



Narrativas Televisivas e Identidade Nacional : O Caso da Telenovela Brasileira ¹

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

ECA-USP

Introdução

Quase quarenta anos após a sua introdução, é possível afirmar que a telenovela² no Brasil conquistou reconhecimento público como produto artístico e cultural e ganhou visibilidade como agente central do debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país. Ela também pode ser considerada um dos fenômenos mais representativos da modernidade brasileira, por combinar o arcaico e o moderno, por fundir dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários modernos e por ter a sua história fortemente marcada pela dialética nacionalização-massmediação.

A outra face desse processo foi o progressivo reconhecimento acadêmico da importância da telenovela como objeto privilegiado de estudo sobre a cultura e a sociedade contemporânea brasileira.³ Esta situação peculiar alcançada pela telenovela brasileira é responsável pelo caráter, senão único, pelo menos muito peculiar, de uma narrativa nacional, popular e artística, além de se tornar tema de estudo consolidado. Este último aspecto não será objeto deste artigo, o qual se propõe a dar uma visão abrangente da importância alcançada pela telenovela na sociedade e na cultura do Brasil.

1. A telenovela no cenário televisivo brasileiro

¹ Trabalho apresentado no NP14 – Núcleo de Pesquisa Ficção Seriada, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.

² *Telenovela* é o nome genérico dado à narrativa ficcional televisiva no Brasil, independente de seu formato ser telenovela *stricto sensu*, minissérie, caso especial, ou outro. Neste artigo, também me referirei a ela como *novela* que é seu nome mais conhecido.

³ Os dados mostram um crescente interesse pela telenovela através de dissertações de mestrado e teses de doutorado, que passam de 6 na década de 70 para 76 na de 90, com média de aproximadamente 8 trabalhos/ano. As tendências principais nos estudos são: análise do discurso (abordagem semiótica, estética, intertextualidade, dramaturgia), estudos de recepção (abordagem sociológica, etnográfica), estudos de produção (som, cenografia, autores). O método de pesquisa mais freqüente tem sido o estudo de caso qualitativo de uma determinada telenovela ou uma determinada unidade de recepção (famílias, empregadas domésticas, metalúrgicos, jovens).

Todo o levantamento de dados relativos à telenovela para o presente artigo foi feito no centro de documentação do Núcleo de Pesquisa de Telenovela da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A presença maciça da televisão em um país situado na periferia do mundo ocidental poderia ser descrita como mais um paradoxo de uma nação que ao longo de sua história foi representada reiteradamente como uma sociedade de contrastes acentuados, entre riqueza e pobreza, modernidade e arcaísmo, sul e norte, litoral e interior, campo e cidade. E, de fato, a televisão está implicada na reprodução de representações que perpetuam diversos matizes de desigualdade e discriminação. Mas, também é verdade que ela possui uma penetração intensa na sociedade brasileira devido a uma capacidade peculiar de alimentar um *repertório comum* por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexo, raça e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas às outras. Longe de promover interpretações consensuais mas, antes, produzir lutas pela interpretação de sentido, esse repertório compartilhado está na base das representações de uma *comunidade nacional imaginada* que a TV capta, expressa e constantemente atualiza.⁴

A televisão oferece a difusão de informações acessíveis a todos sem distinção de pertencimento social, classe ou região. Ao fazê-lo, ela torna disponíveis repertórios anteriormente da alçada privilegiada de certas instituições socializadoras tradicionais como a escola, a família, a igreja, o partido político, a agência estatal. A televisão dissemina a propaganda e orienta o consumo que inspira a formação de identidades (Canclini, 1995). Nesse sentido, a televisão, e a telenovela em particular, é emblemática do surgimento de um novo espaço público, no qual o controle da formação e dos repertórios disponíveis mudou de mãos, deixou de ser monopólio dos intelectuais, políticos e governantes, dos titulares dos postos de comando da sociedade.⁵

⁴ B. Anderson (1991) cunhou a noção "comunidade imaginada" para descrever a emergência dos Estados Nacionais na Europa do século XIX e associa a consolidação do sentimento de pertencimento a uma comunidade imaginária ao surgimento da imprensa escrita e das línguas nacionais. O ritual de leitura do jornal é apontado como exemplo de ritual que contribui para a consolidação desse sentimento de comunidade nacional. A noção é útil para entender o significado das telenovelas no Brasil, na medida em que o ato de assistir as esses programas num determinado horário, diariamente, ao longo de quase 40 anos, constitui um ritual compartilhado por pessoas em todo o território nacional, que dominam as convenções narrativas consolidadas pela telenovela e que tomam os padrões nela mostrados como referenciais de acordo com os quais definem "tipos ideais" (no sentido weberiano) de família brasileira, mulher brasileira, homem brasileiro e também de corrupção brasileira, violência brasileira, etc. Parece-me adequado usar a noção de comunidade nacional imaginada para indicar as representações sobre o Brasil veiculadas pelas novelas e às maneiras como elas produzem referenciais importantes para a reatualização do conceito de nação e de identidade nacional. No caso brasileiro, trata-se, como veremos adiante, do fato paradoxal da telenovela, uma narrativa ficcional ter se convertido no Brasil em um espaço público de debate nacional.

⁵ J. Meyerowitz (1984) sugere o deslocamento de repertórios de esferas restritas a homens ou mulheres, jovens ou adultos, como uma característica importante da televisão.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Duplamente contraditório é o fato desse espaço público surgir sob a égide do setor privado, onde, não por coincidência, o produto de maior popularidade e lucratividade da televisão brasileira é a telenovela e sob a égide da vida privada, uma vez que a narrativa televisiva já foi definida como uma narrativa por excelência sobre a família.⁶ A novela dá visibilidade a certos assuntos, comportamento, produtos e não a outros; ela define uma certa pauta que regula as interseções entre a vida pública e a vida privada.⁷ Vendo a telenovela a partir dessas categorias, podemos dizer que durante o período de 70 e 80, ela se estruturou em torno de representações que compunham uma matriz capaz de sintetizar a formação social brasileira em seu movimento *modernizante*. Isto pode ser traduzido por um quase monopólio da representação social calcada a partir das angústias privadas das famílias de classe média do Rio de Janeiro e São Paulo. Com a diversificação da estrutura da televisão (TV a cabo, vídeo, maior concorrência) e as modificações sociais e políticas em curso nos anos 90 (redemocratização política, novos movimentos sociais, processo de globalização), essa força de síntese do gênero desloca-se para novas representações que questionam as representações modernizantes anteriores.

