

**Do *Globo Media Center* ao *Gshow* e *Globo Play*:
mediações de ritualidade na recepção fragmentada,
sob demanda e transmídia da telenovela *Tempo de
Amar***

**From *Globo Media Center* to *Gshow* and *Globo Play*:
mediations of rituality on the fragmented, transmedia
and on demand reception of soap opera *Tempo de
Amar***

**De *Globo Media Center* al *Gshow* y *Globo Play*:
mediaciones de ritualidad en la recepción
fragmentada, transmedia y bajo demanda de la
telenovela *Tempo de Amar***

Luís Enrique Cazani Júnior

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Brasil)

cazani@faac.unesp.br

Fecha de recepción: 18 de diciembre de 2017

Fecha de recepción evaluador: 22 de enero de 2018

Fecha de recepción corrección: 07 de febrero de 2018

Resumo

Procura-se, neste trabalho, discutir as mediações comunicativas de ritualidade que envolvem a telenovela *Tempo de Amar* (2017) no *Gshow*, com base nas proposições de Jesús Martín-Barbero (2002). O protocolo metodológico foi estabelecido na aferição sistematizada das exibições contidas nos vídeos da ficção seriada televisiva, objetivando demonstrar em quais horários a telenovela das seis foi fruída sob demanda com maior intensidade. Como resultado, o artigo revela que, antes concentrada em apenas uma faixa

horária, o acesso foi diluído na disponibilização. O período de maior consumo ocorre na tarde do dia seguinte da veiculação. Além disso, as exibições são maiores às segundas-feiras em contraponto ao final de semana.

Palavras-chave: Sob demanda, Telenovela, Mediação, Ritualidade, Tempo de Amar, Gshow.

Abstract

This paper discusses the mediations of rituality of the soap opera Tempo de Amar (2017) in Gshow based on the propositions of Jesús Martín-Barbero (2002). The methodological protocol was established in the systematized assessment of the exhibitions contained in the fragments of scenes of this television serial fiction, with the purpose of demonstrating in which schedules the soap opera of the six was enjoyed on demand with greater intensity. As result, the article reveals that, once focused on a single schedule, access was diluted in availability. The period of greatest consumption occurs in the afternoon of the day after the placement. In addition, the exhibits are larger on Mondays than counterpoint at the weekend.

Keywords: On-demand, Soap Opera, Mediation, Rituality, Tempo de Amar, Gshow.

Resumen

Este trabajo discute las mediaciones comunicativas de ritualidad que envuelven la telenovela Tempo de Amar (2017) en el Gshow, con base en las proposiciones de Jesús Martín-Barbero (2002). El protocolo metodológico fue establecido en la medición sistemática de las exhibiciones contenidas en los fragmentos de escenas de esa ficción seriada televisiva, con el objetivo de demostrar en qué horarios la telenovela de las seis fue fruida bajo demanda con mayor intensidad. El artículo revela que, antes concentrada en un solo horario, el acceso se diluye en la disponibilidad. El período de mayor consumo ocurre en la tarde del día siguiente de la transmisión. Además, las exhibiciones son mayores en los lunes en contraposición al final de semana.

Palabras clave: Bajo demanda, Telenovelas, Mediación, Ritualidad, Tempo de Amar, Gshow.

Introdução

A origem dos contadores de histórias audiovisuais encontra-se entre o final do século XIX e início do século XX. A imagem em movimento gerou representações e experiências diversas, cristalizadas em diferentes gêneros do discurso. Atualmente, vive-se mais uma etapa da sua evolução. Das ruas, esses narradores chegaram às sessões de cinema, desconfortáveis no início. Dessa situação surgiu, de acordo com Arlindo Machado (2014), a serialidade nessas narrativas. Em seguida, as histórias ganharam independência, adentrando aos domicílios em outras formas de fruição, seja pela transmissão televisiva ou pelas locadoras. Hoje, transitam no ciberespaço e podem ser acessadas por meio de celulares, de computadores pessoais ou de televisores conectados em qualquer momento. É assim que se pode definir a Šahrāzād digital, alusão à personagem do *Livro das Mil e Uma Noites*, relatando em fluxo ou sob demanda, via *streaming* ou *download*, como um serviço principal ou acessório, portando ou não ações transmidiáticas.

