

A INDÚSTRIA DE CONSUMO A PARTIR DE ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS DA TELENVELA OS DEZ MANDAMENTOS

Maysa Cristina de Jesus Siqueira

Orientadora: Fernanda Elouise Budag

Resumo: Esta monografia tem por objetivo discutir a indústria do consumo cristão em torno das estratégias mercadológicas da telenovela¹⁹ Os Dez Mandamentos. O tema aborda, portanto, a telenovela Os Dez Mandamentos e as reverberações que resultaram junto ao público. Tal como o consumo de outras mídias e produtos, que foram originários a partir dela. Por meio de publicações do OBITEL – Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva – e textos de pesquisadores brasileiros como Baccega (2013) e Lopes (2003), podemos analisar o cenário da telenovela brasileira em relação à sociedade. No contexto mercadológico cristão, valemo-nos da reflexão de Cunha (2007), de acordo com a qual o segmento de mercado cristão agrega valores e sentidos religiosos, que refletem na composição da lógica do consumo cristão. Dessa maneira, o nosso estudo apresenta o caráter exploratório, com abordagem qualitativa dos dados. A pesquisa procede das seguintes etapas: levantamento bibliográfico com base no objeto de estudo, a análise documental da telenovela Os Dez Mandamentos e a pesquisa de campo para identificar as percepções e consumos relacionados à telenovela, que emergem dos discursos dos entrevistados. Diante disso, analisamos o consumo e as estratégias de marketing do

¹⁹ Telenovela é um termo genérico para se referir à narrativa ficcional televisiva no Brasil. O termo popularmente conhecido é novela, no entanto em âmbito acadêmico o uso da palavra telenovela é mais apropriado, portanto vamos nos referir a ela como telenovela.

mercado cristão, a partir da telenovela Os Dez Mandamentos, a fim de refletir sobre os reflexos na vida do cristão e na sociedade do século XXI.

Palavras-chave: Telenovela; Comunicação; Consumo; Mercado; Religião.

Introdução

A presente pesquisa proporciona conhecimento sobre a telenovela Os Dez Mandamentos e o impacto que gerou junto ao público. Tal como o consumo de outras mídias e produtos, que foram originários a partir dela. Compreender esse fenômeno nos agrega conhecimento sobre as estratégias de marketing do mercado cristão, a fim de analisar o reflexo que teria na sociedade do século XXI, agregando produção de conhecimento ao campo da Comunicação.

O processo de globalização no Brasil promoveu a inserção de igrejas nas mídias, principalmente na televisão e no rádio. Em 1990, o bispo Edir Macedo, fundador da Igreja Universal do Reino de Deus, adquiriu a emissora da RecordTV (LIMA, 2004), que tem uma programação variada, isto é, não exclusivamente religiosa. Na programação há períodos de oração, minisséries, telenovelas, programas de entretenimento e jornalísticos.

No dia 24 de novembro de 2016, através do Jornal da Record, foi divulgada a nova identidade visual da RecordTV, uma marca que se reinventou em sua história de 64 anos no Brasil e no mundo, alcançando atualmente mais de 150 países. Além disso, o seu novo slogan (Reinventar é a nossa marca) propõe ousar com novas programações e principalmente na produção de telenovelas bíblicas, que foram transmitidas em outros países, como, por exemplo, na Europa (JORNAL DA RECORD, 2016).

Entre as telenovelas bíblicas²⁰, Os Dez Mandamentos possibilitou o surgimento de produtos industriais de entretenimento ou comerciais. Assim, questiona-se: como a telenovela Os Dez Mandamentos suscitou a possibilidade de criação de produtos mercadológicos para promover a fidelização do público telespectador e consumidor? Diante disso, temos como objetivo compreender percepção do público sobre a narrativa da telenovela Os Dez Mandamentos, e analisar as estratégias de marketing que promoveram o surgimento de outras mídias e produtos. Dessa maneira, poderemos refletir sobre a vida do cristão e o impacto que teria na sociedade.

