

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM IMAGEM E SOM**

MARESSA DE CARVALHO BASSO

O BRASIL PELO MUNDO: a forma melodramática de Avenida Brasil

São Carlos

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM IMAGEM E SOM

MARESSA DE CARVALHO BASSO

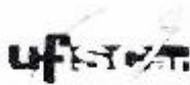
O BRASIL PELO MUNDO: a forma melodramática de Avenida Brasil

Dissertação/tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som, da Universidade Federal de São Carlos para obtenção do título de Mestre em Imagem e Som.

Orientação: Profa. Dra. Flávia Cesarino Costa

São Carlos

2018



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som

Folha de Aprovação

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Dissertação do Mestrado da candidata Marcella de Carvalho Basso, realizada em 07/03/2018:

Flávia Cesarino Costa

Profa. Dra. Flávia Cesarino Costa
UFSCar

Profa. Dra. Alessandra Meleiro
UFSCar

Profa. Dra. Marcia Percin Tondato
ESPM

Certifico que a defesa realizou-se com a participação à distância do(s) membro(s) Alessandra Meleiro, Marcia Percin Tondato e, depois das arguições e deliberações realizadas, o(s) participante(s) à distância está(ão) de acordo com o conteúdo do parecer da banca examinadora redigido neste relatório de defesa.

Flávia Cesarino Costa

Profa. Dra. Flávia Cesarino Costa

DEDICATÓRIA

“Ela acredita em anjo e, porque acreditava eles existiam.”

– Clarice Lispector – escritora e jornalista ucraniana naturalizada brasileira.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a meus pais pelo apoio incondicional, emocional e financeiro durante o percurso para realização desta pesquisa e por acreditarem na minha capacidade de conseguir mesmo quando eu mesma estava desacreditada. Obrigada por confiarem em mim, embarcarem nos meus sonhos e sempre me incentivarem a fazer o meu melhor em qualquer situação. Vocês são os meus maiores exemplos de vida.

Agradeço à minha orientadora, Profa. Dra. Flávia Cesarino Costa, que me acolheu com imenso carinho e respeito e que mesmo antes de eu me tornar sua orientanda foi atenciosa, auxiliando de forma pertinente todo o desenvolvimento desta pesquisa. Obrigada pela paciência, pela calma e por estar disposta a ajudar no redirecionamento do trabalho. Agradeço também pela profissional admirável que conheci e por todo ensinamento que pude aprender desde que a orientação se iniciou.

Agradeço o acolhimento dos membros do grupo Cinemídia que, durante minhas participações em reuniões, sempre mostraram-se interessados e colaborativos com o andamento de minha pesquisa. Obrigada pelas considerações e por todas as experiências que pude agregar, profissionalmente e humanamente, no convívio diário, mesmo que breve.

Agradeço aos meus amigos, e em especial ao meu namorado, por entenderem e compreenderem os momentos de crise e instabilidade durante os últimos meses. Agradeço também por todo apoio e pelas palavras de força. Obrigada pelos abraços sinceros, pelas palavras firmes e pelo companheirismo de sempre.

Agradeço de forma muito especial aos meus colegas de trabalho, em especial à minha chefe Camilla Furtado, por todo apoio e compreensão neste último mês. Se não fossem as dispensas concedidas, esse trabalho não aconteceria.

Agradeço aos professores e funcionários do Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos, que auxiliaram no crescimento e desenvolvimento acadêmico, em especial ao professor Arthur Autran, que participou da minha qualificação com contribuições importantes e pertinentes para o andamento do trabalho. Agradeço ao auxiliar administrativo Felipe Rossit por toda atenção prestada desde o período que antecedeu minha entrada nesse programa. Obrigada professora Marcia Percin Tondato por suas considerações de suma importância durante a banca de qualificação e por participar da banca de defesa. Obrigada também professora Alessandra Meleiro por estar presente nessa banca.

Por fim, mas não menos importante, agradeço a Deus pelo amparo nas horas difíceis e pela companhia nessa dura e árdua caminhada. Obrigada por sempre restaurar a minha fé em mim mesma e na minha capacidade de conseguir alcançar meus objetivos.

RESUMO

BASSO, Maressa de Carvalho. O Brasil pelo mundo: a forma melodramática de Avenida Brasil. 2018. 121 f. Dissertação/tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som, para obtenção do título de Mestre em Imagem e Som – Universidade Federal de São Carlos, campus São Carlos, São Carlos 2018.

A telenovela *Avenida Brasil*, exibida pela Rede Globo no ano de 2012, é considerada um marco na história das telenovelas no Brasil. Além de trazer como tema principal a classe C, em destaque devido a políticas populistas do governo, essa importância deu-se pelo fato de ser, até o presente momento, a narrativa ficcional oriunda do país exportada para mais nações e também por trazer em sua trama aspectos narrativos e estéticos que a classificam como pioneira. Esta pesquisa objetiva mostrar quais foram estes aspectos e de que forma foram apresentados e identificados pelo público. Para isso utilizou-se de momentos históricos, bem como de conceitos relevantes para essa identificação.

Palavras-chave: Telenovela. *Avenida Brasil*. Inovações estéticas. Exportação de telenovelas. Telenovela pós-moderna.

ABSTRACT

The soap opera *Avenida Brasil*, shown by Rede Globo in 2012, is considered a milestone in the history of soaps operas in Brazil. In addition to bringing the C class as its main theme, in particular due to populist government policies, this importance was due to the fact that it is, up to the present moment, the fictional narrative from the country exported to more nations and also to bring in its narrative and aesthetic aspects that classify it as a pioneer. This research aims to show what these aspects were and how they were presented and identified by the public. For this purpose, historical moments were used, as well as concepts relevant to this identification.

Keywords: Soap opera. *Avenida Brasil*. Aesthetic innovations. Export of soap operas. Postmodern soap opera.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – BBC NEWS Latin American e Caribe /The Guardian	63
Figura 2 – Assuntos mais comentados do Facebook em 2012	68
Figura 3 – Seis mil argentinos no Luna Park, em Buenos Aires, para assistir o último capítulo de Avenida Brasil	71
Figura 4 – Imagem do trecho analisado do capítulo 01	95
Figura 5 – Imagem do trecho analisado do capítulo 102.....	95
Figura 6 – Imagem do trecho analisado do capítulo 172.....	96
Figura 7 – Imagem do trecho analisado do capítulo 172.....	97
Figura 8 – Imagem do trecho analisado do capítulo 160.....	97
Figura 9 – Imagem do trecho analisado do capítulo 99.....	98
Figura 10 – Imagem do trecho analisado do capítulo 99.....	99
Figura 11 – Imagem do trecho analisado do capítulo 99.....	99
Figura 12 – Imagem do trecho analisado do capítulo 02.....	100
Figura 13 – Imagem do trecho analisado do capítulo 102.....	101
Figura 14 – Imagem do trecho analisado do capítulo 102.....	102
Figura 15 – Imagem do trecho analisado do capítulo 103.....	102
Figura 16 – Imagem do trecho analisado do capítulo 117.....	103
Figura 17 – Imagem do trecho analisado do capítulo 117.....	104
Figura 18 – Imagem do trecho analisado do capítulo 117.....	104
Figura 19 – Imagem do trecho analisado do capítulo 172.....	105
Figura 20 – Imagem do trecho analisado do capítulo 102.....	106
Figura 21 – Imagem do trecho analisado do capítulo 102.....	106
Figura 22 – Imagem do trecho analisado do capítulo 01.....	107
Figura 23 – Imagem do trecho analisado do capítulo 01.....	107
Figura 24 – Imagem do trecho analisado do capítulo 01.....	108
Figura 25 – Imagem do trecho analisado do capítulo 01.....	108

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 TELENOVELA NO BRASIL	20
2.1 A TELEVISÃO NO BRASIL.....	20
2.2 TELENOVELA NO BRASIL	24
2.3 A HISTÓRIA DA TELENOVELA BRASILEIRA	27
2.4 PECULIARIDADES DA TELENOVELA BRASILEIRA	32
2.5 GLOBALIZAÇÃO	37
2.6 TELENOVELAS BRASILEIRAS GANHANDO O MUNDO.....	39
3. MELODRAMA.....	45
3.1 MELODRAMA E TELENOVELAS BRASILEIRAS	55
3.2 TERRITÓRIOS DE FICCIONALIDADE: A APROXIMAÇÃO DA AUDIÊNCIA	58
3.3 AVENIDA BRASIL: A POPULARIZAÇÃO DA TELENOVELA PARA UM BRASIL CONTEMPORÂNEO.....	61
3.4 AVENIDA: A TRAMA	65
3.5 AVENIDA BRASIL E O PROCESSO DE POPULARIZAÇÃO DA TELEDRAMATURGIA.....	79
3.6 A CONVERGÊNCIA COM OUTRAS MÍDIAS.....	81
3.7 AVENIDA BRASIL E SUA TRAMA MELODRAMÁTICA	82
4. ANÁLISE PARA O ESTUDO DA ACEITAÇÃO, NACIONAL E INTERNACIONAL DA TELENOVELA AVENIDA BRASIL	85
4.1 LINGUAGEM E DISCURSO	85
4.2 O DISCURSO COMO PRÁTICA SOCIAL	85
4.3 AVENIDA BRASIL: ANALISANDO A TELENOVELA.....	93
4.3.1 <i>A análise na prática</i>	95
5 CONCLUSÃO.....	111
REFERÊNCIAS	117

1 INTRODUÇÃO

Histórias narradas pela televisão são, antes de tudo, importantes por seu significado cultural. Como bem o demonstra o filão de estudos internacionais, a ficção televisiva configura e oferece material preciso para entender a cultura e a sociedade de que é expressão. (LOPES, 2004, p, 125).

A comunicação de forma massiva constitui-se como um espaço interessante e amplo para a possibilidade de realização de uma reflexão sobre a globalização da cultura. Isso acontece porque é nessa forma de comunicar que se encontram estratégias muito específicas de consumo que refletem, de certa forma, pluralidades das identidades e representações. Além disso, é possível perceber que agora o temos um fluxo de comercialização de mão dupla, ou seja, de países de terceiro mundo para países mais desenvolvidos e não só o contrário.

No Brasil, os anos 1970 e 1980 foram marcados pela valorização crescente do conteúdo cultural produzido no país, fazendo com que a nacionalização da produção ganhasse destaque não só na TV, mas também no cinema, na música e na publicidade. Exemplos relevantes do crescimento e da valorização das produções nacionais são as telenovelas, que encantaram os mais variados públicos.

A Rede Globo vem tendo há décadas papel fundamental nessa difusão. Isso porque que foi a primeira emissora a ter seus programas veiculados em todo território nacional, criando com os espectadores uma relação de intimidade. Essa proximidade foi expressa com maestria no slogan “Globo e você, tudo a ver”, desenvolvido por José Bonifácio Oliveira Sobrinho, o Boni, que “era a cabeça no comando, um comando único (...)” (FILHO, 2003).

A TV Globo permanece há tanto tempo no ar porque foi criada com uma cabeça desse tipo. E por conta dessa cabeça, foi juntando os melhores profissionais da praça. Juntou o pessoal do teatro, do cinema, de tudo. Abriu-se para procurar os profissionais de que precisava pelo Brasil todo. E em todos os lugares, sem distinção, formando uma televisão ímpar no Brasil – e, sem dúvida nenhuma, no mundo todo. (FILHO, 2003, p. 37)

Os carros-chefes para essa dominação de uma única emissora em um território tão grande como o brasileiro foram as produções de telenovelas e os programas jornalísticos, gêneros que se firmaram e seguem como padrão de excelência e qualidade até os dias atuais.

A telenovela foi, durante algumas décadas, estudada como um produto que atendia de forma superficial as necessidades de mercado audiovisual. Inicialmente, estas produções eram classificadas pela crítica como um produto destinado a mulheres da classe C. Esse panorama mudou apenas nos anos de 1980, com estudos de recepção que tinham sua

base em autores como Martín-Barbero (2006) e Orozco Gómez (1997) e que permitiram uma compreensão significativa da recepção da telenovela pelos espectadores como um fenômeno cultural expressivo e de importância.

Daniel Filho (2003) afirma que a telenovela brasileira, com toda sua particularidade e valorização do nacional, tem o papel de substituir a fofoca entre vizinhos e fornecer um diálogo no qual o espectador é convidado a participar das vidas alheias que assistem na tela. A telenovela, para o autor, funciona como uma espécie de fofoca da vida moderna, trazendo nas suas tramas uma brasilidade com abordagem de temas mais críticos e contemporâneos.

Uma obra aberta, como a novela, é um fantasma para os autores, mas ao mesmo tempo é o que há de mais fascinante, pois torna o gênero um produto completamente diferente. Novela é o único exemplo que eu conheço em que o autor é co-autor, o público é co-autor, todo mundo é co-autor porque o trabalho de cada um vai somando e vai modificando a obra. Muitas vezes, sem a gente conversar com os atores, eles vão propondo mudanças que, quando vemos, alteram o caminho da história. (FILHO, 2003, p. 67).

O status que as telenovelas brasileiras alcançaram no decorrer dos anos, principalmente no que diz respeito ao seu lugar como um dos agentes centrais da cultura e da identidade do país foi “disseminado a partir de uma narrativa genuinamente nacional” (SOBRAL, 2012, p. 2), que não trazia como ênfase apenas os aspectos ruins presentes na sociedade, como a desigualdade, mas alimentava um processo pelo qual pessoas de diferentes classes sociais, gêneros e localidades são capazes de se reconhecer.

É importante deixar explicitado para este estudo que as classes populares são parte constitutiva das tramas das telenovelas. Hamburger (2005) afirma que essa parcela da população, formada pelas classes B e C, é a mais importante quando se fala em produzir para a televisão. “Entre as duas, pioneiros da pesquisa consideram a classe C mais significativa, dada a combinação de lealdade e abertura ao consumo apresentada por seus membros” (HAMBURGER, 2005, p. 53). Essa afirmação deixa clara uma posição importante no que diz respeito aos interesses próprios do melodrama. Por isso, esse gênero de narrativa ficcional, que se configura como um objeto de padrão massivo e apresenta constante diálogo com a sociedade, servindo muitas vezes como um espelho por mostrar os hábitos e costumes da população.

É importante destacar também a alteração no modelo narrativo, que foi encorpado com “novas temáticas e do diálogo do melodrama com outros ‘territórios’ de ficcionalidade” (BORELLI, 2005, p. 109). É possível afirmar que essa alteração de eixo temático coloca como protagonista a realidade brasileira, levando para televisão e,

consequentemente, para a discussão popular, um debate que tem como ponto principal a condição histórica e social dos brasileiros.

(...) articulam-se, no contexto narrativo, os tradicionais dramas familiares e universais da condição humana, aos fatos políticos, culturais e sociais, significativos da conjuntura no período; esta nova forma inscreve-se na história das telenovelas como uma característica particular da produção brasileira; e estas narrativas denominam-se “novelas verdade”, que veiculam um cotidiano que se propõe crítico, por estar mais próximo da vida “real” e por pretender desvendar o que se encontraria ideologicamente camuflado na percepção dos receptores. (BORELLI, 2005, p. 109)

*Beto Rockfeller*¹, exibida pela TV Tupi em 1968, pode ser citada aqui já que é considerada “um marco no gênero porque foi a primeira novela a usar linguagem coloquial e cenários contemporâneos” (HAMBURGER, 2005, p. 67). A trama de *Beto Rockfeller* introduziu na televisão brasileira, que era carregada com telenovelas adaptadas de originais mexicanos e cubanos, uma temporalidade contemporânea.

Além disso, rompeu com o círculo melodramático, introduzindo humor e descontração no recheio da trama novelesca. O sucesso conquistado por essa telenovela – *Beto Rockfeller* – é tido como marco fundamental na transição para o completo abasileiramento do gênero e sua configuração como um produto diferenciado das matrizes que o geraram. (MARQUES DE MELO, 1988, p.27)

Essa telenovela foi o ponto de partida para que as emissoras concorrentes corresse para a adequação ao abasileiramento. A TV Globo, especificamente, foi a que soube explorar melhor esse filão, contando a partir daí um capítulo a parte na história das telenovelas no Brasil. Atenta às mudanças, a Globo lançou-se numa bem sucedida estratégia de renovação de técnica e temática, movimentando o mercado e alcançando índices consideráveis de audiência em suas produções.

É comum apontar-se a diferença entre as telenovelas da Rede Globo e a tradição dos dramalhões importados da América hispânica a partir da oposição entre realismo (telenovelas modernas) e melodrama (novelas tradicionais), o que me parece um equívoco, visto que a produção brasileira atual continua a observar as regras do gênero e pauta-se pela mesma presença de um coeficiente de realismo (poder-se-ia dizer naturalismo) na representação que caracterizou o cinema hollywoodiano dos anos 50, o que não significa o abandono do melodrama como matriz do que pode ou deve acontecer na ficção. (XAVIER, 2003, p. 96).

Foi nesse momento que a emissora uniu a qualidade técnica que conquistara desde sua concepção ao abasileiramento da telenovela, dando origem

¹ Escrita por Bráulio Pedroso, sob argumento e inspiração de Cassiano Gabus Mendes e direção de Lima Duarte, a telenovela foi exibida pela TV Tupi em 1968 e contava a história de um malandro de classe-média baixa que trabalha como vendedor em uma loja de sapatos e que faz se passar por milionário para entrar para a alta sociedade. (HAMBURGER, 2005).

ao Padrão Globo de Qualidade. Esta etiqueta, que de acordo com Borelli e Priolli (2000), articula a produção com a tecnologia, criando uma personalidade na programação, fez com que a emissora se tornasse conhecida internacionalmente pela sua produção única no gênero e anos depois passasse a ser a pioneira em exportação de telenovelas brasileiras.

Diferentemente de outras emissoras da época que tinham o seu corpo diretivo formado por gente do meio cultural, a TV Globo colocou a sua frente um grupo de homens que mantinham relações estreitas com o mercado. O novo modelo empresarial refletia-se na parte comercial e produtiva, de maneira que o produto televisivo deveria ser tratado como o produto de qualquer outra empresa. Nesse sentido, um programa televisivo e uma marca de macarrão se igualavam do ponto de vista comercial; ambos, portanto, deveriam gerar lucros. (BORELLI & PRIOLLI, 2000, p.80)

Para Marques de Melo (1988) “o padrão global correspondeu a uma planejada estratégia de marketing, unindo eficácia empresarial, competência técnica e sintonização com as necessidades subjetivas do telespectador, através da pesquisa” (MARQUES DE MELO, 1988, p. 17). A partir daí, a Rede Globo foi se consolidando fortemente na liderança da audiência televisiva no Brasil e na produção de telenovelas, sendo pioneira em apresentar diversas inovações, vindo a servir de modelo para a construção e crescimento da concorrência. Além disso, a emissora assumiu no mercado uma posição que lhe garantiu status de exportadora de conteúdo.

Outro importante fator para a telenovela brasileira ter alcançado um deslocamento de eixo temático foi a mixagem feita por outros gêneros, como o cômico, a aventura, o fantástico e o erotismo, junto à narrativa melodramática. Bakhtin (1987) afirma que a junção de todas essas características é necessária para compor a ficcionalidade popular. O “melodrama cômico”, encontrado em inúmeras telenovelas brasileiras, retoma matrizes importantes e clássicas da cultura popular.

(...) há um processo de incorporação de traços da comicidade ao padrão tradicional do melodrama; e dele emergem o humor, a sátira, a farsa em narrativas que continuam a falar de amores e ódios, pobres e ricos, justiça e injustiças. Nesse sentido, a comicidade é constitutiva do universo melodramático. (BORELLI, 2005, p. 57)

Falar dos folhetins, publicados em jornais e revistas desde os anos de 1830 na Europa, faz-se necessário já que este tipo de obra literária é fundamental para explicar o trajeto e o conceito inicial das telenovelas.

Visto por alguns autores como o primeiro produto, de fato, da cultura popular, o folhetim também suscitava a vontade do público em participar e colaborar para o desenvolvimento das histórias. Isso porque frequentemente leitores enviavam cartas para as redações dos jornais, propondo desfechos, destinos de personagens e buscando saber detalhes a mais sobre a biografia de cada um. (XAVIER, 2015, p. 3)

Tratar da origem das telenovelas obriga-nos a passar pelas radionovelas ou *soap operas* (óperas de sabão, já que nos Estados Unidos eram patrocinadas, em sua grande maioria, por grandes fabricantes de sabão). Xavier (2015) afirma que esses produtos “em pouco tempo obtiveram grande aceitação do público, principalmente das mulheres” (XAVIER, 2015, p. 3). As radionovelas brasileiras ganharam destaque a partir dos anos de 1940, com transmissões feitas pela Rádio São Paulo e pela Rádio Nacional de conteúdos exportados de Cuba.

A migração das narrativas melodramáticas para a televisão foi uma trajetória natural visto que as emissoras televisivas buscavam formatos e produtos capazes de preencher suas grades de programação. O produto, que de acordo com Martín-Barbero (1987), representa uma manifestação da “cultura popular de massa”, pode ser tratado de modo genérico dentro de um formato universal no que diz respeito a narrativa, principalmente entre telenovelas latino americanas e brasileiras. Entretanto é importante colocar que a produção feita no Brasil acaba distinguindo-se dos demais por “ser um produto cultural diferenciado, fruto de especificidades e particularidade das histórias da televisão e da cultura no Brasil” (BORELLI, 2005, p. 108).

Desde que chegou ao Brasil, entre os anos de 1950 e 1960, o formato e o jeito de se fazer telenovela não tinha nenhuma peculiaridade que fosse capaz de diferenciar as produções nacionais daquelas que a originaram. As telenovelas eram apresentadas ao vivo e apenas algumas vezes por semana. *Sua vida me pertence*, a primeira telenovela brasileira, era exibida pela TV Tupi apenas duas vezes por semana, por exemplo. A transmissão diária das tramas pelas emissoras de televisão só começou em 1963, “quando novos empresários por trás da administração da TV Excelsior enxergaram potencial no gênero” (XAVIER, 2015, p. 8).