2. A consolidação de uma indústria televisiva brasileira

Desde os anos 70, pelo menos uma característica da indústria cultural brasileira resulta surpreendente por desmentir prognósticos feitos acerca de sua inescapável situação de dependência da produção cultural dos países mais industrializados. A produção de bens culturais tem apresentado crescente índice de nacionalização à medida que o mercado interno se expande. No início da década de 80 cerca de 3/4 da programação da TV já era nacional e hoje chega a quase 80%.⁸ A nacionalização da produção se dá também no setor publicitário discográfico, editorial e de quadrinhos, sendo o cinema a grande exceção. Na produção de telenovela, dos 13 programas de ficção que estão atualmente no ar, 9 (56%) são nacionais e 4 (44%) são importados.⁹ Salientamos que a legislação brasileira sobre a

⁶ Evocando o intelectual mexicano Carlos Monsiváis, a telenovela seria uma narrativa familiar sobre a nação, em que uma guerra é vista como um fato onde morreu um tio e uma cidade como um lugar onde mora um parente.

⁷ À telenovela aplica-se tanto o conceito de agenda setting como o de forum cultural (Newcomb, 1999).

⁸ Pelas últimas estimativas, 79% da produção da TV Globo é de origem nacional.

⁹ Semana de 5 a 10 de novembro de 2001.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

comunicação de massa ainda proíbe o controle acionário de grupos econômicos estrangeiros nos meios de radiodifusão e imprensa.¹⁰

A televisão foi introduzida no Brasil em 1950 e ao longo de seus cinquenta anos de história, o Estado influenciou de diferentes maneiras nessa indústria. Detém até hoje o poder de conceder e cancelar concessões de TV, sua política sempre foi a de estimular o modelo comercial de TV, não tendo havido, a rigor, até hoje, nenhuma experiência de televisão pública no país. Além de se apresentar como um grande anunciante dos meios de comunicação de massa, o Estado, particularmente a partir de 1964, durante o regime militar, tornou as telecomunicações um elemento estratégico na política de desenvolvimento e integração e de segurança nacional do regime. Além de aumentar o seu poder de ingerência na programação por meio de novas regulamentações, forte censura e políticas normativas, o governo militar investiu maciçamente na infra-estrutura o que possibilitou a formação de redes nacionais (sistema microondas, satélite).

É sabido que a Rede Globo foi a maior beneficiária dessas políticas. Criada em 1965, essa rede cresceu rapidamente, movida por uma combinação de diversos fatores, como relações amistosas com o regime, sintonia com o incremento do mercado de consumo, uma equipe de produção e administração preocupada em otimizar o marketing e a propaganda, um grupo de criadores de esquerda vindos do cinema e do teatro.

Tendo crescido em consonância com outros processos estruturais de mudança ocorridos no período - a intensa migração do campo para as cidades (já em 1970, a população urbana superou a do campo), a industrialização e a proletarianização do trabalho no campo, o desenvolvimento de um amplo mercado de consumo (se bem que vastamente concentrado nas classes médias e altas), a televisão, principalmente por meio das novelas, capta, expressa e alimenta as angústias e ambivalências que caracterizaram essas mudanças, constituindo-se em veículo privilegiado do imaginário nacional, capaz de propiciar a expressão de dramas privados em termos públicos e dramas públicos em termos privados.

É recorrente a mobilização da opinião pública em torno da curiosidade sobre as verdadeiras identidades dos personagens, traço característico da estrutura melodramática da novela (nascimento, caráter, desvios, etc) com dramas públicos em termos privados

¹⁰ Encontra-se em discussão no Parlamento um projeto de lei que permite até 30% de capital estrangeiro em empresas jornalísticas e de radiodifusão.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

(drogas, aids, trabalho infantil, movimento dos trabalhadores rurais, corrupção política, etc.).

Utilizando uma estrutura narrativa personalizada e pouco definida em termos ideológicos ou políticos para tratar de assuntos relativos ao espaço público, as novelas levantaram e talvez tenham mesmo ajudado a dar o tom dos debates públicos. Tornaram-se dois exemplos históricos a associação da novela Vale Tudo (1988)¹¹ à eleição de Fernando Collor de Melo que calcou a sua imagem eleitoral como "o caçador de marajás", isto é, de banimento da corrupção econômica e política do país, bem como a influência da minissérie Anos Rebeldes (1992) no processo de impeachment desse mesmo presidente, três anos depois.

As relações entre o Estado e as emissoras de televisão se modificam na década de 90, quando o fim do regime militar e a redemocratização do país levam à suspensão das medidas de cerceamento de expressão e o mercado televisivo se segmenta com a introdução da TV a cabo e o acirramento da competição entre as redes de TV aberta.¹² A postura das emissoras é de crescente independência de governos e partidos políticos e progressivamente baseada em mecanismos de mercado regidos pelas medidas das pesquisas de opinião e audiência levadas a cabo por institutos como o IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística). Através delas, os profissionais de marketing, propaganda e de televisão constroem imagens da audiência e sintonizam emissores e receptores, garantindo uma dinâmica constante de captação e transformação das representações desses agentes. Telespectadores que se formaram consumidores antes mesmo de cidadãos passam a constituir a unidade de referência desse mercado televisivo.¹³ Neste interessante aspecto a telenovela também parece funcionar como mediadora, pois ela pode ser vista através de um interessante movimento pendular, tanto como uma vitrine de consumo (roupas, utensílios, casas, carros, estilos de vida, enfim), quanto um painel de temas sociais.

¹¹ Para economia de notação, todas telenovelas citadas sem a emissora produtora são da TV Globo.

¹² Esses fenômenos estão na base da queda de audiência da Rede Globo, mas não a ponto de perder a sua posição de "campeã absoluta de audiência" (Borelli e Priolli, 2000). Apesar da acirrada competição e mesmo perda de audiência em certos horários, a situação que ainda prevalece no panorama televisivo brasileiro é o do monopólio de audiência da Rede Globo, tal ainda é a distância em relação à segunda rede, o SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). A média de *share* da Globo é de 40% e a do SBT é de 25%.