A cinemática possui agendamento de horário e de localidade. Já a transmissão linear da televisão diversifica os parâmetros na recepção de filmes. Segundo Raymond Williams (2005, p. 79): “o fenômeno, do fluxo planejado é, talvez, a característica definidora da radiodifusão, simultaneamente, como tecnologia e como forma cultural”. Por ou sob demanda, *pull media* (Jenkins, 2009), meio heterócrono (Marion, 1997) ou *over-the-top* (Ancine, 2015); independentemente da denominação empregada, o sinônimo é de flexibilização da atividade. Nicolas Negroponte (1995, p.24) foi o responsável por uma das primeiras definições do VOD: “possibilidade de se receber vídeo e áudio (filmes, notícias, desenhos) sob encomenda, no momento em que desejar, bastando um comando do controle remoto”.

Repletos de obras, os catálogos virtuais fazem sucesso na atualidade. Este trabalho lança um olhar sobre o *Globo Play* e o *Gshow*. Eles constituem o sistema de fruição não-linear de telenovelas da Rede Globo de Televisão. A atenção do artigo está na recepção fragmentada de vídeos, provenientes do desmembramento de capítulos e disponíveis para o público em ambas dessas entradas. Ressalta-se que, diferentemente do *Globo Play* que reúne apenas audiovisual e transmissões (*simulcasting*), o *Gshow* é a seção da *Globo.com* que contém as produções da categoria de entretenimento e é onde são alocados diferentes materiais, como os resumos da história, os perfis das personagens e as reportagens especiais. Dados numéricos que foram extraídos das páginas de vídeos de capítulos de *Tempo de Amar* (2017) no *Gshow* permitiram levantar considerações sobre o comportamento da audiência nessa recepção fragmentada, transmídia e sob demanda da telenovela das seis horas.

Marco histórico: a evolução da disponibilização de telenovelas no Brasil

O *Grupo Globo* vem promovendo o relacionamento entre a televisão e a internet desde a virada do século XXI, esbarrando em entraves tecnológicos, na penetrabilidade da banda larga e em tendências internacionais que surgiram no período, como *YouTube* e *Netflix*, através de serviços de *streaming* com diversas denominações que demarcam sua evolução: *Globo Media Center* (GMC), *Globo Vídeos*, *Globo.TV*, *Globo.TV+*, *Gshow* e *Globo Play*.

A *Globo.com* emergiu no mês de março de 2000 e trouxe para o ciberespaço extensões das diferentes mídias dessa organização. O GMC foi lançado no ano de 2003, com a proposta de oferecer conteúdo integral para seus assinantes. Após dois anos, a aplicação contava com cinquenta mil assinaturas exclusivas, além de cento e cinquenta mil peças audiovisuais, de acordo com dados de Ralphe Manzani Júnior (2006), numa resolução de vídeo que atingia o modo CVGA (320 x 200) e com reprodução via *Flash Player*.

Figura 1: Interface do *Globo Media Center* em 2005

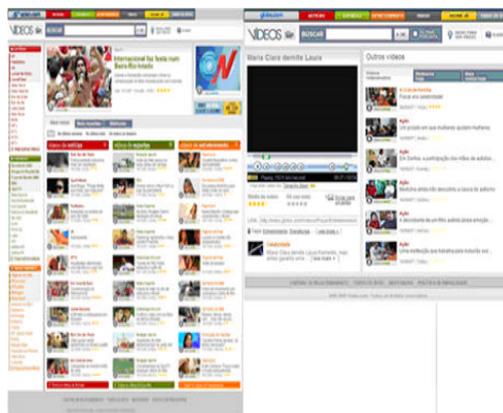


Fonte: FISCHER (2008, P.142)

Na atualidade, o aplicativo *Globo Play* é a atividade correspondente e disponibiliza antecipadamente produtos que serão emitidos na forma linear, estratégia de comercialização que não vai muito além do que já propunha o GMC. Em setembro e em dezembro de 2006, nasceram o *G1* e o *Globo Vídeos*, respectivamente. O *Globo Vídeos* foi o responsável por substituir o GMC, partindo da resolução CVGA e chegando em HVGA (480 x 300) e XGA (1024 x 768) com o passar do tempo. Em português, o *YouTube* caiu nas graças do público no ano seguinte, inclusive com o apoio do *Grupo*

Globo, parceria que se mostraria conflituosa com o passar dos anos. Nota-se, na imagem abaixo, a reprodução no *Windows Media Player*

Figura 2: Layout do Globo Vídeos em 2006.