Borelli (2005) enumera uma série de fatores que compunham o cenário de produção dessas narrativas no país neste período. Dentre essas características, é importante destacar algumas como a narrativa melodramática “com tendência ao dramalhão” (BORELLI, 2005, p. 108), que era ligado ao cinema de lágrimas, o número significativo de telenovelas que nasciam fruto da adaptação de textos literários e a “migração de produtores culturais – autores, diretores, atores e demais componentes do processo – que vieram de outros campos como rádio, o teatro e o cinema” (BORELLI, 2005, p. 108).

Dessa forma as telenovelas brasileiras ganharam destaque nacional, sendo exibidas no horário nobre da programação televisiva brasileira, tornando-se quase que imediatamente produto de interesse do mercado externo. E assim a telenovela tornou-se um produto vendável e de sucesso. Alguns estudos que datam do início dos anos de 1970 até o

meio dos anos de 1980 mostram que as telenovelas já representavam cerca de 70% das exportações dos produtos de emissoras no Brasil, México e Venezuela. Esse número expressivo deve-se, inicialmente, ao desenvolvimento da produção televisiva das emissoras latino-americanas e também “a participação global de emissoras desta região, o que tornou ainda mais complexo o fluxo internacional de programas” (COSTA e FADUL, 2010, p. 2).

É possível afirmar que o crescimento deste tipo de transação comercial, tanto para produtos brasileiros, como para telenovelas latino-americanas, seja resultado da abertura de mercados.

O diabo é que o realismo absurdo da telenovela latino-americana começou a ser bem-feito, bem realizado, bem produzido; começou a ter boas histórias, excelentes atores e – pasmem – tremenda aceitação no mundo inteiro. Foi preciso, então, importá-lo, a esse realismo subdesenvolvido e interessante. Assim, a Europa continuou a fazer ótimas minisséries, as quais exporta, e passou a comprar telenovelas brasileiras, mexicanas, venezuelanas, colombianas, que dão grande audiência. (PALLOTTINI, 2012, p.36)

De acordo com Ismail Xavier (2003),

É comum apontar-se a diferença entre as telenovelas da Rede Globo e a tradição dos dramalhões importados da América hispânica a partir da oposição entre realismo (telenovelas modernas) e melodrama (novelas tradicionais), o que me parece um equívoco, visto que a produção brasileira atual continua a observar as regras do gênero e pauta-se pela mesma presença de um coeficiente de realismo (poder-se-ia dizer naturalismo) na representação que caracterizou o cinema hollywoodiano dos anos 50, o que não significa o abandono do melodrama como matriz do que pode ou deve acontecer na ficção. (XAVIER, 2003, p. 96).

Essa última década, em que uma série de características únicas demarcaram a produção brasileira de conteúdos televisivos, é denominada de “Fase da Multiplicidade da Oferta”, de acordo com Brittos (1998). Nesse período é possível notar como a globalização interfere no processo de produção televisivo, sendo capaz de proliferar formatos de programas, causando, dessa forma, a desterritorialização televisiva. Entretanto, Brittos (1998) afirma que isso não significa que a produção televisiva seja uniformizada em todos os pontos do globo.

Com efeito, muitos parâmetros das sociedades realinham-se, as fronteiras tendem à dissolução e as noções de espaço e de tempo alteram-se profundamente, em constante entrecruzamentos, cuja marca é a velocidade. Com isso, é evidente que os produtos desterritorializados são o eixo de programação das emissoras pagas, que muitas vezes transmitem mundialmente. Mas nos canais convencionais nota-se um índice de programas nacionais elevado. (BRITTOS, 1998, p. 5).

Entretanto, ocorre um movimento paralelo ao fenômeno da globalização que envolve a valorização do local, do nacional. Para Brittos (1998), a cultura encontra nesse

movimento globalizado possibilidades para recriar suas características singulares. Com isso, os conteúdos nacionais e regionalizados podem tornar-se mundiais. O autor coloca que “produtos como as telenovelas, entre outros, incorporam-se ao mercado ajustados aos padrões internacionais, sendo populares porque são consumidos intensamente pelos públicos” (BRITTOS, 1998, p.6). Além disso, a “Fase da Multiplicidade da Oferta” caracteriza-se pela legislação brasileira, que hoje é favorecedora da aproximação com o mercado internacional por meio da privatização, desregulamentação e concentração da propriedade.

Diante do que foi dito até aqui, o objetivo deste estudo é buscar o entendimento dos fatores narrativos que levam um produto audiovisual ligado de forma direta à identidade cultural de um país como o Brasil, no caso, as telenovelas nacionais, a atingir sucesso de público e crítica em outros países com aspectos culturais tão distintos dos brasileiros. Para dar base a esta pesquisa o objeto escolhido foi a telenovela *Avenida Brasil*, exibida pela Rede Globo no ano de 2012. A escolha por essa produção se deu em função de, até o momento desta pesquisa, esta ser a telenovela vendida para mais países na história da televisão brasileira² e também pela repercussão significativa que a trama teve dentro do país durante sua exibição.

Para atingir os objetivos propostos, o primeiro capítulo trará, a história da telenovela no Brasil para que possamos delinear de forma assertiva suas origens e bases de criação narrativa. Junto disso não pode-se deixar de lado a história da televisão no país, afinal foi por através deste meio de comunicação que as telenovelas fizeram-se populares e atingiram a grande massa. Depois apresentaremos um importante resumo com os principais marcos da história de internacionalização das telenovelas nacionais e como o mundo conheceu, gradativamente, essas narrativas com peculiaridades tão próprias do Brasil. Com isso, será possível entender um pouco mais o fluxo internacional desse tipo de produção e sua circulação de forma globalizada.

No segundo capítulo tentaremos encontrar com a ajuda do melodrama, gênero difundido por todas as partes mundo, bibliografias capazes de fornecer reflexões importantes e que possam servir de justificativa para entender como um enredo com especificidades tão nacionalistas consegue atingir um público tão distinto em diferentes países. Isso porque, de acordo com Straubhaar (2004), este gênero tem uma estrutura comum capaz de cobrir muitas culturas. “O melodrama se constrói sob estruturas orais, fórmulas e arquétipos que podem ser compartilhados pelas culturas. A cultura inerente às estruturas do melodrama tem alvos em

² Disponível em: < <http://www.revistapixel.com.br/do-brasil-para-o-mundo-saiba-quais-sao-as-novelas-brasileiras-mais-vendidas-no-exterior/>>. Acesso em: 02 ago 2016.

quase todas as partes do mundo, logo o melodrama alcança diferenças culturais (...)” (STRAUBHAAR, 2004, p. 95).

Ainda no segundo capítulo trataremos, ainda seguindo a linha das narrativas melodramáticas, de um conceito chamado “territórios de ficcionalidade” que se apresenta como um grupo de dimensões universais, capazes de ativar, indistintamente, mecanismos coletivos de projeção e identificação, quanto podem ser dirigidos, particularmente, a diferentes segmentos de público: jovens, crianças, adultos, homens ou mulheres, de etnias e estratos sociais distintos.

Feito isso, faremos uma apresentação da trama da telenovela *Avenida Brasil*, bem como, apresentará seus aspectos de particularidade em relação aos demais produtos do mesmo gênero. Nessa apresentação inicial, busca-se apontar e esclarecer a relevância da escolha desta trama para objeto de estudo, como sua repercussão junto aos telespectadores e as outras mídias e seus números expressivos e significativos. Além disso, este primeiro segundo tentará, apoiando-se em bibliografias consideradas relevantes, apontar peculiaridades capazes de justificar o sucesso da história da telenovela, tanto dentro do país, como também fora dele.

O capítulo seguinte trará a análise da narrativa de *Avenida Brasil* baseado com conceitos que envolverão a análise do discurso e apresentará os aspectos estéticos particulares da trama. Diante disso, apresentaremos a conclusão desta pesquisa, com os motivos que fizeram com que *Avenida Brasil* fosse considerada uma telenovela pós-moderna e revolucionária, fugindo do que era usual e tradicional.

2 TELENOVELA NO BRASIL

No Brasil é sabido que as telenovelas são os programas com maior popularidade e que detém a maior audiência de público nas emissoras abertas de televisão. Desde que surgiram, na década de 50, as telenovelas conquistaram um público diverso, fazendo parte do imaginário e da construção da sociedade brasileira.

É possível considerar as telenovelas como um dos fenômenos de maior representatividade na modernidade dos produtos artísticos brasileiros, já que combina arcaico e moderno e tem sua história marcada pela dialética nacionalização-*massmediação*. Uma outra face do reconhecimento da telenovela como produto de suma importância cultural para os brasileiros foi seu crescente reconhecimento como objeto de estudo acadêmico. “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 tomar tema de estudo consolidado.” (LOPES, 2003, p. 17).

2.1 A televisão no Brasil

Resgatar a história da televisão no Brasil é fundamental para poder entender de forma sucinta as dinâmicas políticas, sociais e econômicas que envolvem toda a sociedade e os indivíduos nela inseridos. Campanella (2011) coloca que é preciso ver e estudar a televisão como um produto que vai além de uma “torradeira de imagens” e nesse sentido compreender que “estudar televisão é o mesmo que estudar o cotidiano” (SILVERSTONE, 1989, p. 77 *apud* CAMPANELLA, 2011, p. 254). Denominada como um dos, se não o mais fascinante “brinquedo” do século XX, a televisão transformou-se “lugar para a produção simbólica, para a realização do sonho, das utopias, inclusive aquela que torna possível o aprisionamento do tempo.” (BARBOSA, 2010, p. 33).

Essa onipresente televisão firmou-se, no decorrer dos anos, como a mídia que teve maior impacto na sociedade brasileira, sendo a principal fonte de informação e entretenimento para uma parcela significativa da população brasileira. “A televisão faz parte, enfim, da vida nacional. Ela está presente na estruturação da política, da economia e da cultura brasileiras.” (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 7). Além disso, acreditamos que não é possível analisar programas televisivos específicos, como aqui estudaremos a telenovela, sem conhecer e entender o espaço em que ele está inserido, juntamente com seus processos sociais, seus agentes e suas relações.

Embora anunciada como uma “revolução em nossos lares” pela revista *Seleções do Reader’s Digest* em janeiro de 1944, a televisão só chegou ao Brasil 6 anos depois, no dia 18 de setembro de 1950 trazida pelo pioneiro jornalista Assis Chateaubriand. A primeira emissora instalada no país foi a TV Tupi Difusora de São Paulo, que nasceu em um período em que o rádio era a forma de comunicação mais popular do território brasileiro. Por esse motivo, de acordo com Mattos (1990), a indústria televisiva nacional não seguiu o modelo da televisão norte-americana, que apoiou seu desenvolvimento na experiência da indústria cinematográfica, mas “a brasileira teve de se submeter à influência do rádio, utilizando inicialmente sua estrutura, o mesmo formato de programação, bem como seus técnicos e artistas” (MATTOS, 1990, p. 6).

Para compreender melhor o desenvolvimento e a caminhada da televisão no Brasil, Mattos (1990), sugere dividir essa evolução em quatro etapas, já que de acordo com ele, dessa forma fica mais nítido entender seu perfil e sua evolução. A primeira fase, denominada elitista (1950-1964) é assim chamada porque os aparelhos televisores alcançavam apenas uma parte da elite do país, já que seu valor é exorbitante, quase se igualando ao preço de um carro. Este período é marcado por fatos importantes, como o surgimento do Código Brasileiro de Telecomunicações (1962) e o surgimento do videoteipe, que para Mattos (1990) possibilitou a criação do hábito de assistir televisão de forma rotineira. Além disso, Caparelli (*apud* Mattos) destaca mais três acontecimentos de relevância dessa fase:

Um deles é o acordo feito entre a televisão Globo e o Time/Life e, o segundo, a ascensão e queda da TV Excelsior de São Paulo. Um terceiro acontecimento pode ser destacado, mas de certa forma se inclui na primeira fase: o declínio dos Associados. Aliás. Todas estas ocorrências têm muito a ver entre si. Declínio dos Associados, primazia da Excelsior e acordo Time/Life têm um elo comum, representado pela criação de um modelo brasileiro de desenvolvimento, apoiado no capital estrangeiro, aliado a grupos nacionais, no que se convencionou chamar escândalo Globo-Time/Life. (MATTOS, 1990, p.13)

É um consenso que as primeiras emissoras implantadas no país operavam de forma precária e muitos anos foram necessários para que um sistema empresarial como o da Rede Globo fosse implantado e tomasse a forma que tem hoje. Entretanto, vale lembrar que a extinta TV Excelsior foi a precursora desse sistema, sendo a primeira a ser administrada de forma empresarial. No fim dos anos 50 o Brasil já tinha dez emissoras em pleno funcionamento, o que exigiu que em 1962 fosse criado o Código Brasileiro de Telecomunicações. Este representou, para Mattos (1990), um importante e considerável avanço para o setor.

Ainda nesta fase, a televisão sofreu um impulso grande com a chegada do videoteipe, já que por meio desse recurso foi possível implantar estratégias de programação horizontal, que ajudou a construir o hábito de assistir televisão diariamente, fazendo com que esse aparelho passasse a fazer parte da rotina das famílias brasileiras.

A segunda fase é chamada populista (1964-1975) porque foi o momento em que o governo exerceu mais controle sobre as mídias de massa, fazendo delas um veículo de suma importância para controle e manipulação da população.

O golpe de 1964 afetou diretamente o país nas mais diferentes instâncias e determinou que a televisão e os demais meios de comunicação passassem a difundir o consumo e a produção de bens duráveis e não duráveis.

No Brasil, durante os 21 anos de regime militar (1964-1985), o financiamento dos "mass media" foi um poderoso veículo de controle estatal, em razão da vinculação entre os bancos e o governo. A concessão de licenças para a importação de materiais equipamentos e o provisionamento, por parte do governo, de subsídios para cada importação têm influenciado a ponto de levarem os meios de comunicação de massa a adotarem uma posição de sustentação às medidas governamentais. (MATTOS, 1990, p. 14)

Foi nessa época também que foi criado o Ministério das Comunicações, que contribuiu para que o setor das telecomunicações crescesse e a influência que ele exercia aumentasse. Este Ministério contribuiu para que importantes mudanças estruturais acontecessem na televisão brasileira, bem como diminuiu significativamente a influência de organizações privadas sobre as agências reguladoras.

Também foi nesse período, de acordo com Mattos (1990), que a televisão passou a ser mais bem estruturada e mais profissional. Este fato é marcado pela absorção dos padrões administrativos que as emissoras de televisão começaram a implantar. "Em relação à programação, baseou-se no sucesso de novelas radiofônicas para implantar igual linha de programação na televisão, a telenovela, junto com programas de auditório" (MATTOS, 1990, p. 15). A televisão, no ano de 1964, tornou-se símbolo da busca de novos caminhos de desenvolvimento para o país.

Foi no ano de 1965 que a Rede Globo surgiu, brigando por audiência com a pioneira TV Tupi e tendo o grupo norte americano Time Life como um importante respaldo técnico/financeiro.

Foi durante esta fase que a redução do custo dos televisores, como resultado do aumento da escala de produção, exerceu uma grande influência sobre a televisão, contribuindo para ampliar o mercado e atraindo cada vez mais os investimentos publicitários. Para atender às exigências da nova audiência os conteúdos dos programas ficaram cada vez mais populares. Durante a Segunda metade da década de 60, a programação das televisões estava

basicamente assentada na tríade: novelas/ "enlatados"/ e shows de auditório. A Globo só inicia a busca da qualidade técnica de seus programas com o chamado "Padrão Globo", a partir dos anos 70. (MATTOS, 1990, p. 16)

Mattos (1990) coloca que a Rede Globo manteve-se consolidada no mercado por nunca ter desdenhado dele. Isso quer dizer que se a classe C é a base desse mercado, é por meio dela que majoritariamente todas as decisões serão tomadas e delineadas.

Essa fase também é marcada pelo crescimento dos investimentos publicitários nas emissoras e em seus programas, já que o público estava cada vez mais atento e fiel a tudo que a televisão passava.

Durante esta Segunda fase de seu desenvolvimento a televisão consolida o gênero da telenovela, começa a centralização das produções e assume o perfil de um veículo de audiência nacional, capaz de atrair uma grande parcela do bolo publicitário. Nesta fase, além de utilizar os padrões de administração norte-americanos, 50% de sua programação é constituída de "enlatados"³ estrangeiros e sua programação local é popularisca, chegando às raias do grotesco. (MATTOS, 1990, p. 16)

A terceira fase da televisão no Brasil é chamada “fase do desenvolvimento tecnológico” (1975-1985) porque foi durante esse período que a programação das grandes emissoras do país se solidificou e a censura da ditadura militar sessou, dando mais espaço para uma diversidade de produções. Também foi nesse período que a primeira telenovela brasileira foi exportada e teve uma boa receptividade no exterior. A responsável por isso foi a trama de *O bem amado*, vendida inicialmente a vários países latino americanos e a Portugal. O período seguinte, e o que mais é relevante para esta pesquisa, é denominado “fase da transição e da expansão internacional” (1985-1990). Durante esse intervalo de anos foram fixadas normas para a produção e programação das emissoras de rádio e televisão e também ficou mais nítida a competitividade entre as grandes redes de comunicação.

Depois de solidificada a expansão no mercado interno, a conquista do mercado internacional intensificou-se. Em agosto de 1980, a direção da Rede Globo decidiu organizar uma Divisão Internacional que culminou com a compra da TV Monte Carlo. O crescimento da televisão brasileira nesta fase pode ser medido através do número de residências equipadas com receptores de televisão. O censo nacional de 1980 constatou que 55% de um total de 26,4 milhões de residências já estavam equipadas com aparelhos de TV. O crescimento do número de residências com aparelhos de TV entre 1960 e 1980 foi de 1.272%. Em 1989, segundo dados da ABINEE, existiam cerca de 20 milhões de televisores no País. Estes dados tornam-se ainda mais expressivos quando se sabe que 68,3% da população brasileira da época

³ Aqui pode-se fazer uma constatação interessante: no período em que Mattos escreveu sua obra (1990), a palavra “enlatados” era usada de forma pejorativa, soando como uma forma de crítica às produções que vinham de outros países. Atualmente essa classificação não é mais feita dessa forma, já que os seriados estrangeiros são considerados produtos de qualidade única. “Os produtores passaram a impregnar suas séries de um realismo que acaba se aliando a uma maior sofisticação, resultando em programas de inegável apelo e qualidade” (SILVA JR, 2005).

vivia em áreas urbanas, e que 73,1% de todas as residências urbanas estavam equipadas com televisores. (MATTOS, 1990, p.17)

Esta competição torna-se significativa e coloca a Rede Globo como protagonista na medida em que a emissora começa a sistematizar sua expansão para os mercados internacionais, planejada desde 1985 e, de acordo com Mattos (1990), justificada pelos altos lucros obtidos com suas exportações. Foi nesse período que a televisão alcançou uma maturidade técnica e empresarial, além de ter sido colocada fortemente como potencial influenciadora.

Entretanto, baseando-se na tendência de desenvolvimento, já se pode prever: o surgimento estruturado da televisão por cabo, nos moldes americanos; um crescimento, ainda maior, do setor de videocassetes, o que em conseqüência, poderá estimular o aumento das produtoras de televisão independentes; uma maior regionalização e utilização de canais de televisão alternativos. (MATTOS, 1990, p. 21)

A fase que sucede essa é a que vai do ano de 1990 até os dias atuais, que pode ser denominada de “fase da convergência” (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010). Neste período, que ainda é novo e desconhecido devido às novas tecnologias, é possível afirmar que a TV é “uma tecnologia ubíqua em todas as camadas da sociedade nacional” (CAMPANELLA, 2011, p. 254). Isso quer dizer que a televisão e toda sua programação está disponível de forma muito mais acessível e fácil, já que ela pode ser vista em diversos espaços de convivência, como o trabalho, restaurantes, celulares, ônibus e táxis, e não só na sala de estar das famílias. Não podemos deixar de questionar as previsões que estão sendo feitas sobre seu declínio diante das novas mídias. Entretanto Campanella (2011) afirma que a televisão ainda continua presente de forma significativa no cotidiano de grande parte dos cidadãos comuns.

2.2 Telenovela no Brasil

Fenômeno cultural muito mais que literário, o folhetim conforma um espaço privilegiado para estudar a emergência não só de um meio de comunicação dirigido às massas, mas também de um novo modo de comunicação entre as classes. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 176).

Este folhetim a que Martín-Barbero se refere foi reproduzido no Brasil com as telenovelas. Hamburger (1998) argumenta que as telenovelas difundem por todo país hábitos

de consumo e um mundo em que a desigualdade social é facilmente resolvida com a ascensão social.

As telenovelas brasileiras estão em destaque no mundo acadêmico desde meados dos anos de 1970, quando Marques de Melo publicou *Telenovelas: Catarse Coletiva* em 1969, um dos primeiros livros discorrendo sobre o assunto até então. O autor, de acordo com Mattos (1990), define a telenovela como um produto fenomenal e singular capaz de atrair multidões. A partir daí vários estudos e pesquisas tiveram como enfoque principal essas produções tão aclamadas e tão tipicamente nacionais. É importante destacar para esta pesquisa em particular que não foi só com os pesquisadores nacionais que as telenovelas produzidas no Brasil foram objetos de estudos, mas ganharam espaço acadêmico em diversos países pelo mundo.