¹³ A relação entre consumo e cidadania em nova chave de abordagem pode ser encontrada em García Canclini (1995).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

3. Estrutura de produção e palimpsesto da telenovela

3.1. Estrutura de produção: alguns dados

A Rede Globo de Televisão é parte das Organizações Globo, principal conglomerado multimídia do país. Ela possui cerca de 8.000 funcionários cobrindo 99,8% das cidades brasileiras através de 113 estações afiliadas. Ao longo de sua história, a Globo criou um modelo empresarial de televisão que conseguiu vincular organicamente a administração, a produção e a comercialização dos seus produtos. Também conseguiu consolidar um *cast* profissional e um *star system* sob contrato exclusivo que, aliados a uma permanente atualização tecnológica, são responsáveis pelo padrão de qualidade de suas novelas e o conseqüente reconhecimento e fidelidade da parte do público. A partir de 1995 unificou toda a sua produção de teleficção na Central Globo de Produção, mais conhecida como PROJAC (Projeto Jacarepaguá, bairro do Rio de Janeiro). Aí trabalham 3.600 pessoas entre produtores, autores, diretores, atores, fotógrafos, editores, cenógrafos, iluminadores, sonoplastas, estilistas e modelistas. Concentram-se os estúdios de gravação de todos os programas de ficção, a cidade cenográfica, os departamentos de construção de cenários e figurinos, de realização dos efeitos especiais e do centro de documentação e de registro de imagem. O sistema de produção do PROJAC é normalmente constituído pela gravação simultânea de quatro novelas, uma série (minissérie ou seriado) e um especial (produção episódica).

O custo médio de uma novela de 180 capítulos é de 15 milhões de dólares, o que dá cerca de 80.000 dólares por capítulo. O capítulo diário possui em média 34 cenas gravadas o que corresponde a 1/2 filme de cinema. São 20 horas de gravação e 27 horas de edição para um capítulo de 45 minutos no ar. Normalmente, uma novela tem 60 a 70% de gravações em estúdio e de 30 a 40% de externas. A produção envolve uma média de 200 pessoas e uma novela de sucesso alcança por volta de 45 pontos, uma média de 32 milhões de telespectadores e um *share* de 58%.¹⁴

¹⁴ Entre as últimas novelas com maior *share* estão: *Laços de Família* (2000) 56%; *Porto dos Milagres* (2001) 58%, *Terra Nostra* (1998) 59% e a atual *O Clone* também com 59%.

3.2. O palimpsesto da ficção na televisão brasileira atual

Como dissemos, a televisão foi introduzida no Brasil em 1950, com a extinta TV Tupi de São Paulo. Na televisão aberta existem hoje 6 redes nacionais¹⁵, sendo que a disputa de audiência fica restrita entre a Globo e o SBT¹⁶, que são também as únicas que produzem ficção doméstica. O prime time da televisão brasileira foi padronizado pela Globo já na década de 70 e pode ser resumido à seqüência telejornal-telenovela-variedades (programa de auditório, humorístico ou *game show*).

O espaço atual da ficção televisiva é ocupado por 13 programas, sendo 10 telenovelas diárias e 3 séries semanais. Cada capítulo de novela possui em média 40 minutos brutos e cada episódio de série tem 30 minutos, o que dá uma média de 7 horas diárias de ficção. Desses 13 programas, a Globo participa com 8, sendo 7 produções novas e apenas uma reprise (no horário vespertino). A Globo não veicula telenovela estrangeira e todas as suas novelas são nacionais. Ao contrário, sua concorrente SBT participa apenas com 1 produção nacional e 4 importadas (atualmente todas mexicanas).

O horário da novela foi uma criação da Globo desde os anos 70 quando ela passa a produzir 3 novelas diárias. Esse horário se estende por uma faixa que vai das 17h30 às 22h, sincronizou o horário de cada novela e acabou por determinar hábitos de assistência específicos.¹⁷ A primeira faixa, das 17h30 é ocupada por *Malhação*, única soap opera da TV brasileira dirigida para o público infanto-juvenil. Segue-se a novela das seis, de temática geralmente histórica ou romântica; a novela das sete, de tema atual, em chave

¹⁵ Essas redes são: Globo, SBT, Record, Rede TV!, Bandeirantes e Cultura. Todas são privadas à exceção da última que é pública.

¹⁶ Ver nota 9.

¹⁷ O telespectador adquire o hábito de todo o dia, numa determinada hora, assistir ao mesmo programa. O horário da novela é uma instituição na TV brasileira e costuma determinar a hora do jantar e até de dormir. As classes populares têm o hábito de dormir "depois da novela das oito", que continua a ser assim chamada apesar de atualmente ir ao ar das 9h à 10h da noite. Outro hábito criado é o de assistir ao principal telejornal do país (*Jornal Nacional*, Globo, 20h15 - 20h55) que está "ensanduichado" entre duas novelas. Também é comum as pessoas marcarem seus compromissos noturnos para "depois da novela". Finalmente, esse horário acabou conformando também a programação das demais emissoras, que no horário da novela têm baixa audiência e acabam colocando no ar programas para serem sacrificados do que verdadeiras alternativas às novelas. A disputa de audiência à faixa das novelas da Globo é movida, em primeiro lugar, pelo SBT, única concorrente da Globo que adotou a mesma lógica de programação exibindo no mesmo horário telenovelas, quase todas mexicanas. A segunda concorrência às novelas é movida pela TV a pagamento.

jovem e de comédia e a novela das oito, a principal, de tema social e adulto.¹⁸ Entre a novela das 6 e das 7 vai ao ar um telejornal regional de 20 minutos e entre a novela das 7 e a principal há o principal telejornal do país com 40 minutos de duração. A lógica que preside a esse palimpsesto tornou-se clássica por combinar noticiário e melodrama, ficção e realidade, cuja contigüidade tem sido objeto de análises e estudos recorrentes.

Falar de telenovela brasileira é falar das novelas da Globo. São elas, sem dúvida, as principais responsáveis pela especificidade da teleficção brasileira. Essa especificidade é resultado de um conjunto de fatores que vão desde o caráter técnico e industrial da produção, passam pelo nível estético e artístico e pela preocupação com o texto e convergem no chamado padrão Globo de qualidade. É possível atribuir às novelas da Globo o papel de protagonista na construção de uma teledramaturgia nacional.¹⁹

A atual grade de programação da ficção televisiva ilustra o que acabamos de descrever.

Grade de Programação da ficção televisiva brasileira *

Emissora	Horário	Telenovela – 45'	Origem
Globo	14h20 - 2 ^a a 6 ^a	A Gata Comeu	nacional
Globo	17h35 - 2 ^a a 6 ^a	Malhação	nacional
Globo	18h05 - 2 ^a a sab	A Padroeira	nacional
Globo	19h15 - 2 ^a a sab	As Filhas da Mãe	nacional
Globo	20h55 - 2 ^a a sab	O Clone	nacional
		Série – 35'	
Globo	22h45 - 3 ^a feira	Brava Gente	nacional
Globo	23h15 - 5 ^a feira	A Grande Família	nacional
Globo	23h05 - 6 ^a feira	Os Normais	nacional
		Telenovela – 40'	

¹⁸ Seria necessário outro trabalho para analisar a novela do ponto de vista de sua realização como gênero e mostrar como ela veio se constituindo como um *gênero híbrido*, capaz de fundir no melodrama outros subgêneros como o cômico, o realismo fantástico, o drama, o romântico. Identificamos nesse gênero híbrido a base da teledramaturgia brasileira e um dos fortes motivos da preferência nacional de que é alvo a novela. Os outros motivos são a verossimilhança e as temáticas polêmicas.