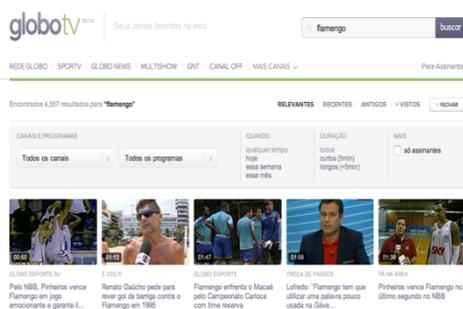
Fonte: FISCHER (2008, p.143)

Em sua tese, Gustavo Daudt Fischer contrapôs o *GMC/Globo Vídeos* e o *Youtube* para examinar a operacionalidade: “um originado de um grupo de mídia fortemente estabelecido e de extrema importância (...) e o outro de caráter nativo à web” (FISCHER, 2008. p.18). O autor destaca o vídeo no cerne dessas estruturas:

Ao buscarmos referências nesse sentido, queremos destacar um movimento que vai da questão técnica que resgatamos da relação entre vídeo e televisão, passando pela possibilidade da produção e circulação de vídeo que se desassocia de uma programação televisiva e da experiência cinematográfica e que finalmente ganha novas frentes com a web. (FISCHER, 2008, p.52)

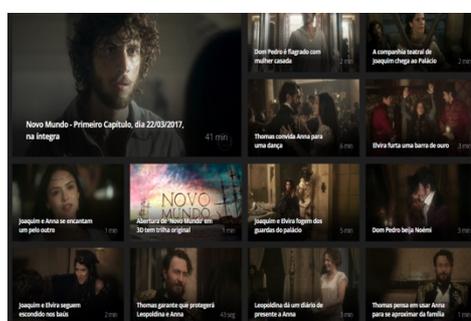
Do *Globo Vídeos* para o *Globo.TV* em janeiro de 2012, chegou-se em 14 setembro de 2012 no *Globo.TV+*. A aplicação consistia na oferta de conteúdos em alta definição com o custo mensal de 12,90 reais. Em 3 de novembro de 2015, foi introduzido o *Globo Play*, uma nova aplicação que também custeada pelo assinante.

Figura 3: Interface do Globo TV+.



Fonte: Rede Globo

Figura 4: Interface do Globo Play.



Fonte: Rede Globo

Desde 20003, há, portanto, serviços de disponibilização de telenovelas no Brasil. Existe, ainda, uma forma gratuita e diferenciada de acesso via página da produção no *Gshow*. Nele, o capítulo também é encontrado fragmentado para não assinantes e integral para assinantes. O artigo apurou que em 11 de abril de 2011, *Cordel Encantado* (2011) inaugurava esse modo sob demanda.

Figura 5: Acesso fracionado da telenovela Cordel Encantado via Gshow.



Fonte: Rede Globo

A televisão como plataforma principal apresenta o conteúdo completo. Como estratégia de transmediação da telenovela (JENKINS, 2009), há o direcionamento para o que deve ser assistido na forma parcelada no *Gshow*, completada com conteúdos especiais. Nem todas as partes do capítulo são disponibilizadas nas páginas. Nesse processo, o trabalho compreende que a complexidade incide nas telenovelas externamente e internamente.

O primeiro manifesta-se no planejamento de um produto envolvendo vários media, prática denominada transmediação. Embora já tenha sido aplicada em produções hollywoodianas de grande sucesso dos anos de mil novecentos e setenta, tornou-se popular, graças ao termo *transmedia storytelling*, cunhado por Henry Jenkins. A partir dessa leitura, compreende-se transmediação como processo estratégico que emprega diferentes plataformas de comunicação no desenvolvimento de uma matriz de conteúdo. Ao estendê-la pelos suportes, atendendo as suas especificidades e níveis de interação, originam-se produtos interdependentes conjugados em uma mesma rede de significação. Emerge-se, dessa forma, uma espacialidade explorada de maneira distinta por diferentes tipos de audiência. (...) O segundo processo de complexificação atinge o cerne da obra audiovisual, através da incorporação de paradigmas tecnológicos e experimentações, principalmente, em torno da linearidade. Associam-se, dessa forma, módulos de sentido de maneira diferenciada, interpolando-os, justapondo-os, suprimindo-os ou bifurcando-os. (CAZANI JÚNIOR, 2015, p.35)

No caso do *Gshow*, ao fragmentar e dispor os capítulos em um ambiente hipertextual, o internauta escolhe quais vídeos, personagens ou tramas deseja seguir, optando por uma das linearidades da história.

Marco referencial: mediações comunicativas da cultura

Em seu livro *Itinerários da Investigação*, Jesús Martín-Barbero elenca a ritualidade, socialidade, institucionalidade e tecnicidade como as mediações comunicativas da cultura. É necessário, no primeiro momento, compreender o sentido do conceito de *mediação*.