Contando a história da telenovela brasileira

A emissora TV Tupi²¹ foi pioneira na produção de telenovela brasileira. A primeira telenovela, Sua vida me pertence, estreou em 1951, escrita por Walter Foster (ORTIZ; BORELLI; RAMOS, 1991). A partir desse primeiro passo sugeriram outras produções que marcaram a trajetória da telenovela brasileira, como, por exemplo, a telenovela Beto²² Rockfeller (1968), que foi produzida com o estilo realista, a partir da qual introduziu a linguagem coloquial, o humor, a ambiguidade dos personagens, e principalmente a referência do cenário contemporâneo brasileiro nas telenovelas. Conforme situa Lopes (2003), a definição do espaço e tempo “potencializa a vocação da telenovela de mimetizar e constantemente renovar as imagens do cotidiano de um Brasil que se

²⁰ Telenovela bíblica é o termo pelo qual esse tipo de produção é popularmente conhecida. Em termos mais técnicos, é chamada de telenovela histórica esse tipo de produção que retrata a história dos personagens bíblicos sem seguir exatamente a Bíblia Sagrada.

²¹ TV Tupi fundada em 1950, foi a primeira emissora de televisão do Brasil. No entanto, a cassação de sua concessão pelo o governo militar, em 1980, resultou na extinção da emissora.

²² Segundo Lopes (2003), o paradigma de estilo realista foi construído a partir da telenovela Beto Rockfeller, pois as telenovelas anteriores utilizavam o estilo fantasioso, com figurinos e linguagem rebuscada.

moderniza” (LOPES, 2003, p. 25). Isso permite a junção do público e do privado na telenovela, sendo capaz de abordar problemáticas do cotidiano brasileiro.

Antes de introduzirmos sobre a produção de telenovelas brasileiras da RecordTV, é necessário compreendermos a história da emissora e a construção de sua marca. Em vista disso, a trajetória da RecordTV iniciou em 1953, através de seu fundador Paulo Machado de Carvalho²³ – dono do grupo Rádio Sociedade Record –, que nomeou a emissora televisiva de TV Record, sendo transmitida pelo canal 7 (CARVALHO, 2009).

Em 1970, Silvio Santos²⁴ tornou-se sócio da TV Record e somente por volta de 1982, após a falência da TV Tupi, conseguiu fundar sua própria emissora televisiva,

²³ Carvalho iniciou a carreira de empreendedor em 1931, quando comprou a Rádio Record, nomeada pelos paulistanos de A voz de São Paulo. Nessa época, investiu em programas jornalísticos, musicais e futebolísticos. Em 1944, obteve a Rádio Jovem Pan – na época denominada Panamericana. Após alguns anos, fundou a emissora TV Record, em 1953. Devido à constante participação no meio esportivo, Carvalho foi intitulado chefe da comissão técnica das Copas, de 1958 e 1962 (CARDOSO; ROCKMANN, 2005). Em 1961, o Estádio do Pacaembu foi nomeado Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho. Além disso, em 1970, Carvalho foi vice-presidente da Federação Paulista de Futebol (ACERVO ESTADÃO, 1992).

²⁴ Silvio Santos é um nome artístico, seu nome oficial é Senhor Abravanel. Em sua adolescência, trabalhou de camelô e, com muita determinação, iniciou a carreira de locutor de rádio e, em seguida, conquistou espaço na televisão como apresentador do programa Vamos Brincar de Forca, da TV Paulista – atual TV Globo. Já, na década 1960, comprou o Baú da felicidade de Manoel de Nóbrega. Em 1980, fundou a própria emissora, SBT – Sistema Brasileiro de Televisão. Estima-se que em 2016 a fortuna de

denominada SBT. Por outro lado, o cenário da TV Record era adverso, ou seja, predestinado à falência, fato que ocasionou a venda da emissora em 1990, comprada pelo bispo Edir Macedo²⁵, fundador da Igreja Universal do Reino de Deus. Por meio da gestão de bispo Edir Macedo, surgiu a preocupação de reposicionar a TV Record no mercado midiático. Assim, alterou-se o nome da emissora para Rede Record, e criou-se extensões da marca, isto é, o Grupo Record – TV, Rádio Record, portal R7, Record Entretenimento, Record News, etc.