¹⁹ A história da telenovela começou na primeira emissora de TV, a extinta Tupi, responsável pela novela que foi o marco do abasileiramento do gênero, *Beto Rockfeller* (1968). Em anos mais recentes, a Rede Manchete (que faliu em 1999) chegou a construir estúdios próprios e produziu algumas novelas que se equipararam às da Globo em qualidade de produção. Foram marcos de sua produção: *Dona Beija* (1986), *Pantanal* (1990) e *Xica da Silva* (1996), novelas que provocaram polêmica pelas cenas de nudez em suas tramas. Atualmente, é o SBT que constitui a segunda emissora em produção de telenovela. Construiu em São Paulo o Projeto Anhanguera, uma enorme área com estúdios e locações, mas que devido à sua produção irregular e descontínua, ainda não se constituiu em segundo polo de produção teleficcional no país.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

SBT	17h15 - 2ª a 6ª	Preciosa	mexicana
SBT	17h35 - 2ª a 6ª	Rosalinda	mexicana
SBT	17h35 - 2ª a 6ª	Abraça-me Forte	mexicana
SBT	19h15 - 2ª a sab	Carinha de Anjo	mexicana
SBT	19h15 - 2ª a sab	Pícara Sonhadora	nacional

* Semana de 22 a 27/10/2001

4. A produção de uma teledramaturgia nacional ou "eu vejo o Brasil na novela"

A consolidação da novela como o gênero mais popular e lucrativo da televisão está vinculada a uma mudança de linguagem, saudada pelos autores brasileiros com trabalho acumulado no rádio e no cinema. A oposição entre novelas "realistas", críticas da realidade social, cultural e política brasileira, e novelas "fantasiosas", ou dramalhões feitos para fazer chorar, marcou o debate entre os profissionais de novela, assim como a literatura sobre o tema e a opinião da audiência.²⁰ Para além dessa oposição, interessa marcar que embora a versão "fantasiosa", também conhecida como "mexicana", procure se manter distante do comentário social e político e não admita o humor, a versão nacional, apesar de incorporar comentários sobre assuntos contemporâneos também se rege fortemente pelas origens folhetinescas do gênero.

A partir do final dos anos 60 e seguindo modelo proposto pela Rede Tupi²¹, as novelas da Rede Globo se contrapuseram ao estilo "fantasioso" que dominava a produção anterior, propondo uma alternativa "realista" (Ortiz, 1989; Mattelart e Mattelart, 1989). É a ruptura com o modelo representado pela novela *Sheik de Agadir* (Globo, 1966), com seus personagens com nomes estrangeiros vivendo dramas pesados, diálogos formais e figurinos pomposos, ambientados em tempos e lugares remotos, para o paradigma da novela brasileira que foi sendo construído a partir da novela *Beto Rockfeller* (Tupi, 1968). Este paradigma trouxe a trama para o universo contemporâneo das cidades grandes brasileiras, o uso de gravações externas, introduziu a linguagem coloquial, o humor inteligente, uma certa ambigüidade dos personagens e, principalmente, referências

²⁰ Segundo pesquisa recente, 68% dos telespectadores nunca assistem a novelas produzidas em países latino-americanos, como México e Colômbia. (pesquisa TGI – Target Group Index, outubro 2001).

²¹ A Rede Tupi foi a primeira rede de televisão do Brasil, marcou época como pioneira nos caminhos de uma dramaturgia própria da televisão com base em temas e personagens brasileiros. Com a sua falência nos anos 70 inicia-se a hegemonia da Globo.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

compartilhadas pelos brasileiros. Sintonizou as ansiedades liberalizantes de um público jovem, tanto masculino como feminino, recém-chegado à metrópole, em busca de instrução e integração nos pólos de modernização. As convenções que passaram a ser adotadas daí em diante baseiam-se de que cada novela deveria trazer uma "novidade", um assunto que a diferenciasse de suas antecessoras e fosse capaz de "provocar" o interesse, o comentário, o debate de telespectadores e de outras mídias, o consumo de produtos a ela relacionados, como livros, discos, roupas, etc. Essa ênfase na representação de uma contemporaneidade sucessivamente atualizada é visível na moda, na tecnologias, nas referências a acontecimentos correntes. Mas é visível também na evolução na maneira como o amor, o sentimento, o romance e a relação homem-mulher foram representados nas novelas dos anos 70 em diante.

Essa opção por uma definição clara no tempo e no espaço - quase sempre a conjuntura contemporânea situada no âmbito da nação - potencializa a vocação da novela de mimetizar e de constantemente renovar as imagens do cotidiano de um Brasil que se "moderniza". Isso pode ser identificado através dos dois planos estruturais de toda novela: o renovado senso de exploração de temas contemporâneos e o verdadeiro "efeito-demonstração" dos padrões de consumo vividos pelos personagens que acena para a população de espectadores com a possibilidade concreta de integração social por meio do consumo. Essa quase obsessão pela conjuntura e a moda é acomodada à estrutura seriada e interativa do folhetim e mobiliza repetidamente o gênero melodramático como matriz cultural e dispositivo de comunicabilidade (Martín-Barbero, 1987). A trama das novelas são em geral movidas por oposições entre homens e mulheres; entre gerações; entre classes sociais; entre localidades rurais e urbanas, "arcaicas" e "modernas", representadas como tendências intrínsecas e simultâneas da contemporaneidade brasileira. Outros recursos dramáticos típicos como identidades falsas, trocas de filhos, pais desconhecidos, heranças repentinas, ascensão social via casamento estão presentes de maneira recorrente e convivem bem com referências a temáticas e repertórios nacionais e atuais na época em que vão ao ar.