Na América Latina, o principal teórico associado ao conceito de mediação é Jesús Martín-Barbero, para quem a mediação refere-se as construções culturais e simbólicas, às ressignificações do sujeito no contexto dos meios de comunicação de massa ou dos meios de comunicação interativos, integrando uma comunidade simbólica e tomando decisões negociadas também simbolicamente com esses meios de comunicação. (MARCONDES FILHO, 2009, p.249)

O corpo social constitui-se e articula-se em torno de grupos de indivíduos que interagem entre si. O compartilhamento de objetivos, de traços identitários e de condutas movem essas reuniões na coletividade, emergindo regimes de socialidade. Nas palavras de Martín-Barbero (2002, p.230-231): “a socialidade dá nome à trama de relações cotidianas que tecem os homens ao se juntar, e nas quais se ancoram os processos de interpelação e constituição dos sujeitos e identidades”. Com forte presença, a televisão pauta o cotidiano. Seus conteúdos são facilmente difundidos, favorecendo a convergência

de diálogos. Já produtos disponibilizados no *Globo Play* antecipadamente não conquistam esse destaque com a mesma facilidade. O ciberespaço possibilitou encontrar pessoas com os mesmos interesses. A revisão dessas peças em fóruns e a publicação de resenhas tornou-se comum. Produtos em língua estrangeira são traduzidos por fãs e compartilhados por meio de servidores gratuitos. Se antes as pessoas se encontravam e um determinado assunto vinha à tona pelo destaque dado pelos meios, hoje, elas buscam pessoas específicas para falar dos temas que lhes interessam.

A mídia é um objeto multidimensional, imbricada em processos de natureza diversa, estando entre as lógicas de produção e os confrontos acerca das hierarquizações culturais. Norteadas pelo lucro, são avaliados riscos econômicos na institucionalidade. Já a tecnicidade é inserida entre organização de significados e estruturas que podem ser reproduzidas e que são criadas pelo pensamento. Para Martín-Barbero (2002, p.235): “a tecnicidade nomeia então o que na sociedade não é só da ordem do instrumento mas também da ordem da sedimentação de saberes e da constituição das práticas”. Gêneros do discurso passaram a serem avaliados e adaptados para suprirem as necessidades da recepção sob demanda. No caso dos conteúdos televisivos, os ganchos e a repetição são fundamentais, pois são amplamente empregados no gerenciamento da atenção do público. Sob demanda, eles são questionados.

A formalização define a ritualidade como mediação, situando-se entre práticas sociais e modos como são organizados os sentidos. A ausência de arranjos estáveis inibe a reprodução. Sem reincidência, não há protocolo, tornando-se único o processo. De acordo com Martín-Barbero (2002, p.232): “a ritualidade impõe regras ao jogo da significação, introduzindo o mínimo de gramaticalidade que faz possível expressar e tornar compatível o sentido”. Ainda, segundo ele: “isso implica, de parte das mídias, uma certa capacidade de impor regras aos jogos entre significação e situação” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.232). Dessa forma, a maneira como se interage de forma regular com a mídia funda essa mediação. Como descrito na introdução deste trabalho, a ritualidade do cinema difere-se da televisão em fluxo contínuo da televisão sob demanda, sendo uma das formas para distinguir experiências. Essa mediação, portanto, tem uma importância significativa nos estudos da comunicação.

Mediações de ritualidade no *Gshow*

A disponibilização incita que o espectador estabeleça o protocolo da recepção, ou seja, sua ritualidade. Negroponte (1995, p.164) sintetiza tal ideia com a frase: “o nobre do horário nobre será a nossa opinião sobre ele, e não aquela de uma massa demográfica e abstrata de potenciais consumidores”. Dessa forma, não há agendamento institucional de exibição, ou seja, uma temporalidade previamente definida.

Seis operações que atingem as mediações de ritualidade foram vislumbradas no *Gshow*, além das clássicas avançar e retroceder: recebimento fracionado ou integral de capítulo ou de episódio; consumo contínuo e intenso por meio de maratonas; recuperação de cenas perdidas durante o rito clássico; reassistência de eventos já vistos na veiculação tradicional; assistência da história sem qualquer contato com a exibição no fluxo; e a opção de fruição a partir da seleção de tramas ou personagens, aproveitando o ambiente hipertextual.

A configuração do conteúdo audiovisual no *Gshow* é diversa: o capítulo é encontrado fragmentado em numerosos vídeos ou em arquivo único para não assinantes e assinantes, respectivamente, seja de forma unitária ou temporada completa. O *binge-watching*, em livre tradução, *consumo doentio*, é um conceito semelhante ao de maratona, uma recepção intensa e contínua da narrativa seriada, já manifestado em transmissões sazonais da televisão paga. Com a alocação de temporadas completas, o espectador tem a possibilidade de estabelecer essa fruição.