Exemplos dessa colocação aparecem das mais diferentes formas, como

A primeira análise semântica linear de duas telenovelas ("Selva de Pedra" e "Cavalo de Aço") foi realizada por Mônica T. Rector, no livro *A Mensagem da Telenovela*, no ano de 1973. Segundo a autora, as telenovelas podem ser decompostas pelo fato de existir redundância em todas elas: os personagens e o local onde a estória se desenrola por mudar, mas permanecem os tipos de relações entre os indivíduos e entre estes e a sociedade. (MATTOS, 1990, p. 32)

Ou então

O trabalho mais recente sobre o tema: *As Telenovelas da Globo: Produção e Exportação* foi publicado por José Marques de Melo, em 1988. O autor utiliza a técnica de estudo de caso e tem como tema as produções da Globo até sua ascensão como produtora e exportadora de programas. Descreve o desenvolvimento da empresa, explica como se processa a produção e exportação das telenovelas e aponta o "padrão de qualidade" como a razão para o sucesso obtido. (MATTOS, 1990, p. 34)

No início, as telenovelas eram produzidas por indústrias norte-americanas de artigos de limpeza e higiene, como a Colgate-Palmolive e a Gessy Lever, e o público-alvo era a mulher dona de casa. Entretanto, com o passar dos anos o gênero cresceu, dominou o horário nobre da televisão no Brasil e expandiu o seu público (HAMBURGER, 1998).

O padrão estético, estilístico, comportamental e cultural empregado nas telenovelas nacionais funciona como uma das principais ferramentas usadas pela televisão brasileira para construir, reproduzir e mudar a vida cotidiana em sociedade.

Respeitados certos limites da realidade social, sempre que se trate de gente que escapa à miséria absoluta ou à riqueza total, digamos assim, o aparelho de televisão passou a fazer parte do cotidiano da humanidade, indispensável nas moradias comuns, como o fogão e a cama. E esse aparelho onipresente na nossa sociedade transmite, durante boa parte do seu tempo de exibição, a chamada ficção televisiva. (PALLOTTINI, 2012, p. 23)

A telenovela possui uma estreita relação com as formações sociais nas quais encontra-se inserida, por isso a análise deve ser feita a partir de sua conexão com a sociedade. Sendo observada dessa forma será possível pensar o país e muitas de suas mudanças sociais. Essa “narrativa popular da nação” (LOPES, 2003) apropria-se de forma significativa de temáticas populares incorporando-as em suas histórias e fazendo, dessa forma, uma vitrine do Brasil contemporâneo.

Segundo Hamburger (1998), essa característica possibilitou o crescimento do potencial comercial da telenovela.

Essa opção por uma definição clara no tempo e no espaço – a conjuntura contemporânea situada no âmbito da nação – potencializa a vocação da televisão para transmitir uma sensação de que os espectadores estão conectados com o mundo ao seu redor e acena a possibilidade concreta da inclusão por meio do consumo. (HAMBURGER, 1998, p. 467).

Rebouças (2009) afirma que as “telenovelas constituem um gênero televisivo independente, sendo o mais popular e de público mais fiel, entre todos os tipos de programas veiculados na TV brasileira” (REBOUÇAS, 2009, p. 2), liderando os índices de audiências em regiões significativamente diferentes.

Percebemos então como é maciço o potencial das telenovelas como agente que contribui para a educação social informal dos receptores. A novela utiliza uma linguagem própria para falar a cerca dos dramas sociais, sem estar baseada somente no noticiário criminal, em geral burocrático e estatístico, da imprensa ‘séria’, nem na histeria irracional e oportunista da imprensa ‘sensacionalista’. (REBOUÇAS, 2009, p. 2)

As telenovelas brasileiras estão ligadas de forma direta à construção de um modelo mais realista dentro das estruturas desse gênero, eliminando velhas fórmulas melodramáticas de textos mexicanos e cubanos usados na televisão brasileira nos anos de 1960.

Esse realismo empregado nas narrativas das tramas televisivas muito tem a ver com a origem dos profissionais que chegaram às emissoras de televisão. Exemplo marcante dessa migração é Daniel Filho, que trouxe para a Rede Globo sua carga de experiência como ator e diretor em trabalhos marcantes no cinema nacional. O jovem ator e diretor chegou à emissora com a missão de substituir o consagrado diretor Ziembinski à frente de uma telenovela da escritora cubana Glória Magadan. Daniel não só substituiu como fez nascer dessa oportunidade o jeito brasileiro de fazer dramaturgia com qualidade.

Diante disso, outro fator deve ser colocado em pauta: a preocupação com uma identidade nacional, principalmente no que diz respeito às produções ficcionais da Rede Globo. Essas características fizeram com que as telenovelas produzidas no Brasil fossem

exportadas para um número cada vez maior de países por meio de um fluxo complexo que aproxima mercados locais e globais, atingindo seu ápice de venda com a trama de *Avenida Brasil* e sua narrativa repleta de particularidades e carregada com valores abasileirados, mas que ganhou o mundo.

Esse produto ficcional apresenta um sentido especial e sintetiza de forma importante a produção televisiva brasileira, já que sua influência cultural é significativa em um país marcado por tantas diversidades regionais e com uma geografia tão continental.

A evolução da telenovela entre as décadas de 60 e 90 se caracteriza por uma etapa inicial de incerteza e desacertos na tentativa de transferir a radionovela para a tela da tevê, seguida da implementação e transformação do folhetim tradicional para esboços de uma teledramaturgia brasileira. O próximo período é de profissionalização e conquista do mercado, com qualidade literário-dramatúrgica. O atual, puramente mercadológico, teve início nos anos 80. (TÁVOLA, 1996 p. 61).

2.3 A história da telenovela brasileira

Telenovela tem como parâmetros estéticos, artísticos e culturais a literatura, o cinema, o teatro. É, contudo, gênero próprio com afinidades e diferenças significativas. Pode inserir-se no campo da literatura pós-moderna. Daí a dificuldade de sua conceituação. (TÁVOLA, 1996 p.48)

As telenovelas que estão disponíveis para o entretenimento da população atualmente não nasceram assim, como são conhecidas. Esse gênero tem seus pilares apoiados na antiga Idade Média, em que as obras eram lidas e interpretadas. Depois esse modelo foi extinto e entraram em cenas os Saraus, que eram “encontros geralmente na corte onde se liam textos acompanhados de música” (REBOUÇAS, 2009, p. 3). Ainda de acordo com a autora, foi somente no Renascimento que a novela passou a ter um reconhecimento mais significativo, tendo como destaque o *Decamerão*, obra de Giovanni Boccaccio.

Mas a telenovela não está apoiada somente nesses pilares já apresentados. Seu conceito está diretamente ligado ao conceito do folhetim, nascido no século XIX, que nada mais é do que uma maneira seriada de fazer a edição de obras literárias. E foi nesse formato que o gênero começou a entrar no Brasil, já que, de acordo com Rebouças (2009), a aceitação foi significativa e a disseminação fez com que deixasse de ser um tipo de obra elitista. O romance-folhetim tem sua construção dramática no dia a dia e em função das expectativas do público. Nesse sentido, é possível já fazer uma assimilação com a telenovela no formato em que é conhecida hoje, em que a história vai tomando novos rumos levando em conta o que querem seus espectadores.

As radionovelas e as fotonovelas também aparecem como precursoras dos produtos ficcionais brasileiros. No caso do rádio, essa história começou no ano de 1940, quando foi ao ar *Em busca da felicidade*. Um aspecto importante das radionovelas era a sonoplastia, que era o artifício, juntamente com a voz dos atores, responsável por aguçar a curiosidade dos ouvintes. Já a fotonovela “é uma narrativa mais ou menos longa que une texto verbal e fotografia” (REBOUÇAS, 2009, p. 4), ou seja, é uma sequência que une imagem e texto para narrar uma história. “O narrador desempenha um papel importante na fotonovela uma vez que (...) enuncia também juízos de valor, ilações de teor moral, justificações sobre o comportamento das personagens” (REBOUÇAS, 2009, p. 4).

Para entender esse movimento camaleônico de transformação da narrativa teleficcional pode-se recorrer ao conceito de territórios de ficcionalidade, que, de acordo com Borelli (2000) “são fundamentais no processo de produção e formatação de padrões nas variadas indústrias culturais (BORELLI, 2000, p. 1). Esses territórios podem ser encontrados nas mais diversas produções midiáticas e são os responsáveis por padronizar os produtos para um mercado globalizado sem deixar de lado a intimidade com o espectador.

As primeiras telenovelas tinham o mesmo modelo esquemático das radionovelas, só que trazendo um elemento a mais: as imagens. A primeira telenovela de circulação diária, *2-5499 Ocupado*, foi ao ar em 1963 pela TV Tupi. *O Direito de Nascer* (1965) marcou de forma definitiva, de acordo com Rebouças (2009), a ascensão do gênero junto a população brasileira. “A telenovela tornou-se então uma inconfessável paixão nacional, quase uma mania. A repercussão gerou uma popularidade inimaginável e duradoura, o que incentivou os empresários de TV a investirem mais na telenovela.” (REBOUÇAS, 2009, p.5). Fadul (1989), afirma que

(...) a Rede Globo, ao lado de outras emissoras brasileiras, dá origem a um gênero de ficção que, embora tenha se originado do romance de folhetim francês e das radionovelas e telenovelas mexicanas, argentinas e cubanas, possui características próprias, desenvolvendo uma temática com conteúdo histórico, social e político, além da introdução do humor como gênero específico. (FADUL, 1989, p. 13)

A década de sessenta é denominada como a da profissionalização da televisão nacional, gerando uma expansão significativa para este meio de comunicação e os produtos nele veiculados. Recursos como o videoteipe a miniaturização dos circuitos dos equipamentos fez com que novas técnicas fossem criadas e que a qualidade dos programas melhorasse.

*Beto Rockfeller*⁴, exibida pela TV Tupi em 1968, pode ser citada aqui já que é considerada “um marco no gênero porque foi a primeira novela a usar linguagem coloquial e cenários contemporâneos” (HAMBURGER, 2005, p. 67). A trama de *Beto Rockfeller* introduziu na televisão brasileira, que era carregada com telenovelas adaptadas de originais mexicanos e cubanos, uma temporalidade contemporânea.

Além disso, rompeu com o círculo melodramático, introduzindo humor e descontração no recheio da trama novelesca. O sucesso conquistado por essa telenovela – *Beto Rockfeller* – é tido como marco fundamental na transição para o completo abasileiramento do gênero e sua configuração como um produto diferenciado das matrizes que o geraram. (MARQUES DE MELO, 1988, p.27)

Essa telenovela foi o ponto de partida para que as emissoras concorrentes corresse para a adequação ao abasileiramento. A TV Globo, especificamente, foi a que soube explorar melhor esse filão, contando a partir daí um capítulo a parte na história das telenovelas no Brasil. Atenta às mudanças, a Globo lançou-se numa bem sucedida estratégia de renovação de técnica e temática, movimentando o mercado e alcançando índices consideráveis de audiência em suas produções.

O seu formato moderno, o padrão de linguagem que a transformou em um fenômeno de massas com evidente influencia na política(jornalismo) e nos costumes(dramaturgia) foi forjado nos anos setenta e deve-se muito, no segundo caso, a figura de Daniel Filho. (BRAVO! n. 46, 2001)

O primeiro grande sucesso dramático da Rede Globo foi *Irmãos Coragem* (1970) de autoria de Janete Clair. Essa obra instaurou a supremacia da emissora sobre suas concorrentes, dando início ao que hoje chama-se padrão global. Esta etiqueta, que de acordo com Borelli e Priolli (2000), articula a produção com a tecnologia, criando uma personalidade na programação, fez com que a emissora se tornasse conhecida internacionalmente pela sua produção única no gênero e anos depois passasse a ser a pioneira em exportação de telenovelas brasileiras.

Diferentemente de outras emissoras da época que tinham o seu corpo diretivo formado por gente do meio cultural, a TV Globo colocou a sua frente um grupo de homens que mantinham relações estreitas com o mercado. O novo modelo empresarial refletia-se na parte comercial e produtiva, de maneira que o produto televisivo deveria ser tratado como o produto de qualquer outra empresa. Nesse sentido, um programa televisivo e uma marca de macarrão se igualavam do ponto de vista comercial; ambos, portanto, deveriam gerar lucros. (BORELLI & PRIOLLI, 2000, p.80)

⁴ Escrita por Bráulio Pedrosa, sob argumento e inspiração de Cassiano Gabus Mendes e direção de Lima Duarte, a telenovela foi exibida pela TV Tupi em 1968 e contava a história de um malandro de classe-média baixa que trabalha como vendedor em uma loja de sapatos e que faz se passar por milionário para entrar para a alta sociedade. (HAMBURGER, 2005).

Para Marques de Melo (1988) “o padrão global correspondeu a uma planejada estratégia de marketing, unindo eficácia empresarial, competência técnica e sintonização com as necessidades subjetivas do telespectador, através da pesquisa” (MARQUES DE MELO, 1988, p. 17). A partir daí, a Rede Globo só se consolidou na liderança da audiência televisiva no Brasil e na produção de telenovelas, sendo pioneira em apresentar diversas inovações, vindo a servir de modelo para a construção e crescimento da concorrência. Além disso, a emissora assumiu no mercado uma posição que lhe garantiu status de exportadora de conteúdo.

E não foram apenas as telenovelas que apareceram como produtos interessantes para o mercado externo, mas a televisão brasileira também se mostrou uma exportadora de formatos. Em Portugal, por exemplo, a *Escolinha do Professor Raimundo* foi feita por um elenco português e o público tem a oportunidade de decidir o final das tramas com um programa similar ao brasileiro *Você Decide*.

A Rede Globo apoiou-se no grupo americano *Time-Life* para, de certa forma, adquirir *know-how* e mostrar para a indústria norte-americana que não tinha intenção de concorrer de forma direta com os produtos culturais oriundos da terra do Tio Sam.

Ramos (2012) afirma que o abasileiramento do gênero fez que o enredo mudasse de forma significativa e com os enredos sofressem modificações importantes e deixaram de abordar apenas um tema central, como acontecia nos dramalhões da década de 60. Isso quer dizer que as tramas passaram a ser multidimensionais, sendo construídas com muitos temas e subtemas que constroem universos autônomos e próprios.

Entre as décadas de 1970 e 1980 é possível, de acordo com Rebouças (2009), afirmar que a telenovela brasileira achou sua fórmula:

(...) colaboração de grandes romancistas e poetas, maior aproximação da época contemporânea, desmistificação do passado, linguagem coloquial e regional, apresentação de fatos reais, influência do teatro de vanguarda, aparecimento do anti-herói mentiroso, corrupto e de figuras femininas originais, finais abertos, elaboração sutil da comédia e da tragédia. (REBOUÇAS, 2009, p. 5)

Ainda sobre isso:

As telenovelas do período de 1970 a 1980 (tomando sempre como base o horário das oito) começaram marcadas pelo ufanismo, referente à própria afirmação da nacionalização do gênero, à criação de uma tecnologia própria e de uma linguagem que se pode dizer mais brasileira, quando a Globo passou a ambientar suas novelas em cenários mais próximos dos que o público reconhece como pertencendo ao seu cotidiano, e quando passou de uma linguagem teatral a uma linguagem mais coloquial – mesmo que os enredos contivessem mirabolantes. (KEHL, 1986 p.315)

Em meados de 1980 a Rede Bandeirantes inicia seus investimentos em telenovelas, mas não obtém resultados significativos. Nesse mesmo período o SBT importa muitas produções latino americanas e até se aventura em ter produções próprias, mas nenhuma de relevância especial. A TV Manchete também se aventura nesse mundo das telenovelas, mas também não consegue se consolidar nesse mercado nacional de forma contundente. Com *Roque Santeiro*, escrita por Dias Gomes e Aguinaldo Silva, um dos maiores sucessos da teledramaturgia brasileira até os dias atuais, que o gênero cativou o país inteiro.

Já os anos de 1990 foram, para Rebouças (2009), marcados de modo significativo pela briga de audiência entre as emissoras. A Manchete foi a emissora que finalmente conseguiu ultrapassar a audiência já consolidada da Rede Globo com a trama de *Pantanal* (1990), escrita por Benedito Ruy Barbosa. “A novela foi um sucesso absoluto, e fez com que o autor tivesse seu talento reconhecido.” (REBOUÇAS, 2009, p. 7).

Pantanal trouxe para o público algo que não era habitual, que fugia do que já era conhecido: edição rápida, com planos curtos e fechados e muita ação o tempo todo. Com seu andamento em outro ritmo, mais lento e com planos contemplativos de longa duração a trama “laçou” o público e conquistou números significativos de audiência.

Contrariando as normas, os planos agora são bastante abertos, deixando sempre presente uma larga margem de cenário. Há uma intriga, ou várias delas que se embaralham, mas o personagem principal permanece sempre a natureza, que parece seguir sua vocação de eternidade, quase indiferente aos dramas humanos que acontecem aqui e ali. Alguns personagens, como o Velho do Rio e Juma Marruá, se misturam com a própria natureza, são místicos e selvagens, expressam a força e os mistérios dos ciclos da vida, sugerindo, inclusive, um olhar diferente sobre a espiritualidade. Longas sequências de pura contemplação, focalizando o sol se pondo ou o voo de seiscentas espécies de pássaros saudando a manhã, são intercaladas entre os planos que costuram a trama com os personagens humanos. A ecologia surge não apenas como um foco no plano temático, mas a telenovela, ela própria, parece querer praticar uma intervenção ecológica no seio da televisão. (BECKER; MACHADO, 2008, p. 3)

Pantanal trouxe para o público, acostumado com a metralhadora de cortes e edição rápida, um tempo de meditação e serenidade. Mais que isso, trouxe uma reflexão sobre o tempo de aceitação e reconhecimento de valores importantes. Outra questão importante levantada pela telenovela *Pantanal* diz respeito à intervenção ecológica no campo político e a popularização de um discurso em prol da proteção do meio ambiente.

Em 1992, a telenovela foi novamente reapresentada pela Rede Manchete em um novo horário e com um número menor de capítulos, precedendo a realização da Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, no Rio de Janeiro, a RIO 92 (...). *Pantanal* antecipou,

portanto, o debate sobre o tema no país, estimulando ações políticas e movimentos sociais. (BECKER; MACHADO, 2008, p. 3)

A citação da telenovela *Pantanal* nessa pesquisa faz-se relevante já que é possível constatar que esta é uma produção que está ligada diretamente a um movimento de renovação das narrativas televisivas nacionais. A trama foi a primeira a abandonar o esquema fácil e repetitivo de estúdio e adotar a natureza como recurso cenográfico. *Pantanal* “provou que índices de audiência expressivos não precisam estar vinculados apenas a produtos padronizados e estereotípicos, mas podem provir também de propostas de inovação e de desenlçamento das rotinas” (BECKER; MACHADO, 2008, p. 5).

Quando Benedito retornou para a Rede Globo ainda foi responsável por grandes sucessos do horário nobre da televisão brasileira, como *Renascer* (1993) e *O Rei do Gado* (1996).

A chegada do novo século mostrou que a telenovela evoluiu desde o seu surgimento. Mudou na maneira de se fazer, de se produzir. Virou uma indústria, que forma profissionais e que precisa dar lucro. A guerra da audiência continua e agora mais do que nunca. Mas a telenovela ainda está calcada no melodrama folhetinesco, pois sua estrutura é a mesma das antigas radio novelas. (REBOUÇAS, 2009, p. 7)

E dessa forma exemplificamos de que forma a industrial audiovisual brasileira tornou-se reconhecida em excelência e evoluiu, tanto no modo de fazer como de produzir as tramas. É importante deixar claro que essa evolução aqui colocada diz respeito a fazer com que as narrativas conseguissem ir ao encontro de necessidades e aclamações do público. Nesse sentido, não podemos não citar a Rede Globo e seus significativos gastos com pesquisas de opinião. Derli Pravato, diretor de atendimento do Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), afirma que “os produtos não são mais consumidos apenas na televisão. São consumidos em outros aparelhos. Hoje os horários também são escolhidos pelo público”⁵. A consciência desses dados tem ajudado emissoras como a Rede Globo a se aproximar da sua audiência e entender o comportamento dela.

2.4 Peculiaridades da telenovela brasileira

Que a telenovela brasileira é diferente dos demais modelos de produções semelhantes pelo mundo, não há como negar. Mas ainda é complicado classificar esse gênero de forma correta, mesmo ele estando tão presente na casa de tantas famílias em todo o

⁵ Disponível em: <<http://obitelbrasil.blogspot.com.br/2015/10/a-pedagogia-das-telenovelas.html>>. Acesso em: 10 jan 2018.

território nacional. Mas fato é que televisão aberta, junto da telenovela, tornou-se uma potente forma de aproximação do espectador, intensificando o processo de espetacularização de experiências cotidianas.

Uma característica importante é que as tramas, a partir dos anos de 1980 e 1990, começaram a ter uma temática mais social, ganhando uma função, que de acordo com Rebouças (2009), ia além de entreter para ser também educativa e informativa. Com suas tramas principais e subtramas secundárias que relacionam-se entre si na totalidade da história, as telenovelas costumam ter de 200 a 250 capítulos com duração média de 50 minutos cada que são apresentados de segunda a sábado por cerca de 8 meses. É importante lembrar que isso não é uma regra, já que a telenovela é um produto aberto e que pode sofrer alterações relevantes ainda durante sua veiculação. Diante disso pode-se colocar que outra diferença da telenovela brasileira está no processo de criação, que vai acontecendo semana após semana. “A grade é planejada com blocos de capítulos formados de 6 em 6 a base do chamado *Marketing Escaleta*. Em cima disso, cria-se uma sinopse, um texto básico com umas 20 linhas, o *History Line*, que posteriormente será transformado em 5.000.” (REBOUÇAS, 2009, p. 8).

Outra característica do gênero é que o mesmo se define por possuir convenções dramáticas estabelecidas. A chamada ‘transformação’ e a liberação dos personagens, um dos motes mais comuns nas novelas, são de especial importância, pois são geralmente associados à ascensão social. Quando um personagem não realiza a trajetória paradigmática de superação os telespectadores da obra ficam insatisfeitos. (REBOUÇAS, 2009, p. 8)

Enquanto o teatro e o cinema, por exemplo, buscam o mercado após a conclusão das obras, com a telenovela o processo é inverso, já que elas são pensadas, escritas e construídas à medida em que o mercado é consultado. Sendo assim, esse é um dos raros campos de criação dramática em que o *feedback* opera e influi concomitantemente à criação.