Alçada à posição de principal produto de uma indústria televisiva de grandes proporções, a novela passou a ser um dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, das intimidades privadas às políticas públicas. Essa capacidade



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

sui generis de sintetizar o público e o privado, o político e o doméstico, a notícia e a ficção, o masculino e o feminino, está inscrita no texto das novelas que combinam convenções formais do documentário e do melodrama televisivo. É isso que, a nosso ver, mais tipifica a telenovela brasileira e constitui o paradoxo de se identificar o Brasil mais numa narrativa ficcional do que no telejornal. São recorrentes nas novelas a identificação entre personagens da ficção e figuras públicas reais, entre as tramas e os problemas reais e a tendência para uma maior verossimilhança nas histórias contadas, esta, aliás, uma demanda forte do próprio público.²² Tal combinação de gêneros e informações pode ser encontrada, por exemplo, no uso de documentários de época inseridos nas seqüências de novelas desde *Irmãos Coragem* (1970, novela de tempo atual) à *Terra Nostra* (1998, novela de época). Ainda pode-se mencionar a mais recente "invasão" de realidade na novela *Porto dos Milagres* (2001) pelo uso, no intervalo comercial, de clipes de campanha eleitoral com os personagens da novela, provocando o efeito de realidade de uma propaganda feita por partidos políticos verdadeiros. Finalmente, a incorporação do noticiário, levada às últimas conseqüências, e que passou a ser denominada de *merchandising social* (Schiavo, 1995). Ainda sem este nome, a novela *O Espigão* (1974) já apresentava uma campanha pelo meio ambiente. Em novelas recentes, houve a divulgação do trabalho das ONGs e a presença de mães de crianças desaparecidas em *Explode Coração* (1995); o Movimento dos Sem-Terra e a presença de dois senadores da república em velório do senador da ficção em *O Rei do Gado* (1996); a denúncia da exploração do trabalho infantil em *A Indomada* (1997); o tema da AIDS em *Zazá* (1997); a doação de medula óssea e a presença de médicos explicando o câncer de uma jovem em *Laços de Família* (2000); as drogas e o depoimento de viciados em tratamento em *O Clone* (2001).

5. A telenovela como obra aberta e obra de autor

Fruto da combinação de profissionais de posições e intenções diversificadas, de dramaturgos e escritores de esquerda, passando por atores de talento a produtores e

²² São comuns as críticas tanto da mídia como do público a certas situações tratadas numa novela como sendo irreais e fantasiosas, cobrando mais realidade e menos ficção. Essa tendência ao realismo, ou mais precisamente, a uma naturalização das histórias contadas nas telenovelas talvez esteja na base dos mecanismos de legitimação e de credibilidade das novelas no Brasil. Sobre as relações entre ficção e realidade na telenovela brasileira, ver os trabalhos de Lopes et al (2001) e de Motter (2001).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

publicitários com visão de indústria e mercado, as novelas passaram a constituir o principal produto da Rede Globo e que a ajudaram a projetar-se como o maior conglomerado brasileiro de mídia, e competitivo em nível internacional.²³ Pelo menos desde os anos 70, através da Globo veio sendo consolidada uma série de mecanismos de produção e convenções de escritura e de recepção que configuram um sistema de real *feedback* na produção de um produto massivo. Esse sistema leva em conta a participação dos telespectadores no momento mesmo da produção. Nesse sentido, e porque vão ao ar enquanto estão sendo escritas, as novelas foram definidas como *obras abertas* (no sentido de Umberto Eco). Elas são capazes de colocar em *sintonia* os telespectadores com a interpretação e a reinterpretação dos temas tratados.

A novela se tornou um veículo que capta e expressa a opinião pública sobre padrões legítimos e ilegítimos de comportamento privado e público, produzindo uma espécie de *fórum de debates* sobre o país. São inúmeros os aspectos pelos quais se manifesta a construção dessa *obra aberta*. Eles se dão a partir da escolha do tema da novela em forma de sinopse apresentada pelo autor (roteirista), revelando uma maior ou menor sensibilidade e afinidade com as demandas embrionárias ou explícitas no público. Este é o primeiro aspecto a ser avaliado em termos de possibilidade da novela "pegar" em forma de audiência.

Os autores de novela são nacionalmente conhecidos pelos temas a que se dedicam, de modo que quando a próxima novela é anunciada em campanha de lançamento, o nome do autor é destacado ("novela de Benedito Rui Barbosa") de modo a proceder à identificação do universo ficcional daquele autor. E o que pode ser esperado já passa a ser matéria de comentários em jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão, e talvez mais importante, passa a ser conversado antecipadamente pelas pessoas.²⁴ Outro aspecto é a

²³ O caráter de monopólio da televisão brasileira exercido pela Rede Globo é indiscutível até hoje. Mesmo a guerra de audiência movida pela segunda rede, o SBT, é travada em alguns segmentos de horário, e principalmente em programas de auditório comandados pelo seu dono, Silvio Santos, que tem um percurso muito peculiar de "self made man", de vendedor ambulante a empresário e dono do segundo conglomerado de mídia no país.

²⁴ Os escritores de novelas são chamados significativamente de autores e não roteiristas. Cada autor tem uma equipe de dois a três escritores para desenvolver uma novela que tem em média 180 capítulos. Cada autor é conhecido por seu universo temático e pela composição dos personagens. Alguns chegam até a autoperferenciar-se quando numa novela, o autor remete a personagens, lugares e situações por ele desenvolvidas em outra. Assim, Benedito Rui Barbosa é conhecido como autor que trabalha com a temática rural; Aguinaldo Silva com a temática feminina e racial; Gilberto Braga é o cronista da classe média carioca; Manoel Carlos retrata o cotidiano da vida das grandes cidades; Silvio de Abreu faz novela



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

convenção da novela ir ao ar quando somente 25 capítulos foram gravados, o que, segundo a produção, é uma média suficiente para o trabalho das gravações poder ser feito ao sabor das mudanças que se vão fazendo no roteiro. A produção também incorpora os indicadores fornecidos pela realização permanente de grupos de discussão realizados pelo setor de pesquisa da Globo. Mas tudo leva a dar cada vez mais peso ao jogo da interação da novela e o público, a mobilização da empatia pelos conteúdos temáticos, formais e estéticos, onde tudo conta: a abertura, a história central, as tramas paralelas, os atores, os cenários, as músicas, os figurinos e cuja *avaliação* é cotidiana, expressa-se quantitativamente nos índices de audiência mas principalmente nos circuitos da circulação das *conversas*, dos quais falaremos adiante. Estas, além de evidenciar uma poderosa rede de produção e circulação de sentido, expressam a verdadeira recepção da telenovela. Temos, portanto, uma captação quantitativa e formal da recepção dada através de índices de audiência e uma captação qualitativa e informal da recepção através da sua rede de circulação.

6. Temas da vida pública e da vida privada

Eventos e temáticas sociais e políticas remetem à já citada discussão sobre o caráter crítico das novelas e as referências explícitas à nação.

