de telespectadores. **Le Monde Diplomatique Brasil**. Ediç3o 72, Julho de 2013. Disponível em: [www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1461]. Acesso em 02 de julho de 2013.

REDE GLOBO. **A Globo no Brasil**. Disponível em: [http://redeglobo.globo.com/Portal/institucional/foldereletronico/g\_globo\_brasil.html]. Acesso em 30 de julho de 2013.