Nascida no espaço de liberdade reservado aos autores, ela sustenta-se pela possibilidade de exercitarem o seu talento e colocá-lo a serviço de seu olhar crítico e de suas aspirações de mudança social. Visando a uma sociedade mais justa, menos desigual e mais humana, esses autores definem o rumo de suas histórias e com elas impulsionam mudanças que se manifestam na complexidade crescente das produções, tramas e temas. Criam suas histórias olhando para o cotidiano das pessoas, da sociedade, do país. (MOTTER, 2003 p.43)

Ainda em relação a isso, podemos afirmar que as telenovelas agem contrariando os processos criativos tradicionais na medida em que não estabelecem valor apenas à obras já concluídas. Os autores das tramas determinam o que escrevendo enquanto

avaliam o desempenho dos atores e sua adequação ou não à personagem diante das preferências e reações do público.

Outra característica marcante é que as temáticas de cada trama, de maneira geral, foram divididas em horários de acordo com o público sendo 18 horas reservadas para romance, 19 horas para comédia e 21 horas para dramas.

Durante a exibição de uma telenovela, há muitos fatores que contribuem para a alteração da trama, tais como: o nível de sucesso da telenovela perante o público, ou seja, autor examina o que funciona ou não; acontecimentos da vida real tanto na presença de festas comemorativas ou eventos políticos quanto a problemas relacionados com os atores ou atrizes participantes da telenovela; o surgimento de fatos sociais que necessitam ser objetos de discussão. (REBOUÇAS, 2009, p. 8)

A telenovela brasileira é marcada também pelo grande número de eventos *merchandising* por trás de cada produção desde o início. Atualmente a forma de se fazer marketing nas tramas nacionais não mudou muito de formato, já que o objetivo é de divulgar produtos e serviços por meio dos personagens. O *merchandising* social também vem sendo empregado em um grande número de tramas. Ele nada mais é do que a inclusão de campanhas de ordem social dentro das histórias fictícias. “Por estarem embutidas na trama central esse tipo de campanha consegue ser bem aceito por todas as camadas da população” (REBOUÇAS, 2009, p. 9).

A primeira experiência oficial com *merchandising* em produções ficcionais foi em *Beto Rockfeller*, onde o protagonista tomava um antiácido da marca Bayer. Depois disso, pode-se citar casos de telenovelas que já foram pensadas desde o seu princípio com o intuito de arrear financiamento por meio da publicidade. Este é o caso de *O Rei do Gado*, que foi, de acordo com Rebouças (2009), divulgada por meio de folhetos em uma feira de exposição em Montes Claros (MG), afirmando que a televisão era um ótimo e promissor veículo para divulgar produtos.

Ainda de acordo com a autora, atualmente a concepção do marketing na telenovela não sofrer grandes e significativas alterações.

Ainda hoje o intuito é divulgar produtos ou serviços através dos personagens. Com essa técnica, há o custeio das produções, ou seja, o produto ficcional é mais que uma obra, um gênero artístico de entretenimento e lúdico, ele é o meio para dar vida ao veículo e a teleficção com repercussões nos hábitos de consumo do telespectador. Conforme Márcio Schiavo (2006), atualmente, a Rede Globo fatura 450 milhões de dólares com os espaços destinados a essa forma de publicidade. Esse valor poderia ser duplicado ou triplicado se fossem levadas em consideração as ações de *merchandising* que não são pagas. (REBOUÇAS, 2009, p. 9)

Permanecendo no campo do merchandising, ainda devemos citar o *merchandising social*. Este recurso diz respeito à inclusão de campanhas de ordem social dentro da trama, fazendo com que a população aceite com mais facilidade. Nesse contexto, são abordadas questões de diferentes ordens, como por exemplo o Movimento das Mães da Praça da Sé exibida pela telenovela *Explode Coração* (1992) ou então o uso de drogas por jovens, como em *O Clone* (2002).

Nesse sentido, Nogueira (2002) elenca as características realistas presentes nas narrativas das telenovelas brasileiras:

- a) a ação das tramas tem de ser de grande intensidade, mostrando a luta dos bons contra os maus para a vitória da verdade;
- b) personagens e fatos semelhantes às pessoas e à vida cotidiana. As telenovelas reproduzem a fala coloquial e reportam-se constantemente a fatos que estão ocorrendo no período em que estão no ar;
- c) o homem é produto do meio: o personagem age conforme o seu ambiente;
- d) os personagens agem sempre de acordo com a sucessividade dos fatos e presos a modelos estereotipados. É rara a presença de personagens com densidade psicológica nas telenovelas;
- e) as ações são descritas com o maior detalhamento possível, objetivando mostrar a realidade com a máxima fidelidade;
- f) seqüência lógica na apresentação dos episódios que constituem o enredo. As telenovelas encadeiam as tramas e sub-tramas de maneira que o espectador jamais se perca nas ‘subjatividades’ da narrativa. (NOGUEIRA, 2002, p. 113)

A telenovela é, nada mais nada menos, que um importante agente social, já que o brasileiro fez dela um hábito, se acostumando a seguir uma trama por meses, todos os dias no mesmo horário. Esse fenômeno é responsabilidade desse “abrasileiramento” típico das telenovelas nacionais. “A telenovela aborda modelos de comportamentos e posicionamentos, filosofias e ideologias, e a penetração de seus conteúdos na vida dos telespectadores é dada devido à popularidade do gênero.” (REBOUÇAS, 2009, p. 10).

Diante desse fato específico, existe a preocupação com o monopólio desse mercado noveleiro.

O objetivo principal da novela, não deveria ser apenas de entreter, mas de cultivar ou proliferar a cultura brasileira. Mas não é isso o que acontece. A sociedade é iludida pelo ócio transmitido nas tramas de ficção. O mundo de fantasias, muitas vezes, é almejado pelo telespectador. Afinal, as novelas retratam o cotidiano. Retratam o cotidiano ou mudam o mesmo, induzindo a população a mudar? Na realidade, o cotidiano que é o retrato das novelas. Portanto, as influências que estas exercem na população são palpáveis. E, infelizmente, mais negativas que positivas. Desde a época dos romances de folhetins, as tramas de ficção têm exercido um poder de repercussão que vem crescendo paulatinamente; sobretudo com a criação das telenovelas. (REBOUÇAS, 2009, p. 10)

Outros acontecimentos importantes também podem ser ligados diretamente ao surgimento e fortalecimento das telenovelas no nosso país. Politicamente podemos exemplificar a criação do Estatuto do Idoso, campanha feita pela telenovela *Mulheres Apaixonadas* (2006) e abraçada com louvor pelo público de forma geral. Mas é importante destacar que nem sempre as causas sociais abordadas nas tramas são aceitas de forma positiva pelos telespectadores.

Outro aspecto importante é que nem sempre os aspectos sociais abordados numa novela são bem aceitos pela população em geral, como o caso Christiane Torloni e Silvia Priffer, em *Torre De Babel*. Elas mantinham uma relação homossexual, o que não agradou o público; morreram na explosão do shopping. (REBOUÇAS, 2009, p. 11)

Rebouças (2009) lembra também o fato de que inúmeras pesquisas mostraram que a taxa de fecundidade no Brasil reduziu consideravelmente com a consistente presença da televisão e das telenovelas nos lares.

Outro exemplo que pode ser citado é a discussão sobre transexualidade, que se fez presente de forma relevante na telenovela *A Força do Querer*⁶ (2017). Por meio da inserção de uma personagem transgênera a narrativa da trama colocou em pauta na sociedade um tema muitas vezes considerado tabu. Ivana (interpretada pela atriz Carol Duarte), ou Ivan, era um homem transgênero que namorou outro homem, ou seja, era um transgênero gay, que teve uma vida afetiva e sexual com esse parceiro, trazendo à tona uma complexidade humana.

Helena Vieira, ativista de direitos humanos, escritora e uma das principais consultoras sobre o assunto para a autora Glória Perez relatou o que a telenovela representou para o movimento LGBT:

“(...) a gente tem uma história na representação de LGBT na mídia que atende a duas lógicas discursivas básicas. A primeira é a do trágico. (...) Essa narrativa do trágico aborda as experiências de sexo e gênero divergentes da norma como se fossem sempre marcadas pela tragédia. E isso não tem profundidade. (...) A segunda lógica discursiva é a do cômico, que é mais comum na TV aberta, mas também está presente no cinema. É a representação da travesti ou do gay como aquela personagem da qual as pessoas vão rir, como [apenas] a melhor amiga ou amigo de alguém. E há também prostituição, roubo, drogas — acaba que a complexidade dos sujeitos se reduz aos estigmas. isso é muito perigoso, porque desumaniza.” (VIEIRA, 2017)⁷

⁶ A Força do Querer é uma telenovela brasileira produzida e exibida pela Rede Globo entre 3 de abril e 20 de outubro de 2017, em 172 capítulos. Criada e escrita por Glória Perez, sob direção de Cláudio Boeckel, Davi Lacerda, Fábio Strazzer, Luciana Oliveira, Allan Fitterman e Roberta Richard, direção artística de Rogério Gomes e direção geral de Pedro Vasconcelos.

⁷ Disponível em: <http://www.huffpostbrasil.com/2017/07/31/como-a-forca-do-querer-trouxe-o-debate-sobre-transgenero-ao-ho_a_23058614/>. Acesso em: 09 jan 2018.

Vieira ainda coloca que a telenovela tem importância em discussões assim porque opera de forma significativa no imaginário social da população. A autora Glória Perez também afirma que as telenovelas são importantes para quebrar paradigmas e preconceitos sobre determinados temas. Para ela, o primeiro passo para isso é criar “empatia com o público, fazendo com que ele se reconheça nela (personagem) enquanto ser humano. E depois, mostrando o que a faz 'diferente’”⁸ (PEREZ, 2017). "As pessoas resistem muito ao 'diferente'. Tendem a reduzir o mundo à dimensão de seu próprio umbigo. A considerar, no mínimo exóticas, outras maneiras de viver, outras opções sexuais, outras culturas", reflete Glória.

Outra questão colocada em pauta atualmente pela força de uma telenovela é a questão racial. A trama de *O Outro Lado do Paraíso*⁹ (2017) traz em sua narrativa uma personagem negra que passa por problemas sociais gerados pela cor da sua pele. Raquel (interpretada pela atriz Erika Januza) é uma empregada doméstica que consegue, por meio de esforço próprio, tornar-se juíza. Nessa nova profissão sua competência é questionada o tempo todo através de atos preconceituosos e criminosos¹⁰.

A telenovela representa, dentro do processo criativo, um divisor de águas na medida em que sua criação é nova dentro das artes melodramáticas. Isso quer dizer que o autor não se separa de sua obra, já que irá conviver com ela durante vários meses. Sendo assim, existe uma possibilidade ilimitada de elaboração, variedade, aprofundamento e evolução das personagens dentro da trama.

2.5 Globalização

A comunicação começou a superar as fronteiras físicas por meio dos meios elétricos teve início na década de 1920 principalmente nos países do Norte Europeu. No fim da década de 1930 foi a vez dos Estados Unidos se preocuparem, de alguma forma, com o entretenimento de grande parte dos imigrantes latino-americanos que lá viviam.

⁸ Disponível em: <http://www.huffpostbrasil.com/2017/06/22/as-pecoas-resistem-muito-ao-diferente-diz-gloria-perez-sobre_a_22583476/>. Acesso em: 09 jan 2018.

⁹ *O Outro Lado do Paraíso* é uma telenovela brasileira produzida pela Rede Globo, exibida desde 23 de outubro de 2017. Escrita por Walcyr Carrasco, com colaboração de Nelson Nadotti, Vinícius Vianna e Márcio Haiduck. Conta com direção de André Barros, Henrique Sauer, Pedro Peregrino, Mariana Richard, Fábio Strazzer e Caio Campos, direção geral de André Felipe Binder e direção artística de Mauro Mendonça Filho.

¹⁰ Disponível em: <<https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/entrevista/2017/11/erika-januza-comentaria-cena-de-preconceito-racial-com-eliane-giardini-em-o-outro-lado-do-paraiso-chorei-muito>>. Acesso em: 10 jan 2018.

Nos anos 60, vislumbra-se o surgimento de uma nova dimensão internacional de natureza econômica e política, originária da mutação tecnológica no domínio das comunicações. Estratégias de integração vertical e horizontal prometem a expansão de um mercado dominado por grandes conglomerados multimídia. A partir desta perspectiva, surgem os conceitos de “aldeia global” e “globalização”. Nos anos 70, inúmeros centros de pesquisa por todo o mundo estão convencidos ser cada vez menos possível tratar dos meios de comunicação de massa sem abordar as lógicas de internacionalização. (TONDATO, 1998, p. 12)

A partir do momento em que os conteúdos passaram a serem comercializados em uma via de mão dupla, num fluxo que não deixa os países de primeiro mundo como únicos exportadores de conteúdo, é possível observar o papel contraditório, como afirma Martín-Barbero (1993), da comunicação moderna. Isso porque ao mesmo tempo em que os produtos dessa comunicação se globalizam, eles também se fragmentam, tornando-se especializados. Diante disso, as culturas locais vão se inserindo em mercados cada vez maiores e internacionalizados. Esse aspecto acaba por tornar confuso o mercado, causando uma confusão entre o que é transnacional e local e inevitavelmente o surgimento de novas regiões mercadológicas que se assimilam e se identificam pela língua.

Essa atenção especial dada aos mercados locais de países periféricos, como o Brasil e o México, por exemplo, faz com que seja possível delinear melhor o que a indústria cultural está vivendo diante da globalização.

Hoje o mundo está dividido em várias regiões, cada qual com sua própria dinâmica interna assim como suas próprias ligações globais. O fluxo de produtos televisivos já não se dá somente do centro para a periferia, e devem ser analisados a partir de considerações sobre as conexões culturais, lingüísticas e históricas comuns que transcendem o espaço físico. (TONDATO, 1998)

Além disso, os produtos que fazem parte desse mercado globalizado carregam características de reconhecimento antes não tão importantes. As telenovelas brasileiras, por exemplo, passam a imagem de que o país é mais que futebol, samba e carnaval. Esse tipo de radicalismo passa a ser deixado cada vez mais de lado na medida em que outras culturas passam a se reconhecer nas tramas que vem de outros países.

Isso também coloca em pauta a questão do imperialismo cultural, discurso este que vem caindo cada vez mais por terra, já que os receptores dos conteúdos tornaram-se cada vez mais críticos em relação ao que recebem e consomem. TONDATO (1998), afirma que cada região geolingüística tem como polo dominador de produção cultural um ou dois países. No caso da América Latina, Brasil e México exercem esse papel de forma indiscutível.

Os países latino-americanos foram dos primeiros a serem expostos à especulação publicitária, às lógicas de concorrência e à internacionalização

de suas programações, enquanto a Europa Ocidental ainda permanecia sob o regime do serviço e monopólio públicos, daí ser a América Latina a citação mais comum nas referências ao imperialismo cultural. (TONDATO, 1998)

Martín-Barbero (1993) aponta que é necessário compreender como as demandas sociais e lógicas do mercado se movimentam e se desenvolvem diante de fatores como as novas tecnologias e os processos de transnacionalização. Essa internacionalização traz uma reorganização da hegemonia tradicional, que agora se ressignificou e se readequou no aspecto da subordinação, fazendo com que, dessa forma, as empresas privadas passassem a serem as reais defensoras daquilo que é tido como verdade.

2.6 Telenovelas brasileiras ganhando o mundo

Foi nos anos de 1970 que o mundo voltou seus olhos para o que era produzido no Brasil. Coincidentemente ou não, também foi nesse período que as emissoras passaram a investir em roteiros capazes de retratar a brasilidade. Nessa década a Rede Globo de Televisão também começou a romper com as antigas fórmulas de ficção televisiva, fazendo surgir “uma televisão comprometida com o mercado, tanto no sentido comercial, na medida em que tinha uma responsabilidade com os anunciantes, como no sentido artístico, procurando proporcionar a seus telespectadores bons momentos de entretenimento” (TONDATO, 1998, p.2).

Foi também nos anos de 1970, mais especificamente em 1973, ano em que a TV em cores chegou ao país, que a telenovela *O Bem Amado*¹¹, produzida pela TV Globo, abriu o mercado internacional para as produções brasileiras. No mesmo ano de sua exibição no país, a telenovela foi vendida para o Uruguai. Em 1975, seus capítulos foram reeditados e a trama foi vendida para o México. Um ano mais tarde, a emissora montou uma estrutura própria para comercialização internacional, que levou a produção para outros 17 países latino-americanos.

É possível afirmar que as telenovelas brasileiras, foram, a partir daí, se adequando às necessidades mercadológicas de outros países, mas sem perder suas características particulares. Martín-Barbero (1993) coloca que

(...) cada vez mais a cultura corresponde à dinâmica e à lógica das comunicações de massa, por isso a compreensão das transformações culturais implica deixar de pensar a cultura como mero conteúdo dos meios e

¹¹ Novela de autoria de Dias Gomes, supervisão de Daniel Filho e direção de Régis Cardoso. Foi exibida pela Rede Globo entre janeiro e outubro de 1973. A trama principal criticava o Brasil da ditadura militar fazendo sátiras políticas.

começar a pensá-la como um processo de comunicação regularizado simultaneamente por duas lógicas: a das formas, ou matrizes simbólicas, e a dos formatos industriais (MARTÍN-BARBERO, 1993, p. 45)

Ainda apoiado em Martín-Barbero (1993) podemos entender que as telenovelas brasileiras que ganharam espaço fora do Brasil não têm seu valor baseado na beleza ou na autenticidade das tramas, mas sim na representação sociocultural e na sua capacidade de mostrar e expressar a forma de vida e de cotidiano das classes menos abastadas.

A partir daí as barreiras de exportação continuaram a serem superadas. Outra telenovela que merece destaque é *Gabriela*¹² que, exibida no país em 1975, foi a primeira a ser exportada para fora da América. Depois disso, as telenovelas brasileiras, mais especificamente as de Rede Globo, ganharam cada vez mais espaço no mercado internacional. *Escrava Isaura*¹³, que até hoje, mais de trinta anos depois de sua estreia, figura no ranking das telenovelas brasileiras mais vendidas para o exterior, chegou à Itália em 1982, tornando-se um valioso produto de exportação.

No final de 1985, *Escrava Isaura* já havia sido vendida para 27 países. A atriz Lucélia Santos visitou todos eles e recebeu diversos prêmios, como o Latino de Ouro, concedido pela Emissora Caracas de Rádio e Televisão, na Venezuela. Em 1989, a novela mais uma vez obteve altos índices de audiência fora do Brasil, dessa vez na União Soviética, onde foi exibida em 15 capítulos.¹⁴

Com essas produções, as telenovelas brasileiras foram consolidando seu espaço no cenário mundial. Não só o Brasil, mas também México e Argentina emplacavam produções e colocavam-se pouco a pouco na pauta das exportações. É importante ressaltar que o mercado latino-americano de telenovelas ganhou importante espaço com a privatização das emissoras europeias, que, para entrarem em um ambiente competitivo, acabaram recorrendo à importação de ficção em substituição a programação estatal¹⁵. O fim das ditaduras militares no contexto latino-americano também resultou em significativo aumento da demanda por conteúdos, principalmente de entretenimento. Além disso, o modelo do fazer televisão mudou e Hollywood deixou de ser o padrão das produções (CURTIN, 2015, p.23).

¹² Novela de Walter George Durst, com supervisão de Daniel Filho direção de Walter Avancini e Gonzaga Blota. Exibida pela Rede Globo entre abril e outubro de 1974. Adaptação do romance de Jorge Amado, a trama mistura a sensualidade e a inocência de Gabriela com questões políticas importantes.

¹³ Novela de Gilberto Braga com direção de núcleo de Herval Rossano. Exibida pela Rede Globo entre outubro de 1976 e fevereiro de 1977. A trama principal conta a história da escrava branca Isaura e da paixão doentia que seu dono, Leôncio, sente por ela.

¹⁴ Disponível em: <www.memoriaglobo.com.br>. Acesso em: 01 jul 2015.

¹⁵ Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com/vitrine/tvportal/2009/08/0033>>. Acesso em: 13 jul 2015.

Lopes (2004) evidencia ainda que as tecnologias tem grande influência nos processos de exportação das telenovelas, já que possibilitaram a vocação transnacional da televisão, favorecendo uma circulação sem fronteiras,

Tondato (2012) afirma que as telenovelas e o melodrama nelas inseridos fazem com que o processo de internacionalização seja facilitado. De acordo com a autora, a telenovela tem o papel de tornar comuns novas dinâmicas e modos sociais, trazendo para o cotidiano dos telespectadores práticas que só eram acessíveis em outros produtos culturais, como os livros. Essas práticas são constituídas também pela exposição de produtos que passam a ser incorporados no dia a dia por meio do consumo.

A entrada crescente das produções latino-americanas comprova seu alto nível como produto audiovisual. “México e Brasil, cedo tiveram sucesso na criação de um gênero, a telenovela, que compete bem com as séries americanas em exportação” (STRAUBHAAR, 2004, p. 90). Além de romper com a linha que determinava os países considerados produtores e os considerados exclusivamente consumidores.

Os primeiros autores a levantarem essa hipótese de mudança no fluxo Norte-Sul a partir dos anos 70 foram Straubhaar (1983) e Rogers e Antola (1988). Esses autores perceberam que essa nova realidade colocava em cheque as teorias do imperialismo cultural, uma vez que não se podia explicar como países como México, Brasil, Venezuela, Peru e Argentina substituíram as produções televisivas importadas, principalmente dos Estados Unidos, por produções nacionais e depois exportadas não somente para outros países da América Latina como também da Europa e até mesmo dos Estados Unidos. (FADUL, 2001, p.9)

Essa comercialização reflete em um fluxo global no qual os programas são criados em nações distintas e circulam entre elas em níveis muito variados. Straubhaar (2004) afirma que alguns tipos de programa como “drama, melodrama, documentários científicos e históricos, animação, musicais e filmes são criados e distribuídos para uma audiência verdadeiramente global” (STRAUBHAAR, 2004, p. 78). Portanto, é possível afirmar que um gênero, no caso do melodrama das telenovelas, pode ser reproduzido em diversas situações culturais caso encontre condições propícias para isso. Por isso é “comum a todos os sucessos culturais de massa, não importando o país, o primeiro requerimento é que eles se acomodem à cultura existente” (KOTTAK, 1990, p. 43 *apud* STRAUBHAAR, 2004, p. 89).