Obras clássicas são disponibilizadas para assinantes, o que permite que indivíduos que não assistiram na forma canônica possam ter contato com a história pela primeira vez. Já a reassistibilidade, que é amplamente estudado por Jason Mittell, revela o retorno ao conteúdo instigado por motivos diversos. Mittell (2011) distingue três formas reassistibilidade: analítica, emocional e social. Associado ao conceito *serialidade ergódica*, proposto por Jaime Costas Nicolás, ele revela uma técnica de roteirização que consiste em apresentar informações nas entrelinhas para que, na rede, apreciadores debatam os sentidos desprendidos.

A assistência hipertextual permite a seleção de trechos em detrimento da supressão de outros. A listagem de vídeos por personagem já existia desde 2011. Na telenovela *Viver a Vida* (2009-2010), não há nada além da descrição do perfil da personagem e de suas relações. Na telenovela que a sucede, *Passione* (2010-2011), há mudanças, com inclusão de fotos e de vídeos exclusivos. Por fim, *Insensato Coração* (2011) já apresenta o mecanismo capaz de gerar uma ritualidade diferenciada.

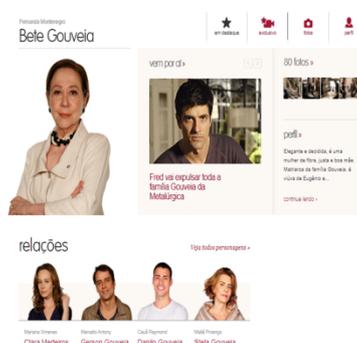
A descrição do capítulo apresentava direcionadores, a partir do nome da personagem ou de eventos, para o *vem aí*, seção que antecipa os acontecimentos. Posteriormente, o texto passou a ser configurado pelos títulos dos vídeos, que sintetizam suas ações. A filtragem via personagem apresenta, também, reportagens sobre tendências da moda e comportamento que refletem suas tramas.

Figura 6: Mecanismo de busca de conteúdo via personagem na telenovela *Viver a Vida*.



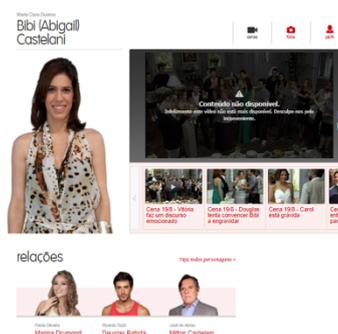
Fonte: Rede Globo

Figura 7: Mecanismo de busca de conteúdo via personagem na telenovela *Passione*.



Fonte: Rede Globo

Figura 8: Mecanismo de busca de conteúdo via personagem na telenovela *Insensato Coração*.



Fonte: Rede Globo

Em dois estudos sobre seleção de tramas, Luís Enrique Cazani Júnior (2017) apresenta números interessantes sobre *Avenida Brasil* (2012), telenovela das nove horas que possuía três linhas narrativas em seu primeiro capítulo. Segundo ele:

“na média de visualizações, o núcleo secundário de Cadinho e suas esposas obteve apenas 34 mil visualizações na estreia. Já a linha de Rita, Carminha e Genésio

obteve 69 mil acessos. Por fim, a ascensão de Tufão angariou 55 mil visualizações” (Cazani Júnior, 2017, p.14).

O caso emblemático de seleção de tramas ocorre, na visão de Cazani Júnior (2017), na minissérie *Justiça* (2016). Dentro do mesmo universo, histórias distintas foram apresentadas em dias previamente estabelecidos na veiculação tradicional. A média de audiência foi de 26 pontos na mensuração do IBOPE. Já sob demanda, as narrativas apresentadas no começo da semana obtiveram maiores acessos. Cada um dos vinte capítulos contava com oito parcelas. A tabela abaixo revela a somatória dos 160 fragmentos, cuja coleta ocorreu no dia 1 de maio de 2017 e os dados refletem o acúmulo dos acessos até essa data. Recentemente, a *Rede Globo* retirou a maioria desses vídeos, visando centrar no acesso pago.

Tabela 1: Análise sob demanda e televisiva da minissérie Justiça

Dia	Exibições	
	Total	Média
S	6.988.658	1.397.731
T	5.562.563	1.112.512
Q	4.184.887	836.977
S	3.952.019	790.405

Dia	KANTAR IBOPE					Média
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	
S	29,6	27,1	27,5	24,7	25,4	26,86
T	28,4	28,5	19,7*	24,4	26,1	26,85
Q	27,7	26,3	24,5	25,9	28,8	26,64
S	26,2	27,1	25,9	25,7	25,7	26,12

Fonte: Cazani Júnior (2017, p.13)

Da matriz do melodrama clássico francês, os papéis narrativos secundários do Bobo e da Ama angariaram um novo *status quo* em *Avenida Brasil* (2012), mas o internauta se esquivou de assisti-los. Em *Justiça* (2016), escolheu a variação do tema que mais lhe agradou para seguir.

