

DOSSIÊ TEMÁTICO “PROCESSOS DE CRIAÇÃO DA FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA”

Maria Carmem Jacob de Souza*

As séries televisivas são hoje um dos produtos que mais atraem a atenção de espectadores críticos que atuam nas plataformas jornalísticas, nos sítios de redes sociais e na arena da investigação acadêmica. Produtos seriados se multiplicam no formato dos realities shows, no formato jornalístico, documental e nos formatos das séries ficcionais. Eles compõem o conjunto mais expressivo da programação televisiva das redes de televisão aberta, dos canais fechados de TV e dos outros sistemas de oferta como a TV pela internet netflix.

A oferta de produtos seriados ficcionais das últimas décadas considerados de qualidade do ponto de vista narrativo e estético supera as expectativas e ganha notoriedade no campo científico. As análises que tendiam a se preocupar com as dimensões culturais e ideológicas dos temas abordados tendem cada vez mais a tratar dos processos criativos e da dimensão poética e estética, ampliando assim essa área de estudos. Amplia-se também a área de pesquisas que cada vez mais articulam as dimensões econômicas que envolvem a produção e a circulação com as dimensões culturais e estéticas que tratam das estratégias textuais e das experiências de fruição, apreciação e consumo.

As revistas científicas no campo da comunicação no Brasil refletem esta situação e publicam uma diversidade de artigos sobre a ficção seriada, mostrando a consolidação de uma nova vertente de estudos. Contemporanea – Revista de Comunicação e Cultura apresenta neste número um conjunto de reflexões sobre o assunto. O leitor encontrará neste número artigos que tratam de produtos da teledramaturgia seriada que moram no coração dos modelos econômicos de produção e circulação dos mercados globalizados, inseridos na ambiência digital da convergência. Temos no mercado Brasileiro, as telenovelas, no mercado Japonês, os animês, e no mercado norte-americano, as sitcoms.

* Doutora em Ciências Sociais (PUC/SP), Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas/UFBA, Coordenadora do Grupo de Pesquisa A-tevé, Laboratório de análise da teleficção. mcjacobs@gmail.com

A telenovela brasileira *Cheias de Charme* (19 horas, Rede Globo, 2012) foi abordada por Carla Bonfim de Moraes Salles e Míriam Cristina Carlos Silva (PPG Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba) em *A classe popular* como protagonista na tela da Globo para demonstrar como as estratégias que operam o uso do Kitsch caracterizam a poética de apelo popular na teledramaturgia.

Simone Rocha (PPG Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais), problematiza em *O Astro 2011: remake ou releitura?*, questões que envolvem o “processo de criação” de telenovelas segundo novas bases propostas pela emissora – adaptação de obras consagradas, menor extensão do produto e nova franja do horário nobre de exibição. Foram cuidadosamente abordados os temas tratados nas tramas das estratégias narrativas empregadas pelos roteiristas e nos recursos visuais, sonoros e cênicos empregados pelos diretores e pela equipe para recriarem o sucesso de *Janete Clair* dos anos setenta. Rocha instiga uma frutífera reflexão sobre os novos e velhos formatos das telenovelas em gestação na televisão brasileira que merecem a nossa atenção.

As comédias de situação, sitcoms, são por excelência um dos produtos mais exitosos no mercado norte-americano que mostra pujante capacidade de se capilarizar pelo planeta. As contribuições de Christian Pelegrini e Rogério de Almeida (PPG Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo) em *Apresentando: a estrela de sitcom* – a fronteira tênue entre os diferentes regimes de aparecimento no sitcom americano centram-se na atenção dedicada à análise da performance dos personagens a partir das proposições de David Marc. Os autores insistem na riqueza dos estudos sobre a performance dos atores que se dedicam a aprofundar as maneiras de se hibridizar tradições estilísticas fílmicas e teatrais com as apresentações da ficção realizada para a televisão, pois eles podem tornar mais nítida as possíveis particularidades do meio televisivo e, mais ainda, dos formatos voltados para a comicidade, como é o caso das sitcoms.

O universo dos fãs que emergem com vigor da ambiência midiática digital da convergência será objeto de reflexão na esfera de produção, criação e distribuição de um dos ícones da ficção seriada japonesa no mundo – a animação seriada televisiva denominada animê. Afonso de Albuquerque e Krystal Cortez (PPG Comunicação da Universidade Federal Fluminense) em *Ficção Seriada, Cultura Nacional e Des-Occidentalização: o caso dos Animês* esclarecem que “atualmente, os animês são lançados no mercado em três formatos que funcionam em sinergia: séries de televisão, filmes e OVAs (Original Video Animation), sendo este último formato, direcionado para a comercialização de animês

no mercado de home-vídeo”. O exemplo recente de séries desta natureza é “One Piece que está em exibição contínua, sem reprises, por quatorze anos (de 1999 até os dias atuais)”. Exploram com minúcias o campo de produção, distribuição e consumo mundial dos animês para indagar sobre as estratégias que fomentam a des-ocidentalização destes produtos que se tornam um objeto de paixão pop dos fãs. Dentre as estratégias apresentadas está a atuação da comunidade fansubber que traduz a curiosa função da tradução facilitadora do consumo dos produtos. Situação que remete a urgente reflexão sobre a expertise cultivada no universo das audiências globais dos fãs de séries para acompanharem “os ritmos da temporalidade de difusão de suas séries favoritas”. Práticas que incidem sobre as experiências contemporâneas de criação, consumo e recepção da série ficcional televisiva em âmbito local e mundial.

Contemporanea traça seu caminho primeiro neste tema tão instigante das narrativas ficcionais seriadas televisivas com a promessa de em breve ampliar o escopo de ofertas que, se espera, venha atender às expectativas de nossos leitores.