Embora a proximidade cultural seja diretamente baseada na linguagem comum, existem, paralelos a isso, outros níveis que podem indicar similaridade ou reconhecimento. Estes baseiam-se em elementos culturais como figurino, linguagem corporal, ideias importantes sobre o andamento das tramas, definições de humor, entre outros. O argumento para isso, segundo Straubhaar (2004), é que o público, ou como o próprio autor diz “a

audiência”, procura assistir programas “que são mais próximos ou mais diretamente relevantes para seus termos culturais e linguísticos” (STRAUBHAAR, 2004, p. 91).

É importante destacar que no Brasil, a internacionalização da televisão confunde-se com a internacionalização de um dos mais importantes grupos midiáticos do país, a Rede Globo. Essa consolidação das telenovelas brasileiras, mais especificamente as produzidas pela Rede Globo, no cenário internacional deve-se a fatores que vão além do alto investimento da emissora em suas produções. De acordo com Marques de Melo (1988), um desses fatores é a forma de negociação com a qual a emissora ingressou no mercado internacional, sem pleno domínio da dinâmica do processo de comercialização, vendendo suas telenovelas a preços abaixo do mercado e trabalhando com pequenas margens de lucro, eliminando, dessa forma, os maiores concorrentes.

Outros elementos apontados por José Marques de Melo (1988) também justificam a popularidade das telenovelas da Rede Globo que alcançaram fatias significativas do mercado internacional. São eles: 1) o uso da linguagem coloquial; 2) a escolha dos personagens de classe média (com a qual a maioria dos telespectadores se identifica ou simplesmente por constituir um padrão socioeconômico desejável) e 3) a presença do mito da ascensão social, que refletiria o desejo de grande parte dos telespectadores. Para o autor, o sucesso de difusão das telenovelas brasileiras ao redor do mundo deve-se, principalmente, à capacidade de promover a identificação com o telespectador.

Martín-Barbero (2004) faz ainda outros apontamentos sobre características singulares das telenovelas brasileiras para justificar o sucesso deste produto, como as narrativas cotidianas.

A presença no espaço audiovisual do mundo de empresas como a mexicana Televisa ou a brasileira Rede Globo se faz, em grande parte, à custa de moldar a imagem desses povos em função de públicos cada dia mais neutros, mais indiferenciados. As exigências do modelo, imposto pela globalização, são as que orientam essas mudanças. Exigências evidenciadas no reordenamento privatizador dos sistemas nacionais de televisão em todo o mundo: a expansão do número de canais, a diversificação e crescimento da televisão a cabo e as conexões via satélite aumentaram o tempo de programação, impulsionando uma demanda intensiva de programas, que abre ainda mais o mercado à programação latino-americana, que modifica a divisão do mundo entre um norte identificado com países produtores e um sul com países unicamente consumidores. Mas significa também o triunfo da experiência do mercado na rentabilização da diferença cultural para renovar narrativas gastas, conectando-as a outras sensibilidades cuja vitalidade é, em grande medida, ressemantizada a favor de uma cultura da indiferença. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.111)

Para Martín-Barbero (2004), as telenovelas, na busca pela competitividade transnacional, tendem a apresentar tramas cada vez mais alheias as marcas geográficas. Esse fluxo de desterritorialização e internacionalização pode ser constatado na postura empresarial adotada pela Rede Globo. Para Lopes (2004) essa lógica de mundialização poderia fragilizar a integração sentimental e neutralizar as características latino-americanas dos países exportadores. Para ela,

O processo de globalização, ao mesmo tempo em que confunde o campo de competência dos territórios-nações, introduz um elemento de fragilidade nas marcas de identidade cultural que neles se configuraram historicamente. A diferença cultural, enquanto corresponde a uma identidade histórica e geograficamente constituída, é submetida à tensão pela norma da competitividade introduzida no mercado de bens culturais e pela forte tendência da conquista de um público externo. A transgressão das fronteiras nacionais é também a transgressão de universos simbólicos. (LOPES, 2004, p.18)

Embora essa mundialização da telenovela seja tendenciosa para o afastamento do reconhecimento regional e favorável a uniformização e padronização do conteúdo produzido, o gênero com origem brasileira ainda aparece como um produto de exportação que carrega significativas marcas locais da cultura nacional, tornando-se, dessa forma, um paradoxo. As manifestações culturais presentes nas telenovelas brasileiras não estão inseridas em nenhum padrão unicamente estabelecido, já que com a exportação acontece um redimensionamento da cultura nacional. Em outras palavras, isso significa que a difusão das telenovelas relaciona-se diretamente com a desterritorialização. Para Curtin (2015), as dinâmicas da globalização alteraram o fluxo comercial.

Em vez de simplesmente impor sua vontade, os conglomerados de mídia tinham que fazer ajustes, conforme outros concorrentes globais entravam no mercado e as emissoras locais e nacionais assimilavam estilos e estratégias globais, criando seus próprios serviços híbridos. Os conglomerados globais, assim, tornavam sua oferta local, enquanto as empresas locais globalizaram a sua, algumas destas lançando satélites por sua própria conta. (CURTIN, 2015, p.20)

Reflexo disso é que nos últimos anos as telenovelas brasileiras alcançaram um patamar ainda mais importante no mercado internacional. O número de exportações cresceu significativamente, mas não só com a venda de produtos prontos, que ainda hoje é a principal fonte de ingressos das telenovelas no exterior, mas também com a venda de roteiros e da venda de franquias ou projeto.

A venda de roteiros, forma mais antiga e menos comum de comercialização, é uma modalidade mais simples e que não exige tanto esforço por parte da empresa que vende. Já a venda de franquias aparece como um tipo mais complexo de comércio. Isso acontece

porque os compradores do conteúdo têm limitações para realizar alterações e adaptações no formato comprado, já que a empresa vendedora detém os direitos autorais das produções. É importante destacar outra tendência que também tem levado as telenovelas brasileiras para outros países: as parcerias entre Rede Globo e emissoras internacionais.

O fluxo da ficção televisual brasileira para a América Latina não se limita à venda de produtos acabados para a exibição nas emissoras da região. O padrão dos programas, o ritmo de produção e a qualidade artística alcançada pelos dramaturgos, diretores e atores vem suscitando o interesse das empresas de outros países, que pretendem valer-se da experiência brasileira para desenvolver as suas próprias potencialidades. (MARQUES DE MELO, 2010, p.156)

As coproduções permitem que o conteúdo seja produzido com mais regionalizada, apresentando um entendimento melhor sobre o mercado. Algumas das telenovelas realizadas com base neste tipo de parceria foram *Vale Tudo* (Telemundo – EUA), *El Clon* (Telemundo) e *Dancing Days* (SIC – Portugal).

Atualmente, essa necessidade de atingir os mercados internos e externos conduz grandes conglomerados de comunicação à realizar alianças capazes de gerar aumento de rentabilidade e de espaço para seus produtos. Esse processo de transnacionalização, que teve seu fluxo acelerado desde a década de 1990 com a “liberalização do mercado e as novas tecnologias” (CURTIN, 2015, p.14), reconfigurou e proporcionou um crescimento direto dos investimentos e na qualidade do conteúdo produzido.

Neste capítulo traçamos um ciclo histórico que engloba uma linha do tempo desde a chegada das telenovelas no Brasil, passando por suas fases de evolução de produção, inserção nas emissoras, fidelização do público e exportação para outros países. Essas colocações são importantes para que possamos traçar um panorama geral deste gênero narrativo no país e fora dele.

No próximo capítulo falaremos sobre o melodrama, gênero que se faz presente nas narrativas das telenovelas desde a origem até os dias atuais e de como, por meio do que chamamos de “territórios de ficcionalidade” essas tramas perpassam culturas e fronteiras geográficas. Dessa forma será possível compreender como se dá a aproximação com audiência, ou seja, a ligação com o público. Traremos ainda uma apresentação da trama de *Avenida Brasil* e de suas importantes diferenciações narrativas e de formato, bem como dados relevantes para esta pesquisa.

3. MELODRAMA

O melodrama está presente no subtexto da atuação, das entrelinhas do diálogo e da *mise-en-scène*. Alguns autores o identificam como um tipo de estratégia para realizar uma leitura da vida por meio de uma narrativa cotidiana. Este gênero trata do relato de fatos corriqueiros da vida comum a partir de um ponto de vista e uma perspectiva comum. Seu interior traz articulações simples e verdadeiras da vida e de relacionamentos, em que a clareza moral transcende, assumindo gestos cotidianos.

Neste gênero, há uma tensão entre aparência e essência, que se materializa na atuação carregada e em uma plasticidade da imagem saturada de signos e significados em narrativas caracterizadas por modelos de excesso e hiperdimensionamento, “ou seja, nas tensões morais cotejadas pelo gênero nunca se perde a dimensão da espetacularidade da cena na qual o olhar do outro é um elemento sempre presente” (BRAGANÇA, 2007, p. 31).

As estruturas sociais engessadas e arcaicas são confrontadas por personagens inconformados com sua própria condição de reprimidos. Segundo Jane Gaines, o melodrama irá narrativizar “a disjunção entre as esperanças de novas possibilidades e as velhas realidades sociais obstinadas endurecidas pela desigualdade de gênero”¹⁶ (GAINES, 2010, p. 24).

Os melodramas irão transcorrer com frequência em narrativas de cunho moral. É o caso de *Stella Dallas* (King Vidor, 1937) e *Imitação da Vida* (Imitation of Life, Douglas Sirk, 1959), por exemplo. O crítico Luiz Carlos Oliveira Jr. comenta essa dimensão do melodrama:

Um dos aspectos centrais do melodrama seria justamente sua extraordinária capacidade de usar ações e os fatos do mundo real, da vida social, como uma espécie de metáfora que se reporta ao reino da verdade espiritual e dos significados morais latentes. A realidade é amplificada por uma dramaturgia do excesso que torna sensível a presença, nas situações do dia a dia, de motivações obscuras, de emanações do inconsciente (essa região do ser em que se escondem nossos desejos elementares e nossos tabus). Dentro de um contexto aparentemente realista e cotidiano, encena-se um drama hiperbólico e sobrecarregado. (OLIVEIRA JR, 2012: 42)

Oliveira afirma ainda que,

Em princípio, o melodrama é composto por dramas familiares e, portanto, tem como cenário central o lar, composto por arquiteturas labirínticas, profusões de espelhos e escadas. É um ambiente propício para tramas que envolvem segredos, passados que assombram e personalidades ambíguas. É no lar que a mulher tem mais presença do que o homem, historicamente, o que favorece a presença de protagonistas femininas fortes. (OLIVEIRA JR, 2012: 46)

¹⁶ Texto original: the disjuncture between the hoped for new possibilities and the stubborn old social realities hardened by gender inequality”. (GAINES, 2010, p. 24).

Apesar deste formato industrializado e designado para a grande massa, as telenovelas tem um teor melodramático que lhe confere um poder considerável. Martín-Barbero é pioneiro em afirmar que o melodrama é a base das telenovelas, produto tão característico em países como Brasil e México. Em suas pesquisas o autor pode averiguar um aspecto esbanjador com emoções exageradas e exacerbadas que aparentemente aparecem para quebrar a rigidez do cotidiano do telespectador (1992). A partir daí é possível encontrar, de forma subconsciente, uma rejeição dos públicos desse tipo de produção audiovisual com a sociedade moderna, que é símbolo de frustração de realizações reais.

As telenovelas estão carregadas de melodrama na medida em que o que o acontece nas tramas é uma forma de selecionar fatos da vida diária e apresentá-los de um jeito dramático e exagerado, fazendo assim possível a distinção entre o que é real e o que é irreal.

Neste sentido de “drama de excesso” a primeira impressão perpassada pelo melodrama é de que as narrativas têm pouco a ver com a aparente realidade e uma aproximação muito maior com um drama interior. Brooks (1995) mostrou, por meio de estudos fundamentados, que o gênero não é apenas um recurso de manipulação de linguagem para conquistar um público, mas sim uma forma de problematizar características sociais.

Assim, os estudos mais recentes sobre o melodrama não se detêm no desenvolvimento do gênero exclusivamente, mas procuram abordá-lo como um sistema ficcional de produção de sentido, traduzido num campo de força semântico, no qual determinados elementos e características próprias operam sentidos que se desvelam quando tocados pelo gesto interpretativo. (BRAGANÇA, 2007, p. 19)

Diante disso é possível afirmar que existe no melodrama uma característica importante e relevante, que é representar a vida. Essa realidade é representada nas narrativas muitas vezes não de forma aparente, mas por uma “moral oculta¹⁷” (BROOKS, 1995) que opera na realidade a fim de gerar novas descobertas e articulações. Ainda “podemos legitimamente afirmar que o melodrama se torna o principal modo para descobrir, demonstrar e fazer operante o universo moral essencial na era pós-sagrada” (BROOKS, 1995, p. 15)¹⁸.

O melodrama busca, de certa forma, uma realidade transcendental em que existe um vitorioso acontecimento sobre a imobilidade dos fatos e das coisas, no qual o

¹⁷ Moral Occult: The narrative voice, with its grandiose questions and hypotheses, leads us in a movement through and beyond the surface of things to what lies behind, to the spiritual reality which is the true scene of the highly colored drama to be played out in the novel. (...) The novel is constantly tensed to catch this essential drama, to go beyond the surface of the real to the truer, hidden reality, to open up the world of spirit. (BROOKS, 1995)

¹⁸ “We may legitimately claim that melodrama becomes the principal mode for uncovering, demonstrating, and making operative the essential moral universe in a post-sacred era”³ (BROOKS, 1995, p. 15).

recurso do excesso é uma estratégia de aproximação da verdade. Portanto o gênero, com suas características estilísticas, conseguiu incorporar a necessidade de um público que almejava encontrar obras com sentidos mais próximos da realidade. É o que Bragança (2007) determina como fator fulminante para o surgimento do chamado “melodrama social”.

O melodrama, como um gênero das classes trabalhadoras, evocava de certa forma a vulnerabilidade e a insegurança características desta transição para uma cultura de mercado própria da primeira metade do século XIX e que se intensificaria no transcorrer daquele século, quando ruíam uma certa estabilidade e a simplicidade de uma fé religiosa tradicional e patriarcal. (BRAGANÇA, 2007, p.40)

O sensacionalismo também confere ao melodrama um envolvimento emocional junto ao público, aproximando-o ainda mais do realismo. Essa *mise-en-scène* carregada de forma excessiva e sensacionalista, embora pareça cheia de coincidências improváveis, carrega em suas entrelinhas “uma forte carga de corporeidade, de risco, de perigo iminente, de vulnerabilidade, que estava muito intimamente implicada na vida das classes mais populares” (BRAGANÇA, 2007, p. 42) aproximando-se muito do realismo.

Bragança (2007) afirma que o melodrama articula seu discurso de forma a descortinar determinada realidade social que é apresentada através de uma metáfora. Para ele essa “aproximação ao ‘real’ teria um olhar sedimentado pelo melodrama, não só como estratégia de construção discursiva, mas como a própria abordagem em si.” (BRAGANÇA, 2007, p. 36).

O melodrama é um gênero originário do século XVIII e que teve seu desenvolvimento durante o contexto histórico da Revolução Francesa com temáticas que refletiam os ideais da época que eram “liberdade, igualdade e fraternidade”.

As paixões políticas despertadas e as terríveis cenas vividas durante a Revolução exaltaram a imaginação e exacerbaram a sensibilidade de certas massas populares que afinal podem se permitir encenar suas emoções. E para que estas possam desenvolver-se o cenário se encherá de prisões, de conspirações e justiçamentos, de desgraças imensas sofridas por vítimas e traidores que no final pagarão caro suas traições. [...] Antes de ser um meio de propaganda, o melodrama será o espelho de uma consciência coletiva (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 152).

Thomasseau (2005) afirma que o elemento essencial do melodrama foi sua aceitação de forma consagrada pelo público, que foi garantida pela durabilidade e maleabilidade do gênero. Para ele, a estética melodramática consegue comover as audiências, tornando-se um objeto de moral e sentimentalismo de compreensão fácil a indivíduos pertencentes a qualquer classe social. “Assim, o que se convencionou chamar de estética melodramática tem sua gênese na época da Revolução, especialmente no teatro que tem seu

público aumentado pelas classes populares” (SILVA, 2013, p. 2). De acordo com Thomasseau:

[...] um gênero teatral que privilegia primeiramente a emoção e a sensação. Sua principal preocupação é fazer variarem estas emoções com a alternância e o contraste de cenas calmas ou movimentadas, alegres ou patéticas. É também um gênero no qual a ação romanesca e espetacular impede a reflexão e deixa os nervos à flor da pele [...]. O melodrama, é verdade, pratica em geral um moral convencional e ‘burguesa’, mas não se pode esquecer que ele veiculou, durante uma boa parte do século não só idéias políticas, sociais e socialistas, mas, sobretudo humanitárias e ‘humanistas’, apoiando-se na esperança fundamental de um triunfo final das qualidades humanas sobre o dinheiro e o poder. Ele carregou, de cambulhada, os sonhos e as esperanças dos estratos sociais mais desfavorecidos, mas também criou e manteve a efervescência de um imaginário popular, rico e vigoroso (THOMASSEAU, 2005, p.139-140).

É importante sublinhar que Thomasseau descreve de forma muito completa as rupturas sociais, políticas e culturais que se produziram no contexto do Antigo Regime francês, mas que estes conceitos não permaneceram estáveis se forem contextualizados em uma perspectiva mais recente e atual. A estrutura melodramática evidencia até os dias contemporâneos uma permanência estável nos meios de comunicação de massa, mesmo tendo sido aplicada a vários tipos de narrativas e formas artísticas.

Dessa forma, Martín-Barbero (2003) coloca que o melodrama é uma espécie de gênero carnavalesco que se constituiu em uma matriz cultural, ou seja, é uma fórmula que mesmo se repetindo ao longo do tempo vai se atualizando e produzindo sempre novos sentidos. O autor aponta, por meio de uma importante discussão conceitual, que o melodrama é gênero de maior expressão na América Latina, sendo mais aberto ao jeito de viver e de se reconhecer junto à população. Foi o melodrama que ajudou a definir o perfil que seria aplicado nas telenovelas brasileiras a partir da década de 1950. Isso porque ele é, por excelência, moderno e ao mesmo tempo romântico, marcado tramas emocionantes e com reviravoltas constantes.

O melodrama faz crescer a importância da mise-en-scène. No interior dessa lógica, adereços, mobiliário, também a troca de ambientes, as irrupções violentas, o movimento intenso são aspectos que ganham destaque. Devem cooperar na concretização da história, para que o realismo da cena intensifique as emoções suscitadas. (...) Destinam-se também a sensibilizar camadas da platéia menos habituadas às convenções teatrais. Para este grupo que apenas começa a se tornar assíduo às casas de espetáculos, mercê da revolução social em curso, dizem muito pouco as sutilezas de linguagem de que se alimentava o fino gosto da aristocracia (HUPPES, 2000, p. 104).

Com sua estrutura simples, parecida com a da comédia de costumes, é possível afirmar que o melodrama traz como uma de suas características uma apresentação das

personagens e da situação logo no início da narrativa, para em seguida apresentar uma complicação e no fim, uma resolução. Tudo isso sempre de acordo com a moral vigente.

No enredo do melodrama o traço principal é a surpresa iminente – marca que se encontra inserida na elasticidade característica da trama. Em comparação com outras formas artísticas, observa-se que nem a variação temática nem o colorido linguístico, todavia presentes, sequer rivalizam com a importância que o desdobramento inesperado tem neste gênero. É aqui que o artista aplica o máximo de criatividade. Leva o espectador de sobressalto a sobressalto para um desfecho, que nem sempre concede o repouso do final feliz. (HUPPES, 2000, p. 28)

Diante disso, é possível destacar, de acordo com Huppés (2000) as principais características do gênero. Entre elas podemos destacar a bipolaridade, que estabelece contrastes em níveis horizontais e verticais. Horizontalmente existe a oposição de personagens com valores opostos, como o vício e a virtude. Já verticalmente existe a alternância de situações de desolação e desespero, com outros momentos de serenidade e euforia. “Em geral o polo negativo é mais dinâmico, na medida em que oprime e amordaça o bem. Mas no final (...) a virtude é restabelecida e o mal conhece exemplar punição” (HUPPES, 2000, p. 27).

Vale destacar que o melodrama dispõe de dois temas básicos e facilmente identificados – a busca incessante pela felicidade amorosa e a reparação das injustiças. As personagens do “lado mau” da história agem com grande ímpeto e tem papel mais ativo. Enquanto que às personagens boas cabe a função de estar sempre buscando o reestabelecimento dos fatores positivos.

Huppés (2000) coloca ainda que a organização do enredo, com um interesse dramático elevado e fatores que corroboram para intensidade emocional em cada cena, como a trilha sonora marcante, é o que faz o melodrama ganhar o status de natureza de arte. Isso fez com que o gênero ganhasse determinada importância progressiva. Diante disso, pode-se, ainda apoiado no que foi afirmado por Huppés (2000), colocar que a arte, ou os artifícios, são colocados em prática a fim de gerar reações no público ao qual se deseja agradar. Isso gera como consequência a integração e imersão do espectador na trama narrativa.