Com o desejo de aumentar a audiência midiática, a Rede Record passou a investir na produção de minisséries e telenovelas brasileiras. A partir de 2010, por recomendação da Rede Record, a roteirista Vivian de Oliveira²⁶ começou a usar a Bíblia para criar minisséries e telenovelas bíblicas. Diante disso, surgiram as seguintes minisséries: A História de Ester, Sansão e Dalila, Rei Davi, José do Egito e Milagres de Jesus.

Silvio Santos era de US\$ 1,3 bilhões, com a qual participava do ranking de bilionários do país e do mundo (EXAME, 2016).

²⁵ O bispo Edir Macedo fundou a primeira Igreja Universal do Reino de Deus em 1977. Atualmente a Igreja Universal é reconhecida internacionalmente, e se encontra presente nos seguintes países: Estados Unidos, Argentina e África do Sul. Em julho de 2014, inaugurou o Templo do Salomão em São Paulo, baseado no templo construído por Salomão, descrito no Antigo Testamento bíblico.

²⁶ Vivian de Oliveira, roteirista da RecordTV, estudou roteiro na Universidade da Califórnia em Los Angeles e, quando voltou para o Brasil, teve participação na minissérie Por amor e ódio (1997). Depois foi colaboradora na telenovela Os mutantes (2008) e roteirista do Show do Tom.

Em 2015, a Rede Record produziu a telenovela Os Dez Mandamentos, com o enredo composto pela história da personagem Moisés. Segundo a pesquisa do Kantar Ibope Media (2015), a audiência em São Paulo na estreia da telenovela, nos dois primeiros meses, marcou uma média de 12 a 13 pontos no Ibope. O capítulo que retrata a travessia do Mar Vermelho, exibido no dia 10 de novembro de 2015, atingiu a média de 28 pontos. Nesse período, a RecordTV superou o SBT, conquistando a segunda colocação no ranking de audiência. A Globo se manteve em primeiro (KANTAR IBOPE MEDIA, 2015).

Com o objetivo de reposicionamento da marca, em novembro de 2016, o nome da emissora de Rede Record foi alterada para RecordTV. Em relação à sua identidade visual, empreendeu-se um rebranding e redesign do logotipo, que agora não conta mais com o mapa da América Latina e nem com as cores azul, verde e vermelho. A proposta do logotipo faz referência às transformações tecnológicas do mundo, principalmente em virtude da interatividade da internet. Já a remoção do mapa da América Latina significa que a emissora ultrapassou as fronteiras latino americanas, tendo transmissão internacional. Por exemplo, as telenovelas bíblicas, que são transmitidas em outros países, como, por exemplo, na Europa.

A partir disso, prosseguimos para a segunda parte, no qual apresentamos a narrativa da telenovela Os Dez Mandamentos e, com base na pesquisa da RecordTV (2016), uma breve análise de audiência desse produto.

A narrativa da telenovela Os Dez Mandamentos e a conquista de audiência

A narrativa da telenovela Os Dez Mandamentos foi baseada na história da personagem Moisés, sendo retratada em quatro principais pilares: a escravidão do povo hebreu no Egito; Moisés, o escolhido por Deus para libertar o povo hebreu da escravidão; as dez pragas lançadas por Deus; e por fim, o êxodo do povo hebreu do Egito em direção à terra prometida por Deus. O enredo tem referências bíblicas, dos respectivos livros:

Êxodo, Levítico, Números e Deuteronômio. A primeira temporada da telenovela estreou dia 23 de março de 2015, transmitida às 20h30 de segunda a sexta-feira.