Materiais e Método

Como corpo de estudo, este trabalho monitorou os doze primeiros capítulos de *Tempo de Amar* na plataforma *Gshow*, telenovela escrita por Alcides Nogueira, produzida pela Rede Globo de Televisão e exibida na faixa das seis horas a partir de 26 de setembro

de 2017. O protocolo metodológico foi estabelecido na aferição sistematizada das exibições contidas nos fragmentos de cenas, com o objetivo de demonstrar em quais horários a telenovela das seis foi fruída sob demanda com maior intensidade, levantando, dessa forma, suas novas ritualidades. Na história, Maria Vitória apaixona-se por Inácio. O romance é interrompido pela partida do rapaz para o Rio de Janeiro. Inácio acidenta-se e perde a memória. Além da falta de contato com o amado, a mocinha tem seu filho arrancado dos braços após o nascimento.

No processo de monitoramento sob demanda da ficção seriada televisiva, foram feitos registros fotográficos das telas para documentação do trabalho. Além disso, foram somadas as visualizações de todos os fragmentos que pertencem ao mesmo dia de veiculação para indicar sua totalidade. O ciclo contemplou o primeiro capítulo a cada hora, ao atingir 24 horas, 48 horas e, assim, sucessivamente, pelo período de 14 dias, incluindo o domingo. A medição dos outros onze capítulos seguiu apenas o completar de cada dia na rede, procurando levantar dados referentes ao comportamento da audiência em cada dia da semana.

Figura 9: Trecho do primeiro capítulo de Tempo de Amar com s visualizações.



Fonte: Rede Globo

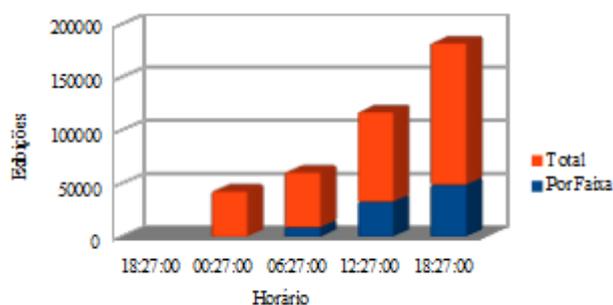
A título de comparação, foi examinado apenas o capítulo de estreia de *O Outro Lado do Paraíso*, a cada hora após a transmissão canônica e ao atingir 24 horas, telenovela escrita por Walcyr Carrasco, produzida pela Rede Globo de Televisão e exibida na faixa das nove horas a partir de 23 de outubro de 2017. Em Palmas, Clara casa-se com Gael. Sofia, sua sogra, aplica-lhe um golpe para tomar posse de suas terras e explorar suas riquezas. Dez anos depois, Clara retorna para vingar-se.

Resultados e Discussões

A veiculação tradicional de *Tempo de Amar* (2017) foi iniciada às 18h18m e encerrada às 19h15m. Sob demanda, a disponibilização começou às 18h27m e encerrou às 19h27m. Conforme era exibida, os trechos iam sendo inseridos na página de vídeos do *Gshow* e no aplicativo *Globo Play*. Entre 18h27m e 00h27m, o primeiro capítulo conseguiu 43.130 acessos. Das 00h27m às 06h27m, foram 8.979 exibições. Entre 6h27m e 12h27m, ele conquistou a marca de 32.787 visualizações. Por fim, entre 12h27m e 18h27m, o capítulo obteve 48.861 acessos. Assim, a estreia de *Tempo de Amar* (2017) obteve

133.757 exhibições nas primeiras vinte e quatro horas de disponibilização no *Gshow*. Destaca-se o número substancial na faixa que compreende o período logo após sua exibição tradicional e na tarde do dia seguinte.

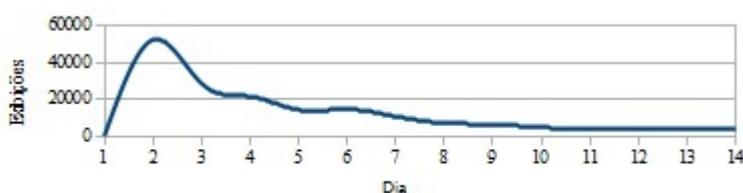
Figura 10: Acesso sob demanda do primeiro capítulo da telenovela *Tempo de Amar*.