Se a história apresentada é dolorosa, fica com o autor a decisão de adoçar o tom, de amenizá-lo, de introduzir elementos risíveis. Ou, ao seu talento – no caso de não recear que o luto excessivo afugente a plateia – pode multiplicar as lágrimas, aguçar o desespero. O trabalho é explicitamente móvel e arbitrário, por conseguinte. (HUPPES, 2000, p. 30)

Outra característica marcante e que deve ser levada em consideração é o fato de que o melodrama não aparece como um todo que não pode ser dissolvido e articulado. Isso quer dizer que é possível fragmentar as obras melodramáticas conjugando partes dela. Assim

as formas de qualificação estéticas “passam a incidir principalmente sobre a maneira como o agrupamento se processa, passando para segundo plano aspectos tradicionais e importantes, como motivação interna e verossimilhança externa (...)” (HUPPES, 2000, p. 30).

Os autores melodramáticos criam em suas histórias de forma em que o conjunto não é privilegiado, mas de uma forma em que as partes se emancipam do todo e conquistam autonomia. Esta estabelece relações importantes com a recepção, já que o “público contempla e interpreta, em conjunto ou separado” (HUPPES, 2000, p. 32).

Brooks (1995) afirma que o melodrama é uma forma canônica de imaginação, sendo mais que um gênero dramático de aceitação massiva. Para ele o contexto em que o gênero que reflete a incessante luta a favor da moralidade em que os maus, os vilões, devem ser punidos e removidos para que a sociedade volte ao andamento normal e o as virtudes vençam. Outra característica marcante é que as narrativas melodramáticas têm uma linguagem muito fácil e clara que elucida ainda mais a compreensão para o público.

Capaz de múltiplas adaptações, o melodrama formaliza um imaginário que busca sempre dar corpo à moral, torná-la visível. Fornece uma pedagogia do certo e errado que não exige uma interpretação racional do mundo, confiando na intuição e nos sentimentos naturais do indivíduo na lida com tramas que envolvem, quase sempre, laços de família. (MEIRELLES, 2007, p. 150).

O gênero melodramático se liga a um mundo mais simplista, no qual as personagens têm projetos que dependem de esforço próprio, mas que tem chances verdadeiras de se concretizarem. Por ser tão claro e emocionante, o melodrama acabou firmando-se como gênero capaz de estimular o a curiosidade do espectador e surpreendê-lo.

As narrativas melodramáticas são em sua essência românticas e modernas e apresentam contrastes importantes entre valores, chamados pela grande maioria dos autores de *vício versus* virtude. Com um enredo de tramas emocionantes e com reviravoltas constantes, é possível afirmar que as histórias trazem sempre algum tipo de lição de moral em que o bem vence o mal. Ao conhecer autores que tratam especificamente deste gênero em suas obras, como Martín-Barbero (2003) é possível delinear características importantes, como: situações claras e fortes; interesse dramático elevado; trilha sonora que reforcem a intensidade das emoções retratadas em cena; grandiosidade do espetáculo; expressão do sentimento por gesto ou fisionomia da personagem; e exposição total dos traços de personalidade e de atitudes relevantes para trama.

O melodrama é um tipo de narrativa que lida com mundos mais simples e que é capaz de encantar o público que se sente estimulado pela curiosidade e que se sente

abastecido pela fuga diária da sua realidade para viver por alguns minutos a realidade de outras personagens.

O entendimento do caminho feito para que o melodrama chegasse nos moldes atuais só é possível se as suas origens forem retomadas. O que antes era tido como um monopólio do bom gosto impedia que o gênero agradasse a massa como um todo. O início dessas novas adaptações se deu em razão das exigências das condições comerciais e industriais de produção. A partir daí, a linguagem amadureceu e foi possível notar o cruzamento da matriz melodramática com outros gêneros, como a comédia.

Outra consideração importante sobre o melodrama diz respeito a sua oposição ao realismo e na forma em que isso criou subdivisões relevantes para o gênero, como as telenovelas brasileiras e as telenovelas mexicanas. Isso porque as telenovelas, em especial as produzidas no Brasil, carregam em sua essência um grau de realismo expressivo e significativo. Mas é sempre importante frisar que isso é uma adaptação, uma atualização, do gênero que não anula e nem exclui a presença da matriz melodramática de sua essência. Meirelles (2007) exemplifica isso com as telenovelas do autor Manoel Carlos e suas tramas com cotidianos banalizados em que o realismo e o melodrama se beneficiam de forma mútua para compor uma obra completa e que consegue ser líder de audiência.

Cassiano Gabus Mendes elenca as principais características que as telenovelas brasileiras tomaram do melodrama e adaptaram à sua realidade:

- a) anti-herói como protagonista;
 - b) linguagem coloquial (diálogos incorporavam expressões e gírias do cotidiano);
 - c) trilha sonora (músicas pop e popular);
 - d) interpretação naturalista (atores abandonaram gestos e entonações excessivamente dramáticos);
 - e) “cacos” (atores improvisavam, diziam palavras ou frases que não constavam do script);
 - f) referências a fatos reais (personagens comentavam notícias de jornais);
 - g) merchandising (Beto Rockefeller tomava Engov para curar ressaca).
- (NOGUEIRA, 2002, p. 118)

O melodrama é, por essas e outras colocações,

(...) um gênero vivo, uma língua operante na sociedade atual, principalmente porque se ajusta aos códigos vigentes, consegue adaptar sua matriz literária a diferentes configurações sociais, ou, em termos bakhtinianos, a contextos diversos. Se, como explica Brooks, o surgimento do gênero ocorre no fim da Revolução Francesa, o uso corriqueiro no cinema e na TV é mais do que prova dessa capacidade de adaptação. (MEIRELLES, 2007, p. 152)

Martín-Barbero afirma que o melodrama sofreu inúmeras transformações entre as nomenclaturas de formato e gênero, mas que a matriz melodramática está sempre presente

e em manutenção. Mas dentro disso é preciso compreender por quais mecanismos esse melodrama consegue manter-se como matriz diante de tantos novos formatos de ficção seriada que vão da clássica telenovela, passando pelos seriados, séries, minisséries, entre outros.

Segundo este autor, a televisão tem um papel decisivo no âmbito do reconhecimento social e cultural, sendo mutável a ponto de fazer, desfazer e refazer as significações das identidades coletivas de uma determinada comunidade. Ele coloca ainda que as telenovelas são as narrativas com maior capacidade de cruzar memória e formato dentro das lógicas comerciais de globalização e das dinâmicas culturais da sociedade.

O melodrama está presente de forma muito destacada no subtexto das atuações e das entrelinhas do diálogo. Há uma tensão entre aparência e essência, que se materializa na atuação carregada e em uma plasticidade da imagem saturada de signos e significados. As estruturas sociais engessadas e arcaicas são confrontadas por personagens inconformados com sua própria condição de reprimidos. Os melodramas irão transcorrer com frequência em narrativas de cunho moral.

Ang (1985), por meio de uma experiência com telespectadores, coloca que os consumidores do melodrama, em sua grande maioria, gostam da sensação que as tramas criam neles e a forma com a qual se envolvem. Gostam de chorar, rir, desejar, sentir raiva e medo junto com as personagens durante o desenvolvimento da narrativa. E é isso que faz com que as telenovelas consigam o que pode-se ser chamado de engajamento emocional. Este pode ser definido como uma prática afetiva de prazer em que o melodrama da telenovela é levado a sério na medida em que ocorre uma absorção de identificação emocional e envolvimento sentimental.

Um aspecto importante sobre o melodrama é que é um gênero com durabilidade sólida e maleabilidade, garantindo com que ele perdure por mais de dois séculos na esfera dos espetáculos. Isso tudo se deve ao fato de que seu contexto se transformou, bem como o contexto em que está inserido. É nesse momento que entra a manutenção da matriz melodramática, tão destacada por Martín-Barbero. Isto pode ser explicado levando em consideração que as mudanças fazem com que o melodrama dialogue com o contexto atual, sendo maleável o suficiente para a necessidade da operação social.

Martín-Barbero ainda coloca que a televisão é um importante instrumento do reconhecimento sociocultural, sendo que a telenovela é a narrativa ficcional que consegue melhor unir a dinâmica entre memória e formato e entre as lógicas da globalização e das dinâmicas culturais. E é justamente esse tipo de produto que faz progredir de forma

importante o desenvolvimento da indústria audiovisual latino-americana. Isso porque essas tramas obtêm sucesso ao mesclar os avanços tecnológicos midiáticos com velhas histórias que integram a vida cultural de um povo.

Martín-Barbero e Rey (2004) fazem uma exposição importante do que pode ser considerado tradicional e inovador no que diz respeito às telenovelas. Para eles, tradicional é toda narrativa que tem uma trama séria em que existe a predominância trágica, que coloca em pauta sentimentos primordiais e paixões, deixando de lado todas as possíveis ambiguidades. Já as telenovelas inovadoras, ou modernas, aparecem como uma forma de amadurecimento do gênero e da lógica televisiva, repleta de estratégias. O que está em pauta agora é a consolidação de um vocabulário simbólico no qual a criação está não só nas mãos dos autores, como também dos espectadores, que acompanham e legitimam a nova lógica.

Exemplo interessante disso é a telenovela *Beto Rockfeller* (1968), que marca o início do que denominamos moderno no mercado brasileiro. A narrativa em questão incorporou, sem romper com o esquema melodramático, um realismo capaz de retratar o cotidiano e o encontro do gênero com a história e algumas matrizes culturais do país.

Diferente da fórmula tradicional do melodrama, o modelo brasileiro trouxe personagens que eram capazes de se libertar do destino pré traçado, aproximando-se do que é rotineiro e das ambiguidades naturais ao ser humano. Nesse ponto, Martín-Barbero (2004) afirma que a densa experiência cinematográfica brasileira possibilitou uma atuação que a televisão soube aproveitar. (MEIRELLES, 2007, p. 152)

E,

Além disso, fator essencial às telenovelas, e em especial às telenovelas brasileiras contemporâneas, é o vínculo com a atualidade do que acontece enquanto dura o relato. A telenovela cada vez mais se ocupa de uma posição de articulação com o mundo real, o que não só serve para promover mais uma transformação no formato, questionando as barreiras entre ficção e realidade, mas também para reafirmar sua relação contextual e seu papel social. (MEIRELLES, 2007, p. 152)

É sempre importante frisar que não estamos falando do melodrama composto por lutas românticas do homem contra a sociedade, mas sim de um melodrama que resistiu ao fim dos valores burgueses e que em grande parte das vezes não traz de forma direta uma luta entre o bem o mal, mas sim uma mescla disso tudo em um espaço de formação de opinião pública. É esse tipo de melodrama que a indústria brasileira das telenovelas, mais especificamente as telenovelas chamadas “Globais”, está exportando para o mundo, sendo rápida e eficaz à necessidade dos seus públicos.

O melodrama vem agradando o gosto do público desde que o gênero começou a ganhar espaço desde a revolução francesa. A luta contra os vilões, que tem atitudes que são

contra os bons princípios e a moral e devem ser confrontados para que a virtude vença caiu no gosto popular e ganhou cada vez mais fãs nos meios de comunicação. As obras que “valorizam a ação, destacam o embate entre vício e virtude e exploram as sugestões do cenários tendo em mira o impacto sobre a plateia” (HUPPES, 2000, p. 9) ganharam o coração do público por todos os lugares do mundo.

Muito mais complexo do que parece à primeira vista, o melodrama deve ser capaz de monitorar a reação do público – para oferecer-lhe a dosagem adequada – enquanto desenvolve histórias no palco. (HUPPES, 2000, p. 12)

Com uma linguagem muito clara, capaz de mostrar claramente a pretensão da ação, esse gênero criou no público um reconhecimento. Por meio de sua capacidade de adaptação, o melodrama formalizou o imaginário, fazendo com que a luta pela moral se tornasse visível.

Cada gênero, embora carregados de inúmeras significações, carregam características que são consideradas unânimes. No caso do melodrama esses aspectos que não geram discussões controversas são a durabilidade do gênero e a maleabilidade do mesmo. Isso, aliado ao sentimentalismo, garante uma hegemonia ao melodrama no mundo dos espetáculos.

Outro ponto que deve ser colocado em pauta quando o assunto é tratar do melodrama é a concepção de que trata-se de um gênero marginalizado, voltado basicamente para as classes mais baixas da sociedade. Entretanto, alguns autores mostram, por meio de inúmeras perspectivas, que o melodrama é um conceito essencial para que a sociedade contemporânea possa ser compreendida e entendida. Martín-Barbero (2003), por exemplo, traz aparatos importantes para identificar a presença da cultura de massa no melodrama. Além disso, o autor consegue mostrar o motivo deste gênero ser o de maior expressão na América Latina, já que é mais aberto aos modos de viver da população. E é a partir dessa ótica que pode-se colocar a telenovela sendo originária do melodrama.

Diante disso, é possível afirmar com clareza que os brasileiros detêm atualmente um *know-how* de modelo de narrativa ficcional feita para exportação, fazendo com que o fluxo tradicional desse tipo de comércio tenha mudado os lugares habituais de países periféricos e centrais. Fato é que a telenovela produzida no Brasil, com seu padrão técnico e esquema melodramático renovado, conseguiu ingressar de modo contundente no mercado mundial do entretenimento. Xavier (2003) salienta que a incorporação de um senso de “a vida como ela é” nas tramas melodramáticas da Rede Globo são fatores importantes para o reconhecimento imediato do público.

Em resumo, o padrão narrativo das telenovelas nacionais encaixa-se perfeitamente nesta sociedade de formação frágil em que a modernização depende de uma manutenção do atraso, atendendo um mercado de consumidores que se identifica com sua lógica e que necessita de um preenchimento passivo da vida cotidiana individual.

3.1 Melodrama e telenovelas brasileiras

A maior parte das produções ficcionais carrega em sua essência uma tipificação, principalmente no que diz respeito às obras melodramáticas. Talvez seja essa tipificação das obras uma das responsáveis pela proximidade cultural que leva uma determinada produção para inúmeros países do mundo. Dessa forma, acontece um fluxo importante de cultura entre os países que “incluem um número crescente de telenovelas que vão para espaços culturais e mercados fora do comum, à margem daqueles que restritamente apelam para similaridades ou proximidades culturais” (STRAUBHAAR, 2004).

Mesmo essa proximidade sendo altamente ligada e baseada na linguagem, existem outros níveis que também são capazes de abrigar a similaridade, como vestimentas e gestuais. Isso porque a audiência, ou seja, o público, normalmente opta por escolher programas que estejam mais próximos ou sejam mais relevantes para suas particularidades culturais e linguísticas.

É nesse panorama que o melodrama aparece: sendo a ponte de ligação entre culturas distintas por meio da proximidade por meio do gênero. De acordo com Straubhaar (2004), as obras melodramáticas facilitam essa interação e aceitação entre culturas. Isso deve-se ao fato de que o melodrama tem uma estrutura comum que cobre muitas culturas, que, de alguma forma, estão inerentes a essa forma comum. Conteúdos melodramáticos cabem quase todas as partes do mundo, perpassando por diversas formas culturais.

A telenovela aparece neste meio porque o “melodrama dá preferência a enredos sentimentais” (HUPPES, 2000, p. 9). Enredos estes que cercam as tramas das telenovelas por todos os lados, já que a telenovela aparece como um produto muito próximo do espectador.

A telenovela brasileira teve sua trajetória construída de modo muito dinâmico quando nos referimos a sua narrativa. Né década de 1970 o estilo folhetinesco dos dramalhões mexicanos foi deixado de lado, mudando a lógica e o eixo temático, tornando-os mais realistas e próximos do cotidiano.

Essa peculiaridade das telenovelas brasileiras faz com que não seja exagero dizer que existe uma cultura de novela no Brasil, já que desde seu surgimento, com raízes originalmente melodramáticas, esses produtos permitiram que os sujeitos fossem construindo suas identidades. Essa afirmação pode ser percebida pela relação que o público tem com a telenovela, fazendo, algumas vezes, seu planejamento diário tendo o horário da trama como referência de tempo. Embora a novela seja parte importante na construção da brasilidade, é importante destacar que o público não assimila o conteúdo que assiste de forma passiva, reagindo da forma que considera mais pertinente.

As tramas nacionais conseguem unir os aspectos importantes do melodrama, fundindo drama, romance e violência, aliando a aspectos peculiares da cultura brasileiras. Com as telenovelas pode-se exemplificar o quanto o melodrama tem capacidade de se adaptar e se popularizar na contemporaneidade. Além disso, o fato de as telenovelas serem carregadas de oralidade, narrada basicamente por diálogos, é um aspecto bastante característico das tramas melodramáticas.

Na sua construção narrativa é possível verificar diversos elementos do melodrama que foram sendo apropriados a partir do folhetim, tais como o enredo, personagens, linguagem, ambientação. E ainda, o drama da identidade perdida ou desconhecida; a ameaça da perda associada à questão da fatalidade e felicidade negada; das histórias de amores contrariados; o amor como prêmio; os conflitos derivados do sentimento de culpa; o diálogo que se estabelece desde uma perspectiva feminina; a moral como modo de enfrentar os conflitos; a estrutura de narração enquanto repetição e atraso dos acontecimentos; a promessa final: ascensão social via amor e justiça e o final feliz. (SILVA, 2013, p.11).

Atualmente, as telenovelas brasileiras, apresentam um grau de realismo que é consideravelmente expressivo. Isso tem a ver com uma opção dos produtores e autores para se aproximar estrategicamente do público, tornando-o mais participativo e integrado às tramas que assistem na televisão.

Embora esse emprego do realismo seja uma característica marcante e importante nas narrativas audiovisuais nacionais, ele não anula a presença da matriz melodramática. O conceito de realismo está diretamente ligado às mudanças históricas e que tipo de ponto de vista teórico usa-se para defini-lo. Singer (2001) localiza a estratégia melodramática vinculada à lógica realista quando acontece um apagamento das situações extraordinárias. Nessa análise o autor enuncia três formas de experiências relacionadas ao realismo levando em consideração o objeto representado, a manipulação expressiva dos materiais disponíveis à representação – que ele chamará de “estilo” – e o tipo de posicionamento frente ao material que cada modo de representação solicita do espectador.

Chamado de “*apperceptive realism*” (realismo perceptivo), este tipo de realismo abrange, de acordo com Singer (2001), formas representativas em que os objetos que estão sendo representados não limitem-se a situações que possam encontrar equivalência da vida cotidiana. Ou seja, engloba eventos extraordinários, míticos, intervenções divinas, entre outras situações. Este tipo de realismo existe nas telenovelas, mas dificilmente é encontrado naquelas que consideramos narrativas de verossimilhança. É um modo realista mais comum às telenovelas de fantasia.

Um segundo sentido de realismo é denominado “*diegetic realism*” (realismo diegético) e para Singer (2001) é equivalente ao naturalismo. Este é um modo realista de verossimilhança quase que documental que representa os fatos e fenômenos da maneira em que acontecem nas experiências cotidianas. Este tipo de realismo não é o do realismo romântico, do qual partilha o melodrama, onde os fenômenos, “embora representados realisticamente em termos de estilo, devem ser extraordinários e espantosos, além do escopo da experiência cotidiana” (SINGER, 2001, p. 176). Neste sentido de realismo podemos fazer identificação com grande parte das telenovelas contemporâneas, que trazem os fatos do dia a dia como eles realmente acontecem.

No terceiro e mais literal conceito, que diz respeito a um terceiro tipo de realismo, Singer (2001) afirma que o espectador vive uma experiência poderosa de absorção. É quando o público é induzido a deixar de lado a descrença e imaginar que faz parte do evento que está acontecendo na narrativa. Este modo é denominado “*absorptive realism*” (realismo imersivo). Mas é importante destacar que, de acordo com o autor, este tipo de realismo é raramente alcançado. É nesta forma realista alguns atores são confundidos com as personagens pelo público. Para exemplificar este tipo de acontecimento nas telenovelas, podemos usar o caso da atriz Regiane Alves, que relatou levar muitas “brincas” nas ruas quando viveu a personagem Dóris, que agredia e batia nos avós idosos na telenovela *Mulheres Apaixonadas*¹⁹.

A distinção de Ben Singer mostra-se útil na medida em que contribui para o entendimento de como o modo de representação melodramático marcado pelo excesso, pela hiperexposição, e pelas situações extraordinárias se relaciona à representação realista.

Isso demonstra que a capacidade de adaptação desse gênero é inerente ao meio em que se encontra. Essa maleabilidade e facilidade de adaptação da matriz melodramática

¹⁹ Disponível em: < <https://portaldosatores.com/2017/05/03/conheca-os-atores-que-ja-foram-agredidos-por-causa-dos-personagens/>>. Acesso em: 12 jan 2018.

talvez seja o principal motivo para que o gênero continue ativo na sociedade mesmo diante de todas as mudanças nos níveis sociais e culturais.

3.2 Territórios de Ficcionalidade: a aproximação da audiência

Os territórios de ficcionalidade são fundamentais no processo de produção de narrativas como melodrama, trama policial, aventura, telejornais, minisséries, filmes, telenovelas, entre outros. São esses territórios que circulam por um mercado considerável de bens simbólicos que são nomeados de várias formas como internacionalizado, globalizado e mundializado.

Estudar os territórios de ficcionalidade no interior das tramas é pensar sempre em narrativas ficcionais com mobilidade, dinamismo, fluidez, com fios e pedaços entrelaçados, enovelados. Acreditamos que, apesar da origem dos territórios de ficcionalidade situar-se na literatura, em um passado longínquo, é possível verificá-la no presente, percebendo que transformações, adaptações ocorreram com o passar dos tempos, mas, mesmo assim, os territórios guardam originalidade, pois é notório que traços culturais tradicionais presentificam-se resgatando e atualizando matrizes culturais (MARTÍN-BARBERO, 1993) na temporalidade social.

O conceito de “territórios de ficcionalidade” (Calvino, 1993; Borelli, 2001; Lopes, Borelli, Resende, 2002) foi concebido como um elemento de mediação nas relações entre produtores, receptores e produtos. Estes territórios são compreendidos como matrizes presentes em diversas manifestações da cultura de massa e são fluídos, dinâmicos, se entrelaçando e se encontrando em um processo contínuo de transformação, redefinição e hibridização. Isso significa que a mesma narrativa pode apresentar traços de inúmeras matrizes.