Sobre o processo de escrita de sua história, em entrevista à Folha de S. Paulo (2015), Vivian declarou: “Acredito muito que Deus inspira, faço orações. E tem a pesquisa e o planejamento, as ideias são suadas, também, você precisa trabalhar em cima delas. Elas não surgem do nada” (PESSOA, 2015). Além disso, ela teve dez colaboradores, sendo eles: roteiristas, historiadores, teólogos e especialistas em cultura hebraica.

De acordo com Nilson Xavier (2017), autor do Almanaque da Telenovela e escritor do blog Teledramaturgia, a RecordTV investiu cerca de 700 mil reais, entre diversos custos (efeitos especiais e contratação de profissionais de Hollywood). O estúdio em Los Angeles ficou responsável pelas cenas da abertura do Mar Vermelho e a passagem dos hebreus. A telenovela teve 28 cenários realizados em uma cidade cenográfica de sete mil metros quadrados. Além disso, aproximadamente 80 atores compuseram o elenco. Tudo isso para retratar “A vida da população do Egito Antigo da forma mais real possível”, declara Nilson Xavier (2017).

No dia 23 de novembro de 2015 foi exibido o último capítulo da primeira temporada de Os Dez Mandamentos. De acordo com pesquisa realizada pela RecordTV (2015), neste dia a emissora consolidou o primeiro lugar isolado na audiência em Recife. A telenovela marcou média de 25 pontos contra 18 da segunda colocada. Em São Paulo, marcou média de 23,5 pontos, consolidando o segundo lugar isolado na audiência. O pico foi de 25 pontos e o share de 31%. No Rio de Janeiro, a telenovela chegou a 30 pontos de pico. Na média geral, conquistou 27 pontos e também consolidou a vice-liderança isolada na audiência e alcançou o share de 36%.

A telenovela encerrou com a frase “continua”, e posteriormente teve a segunda temporada, que iniciou em abril de 2016. A nova temporada retratou Moisés guiando o

povo para a terra prometida por Deus. O final da segunda temporada da telenovela foi exibido dia 04 de julho de 2016 e, de acordo com pesquisa realizada pela RecordTV (2016), essa temporada conquistou 19,4 pontos e, no horário nobre, chegou a 21 pontos, e também consolidou a vice-liderança isolada na audiência. Além disso, teve o share de 25%, isto é, 1/4 dos televisores estavam sintonizados na emissora. Em geral, a média da telenovela, do início ao final da segunda temporada, foi de 16 pontos, com share de 22%.

A partir disso, obtemos uma visão geral da narrativa e a conquista de audiência. Contudo, levando em consideração que nossa pesquisa está em andamento, poderemos complementar essa análise com dados obtidos de uma pesquisa de campo, a fim de compreender a percepção e consumo da telenovela, que emergem dos discursos dos entrevistados.

Abertura do Mar Vermelho e as estratégias de marketing

Por meio da telenovela Os Dez Mandamentos, a RecordTV realizou estratégias de marketing que deram origem a produtos derivados da telenovela, sejam eles outras mídias, produtos, ações, etc. Com isso, apresentamos nesse momento alguns produtos derivados.

No dia 28 de janeiro de 2016 estreou o filme Os Dez Mandamentos, uma versão de duas horas da telenovela. Na pós-estreia, atingiu o primeiro lugar no ranking de vendas em bilheteria. Segundo a Folha de S. Paulo (2016), o filme atingiu o terceiro lugar de maior público de cinema brasileiro. Em entrevista à Folha de S. Paulo (2016), o diretor da Paris Filmes declarou que “O filme trouxe um ganho: um público que nunca tinha vindo ao cinema”, diz Fraccaroli.