Avançamos a hipótese da novela exercer a função de *agenda setting* tal é a agenda temática tratada. Questões como a reforma agrária, o coronelismo (o poder das oligarquias locais), a especulação imobiliária, as companhias multinacionais, a corrupção política, o racismo, as minorias, entre outras, são alguns exemplos dessa vocação das novelas de incorporar temas do âmbito público em suas narrativas teoricamente voltadas para o universo privado. Mas temáticas como essas nas novelas são inseparáveis das temáticas do romance, da família, do amor, do casamento, da separação. É a lógica das relações pessoais, familiares que preside a narrativa dos problemas sociais. E aí parece residir o poder dessa narrativa, traduzir o público através das relações afetivas, ao nível do vivido, misturando-se na experiência do dia a dia, vivida ela mesma em múltiplas facetas, subjetiva, emotiva, política, cultural, estética, etc.

de humor com remessas cinematográficas; Lauro Cesar Muniz dedica-se ao tratamento social crítico; Gloria Perez, às inovações de conteúdo polêmico, etc.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A fusão dos domínios do público e do privado realizada pelas novelas lhes permite sintetizar problemáticas amplas em figuras e tramas pontuais, e ao mesmo tempo, sugerir que dramas pessoais e pontuais podem vir a ter significado amplo. . Nesse sentido, são exemplares os casos da novela *Barriga de Aluguel* (1990) que conta a história de uma inseminação artificial; de transplante de coração em *De Corpo e Alma* (1992); a destruição meio ambiente em *Mulheres de Areia* (1993); a chegada da internet em *Explode Coração* (1995); a violência urbana em *A Próxima Vítima* (1995) e em *Torre de Babel* (1998) e do atual *O Clone* (2001) com a clonagem humana.

Mas, talvez seja na trajetória das personagens femininas, assim como na das representações do amor e da sensualidade, que se expressa de maneira mais bem acabada essa capacidade de aglutinar experiências públicas e privadas que caracteriza as novelas (Hamburguer, 1998).

A primeira novela, ainda não diária, da televisão brasileira, *Sua Vida me Pertence* (Tupi, 1951), chamou atenção por um beijo ardente. No começo dos anos 70, o beijo ainda encarnava a sensualidade máxima nas novelas. Porém, ao longo dessa década o ritmo das transformações na maneira como as novelas representaram os tipos ideais de mulher, de relações amorosas e de estrutura familiar acelerou-se. O privilégio do beijo seria rapidamente substituído por uma liberalização crescente das novelas, que adentraram os aposentos íntimos dos personagens; cenários de quarto, casais na cama e gestos que simbolizam o orgasmo passaram a ser admitidos. Jogando com o universo proibido do incesto, da prostituição, do prazer, da nudez, do sexo antes do casamento, desvinculando-o da procriação, da separação como saída para casamentos infelizes, com a legitimidade de segundas uniões. Ainda, passou-se a tratar da vida profissional e independência financeira da mulher²⁵, das tecnologias reprodutivas (*Barriga de Aluguel*, 1990; *O Clone*, 2001), da constituição de novos arranjos familiares em que uma mulher, mesmo solteira, decide criar filhos concebidos em relações diferentes (*Laços de Família*, 2000). Entram em cena e são cada vez mais constantes os casamentos interracialis (*Corpo a Corpo*, 1984; *A Próxima Vítima*, 1995; *A Indomada*, 1996; *Por amor*, 1997; *Suave Veneno*, 1999; *Laços de Família*, 2000; *Porto dos Milagres*, 2001) e uniões homossexuais, seja entre homens jovens e adultos como entre mulheres (*Vale Tudo*, 1985; *A Próxima Vítima*, 1995; *Por amor*, 1997;

²⁵ Na novela *Laços de Família* (2000), este tema foi tratado em forma de comédia, em que a superioridade profissional e financeira da esposa foi causa da impotência sexual no marido.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Torre de Babel, 1998).²⁶ Outro índice da ampliação do espectro dos padrões de comportamento modernos legitimados pelas novelas é a introdução de romances entre mulheres mais velhas e homens mais jovens, o amor na terceira idade e um modelo de mulher profissional, liberada e independente, captando e expressando representações que quase sempre são mais avançadas em relação à realidade vivida. A recorrência com que os padrões desviantes de casamento e de sexualidade são tratados nas novelas fazem com que elas passem a conferir enorme visibilidade pública à discussão desses temas anteriormente tratados somente no âmbito privado. E, mais importante ainda, o tratamento realístico dado a esses temas não costuma escamotear os elementos de conflito e de preconceito, conferindo à novela alta credibilidade junto ao público. É através desse efeito de credibilidade das novelas que elas colocam em circulação e debate mensagens sobre a tolerância e o direito à diferença, a despeito do quase sempre "final feliz" dado a essas histórias. E talvez o fascínio e a repercussão pública das novelas estejam relacionados a essas ousadias na abordagem dos dramas comuns de todo dia. Em que medida a moral final corresponde a modelos convencionais ou liberalizantes tem a ver com uma negociação simbólica ou dos significados em jogo, negociação cheia de mediações que envolve autores, produtores, pesquisadores de mercado, instituições como a censura, a igreja, os movimentos negro, feminista, gay, ONGs e os diferentes públicos que vêem novelas. O que é certo que esses dramas nas novelas já não são lineares nem unilaterais, mas antes, bastante nuanceados e marcados por um movimento ambivalente entre transgressão e conformismo. Com relação à questão da discriminação racial e sexista, o tratamento vem sendo crescentemente informativo, anti-dogmático e a favor da tolerância e do respeito às chamadas minorias. Neste aspecto, a novela parece configurar-se como uma linha de força na construção de uma sociedade multicultural no Brasil.

7. Pacto de recepção e territórios de circulação de sentidos

²⁶ Há que se mencionar que na novela *Torre de Babel* (1998), um casal de lésbicas foi retirado da história por provocar intensas manifestações negativas, principalmente na mídia. Ficou famosa a solução dada pelo autor da novela em explodir o shopping onde elas, belas, liberadas e bem sucedidas, eram empresárias de moda.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Não resta dúvida de que a novela constitui um exemplo de narrativa que ultrapassou a dimensão do lazer, que impregna a rotina cotidiana da nação, construiu mecanismos de interatividade e uma dialética entre o tempo vivido e o tempo narrado e que se configura como uma experiência, ao mesmo tempo, cultural, estética e social. Como experiência de sociabilidade, ela aciona mecanismos de conversação, de compartilhamento e de participação imaginária. *A novela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada.* Os telespectadores se sentem participantes das novelas e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano.²⁷

As relações do público com as novelas são mediadas por uma variedade de instituições, pesquisas de audiência, relações pessoais, contatos diretos com autores, além da imprensa e da mídia especializada.

Tão importante quanto o ritual de assistir os capítulos das novelas cotidianamente é a informação e os comentários que atingem a todos, mesmo àqueles que só de vez em quando ou raramente vêem a novela. As pessoas, independentemente de classe, sexo, idade ou região acabam participando do território de circulação dos sentidos das novelas, formado por inúmeros circuitos onde são reelaborados e ressemantizados. *A novela é tão vista quanto falada* e seus significados são o produto tanto da narrativa audiovisual produzida pela televisão quanto da interminável narrativa oral produzida pelas pessoas.