Borelli (2000) afirma que inúmeras pesquisas de recepção feitas em vários países do mundo demonstraram que os territórios de ficcionalidade são uma das faces dos padrões de produção que corroboram para que produtos como as telenovelas perpassem fronteiras. Eles

(...) colaboram no processo de dissolução das fronteiras entre realidade e ficção, seduzem o receptor provocando lágrimas, risos, medos, ansiedades, alegrias e funcionam como suporte na composição do imaginário coletivo contemporâneo. Como parte integrante da cultura popular de massa articulam, conflituosamente, manifestações da cultura popular com dimensões culturais massivas e eruditas. (BORELLI, 2000, p. 2)

Além disso,

(...) Podem ser conceituados como matrizes culturais, gêneros ficcionais, arquétipos, modelos, padrões, textualidades; caracterizam universalidades, repõem tradições, restituem memórias e resgatam, seletivamente, na modernidade, traços de um passado e de um tempo aparentemente perdidos. Constituem, também, um significativo elemento de mediação na relação que se estabelece entre produtores, produtos e receptores: todos são capazes de reconhecer histórias, textos, mensagens, sinais. (BORELLI, 2000, p. 2)

Borelli (2000) demonstra em sua pesquisa que os territórios de ficcionalidade ativam mecanismos de identificação que podem ser dirigidos a diferentes segmentos do público. De forma geral, o melodrama não deve ser tido apenas como um gênero literário, mas sim como uma matriz originária em que a forma pode ser encontrada e estudada em diversificadas manifestações culturais, que completam e fazem parte do cotidiano do espectador. A autora afirma que a expressão “o dramalhão é nosso”, empregada por José Paulo Paes em 1990, expressa de forma sucinta e precisa o que os produtores brasileiros fizeram com a telenovela ou transpor as características do gênero para as narrativas ficcionais.

O gênero mantém-se atual mesmo diante de muitas atualizações, com um conteúdo que abarca sentimentalismo e moralidade, evitando finais tragicamente tristes e envolvendo temáticas – mistério, amor, ódio, segredo – que sensibilizam e deixam o público envolvido. Em uma colocação completamente pertinente, Borelli (2000) esclarece que este espectador passa a ser “confidente do autor” (BORELLI, 2000, p. 3), participando de cada descoberta no decorrer da trama. Para ela “a angústia do espectador é essa: saber tudo e nada poder sobre os acontecimentos: a não ser torcer pela vitória do herói e aguardar que o *happy-end* restaure a ordem moral” (BORELLI, 2000, p. 3).

As telenovelas brasileiras adaptaram o gênero melodramático em suas histórias desde o início, mas foi apenas na década de 1970 que pode-se notar de forma evidente a incorporação de um cotidiano mais ligado à vida do público espectador.

Isto pode apontar para a existência de uma certa confluência entre a necessidade de inovação, própria à indústria cultural, e o desejo de alguns autores em romper com o padrão folhetinesco para - quem sabe? - conseguir imprimir, no contexto televisual, sua marca autoral. Estas alterações revelam, ainda, a existência de uma maior sintonia dos produtores culturais com as manifestações mais gerais emergentes na sociedade brasileira, deste período. (BORELLI, 2000, p. 5)

Portanto, uma das marcas dessas produções é heterogeneidade, que mescla de modo uniforme matrizes diferentes ao melodrama. Este é o fator culminante para responder de modo direto às necessidades de produção, recepção e consumo televisuais. É possível perceber e reiterar que essas matrizes dos territórios de ficcionalidade transformam-se com o

processo de modernização e as transformações do imaginário coletivo; mas modificam-se também de acordo com mercado de bens simbólicos e a indústria cultural. Nesse sentido, estas abandonam a repetição de antigos modelos, usam recursos tecnológicos e busquem, ainda, adequar seus padrões de produção para legitimar espaços e públicos já conquistados.

Diante disso, pode-se afirmar que essas transformações contemporâneas tornaram cada vez mais difícil encontrar apenas um gênero em uma mesma narrativa ficcional. Isso torna os territórios de ficcionalidade cada vez mais dinâmicos e adaptáveis, ou seja, por meio deles “é possível dialogar com sua forma originária, desde que ela possa ser atualizada no momento presente. Isto transforma os gêneros ficcionais em formas originais, historicamente recicladas, (...) mas necessitam adequar-se às especificidades dos públicos particulares” (BORELLI, 2000, p. 7).

Como já citado anteriormente os territórios de ficcionalidade são fundamentais para que os produtos se adaptem a lógica globalizada do mercado sem perder sua marca local, despertando sentimentos nos espectadores. As telenovelas brasileiras pertencem a essa indústria massiva e globalizada e poderiam ser classificadas como produtos que movem-se de forma confortável pelo mais diversos aspectos dos territórios de ficcionalidade no sentido de se aproximar do público.

Sendo assim, esse conceito é capaz de nortear nossa compreensão sobre a forma pela qual as telenovelas brasileiras conectam-se com a audiência por meio de mudanças temáticas e narrativas e demonstram a influência do telespectador nas possíveis mudanças estruturais da teleficção. Como já colocado neste estudo, o melodrama é gênero original das telenovelas, que foi agregando ao longo dos anos e da sua história outros territórios de ficcionalidade, como o drama, a aventura, o humor, entre outros. Esses territórios pelos quais a telenovela vai se desenhando possuem fronteiras muito sutis que em grande parte das vezes se entrelaçam e se reciclam.

(...) nada impede, por exemplo, que matrizes do romance policial surjam mescladas a outras, do romance de aventura; ou que personagens do mocinho, do típico cowboy, da vamp erótica, do bufão e da fada bondosa possam compor uma mesma narrativa de características também melodramáticas. (BORELLI, 2000, p. 06)

E são as demandas sociais que fazem com que esses novos territórios de ficcionalidade incorporem temáticas novas ao drama original oriundo das telenovelas.

Podemos afirmar que a partir da emergência de visibilidade de novos grupos sociais, a modernização patente do Brasil, a evolução do debate sobre temas antes tidos como

tabus fizeram com essa heterogeneidade nacional pudesse ser inserida na tela da TV sem deixar de responder e suprir as necessidades do mercado, de consumo e de produção.

De acordo com Borelli (2000), os gêneros ficcionais possuem essa capacidade camaleônica e de extrema importância de partir de características universais globalizadas e atender também às demandas locais, articulando-se de forma harmoniosa com as peculiaridades de cada classe social, idade, região, sexo e as todas outras variáveis de público. Sendo assim, as telenovelas brasileiras trazem em suas tramas narrativas marcas importantes da evolução técnica e social do meio televisivo e de uma sociedade como um todo.

3.3 Avenida Brasil: a popularização da telenovela para um Brasil Contemporâneo

Escrita por João Emanuel Carneiro, autor das telenovelas com maior audiência para a faixa das 19h da primeira década do milênio, *Da Cor do Pecado*²⁰ (2004) e *Cobras e Lagartos*²¹ (2006), com a colaboração de Antonio Prata²², Luciana Pessanha²³, Alessandro Marson²⁴, Márcia Prates²⁵ e Thereza Falcão²⁶, a telenovela *Avenida Brasil*, exibida no horário das 21h na Rede Globo, teve seu primeiro capítulo levado ao ar no dia 26 de março de 2012 e ficou em exibição até o dia 19 de outubro do mesmo ano. Com direção de núcleo de Ricardo

²⁰ Escrita por João Emanuel Carneiro e com direção de núcleo de Denise Saraceni, foi exibida pela Rede Globo em 2004. A trama principal girava em torno do romance entre a feira pobre Preta (Taís Araújo) e rico Paco (Reynaldo Gianecchini) e abordava de forma inovadora a questão do preconceito racial. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/da-cor-do-pecado/trama-principal.htm>>. Acesso em: 24 jul 2016.

²¹ Escrita por João Emanuel Carneiro e com direção de núcleo de Wolf Maya, foi exibida pela Rede Globo em 2006. Sua trama principal se dava em torno do casal Duda (Daniel Oliveira) e Bel (Mariana Ximenes), que tinham que superar a ambição para viver o amor. Disponível em: <<http://memoria.globo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/cobras-lagartos/trama-principal.htm>>. Acesso em: 24 jul 2016.

²² Roteirista e autor contratado pela Rede Globo, onde já colaborou em três telenovelas: *Bang Bang*, *Avenida Brasil* e *A Regra do Jogo*. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Antonio_Prata>. Acesso em: 23 jul 2016.

²³ Escritora, roteirista e dramaturga, já foi colaboradora em três produções da Rede Globo: as telenovelas *Babilônia* e *Avenida Brasil* e a série *A Grande Família*. Disponível em: <<http://glamuram.a.uol.com.br/um-papo-com-luciana-pessanha-colaboradora-de-babilonia/>>. Acesso em: 23 jul 2016.

²⁴ Roteirista e autor, colaborou em algumas produções da Rede Globo: as telenovelas *O Profeta*, *Cordel Encantado*, *Avenida Brasil*, *Joia Rara* e a *Regra do Jogo* e o infantil *Sítio do Pica-Pau Amarelo*. Disponível em: <<http://registropop.com/registro-pop-entrevistou-alessandro-marson-colaborador-de-a-regra-do-jogo/>>. Acesso em: 23 jul 2016.

²⁵ Escritora e roteirista, colaborou em telenovelas de sucesso da Rede Globo como *Fera Ferida*, *A Indomada*, *Império*, *Malhação* e *Avenida Brasil*. Disponível em: <<http://canalviva.globo.com/especial-blog/vivo-novo-viva/post/nova-geracao-de-autores-da-teledramaturgia-brasileira-parte-ii.html>>. Acesso em: 23 jul 2016.

²⁶ Escritora e roteirista, já atuou como autora principal em *Dom e Correndo Atrás* e como colaboradora em obras como *O Profeta*, *Toma Lá, Dá Cá*, *Avenida Brasil*, *Joia Rara* e *A Regra do Jogo*. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Thereza_Falc%C3%A3o>. Acesso em: 23 jul 2016.

Waddington²⁷ e direção geral de Amora Mautner²⁸ e José Luiz Villamarim²⁹, a trama contou com apenas 179 capítulos, considerado um número pequeno, já que antes de *Avenida Brasil* as telenovelas geralmente passavam de 200 capítulos.

Com um começo impactante, *Avenida Brasil* fez parte de um projeto da Rede Globo para popularizar sua programação. Junto com outros programas de sua grade, como a telenovela *Cheias de Charme* (2012), o seriado *Tapas e Beijos* (2011) e o programa *Esquenta* (2011), a telenovela foi um dos carros-chefes nesse processo de aproximação da emissora com um público emergente, que se apresentava necessitado de novidades. Na edição da *Revista Veja* do dia 25 de abril de 2012, uma nota afirma que com as estreias das tramas *Avenida Brasil* e *Cheias de Charme*, a Globo apontou como nunca antes para a “classe C”. A nota declara que, de acordo com levantamentos do site da própria revista, 93% dos personagens de *Avenida Brasil* eram da “classe C” e ocupavam os núcleos centrais da trama, e não apenas os secundários, como era comum nas telenovelas (CLASSE C NO HORÁRIO NOBRE, 2012). Outra matéria da *Revista Veja* intitulada “Será o apocalipse?” aborda a fala alta e estridente dos personagens de *Avenida Brasil*.

De acordo com o autor João Emanuel Carneiro, em entrevista à *Revista Veja* na edição do dia 4 de julho de 2012, a elite tradicional perdeu seu charme. Na visão dele, as pessoas agora querem saber é da vida dos jogadores de futebol, cantores sertanejos e atores da TV – aquele pessoal de origem humilde que enriqueceu e mora em condomínio na Barra da Tijuca. Apesar de o autor afirmar que a ideia de retratar o subúrbio carioca não se deu por oportunismo pela ascensão de uma “classe C” nem por encomenda da Rede Globo, demonstra que o personagem Tufão e sua família são exemplos dos pobres-ricos no Brasil, pessoas simples que ganharam dinheiro, mas que continuam com o jeito suburbano. Carneiro revela que os brasileiros da “classe C” se identificam com a representação dessa nova elite.

O Anuário Obitel do ano de 2013 (LOPES; GOMEZ, 2013) mostrou que essa estratégia da Rede Globo surtiu resultados, já que entre os dez programas de ficção brasileiros mais vistos no Brasil em 2012 estavam *Cheias de Charme*, *Avenida Brasil* e *Fina Estampa*.

²⁷ Diretor responsável pela direção de telenovelas da Rede Globo como *Vale Tudo*, *Quatro por Quatro*, *Por Amor*, *Mulheres Apaixonadas*, *Cabocla*, *A Favorita*, *Avenida Brasil*, entre outras, é responsável atualmente pelo entretenimento multiplataforma/internacional da emissora. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoegente/edicoes/534/artigo157347-1.htm>>. Acesso em: 23 jul 2016.

²⁸ Diretora de várias telenovelas da Rede Globo como *Malhação*, *Anjo Mau*, *Andando nas Nuvens*, *Paraíso Tropical*, *Avenida Brasil* e *A Regra do Jogo*. Disponível em: <http://www.purepeople.com.br/famosos/amora-mautner_p3719>. Acesso em: 23 jul 2016.

²⁹ Diretor de várias telenovelas da Rede Globo como *O Rei do Gado*, *Mulheres Apaixonadas*, *Paraíso Tropical* e *Avenida Brasil*. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/vidaearte/2015/02/04/noticiasjornalvidaearte,3387607/enfim-cineasta.shtml>>. Acesso em: 23 jul 2016.

Todas as três novelas que apareceram nesse ranking trouxeram como temática principal a ascensão social, tão presente em tramas melodramáticas.

Essa necessidade de adaptação para um novo espectador foi encontrada em pesquisas de mídia encomendadas pela Rede Globo. Essas pesquisas apontaram uma necessidade de mudança significativa nas produções, já que acontecia no país na época uma emergência de uma “nova” classe C, tanto no cenário político, como no cenário econômico do Brasil.

São pesquisas para nossa reflexão interna, para orientar a área de criação e de jornalismo [...] Estes 80% das classes C, D e E têm uma vida própria, com características próprias. Nós precisamos atendê-los [...] Eles têm que estar mais bem representados e identificados na dramaturgia, no jornalismo. (OCTAVIO FLORISVAL, diretor geral da Rede Globo³⁰)

Avenida Brasil é apontada por Lopes e Mungioli (2013) como a telenovela de maior destaque do ano de sua exibição. De acordo com as autoras, a trama pode ser considerada um fenômeno midiático e um marco na teledramaturgia nacional. Para elas, a telenovela se destacou, entre outros motivos, pelo engajamento que a audiência apresentou, facilmente perceptível no volume de conteúdos gerados, tanto pelos produtores como pelos usuários da internet, sobre a ficção que foram propagados nas redes sociais.

A trama ganhou tamanho destaque que não esteve presente apenas na imprensa nacional, mas também ganhou espaço em veículos internacionais como a *Forbes*, o *The Guardian*³¹ e a BBC da América Latina e Caribe³². O mundo inteiro queria entender “o fenômeno *Avenida Brasil*”. (LOPES; MUNGIOLI, 2013, p. 154).

³⁰ <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/05/09/globo-muda-programacao-para-atender-a-nova-classe-c.jhtm>

³¹ Disponível em: < <https://www.theguardian.com/world/2012/oct/18/avenida-brasil-clash-president-cancel-rally>>. Acesso em: 20 jun 2016.

³² Disponível em: < <http://www.bbc.com/news/world-latin-america-20001198>>. Acesso em: 20 jun 2016.

BBC NEWS LATIN AMERICA & CARIBBEAN
Home UK Africa Asia Europe Latin America Mid-East US & Canada Business
19 October 2012 Last updated at 07:07 GMT

Groundbreaking soap opera grips B
By Julia Carneiro
BBC Brasil, Rio de Janeiro

the guardian
News Sport Comment Culture Business Money Life & style T
News World news Brazil

Avenida Brasil clash forces president to cancel rally
Brazil's president Dilma Rousseff postpones endorsing mayoral candidate knowing new middle class will tune in for finale

Jonathan Watts in Rio de Janeiro
guardian.co.uk, Thursday 18 October 2012 17:46 BST
Jump to comments (...)

Avenida Brasil's Tufao is a successful soccer player who sticks to his old neighbourhood despite his wealth

Brazil's power companies are braced for another surge in demand on Friday night as millions follow the latest twists in a soap opera that has gripped the nation.

Avenida Brasil has become such an unprecedented phenomenon that even President Dilma Rousseff felt obliged to change her work plans for the evening.

Brazilians are known to take their soap operas or novelas seriously, but this one has even surpassed another national passion, exceeding audiences for a recent football final.

Avenida Brasil finale is expected to attract more than 50% of Brazil's viewing public including the president, who is said to be a fan. Photograph: Rede Globo

Dilma Rousseff may be one of Brazil's most popular presidents ever but even she knows better than to challenge the prime-time power of the TV phenomenon known as Avenida Brasil.

Figura 1 - BBC News Latin American e Caribe / The Guardian

Fonte: < <https://www.theguardian.com/world/2012/oct/18/avenida-brasil-clash-president-cancel-rally>>. e < <http://www.bbc.com/news/world-latin-america-20001198>>. Acesso em: 20 jun. 2016.

Para as autoras, Avenida Brasil teve a mesma proporção de importância que Beto Rockfeller ao criar uma nova forma de narra o Brasil.

(...) Avenida Brasil abordou temas e problemas já vistos em outras telenovelas, mas o fez incorporando e traduzindo de maneira magistral o esprit du temps de um país no qual ocorrem grandes mudanças sociais que criam espaços simbólicos nos quais reverberam os discursos de novos protagonistas. Entre as mudanças sociais está a ascensão de milhões de brasileiros à “nova classe C”. (LOPES; MUNGIOLI, 2013, p. 156).

Juntando-se a essa pesquisa, outras traziam indicativos importantes. Direcionadas especialmente para esse novo filão que começava a se fazer relevante e presente, mostravam que a TV aberta era considerada uma das principais fontes de lazer para as classes populares, sendo a Rede Globo a emissora favorita entre os pesquisados (IBOPE, 2010). Outro relevante dado dessas pesquisas diz respeito ao comportamento do consumidor, já que 20% dos entrevistados afirmaram se espelhar nas personagens das telenovelas, ou seja, tornam-se mais propensos para os apelos publicitários que envolvam as celebridades. Ainda

sob esse aspecto, é possível notar que existe um movimento, uma mobilização dos produtores e empresários para que as narrativas e os formatos da teledramaturgia aproximem-se cada vez mais desse público.

Esse cenário apontado por essas e outras pesquisas impulsionaram alterações significativas em elementos básicos, como citado por Souza (2004): estado, mercado publicitário, telespectadores e campo artístico. Outro padrão estético que passa pelo texto, trilha sonora e temática, além de maquiagem, cenário, figurino, entre outros, alterando a forma do público consumir telenovela.

Como essa estética que envolve personagens e classes sociais ainda pode ser considerada recente, é difícil encontrar estudos que possam abordar de forma mais aprofundada esse campo, até porque neste estudo trataremos da produção estética de uma diretora em questão: Amora Mautner. Porém é possível sim estabelecer reflexões que levem a estabelecer considerações sobre essas mudanças estruturais das telenovelas atuais. Nesse sentido, “Avenida Brasil” aparece como um produto de grande valia para que possamos entender algumas das recentes mudanças no que diz respeito sobre a popularização desse produto.

3.4 Avenida: a trama

A história girava em torno do conflito entre Nina/Rita (Débora Falabela) e Carminha (Adriana Esteves) e da sede de vingança da menina abandonada no lixão pela madrasta. A trama, cercada de reviravoltas, trazia para os telespectadores acontecimentos importantes a cada capítulo,

Nina é criança na primeira fase da novela, e Carminha sua madrasta, ambas se odeiam. Após brigar com Carminha, desnordeado, o pai de Nina, Genésio (Tony Ramos) é atropelado por Tufão (Murilo Benício) na Avenida Brasil (Via terrestre) no Rio de Janeiro. Tufão se sente culpado e se aproxima de Carminha, depois se casam; ela para se safar da pequena Nina, que a odeia, a joga em um lixão. Onde esta é adotada por um casal de argentinos. Doze anos depois, Nina volta ao Rio de Janeiro com um plano de vingança contra a agora “benévola” Carminha. (VOLPI, 2014, p. 215)

Amora Mautner, em entrevista ao Globo Repórter, em um programa das noites de sexta-feira que foi dedicado integralmente para falar sobre *Avenida Brasil* e de que forma a telenovela mexeu com o país, afirmou que “a grande genialidade do João (Emanuel Carneiro, autor da telenovela) nessa novela é que ele trata do ser humano com complexidade, (...) fazendo uma coisa inaugural que é mostrar o ser humano como ele é”. Ainda para ela,

Que que eu quero dizer com isso: uma pessoa ela é boa, ela é má, ela tem inveja, ela tem vontade de justiça. E eu acho que tanto a Carminha, quanto a Nina, elas são seres humanos complexos. A Carminha é a vilã. Ela é realmente a vilã, mas ela também tem bondade, ela também tem amor. Ela não matou a Nina quando ela pode. Ela ama o filho dela, que é o Jorginho. E a Nina, que é a mocinha, ela é uma justiceira, ela também (...) passou do limite um pouco ao ter prazer em fazer justiça, ao simplesmente não denunciar e seguir em frente torturando (...) a Carminha.³³

Essa complexidade das personagens, como apontou Amora, resultou em uma média de audiência de 39 pontos³⁴ de acordo com o IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) para a telenovela que contou com atores como Cauã Reymond, Marcos Caruso, Marcello Novaes, Heloísa Perissé, Camila Morgado, Alexandre Borges, Débora Bloch, Carolina Ferraz e Ísis Valverde nos outros papéis de destaque da narrativa. *Avenida Brasil*, que foi o programa de maior audiência no país no ano de 2012³⁵, alcançou números consideráveis e significativos em capítulos específicos, como no episódio final em que alcançou picos de 70 pontos e 92% de *share* em Fortaleza³⁶, 36 pontos de média e 77% de *share* em Manaus, 57 pontos de média e 83% de participação no Rio de Janeiro e 52 pontos de média e 80,5% de *share* em São Paulo³⁷.