Em 17 de junho de 2016 estreou o musical Os Dez Mandamentos. O elenco foi composto por 26 atores diferentes da telenovela e sete músicos, sob a direção e coreografia de Fernanda Chamma. A apresentação do musical ocorreu no Teatro

Procópio Ferreira, localizado na Rua Augusta, em São Paulo, os ingressos variaram entre R\$ 45,00 a R\$150,00 e o musical ficou em exibição até dia 26 de junho de 2016.

Além disso, a telenovela inspirou a fabricação de esmaltes pela Bella Brazil com parceira de licenciamento pela RecordTV, lançado em maio de 2016. Cada cor de esmalte tem o nome de uma personagem feminina da telenovela, cujas cores são: Tėti (rosa nude), Jaque (verde esmeralda), Bethania (uva), Damarina (laranja), Henutmire (lilás), Judite (vermelho intenso), Joquebede (azul), Eliseba (vermelho coral), Radina (dourado), Yunet (roxo), Nefertari (vermelho vivo) e Zipora (preto). A caixa de esmaltes com todas as cores é vendida por R\$ 70,00, e o valor unitário é de R\$ 4,99.

Visto que anteriormente mencionamos os produtos derivados através da telenovela, e ressaltamos novamente que pesquisa prossegue em andamento, partimos da hipótese de que a RecordTV, ao conhecer o público-alvo, seu telespectador, utilizou-se da crença religiosa para conquistar e conduzir o público ao consumo de produtos midiáticos, de entretenimento e mercadorias tangíveis.

Em princípio, a telenovela foi criada voltada ao entretenimento. Contudo, a RecordTV juntou o entretenimento e a religião em um único produto midiático, e assim produziu-se a telenovela Os Dez Mandamentos, que conquistou além do público cristão – pentecostal²⁷ e neopentecostal²⁸ – a audiência do brasileiro (POLLAKE; VERAS,

²⁷ Pentecostal: acredita na doutrina do Espírito Santo – caracterizado pelo segundo batismo. Denominado de batismo do Espírito Santo, possibilita ao fiel falar línguas estranhas, ao qual se denomina glossolalia –, presente nas seguintes igrejas: Assembleia de Deus, Congregação Cristã do Brasil e Evangelho Quadrangular.

²⁸ Neopentecostal: acredita na Teologia da Prosperidade – caracterizada pela busca de bênção de riquezas materiais e espirituais –, e da Guerra Espiritual que consiste n

2017). De acordo com Pollake e Veras (2017), a audiência da telenovela estará relacionada ao interesse do telespectador, isto é, a crença religiosa não seria um fator dominante para que ele assista a telenovela bíblica.

Veiculada em mídia massiva, a trama da telenovela conseguiu cativar um público-alvo. A identificação desse público seria essencial para elaborar estratégias de marketing a fim de fidelizá-lo. A partir disso, a RecordTV promoveu a reprodutibilidade da telenovela, ou seja, a adaptação em outros meios de comunicação, como, por exemplo, a telenovela adaptada em filme para ser exibido no cinema. Isso promoveu a abertura de estratégias de marketing que resultaram na produção de produtos personalizados (esmaltes, almofadas, copos, etc.) com a marca Os Dez Mandamentos.

Referências

ACERVO ESTADÃO. Paulo Machado de Carvalho. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/noticias/personalidades,paulo-machado-de-carvalho,670,0.htm>>. Acesso em 08 de outubro de 2017.

ADORO CINEMA. Bilheteria. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/filmes/bilheterias/?date=2016-01-29>>. Acesso em 30 de março de 2017.

ALENCAR, Mauro. A Hollywood brasileira: panorama da telenovela no Brasil. 2o Edição. Rio de Janeiro: Senac, 2004.

BLOGS UNIVERSAL. Bispo Edir Macedo. Disponível em: <<https://blogs.universal.org/bispomacedo/biografia/>>. Acesso em 26 de outubro de 2017.

CARDOSO; ROCKMANN, Tom; Roberto. O Marechal da Vitória: Uma história de Rádio, TV e Futebol. São Paulo: Editora Girafa, 2005.