²⁷ A partir de meados da década de 80, diante da insatisfação com os trabalhos que se restringiam a interpretar o conteúdo ideológico de programas televisivos, ou priorizavam a análise político-institucional da indústria cultural, o foco dos estudos passou a recair sobre a recepção. A análise desses estudos extrapola os objetivos do presente texto. Limitamo-nos somente a ressaltar que o percurso desses estudos foi marcado por uma ampliação das referências teóricas e dos quadros metodológicos, em que passou-se a adotar uma abordagem crescentemente complexa e interdisciplinar a ponto de a recepção não ser mais tratada como um pólo, mesmo que ativo, do processo de comunicação, como aparece na grande literatura internacional sobre o tema. Nos atuais estudos latino-americanos, a recepção aparece propriamente como uma perspectiva de análise, pela qual todo o processo de comunicação é reconstituído (produção, meio, texto e público). Parece que o termo "recepção" já não alcança mais para dar conta desse tipo de pesquisa, a que preferimos chamar de *estudos de mediações*. A nosso ver, são estes os que passam a ser uma marca distintiva das atuais pesquisas latino-americanas de comunicação. Esses estudos no Brasil começaram por discutir as diferenças de interpretação entre segmentos determinados do público, como a classe social e a situação geográfica até chegar aos estudos mais atuais que demonstram o *caráter interativo* da novela, da construção de um *repertório compartilhado* sobre a nação, do *pacto de recepção* entre a produção e o público, numa dinâmica que ao longo dos anos consolidou convenções formais de narrativa que são de amplo domínio do público. As diferenças de interpretação das novelas nas diferentes regiões, classes e segmentos sociais, só são possíveis porque todos vêem a novela. Como dissemos no início do presente texto, o significado sócio-cultural da telenovela no Brasil (e no restante da América Latina) para a modernidade que se vive na região, vai muito além de dos seus efeitos. E aqui parecem caber as férteis pistas abertas por estudos sobre as relações entre oralidade e visualidade, que vêm a televisão e particularmente a telenovela, como dispositivos de reordenamento da cultura (Martín-Barbero e Rey, 1999).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Como muitas pesquisas já mostraram, a novela começa a ser comentada durante o próprio ato de sua assistência. Conversa-se sobre ela em casa, com o marido, a mãe, os filhos, a empregada, com os vizinhos, os amigos, no trabalho. Fala-se dela nas revistas especializadas em comentários e fofocas sobre novelas; em colunas dos jornais diários, tanto os de prestígio como os populares; nas pesquisas de opinião feitos por institutos; nas cartas de leitores mandadas aos jornais e revistas; nos programas de televisão e rádio que acompanham as novelas tanto em forma de reportagem e entrevistas com seus atores, como em programas de humor onde elas são satirizadas. A novela também aparece nas músicas dos CDs de trilhas sonoras que são especialmente compostas; em todo um circuito de merchandising que vão das roupas e jóias usadas pelos atores aos objetos de decoração, bebidas, carros, lojas e bancos que aparecem nas histórias; nos comerciais com os atores das novelas que estão no ar.

Os autores declaram expressamente à imprensa que procuram pessoas na rua para saber as suas opiniões sobre o que estão escrevendo para assim ter idéias sobre o desenvolvimento dos personagens. As gírias e maneirismos usados por certos personagens são incorporados rapidamente na linguagem do dia a dia; nomes de personagens entram em moda e crianças são batizadas com eles; nomes de novelas passam a ser nomes de padarias e lojas; também nomes de alguns personagens são usados como adjetivos para designar o caráter desviante de pessoas.

Além disso, situações vividas por um personagem na novela ou as características de seu caráter podem ser objeto de mobilização de sindicatos, do movimento negro ou gay, de políticos, de comunidades étnicas que criticam ou reivindicar mudanças em situações e personagens que contrariariam a sua imagem pública.²⁸ As novelas ainda podem ser encontradas refletidas nas propostas de projetos de lei para o estabelecimento quotas para atores negros e disciplinando o trabalho de atores infantis e adolescentes. Frequentemente, as tramas das novelas provocam a discussão da necessidade de códigos de ética por parte das emissoras de TV, seja em forma de lei ou de autoregulamentação.

²⁸ As manifestações públicas quase sempre vão no sentido de criticar as novelas por discriminação (pelo tratamento indevido a personagens negros, gays, mulheres, crianças), por difamação (por exemplo, políticos ou figuras públicas que se sentem atingidas), por realçar traços negativos de categorias profissionais (como policiais, advogados, médicos, jornalistas, empresários de multinacionais, etc.).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

E, finalmente, as novelas provocam a torcida por personagens que se encontram em confronto ou sobre o que elas devem fazer ou sobre a mudança que deve haver no seu comportamento. O mais novo espaço ocupado por toda essa conversação que a novela provoca é a internet, onde cada novela tem seu site (informado ao final da ficha técnica que encerra cada capítulo diário), e as opiniões se expressam em inúmeras listas de discussão.²⁹

A força e a repercussão da novela mobiliza cotidianamente uma verdadeira rede de comunicação, através da qual se dá a circulação dos seus sentidos e provoca a discussão e a polêmica nacional. Através desse *fórum de debates* capilarmente difuso, complexo e diversificado, as pessoas sintetizam experiências públicas e privadas, expressam divergências e convergências de opinião sobre ações de personagens e desdobramentos de histórias. O caráter de repertório compartilhado permite a manifestação de diferenças, a expressão das competências sobre o gênero, de domínio das convenções dramáticas da telenovela, da sensibilidade do olhar que cerca os detalhes, seja nos cenários e nos figurinos, seja nos múltiplos *plots* que se entrelaçam no emaranhado de 200 capítulos para, ao fim, emitir seu julgamento sobre diversos finais dessas tramas. Critica-se ou aplaude-se a produção pela condução da obra.

Quando uma novela galvaniza o país, nesse momento ela atualiza seu potencial de sintetizar o imaginário de uma nação, isto é, a sua identidade, ou o que é o mesmo, de se expressar como *nação imaginada*. Esta representação, ainda que estruturalmente melodramática e sujeita à variedade de interpretações, é aceita como verossímil, vista e apropriada como legítima e objeto de credibilidade. Há um consenso na literatura em denominar esse imaginário como *moderno*, uma vez que as novelas movimentam os *imaginários modernos* da nação sobre alguns eixos temáticos recorrentes e que, em síntese são: a mobilidade social, a nova família, a diversidade sexual, étnica, racial, a afirmação feminina, a renovação ética.