Fonte: elaboração própria

Ao longo de quatorze dias, foram averiguados os acessos no primeiro capítulo. Notou-se um percentual adicional recorrente, conforme demonstrado na figura abaixo. Esse movimento pode ser ocasionado por espectadores que buscaram a trama para rememorá-la, para recuperá-la ou para iniciá-la. A evolução dos acesso partiu de 133.757, passou para 189.744, 218.508, 240.126, 254.522, 269.193, 279.915, 287.043, 293.416, 298.161, 302.129, 305.773, 309.331 e 313.618. Nota-se uma oscilação entre 3,5 mil a 4,5 mil acessos nos últimos quatro dias (3.968, 3.644, 3.558 e 4.287).

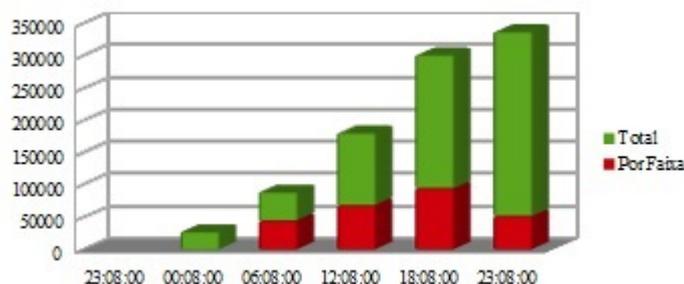
Figura 11: Evolução do acréscimo nos acessos sob demanda do primeiro capítulo da telenovela *Tempo de Amar*.



Fonte: elaboração própria

A veiculação clássica e a disponibilização de *O Outro Lado do Paraíso* (2017) ocorrem mais tarde que em *Tempo de Amar* (2017). Isso pode ser considerada uma das razões pela movimentação intensa na madrugada. A transmissão da telenovela das nove horas foi iniciada às 21h19m e encerrada às 22h34m. Sob demanda, os fragmentos começaram a serem alocados no *Gshow* às 21h58m e finalizados às 23h08m.

Figura 12: Acceso sob demanda do primeiro capítulo da telenovela O Outro Lado do Paraíso em 24 horas.

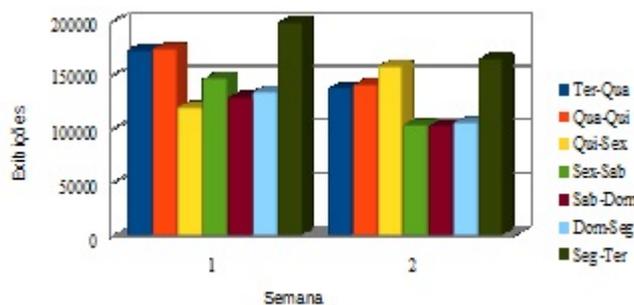


Fonte: elaboração própria

No período compreendido entre 23h08m e 00h08m, o primeiro capítulo obteve 27.546 acessos. Na faixa das 00h08m às 06h08m, foram 44.497 exibições. Das 06h08m às 12h08m, foram 68.012 visualizações, enquanto de 12h08m até 18h08m foram 94.425 acessos. Por fim, na faixa das 18h08m até 21h08m, 51.440 acessos. No total, foram 285.920 exibições. Com a oferta de capítulos de telenovela sob demanda, seja na sua forma fragmentada ou integral, promove-se uma flexibilização da temporalidade de recepção. Embora não haja grade horária de programação que agende o conteúdo disponibilizado, a produção das seis mobilizou menor quantidade de acessos que a das nove horas. Ressalta-se que os índices na transmissão linear também são distintos nas faixas, que geralmente crescem com o passar do tempo. O horário pode gerar uma maior visibilidade da história e estimular a navegação.

Ao comparar a evolução dos acessos nas duas primeiras semanas da telenovela *Tempo de Amar* (2017), foram encontrados percentuais similares nos dias da semana. Os capítulos do final de semana possuem menos acessos. Ressalta-se que ocorreu uma transmissão esportiva que incidiu sobre a duração e o horário do capítulo 9. Em contraponto, capítulos de segunda-feira possuem maior quantidade de acesso na rede. Os valores estão na

Figura 13: Acesso sob demanda da telenovela Tempo de Amar a cada dia da semana.