CARVALHO FILHO, Paulo. Histórias... que a história não contou: Fatos curiosos em 60 anos de rádio e TV. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2006.

CARVALHO, Tuta. Ninguém faz sucesso sozinho. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

CUNHA, Magali. A explosão gospel: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2007.

ENTRETENIMENTO R7. Linha de esmaltes Os Dez Mandamentos. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/mulher/linha-de-esmaltes-os-dez-mandamentos-e-vendida-em-estojo-especial-05052016>>. Acesso em 30 de março de 2017.

EXAME. 45 Fatos sobre Silvio Santos, o camelô que virou bilionário. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/45-fatos-sobre-silvio-santos-o-camelo-que-virou-bilionario/>>. Acesso em 07 de outubro de 2017.

FOLHA. Os Dez Mandamentos tem 3o maior público do cinema brasileiro. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/03/1746371-dez-mandamentos-tem-3-maior-publico-do-cinema-brasileiro.shtml>>. Acesso em 30 de março de 2017.

FOLHA. Deus inspira diz Vivian de Oliveira. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/11/1709606-deus-inspira-diz-vivian-de-oliveira-autora-de-os-dez-mandamentos.shtml>>. Acesso em 02 de junho de 2016.

KANTAR. Ibope Media. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/top-5-gsp-audiencia-de-tv-0911-a-15112015>>. Acesso em 27 de março de 2017.

LIMA, Venício. Mídia: Teoria e Política, 2o Edição. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. A telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Revista Comunicação & Educação*, 25. São Paulo, jan/abr, 2003.

ORTIZ, Renato. História: Evolução histórica da telenovela. In: ORTIZ; BORELLI; RAMOS, Renato; Sílvia, José. *Telenovela: história e produção*, 2o Edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991, p. 38-39.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia; RAMOS, José. *Telenovela: história e produção*, 2o Edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

PALLOTTINI, Renata. *Dramaturgia da Televisão*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2012.

POLLAKE, Carla; VERAS, Evelin, o Nilo invade o Amazonas: o sucesso das „novelas bíblicas“ em Manaus. In: 40o CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2017, Curitiba. *Anais...Curitiba: UP*, 2017, p. 1-15.

RECORDTV. A Record agora é RecordTV. Disponível em: <<http://recordtv.r7.com/2016/11/24/a-record-agora-e-record-tv/>>. Acesso em 05 de outubro de 2017.

RD1. Lançamento de esmaltes de Os Dez Mandamentos. Disponível em: <<http://rd1.com.br/depois-de-filme-e-musical-record-lanca-linha-de-esmaltes-de-os-dez-mandamentos/>>. Acesso em 30 de março de 2017.

R7. Os Dez Mandamentos - O Musical. Disponível em: <<http://www.r7.com/os-dez-mandamentos-o-musical/>>. Acesso em 07 de outubro de 2017.

SBT. 85 Curiosidades sobre os 85 anos de Silvio Santos. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/programasilviosantos/fiquepordentro/71369/Lista-85-curiosidades-sobre-os-85-anos-de-Silvio-Santos.html>>. Acesso em 31 de março de 2017.

TELEDRAMATURGIA. Os Dez Mandamentos. Disponível em: <<http://www.teledramaturgia.com.br/os-dez-mandamentos/>>. Acesso em 30 de março de 2017.

UOL. Musical de Os Dez Mandamentos. Disponível em: <<https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2016/04/25/musical-de-os-dez-mandamentos-ja-tem-ingressos-a-venda-em-sp.htm>>. Acesso em 31 de março de 2017.

XAVIER, Nilson. Almanaque da Telenovela Brasileira. São Paulo: Editora Panda Books, 2007.

YOUTUBE. Reinventar é a nossa marca! Conheça o novo logotipo da RecordTV. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HkmZ8X6QFa0&t=484s>>. Acesso em 28 de setembro de 2017.