No mínimo é irônico que um programa inicialmente classificado pela indústria como entretenimento dirigido às mulheres de classe "C" tenha dominado o horário nobre da televisão brasileira e se transformado num fórum de debates sobre a nação

²⁹ Como exemplo deste fórum recente, um jornal promoveu uma discussão baseada em uma reportagem em que se identificava o "branqueamento" dos personagens numa novela recente, *Porto dos Milagres* (2001), baseada em romance de Jorge Amado cujos personagens são majoritariamente negros.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

compartilhado por um público nacional composto por mulheres, homens e crianças em todos os grupos sociais e locais do território nacional. A novela talvez seja um exemplo único de como um sistema de mídia televisivo pode ser responsável pela emergência de um espaço público peculiar que nos anos atuais se diversificou e se apresenta como alternativa principal de realização pessoal, inclusão social e de poder, isto é, como uma nova forma de cidadania. A novela, enfim, conseguiu permeabilizar o espaço público brasileiro à atualização e à problematização da identidade nacional em um período de profundas e aceleradas transformações.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Uma breve conclusão: a telenovela brasileira, do espaço audiovisual nacional para o transnacional

Como vimos, o que tem tornado a telenovela num enclave estratégico para a produção audiovisual brasileira é o seu peso no mercado televisivo tanto quanto o papel que ela joga na produção e reprodução das imagens que os brasileiros fazem de si mesmo, e através das quais se reconhecem. Só este fato é suficiente para tornar indispensável a reflexão sobre os diferentes sentidos da telenovela no plano nacional. É este o objetivo que moveu o presente artigo. Porém, não queremos concluí-lo sem deixar de, pelo menos, apontar e reconhecer também a sua importância regional e transnacional.

Estruturada no Brasil, e também na América Latina, nos anos 60 e 70, a telenovela foi um fator determinante na criação de uma *capacidade televisiva nacional* que se projetou não só numa extensiva produção como também numa particular apropriação do gênero, isto é, sua *nacionalização*. Entretanto, isso vai além de modelar o caráter nacional da telenovela. Duas dinâmicas diferentes mas intimamente conectadas estão envolvidas: uma delas empurra para a integração do espaço latino-americano e outro mobiliza o mercado mundial. Dentro da América Latina, a telenovela conta com a vantagem de um longo processo de identificação massiva e popular, colocada em movimento desde os 40 e 50, resultando no que se poderia chamar de um processo de *integração sentimental* dos países latino-americanos - uma standardização de modos de sentir e de expressar, de gestos e sons, ritmos de dança e de cadências narrativas - tornada possível pelas indústrias culturais do rádio e do cinema (Martín-Barbero e Rey, 1999). Isto quer dizer que, enquanto marco nesta dinâmica de integração - os países em sua pluralidade nacional e diversidade cultural - a telenovela é também o lugar de intervenção da dinâmica da globalização do mercado mundial. A internacionalização da telenovela responde ao movimento de ativação e reconhecimento do que é especificamente latino-americano num gênero televisivo que começa a exportar sucessos nacionais.

Contraditoriamente, sua internacionalização também responde ao movimento de progressiva neutralização das características de uma latino-americanidade em um gênero que a lógica do mercado mundial pretende converter em transnacional no momento de sua produção. As co-produções são recentes na América Latina. Enquanto a Globo se associa à



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Telemundo, segunda rede hispânica dos Estados Unidos e braço da Sony Pictures Entertainment para fazer co-produções destinadas exclusivamente ao mercado externo, o SBT também está tratando de co-produzir com a Univisión dos Estados Unidos, associada da mexicana Televisa. Neste aspecto, o Brasil fez história com a exportação de telenovelas pela Globo que alcançaram índices notáveis de audiência em inúmeros países da Europa e da Ásia – caso de *A Escrava Isaura*, *Dancing Days*, *Roque Santeiro* até a recente *Terra Nostra*. Por outro lado, a Televisa do México, concentrada mais na América Latina e na audiência hispânica dos Estados Unidos, também alcançou enorme êxito com *Os Ricos Também Choram* e *Simplemente María*.

Na Europa, em anos recentes, o reordenamento dos sistemas nacionais de televisão europeia, a privatização e expansão de canais e a introdução do sistema por cabo e satélite ampliou enormemente a programação e abriu o mercado à internacionalização de telenovelas de outros países latino-americanos como a Venezuela, Argentina e Perú. A entrada das telenovelas latino-americanas no mercado audiovisual mundial certamente mostra o nível de desenvolvimento atingido pela indústria da televisão nesses países e também significa, em alguma medida o rompimento da linha demarcatória entre o norte e sul enquanto países considerados a ser produtores e os considerados a ser exclusivamente consumidores. (Buonanno, 1999).

São desafios que se colocam num mercado televisivo hegemônico, mas também fragmentado e segmentado em seu consumo e complexificado pelo aparecimento de novos atores sociais e novas identidades coletivas. Desafios, em que convivem processos ambivalentes como a tendência a dissolver as diferenças culturais e à indiferenciação das audiências, por um lado, e por outro a tendência à migração e à afirmação em outros territórios de gêneros nacionais, como a *telenovela brasileira*.

Referências bibliográficas

- Anderson, Benedict (1991). *Imagined communities*. Londres: Verso.
- Borelli, Silvia e Priolli, Gabriel (coords.) 2000. *A deusa ferida*. São Paulo: Summus.
- Buonanno, Milly (1999). *El drama televisivo*. Barcelona: Gedisa.
- García Canclini (1995). *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- Hamburguer, Esther (1998). Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: Schwarcz, Lilia M. História da vida privada no Brasil, 4. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lopes, Maria Immacolata Vassallo et al. (2001). Vivendo com a telenovela – Mediações, recepção, ficcionalidade. São Paulo: Summus.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). De los medios a las mediaciones. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, Jesús e Rey, German (1999). Los ejercicios del ver. Barcelona: Gedisa.
- Mattelart, Armand e Mattelart, Michèle (1989). O carnaval das imagens. São Paulo: Brasiliense.
- Meyerowitz, Joshua (1984). No sense of place. Oxford: University Press.
- Motter, Maria Lourdes (2001). A telenovela: documento histórico e lugar de memória. Revista USP, 48. São Paulo: USP, CCS.
- Newcomb, Horace (1999). La televisione da forum a biblioteca. Milano: Sansoni.
- Ortiz, Renato et al. (1989) Telenovela: história e produção. São Paulo: Brasiliense.
- Schiavo, Marcio (1995). Merchandising social: uma estratégia sócio-educacional para grandes audiências. Rio de Janeiro: Un. Gama Filho.