Fonte: elaboração própria

Ao comparar transmissão linear e não-linear, pode-se afirmar que a relação é variável. Por exemplo, quedas e elevações ocorreram, simultaneamente, em ambas fruições do mesmo capítulo. Há, ainda, outros casos específicos. Por exemplo, o capítulo com maior audiência possui uma das menores quantidade de acessos. Existe, também, capítulos com grande quantidade de exibições e baixa audiência televisiva. Destaca-se que tanto no fluxo como sob demanda, a audiência no final da semana é menor. Dessa forma, conclui-se que a queda de audiência na veiculação tradicional nem sempre gera aumentos de exibições na sua plataforma *on-line*, que seriam motivados pela recuperação da trama não assistida.

Tabela 2: Audiência no fluxo de transmissão televisivo e sob demanda da telenovela Tempo de Amar

Capítulo	Dia	IBOPE	Exibições
1	Terça	26,5	133.757
2	Quarta	23,4	87.988
3	Quinta	26,8	109.195
4	Sexta	24,7	52.422
5	Sábado	21,7	54.190
6	Segunda	25,8	104.759
7	Terça	24,9	111.188
8	Quarta	23,9	108.854
9	Quinta	27	63.017
10	Sexta	21,8	100.446
11	Sábado	21,9	69.160
12	Segunda	22,8	128.682

Fonte: elaboração própria

Conclusões

Em um trabalho minucioso de coleta de dados, de vídeo em vídeo, de página em página, foi possível resgatar os rastros deixados pelos amantes da telenovela *Tempo de Amar* (2017) na plataforma *Gshow* da Rede Globo. Se a quantidade de seguidores nas

mídias sociais pode denotar um certo grau de influência de uma personalidade, as exibições sugerem a capacidade de mobilização virtual da história. Ao transformar informações numéricas em conhecimento que reflete a movimentação do público na forma de televisão não-linear, a pesquisa encontrou certas regularidades, conforme foi demonstrado, a destacar: a diluição da faixa horária e o acesso significativo no período da tarde e no começo de semana.

Avançar, retroceder, reassistir, maratonar, agendar e selecionar a personagem ou trama. A recepção sob demanda de ficção seriada televisiva possui ritualidade que são traduzidas por significados produzidos por esses verbos. Agora, indo além do sentar e do assistir, o “controle remoto” é movido pelo imperativo: flexibilize a experiência!

Referências

- Affini, L. P., & Cazani Júnior, L.E (2013). Recepção por demanda de ficção seriada televisiva. *Culturas Midiáticas*, (VI), 1-16. Recuperado de: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/cm/article/view/17552/10078>
- Baghete (2006, 21 de dezembro). Globo.com renova site de vídeos. Recuperado de: <https://www.baghete.com.br/noticias/internet/21/12/2006/globocom-renova-site-de-videos>
- Cazani Júnior, L. E (2017). Análise da recepção sob demanda da telenovela *Avenida Brasil* e da minissérie *Justiça*. *Revista Geminis*, (8), 4-20. Recuperado de: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/277/248>
- Cazani Júnior, L. E (2016). Da veiculação em fluxo contínuo para a disponibilização: o gancho na produção de sentido da telenovela *Avenida Brasil*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Recuperado de: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/143799>.
- Cazani Júnior, L.E (2015). A complexificação da narrativa audiovisual na contemporaneidade. *Temática* (XI), 34-47. Recuperado de: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/26245/14132>
- Fischer, G. D (2008). As trajetórias e características do Youtube e Globo Media Center / Globo Vídeos: um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de websites de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da web. (Tese de doutorado). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, PPGCOM.
- Gaudreault, A (2016). *O fim do cinema? Uma mídia em crise na era digital*. São Paulo: Papirus.

- Jenkins, H (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Macedo, E (2012, 1 de janeiro). Recuperando de: <https://emerleite.com/2012/01/globo-tv>
- Machado, A (2014). *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora do Senac.
- Manzani Júnior, R (2006, 20 de setembro). Globo.com faz nova aposta na convergência da TV com a internet. Recuperado de: <http://idgnow.com.br/internet/2006/09/20/idgnoticia.2006-09-20.0076811400/>.
- Marcondes Filho, C (2009). *Dicionário da comunicação*. São Paulo: Paulus.
- Marion, P (1997). Narration médiatique et médiagenie des récits. *Recherches em Communication* (7), p.82.
- Martín-Barbero, J (2002). *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola.
- Martín-Barbero, J (2009). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.
- Mittel, J (2011, 27 de janeiro). Notes on Reawatching. JustTV. Recuperado de: <https://justtv.wordpress.com/2011/01/27/notes-on-rewatching/>.
- Negroponte, N (1995). *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Willians, R (2005). *Television: Techonology and cultural form*. Londres: Taylor & Francis e-Library.