Com uma das maiores audiências da televisão brasileira, *Avenida Brasil* também foi fenômeno nas ruas e nas redes sociais, até mesmo com os telespectadores que não acompanhavam a trama desde o início.

Falar de *Avenida Brasil* nas últimas semanas de exibição passou a ser quase uma obrigação, em todos os lugares, fato que não se via, desde os anos 1980 com a trama de *Vale Tudo*³⁸ e seu questionamento: quem matou Odete Roitman, e *Roque Santeiro*³⁹ com sua viúva (sem nunca ter sido) Porcina (Regina Duarte) e o sinhozinho Malta (Lima Duarte). Quase três décadas depois, o fenômeno de sucesso de repetiu: encontros agendados, peças de teatro, shows, cinema, etc., só depois da exibição de *Avenida Brasil*. (ARRUDA, 2013, p.49)

³³ Trecho da entrevista da diretora Amora Mautner ao Globo Repórter do dia 19 de outubro de 2012. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/2199322/>>. Acesso em: 29 jul 2016.

³⁴ Disponível em: <<http://famososnaweb.com/relembre-audiencia-detalhada-de-avenida-brasil/>>. Acesso em: 16 mai 2016.

³⁵ Disponível em: <<http://f5.folha.uol.com.br/televisao/1172364-ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-e-o-programa-mais-visto-de-2012.shtml>>. Acesso em: 16 mai 2015.

³⁶ Disponível em: <<http://otvfoco.com.br/ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-atinge-70-pontos-em-fortaleza/>>. Acesso em: 16 mai 2016.

³⁷ Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/10/19/ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-tem-509-de-ibope-e-e-maior-audiencia-da-tv-no-ano.htm>>. Acesso em: 16 mai 2015.

³⁸ *Vale Tudo* – exibida entre maio de 1988 e janeiro de 1989. Escrita por Gilberto Braga e Aguinaldo Silva com direção de Dênis Carvalho e Ricardo Waddington.

³⁹ *Roque Santeiro* – exibida entre junho de 1985 e fevereiro de 1986. Escrita por Dias Gomes e Aguinaldo Silva com direção de Paulo Ubiratan.

Essa paralisação do país em prol de uma telenovela não foi inédita, já que *Vale Tudo* atingiu índices de 80% de audiência em seus últimos capítulos. A telenovela que tinha na trama a história daqueles que estão dispostos a fazer qualquer coisa para subir na vida, mas não recebia nenhuma punição tornou-se discussão pelo país todo.

A novela ocupou a primeira página dos principais jornais diários. Expressando o debate gerado pela novela, no dia em que o último episódio foi ao ar uma manchete da Folha de S. Paulo tematizou o suspense: “O país descobre hoje a noite quem matou Odete Roitman”. A repercussão estava fora do controle. (HAMBURGER, 2005, p.116)

Avenida Brasil, assim como *Vale Tudo*, é exemplo de uma fórmula e de um texto capaz de causar uma mobilização de uma experiência emotiva nacional, trazendo “modelos de interpretação e reinterpretação da nacionalidade” (HAMBURGER, 2005, p. 117). Nilson Xavier, blogueiro e colunista dedicado a tratar de telenovelas, afirma que depois de *Vale Tudo*, passaram-se vinte e quatro anos até que outra telenovela tivesse a força de mobilizar um país inteiro. Para ele, em ambos os casos, pode ser verificado o que ele denomina de “Social TV”, que “une televisão e a necessidade do público de se expressar através das redes sociais, como uma maneira imediata da antiga prática de se comentar com o vizinho o capítulo de ontem da novela”⁴⁰

O critério de verossimilhança do universo ficcional das novelas é construído através da apropriação recorrente de elementos da linguagem jornalística e documental para aludir a eventos da conjuntura, elementos da cultura e da história do Brasil. Ao misturar convenções da ficção com convenções da notícia, as novelas foram fazendo referências a repertórios nacionais (...). (HAMBURGER, 2005, p. 118)

Mas não é apenas essa utilização de elementos da conjuntura que fazem que uma telenovela seja considerada cativante e realista. Para essa harmonização com o público ser efetiva é necessário uma nova forma que faça com que a trama saia para “fora da caixa”, ou seja, fuja do convencional. Em *Avenida Brasil* pode-se ligar essa nova forma inventiva diretamente ao formato de filmagem dinâmico, que lembra o que os estudiosos do cinema brasileiro chamam de “câmera na mão”. Outro ponto que merece destaque aqui é a direção de *Avenida Brasil*, que permitia que os atores trabalhassem de forma livre, usando de improvisações. Esta forma era, até então, inédita no campo das telenovelas brasileiras.

Diante disso, a repercussão de *Avenida Brasil* pode ser constatada por sites de pesquisa como o *YouPix* que, no dia 12 de outubro, registrou um aumento de 3000% na procura do título no Google, além de cerca de 20 mil check-ins no *Get Glue*, o *Foursquare* da

⁴⁰ Disponível em: < <http://nilsonxavier.blogosfera.uol.com.br/2013/10/20/ha-um-ano-o-pais-parou-para-o-ultimo-capitulo-de-avenida-brasil/>>. Acesso em: 01 ago 2016.

televisão⁴¹. E o envolvimento do público, que muito se deu por essa nova forma que Avenida Brasil trouxe em sua trama, não parou por aí, já que algumas das cenas mais comentadas da telenovela, em que a protagonista Nina perde as fotos que revelavam o envolvimento de Carminha com seu amante Max, virou febre nas redes sociais. Neste episódio, alguns usuários do *Facebook* começaram a compartilhar as fotos da traição, para que Tufão pudesse, dessa forma ter conhecimento das imagens. Outra ação dos fãs veio por meio de *Tumblrs*⁴² com as fotos prontas para serem entregues para o marido traído. No Facebook, a telenovela entrou no topo dos assuntos mais comentados na rede social no ano de 2012⁴³.



Figura 2 - Assuntos mais comentados do Facebook em 2012

Fonte: < <http://canaltech.com.br/noticia/facebook/Veja-quais-foram-os-assuntos-mais-comentados-no-Facebook-em-2012/>>. Acesso em 21 jun 2016.

⁴¹ Disponível em: <www.agenciaglobo.com.br>. Acesso em: 24 mai 2016.

⁴² O Tumblr é um agregador de conteúdo, que mistura Twitter com blog em um espaço para postar textos, imagens, links, etc. Disponível em: <www.tumblr.com>. Acesso em: 24 mai 2016.

⁴³ Disponível em: < <http://canaltech.com.br/noticia/facebook/Veja-quais-foram-os-assuntos-mais-comentados-no-Facebook-em-2012/>>. Acesso em 21 jun 2016.

Ferramentas que mostram os dados a partir de determinadas hashtags também podem servir como fator para acreditar que a trama de Avenida Brasil realmente conquistou o telespectador/internauta. O tagdef, ferramenta que indica a definição para algumas hashtags, apontou na busca por #AvenidaBrasil: “A novela de maior sucesso dos últimos anos produzida pela Rede Globo e com forte impacto nas redes sociais”⁴⁴. É importante ressaltar que as definições nessa ferramenta são feitas pelos usuários. Outras narrativas televisivas como Salve Jorge e Fina Estampa, também veiculadas no horário das 21h da Rede Globo, não possuem se quer uma definição cadastrada.

O IBOPE realizou de 11 a 17 de outubro de 2012, pela primeira vez na história do órgão, uma pesquisa para saber a opinião do público e o que se esperava para o final da telenovela. A pesquisa mostrou que o público não torcia pela morte da vilã, já que apenas 4,2% dos participantes torciam por sua morte no final do folhetim. Os dois finais escolhidos pela maioria foram que Carminha voltasse para o lixão, e que ficasse pobre e abandonada. Ambos tiveram 23% dos votos⁴⁵.

As manchetes da mídia também podem comprovar a importância que *Avenida Brasil* teve no contexto cultural do país. Enunciados como “Com maior audiência da TV no ano, final de ‘Avenida Brasil’ para a cidade”⁴⁶ do jornal O Estado de São Paulo e “Último capítulo de Avenida Brasil é o programa mais visto de 2012”⁴⁷ na Folha de São Paulo, ambos publicados no dia 19 de outubro de 2012, logo após a exibição do último capítulo da trama, revelam o poder de mobilização que a narrativa teve, de forma generalizada, sobre um país inteiro.

As notícias que mais circularam na véspera do capítulo final foram referentes ao cancelamento da participação da presidente Dilma Rousseff em um comício do então candidato a prefeito de São Paulo Fernando Haddad; e à preocupação do Operador Nacional de Energia Elétrica do Brasil que reforçou o oferecimento de energia, por receio do aumento de consumo durante e após a exibição do folhetim – o medo era que ocorresse um apagão devido ao alto consumo de energia elétrica. O que não aconteceu. (GRECO, 2014, p. 68)

Essas são exemplificações do que Hamburger (2005) chama de “novelas de intervenção”, que, de acordo com a autora, são aquelas que “assumiram papel explicitamente de intervenção em histórias” (HAMBURGER, 2005, p. 131). Um exemplo muito latente disso

⁴⁴ Disponível em: < <https://pt.tagdef.com/avenidabrasil>>. Acesso em 21 jun 2016.

⁴⁵ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/72739-final-de-carminha-origina-pesquisa-inedita-do-ibope.shtml>>. Acesso em: 25 mai 2016.

⁴⁶ Disponível em: < <http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,com-maior-audiencia-da-tv-no-ano-final-de-avenida-brasil-para-a-cidade,948144>>. Acesso em: 20 jun 2016.

⁴⁷ Disponível em: < <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/1172364-ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-e-o-programa-mais-visto-de-2012.shtml>>. Acesso em 20 jun 2016.

foi *O Rei do Gado*⁴⁸, que incorporou em sua trama a luta contemporânea da reforma agrária, intervindo de forma substancial na conjuntura da política nacional.

A abordagem do problema da reforma agrária no programa de maior audiência da televisão brasileira, um melodrama com ampla vocação folhetinesca, repercutiu. No início de *O Rei do Gado*, o tema da reforma agrária é secundário, mas vai ganhando importância no decorrer da narrativa. Embora não integre o centro dramático da história, foi responsável pela repercussão inédita da novela em fóruns centrais da política institucional, mobilizando políticos, articulistas e lideranças populares, em geral homens que se envolveram publicamente no debate e se identificaram como membros do público de novela. Por propiciar publicidade inédita ao MST, a novela atuou sobre a agenda política do momento a partir de um ponto de vista próprio, que não coincide com o dos agentes sociais e políticos envolvidos. (HAMBURGER, 2005, p. 136)

A minissérie *Anos Rebeldes*⁴⁹ era, para pesquisadores, relacionada com a emergência do engajamento dos jovens brasileiros e com o movimento dos “caras pintadas” que recuperou a presença dos estudantes brasileiros na política nacional. *Deus nos Acuda*⁵⁰ fazia uma alusão direta às denúncias que estavam em curso contra o presidente Fernando Collor e seus assessores e dominava pautas de importantes jornais e revistas do Brasil, “assim, quando Collor finalmente se afastou da Presidência, a novela, então com apenas quatro meses de vida, se esvaziou” (HAMBURGER, 2005, p. 131).

A telenovela, produzida pela Rede Globo, foi feita com um ritmo considerado industrial na produção de entretenimento e atingindo diariamente milhões de brasileiros, tanto no Brasil, como em outros locais do globo por meio da Globo Internacional. Essa repercussão de *Avenida Brasil* foi tão significativa que a revista norte-americana *Forbes*, conhecida por apresentar tabelas com quantidades astronômicas dos ganhos de celebridades e políticos, publicou que a veiculação de um comercial de trinta segundos nos intervalos da trama chegava a custar cerca de 400 mil reais⁵¹. A telenovela fez história com o seu faturamento,

⁴⁸ Novela com autoria de Benedito Ruy Barbosa e direção de núcleo de Luiz Fernando Carvalho, foi produzida e exibida pela Rede Globo de 17 de junho de 1996 a 14 de fevereiro de 1997. A trama girava em torno do romance entre o fazendeiro Bruno Mezenga e a boia-fria Luana e trazia como cenário de fundo a luta por posse de terra entre latifundiários e manifestantes. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/o-rei-do-gado/trama-principal.htm>>. Acesso em: 01 ago 2016.

⁴⁹ Minissérie escrita por Gilberto Braga com direção geral de Dennis Carvalho, produzida e exibida pela Rede Globo entre julho e agosto de 1992. A trama principal girava em do romance entre Maria Lúcia, avessa à militância política, e João Alfredo, jovem atuante no movimento estudantil.

⁵⁰ Novela de autoria de Sílvio de Abreu, Alcides Nogueira e Maria Adelaide Amaral com direção geral de Jorge Fernando, a trama, protagonizada por Dercy Gonçalves no papel de Celestina, satirizava a corrupção no Brasil.

⁵¹ Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2012/10/19/brazilian-telenovela-makes-billions-by-mirroring-its-viewers-lives/#5b29dd2712ba>>. Acesso em: 16 mai 2016.

arrecadando cerca de 2 bilhões, sendo a mais rentável da história das produções narrativas ficcionais do mesmo tipo no país até o momento⁵².

Além disso, foi com *Avenida Brasil* que a história da telenovela brasileira alcançou um novo patamar no mercado externo. Isso porque as tramas anteriores que haviam sido vendidas para mais países não tinham alcançado um número tão significativo de nações, sendo *A Vida da Gente* transmitida para 98 países e *Da Cor do Pecado* para 100 países. A trama, aliada ao know-how da emissora que a produziu e ao sucesso comercial⁵³ da produção, que foi exportada para 134 países – incluindo toda a América Latina e países como Estados Unidos, Suécia e Guatemala – e dublada em 19 idiomas, tornou-se a mais exportada⁵⁴ da Rede Globo até o presente momento.

Na Argentina, por exemplo, a repercussão foi tão, ou até mais, intensa quanto no Brasil. Desde que estreou em dezembro de 2013 transmitida pelo canal *Telefe*, a telenovela apareceu entre os programas mais vistos do país e liderou este ranking na maior parte das vezes⁵⁵. O capítulo final da trama fez os argentinos lotarem o *Luna Park*, tradicional casa de eventos em Buenos Aires, que teve os ingressos esgotados em minutos. As redes sociais argentinas, a exemplo do que aconteceu com a brasileira, também foi dominada por *Avenida Brasil*, que apareceu nos *trending topics* do país, sendo citada mais de 405 mil vezes em apenas uma noite. Alguns internautas comparam o último capítulo da telenovela com os jogos de finais de campeonatos como a *Copa Libertadores*⁵⁶.

⁵² Disponível em: < http://www.clarin.com/br/Avenida-Brasil-sucesso-tomou-planeta_0_1075092937.html>. Acesso em: 08 ago 2016.

⁵³O faturamento comercial da telenovela “Avenida Brasil”, de acordo com a Revista Forbes, foi o maior registrado na história da telenovela brasileira por um produto do gênero: US\$ 500 milhões considerando-se o total de inserções e acordos comerciais fechados ao longo dos sete meses de exibição. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2012/10/19/brazilian-telenovela-makes-billions-by-mirroring-its-viewers-lives/>. Acesso em 5 ago 2014.

⁵⁴Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/08/vista-por-130-paises-avenida-brasil-e-a-novela-mais-exportada-da-globo.htm>. Acesso em 5 ago 2014.

⁵⁵ Disponível em: < http://www.clarin.com/br/Avenida-Brasil-sucesso-tomou-planeta_0_1075092937.html>. Acesso em: 08 ago 2016.

⁵⁶ Disponível em: < <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/08/final-de-avenida-brasil-para-argentina-e-domina-as-redes-sociais.htm>>. Acesso em: 08 ago 2016.



Figura 1 - Seis mil argentinos no Luna Park, em Buenos Aires, para assistir o último capítulo de Avenida Brasil

Fonte: < <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/08/final-de-avenida-brasil-para-argentina-e-domina-as-redes-sociais.htm>>. Acesso em: 08 ago 2016.

Os motivos para que *Avenida Brasil* tenha se tornado um fenômeno da história recente da televisão brasileira tem explicações pautadas “por aspectos de roteiro (como a ambiguidade das protagonistas) e sociais (o endereçamento a uma numerosa classe média ascendente, que, identificando-se com o ambiente suburbano e os personagens principais, teria correspondido em termos de audiência)” (PUCCI, 2013, p. 1). Isso está ligado diretamente ao conceito de mediação, responsável pelo estudo da comunicação social e das mídias partindo de um processo de interação que abrange os espaços da produção e do consumo dos produtos midiáticos.

As mediações são esse ‘lugar’ de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que se produz na televisão não responde unicamente a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver. (MARTÍN-BARBERO, 1992, p. 20)

Um relevante aspecto da trama de *Avenida Brasil* que é sempre colocado como destaque quando a telenovela é lembrada: a presença da classe C como núcleo principal. Isso porque, apesar de terem boas condições financeiras, os protagonistas mantinham comportamentos considerados “da periferia”, “como falar alto, ao mesmo tempo e comer de boca cheia. A casa, apesar da pompa física, era carregada por uma aura popularesca, onde todos sabiam o que estava acontecendo nos outros quartos” (VOLPI, 2014, p.217). Inúmeras reportagens em importantes meios de comunicação apontavam o retrato da classe média como parte importante do sucesso do folhetim. Geraldo Tadeu, sociólogo do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio (IUPERJ), declarou à Agence France-Press – AFP, que “foi uma grande

ideia centrar a novela na classe média emergente. É o reflexo do novo Brasil, das famílias que ascenderam, conseguiram dinheiro, mas não necessariamente tem boa educação”⁵⁷.

Sinto que essa ideia de que a população quer ver os ricos nas novelas é cada vez menos importante. As pessoas preferem se ver a ver uma realidade que não é a delas. Eu me toquei disso quando vi o quanto a Donatela (Claudia Raia em “A favorita”) era estigmatizada por ser rica e o quanto interessava pouco às pessoas ver aquele universo, aquela família de elite. O desafio é fazer cada vez mais um produto de massa.” (João Emanuel Carneiro)⁵⁸

Desde que as telenovelas apareceram como agentes culturais importantes da cultura e identidade brasileira, usando temáticas do cotidiano e alimentando um repertório dinâmico no qual as pessoas conseguem se reconhecer, ela se tornou base para uma série de colocações e debates na sociedade, tanto em aspectos culturais, estéticos e sociais (LOPES, 2003). E as classes populares são parte dessa constituição contemporânea das tramas, ocupando, no caso de *Avenida Brasil*, um protagonismo importante capaz de demarcar interesses muito próprios do gênero denominado melodrama, como conflitos que envolvem status sociais, entre outros.

As tramas 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 (LOPES, 2003, p. 25).

E é essa lógica que faz com que as classes populares ganhem mais espaço nas tramas televisivas. Esse retrato da classe emergente⁵⁹ feito com muita dinâmica e uma pitada de realismo, que muito tem a ver com a visão do autor da telenovela, acaba indo em ao encontro da necessidade que os produtos televisivos têm de acompanhar as mudanças sociais e culturais que aconteceram nos últimos anos. Isso se deve, em parte, ao governo do PT, que está dirigindo o país a 13 anos e fez dessa responsabilidade de emergência social dos brasileiros, sua grande bandeira.

A ‘Classe C’ no Brasil hoje representa mais de 52% da população (CPS-FGV, 2012). Entende-se por ‘Classe C’ o grupo de indivíduos (seja na esfera individual ou familiar) que detém o poder de comprar bens duráveis (geladeira, televisão, Dvd, freezer, lavadora) associado ao poder de geração de riquezas no longo prazo. Em termos monetários, um indivíduo da ‘Classe C’ tem uma renda per capita que varia entre R\$ 214,00 e R\$ 923,00 ou uma renda familiar entre R\$ 1734,00 e R\$ 7.475,00 (CPS-FGV, 2012). A mudança na pirâmide do consumo pode ser reflexo das políticas econômica e fiscal e essa transformação econômica e social reflete nos hábitos de consumo da população brasileira (...) (CRUZ, 2003, p. 3)

⁵⁷ Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/10/o-fenomeno-avenida-brasil-aplaudido-pela-nova-classe-media-brasileira.html>>. Acesso em: 25 mai 2016.

⁵⁸ Disponível em: <<http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=1139652>>. Acesso em: 14 jun 2016.

⁵⁹ Disponível em: <<http://www.brasildamudanca.com.br/empregos-e-salarios/conheca-melhor-nova-classe-c-brasileira>>. Acesso em: 20 mai 2016.

Na medida em que a pirâmide social brasileira ganha novos contornos e dimensões, a mídia tenta incorporar e encontrar respostas possíveis sobre essa realidade nova. Colocar essas classes em tramas de telenovelas é uma forma de entender esses processos de transformação. Os principais núcleos de *Avenida Brasil* estavam alocados no fictício bairro do Divino, que era claramente uma inspiração do bairro carioca de Madureira e que é formado, em sua grande maioria, por uma população que transita entre a classe média e a baixa, “ou seja, a novela se passava em um cenário muito popular e familiar para o público mais pobre” (VOLPI, 2014, p. 222). Arruda (2013), ao realizar uma breve pesquisa de campo se deparou com uma jovem que definiu seu sentimento diante do reconhecimento da narrativa em questão. Ela afirmou que “o bairro do Divino é a cara do bairro onde moro, tem de tudo e a gente é muito amigo de todo mundo, tem muita gente de bom coração, que ajuda sempre quem precisa. Acho que isso que me faz gostar da novela” (ARRUDA, 2013, p. 88)⁶⁰. Na trama, a Zona Sul do Rio de Janeiro, colocada em destaque na maioria das narrativas das telenovelas da Rede Globo, é coadjuvante e as personagens desta região eram caracterizadas como vazias e mesquinhas. Mas é importante destacar que mesmo sendo lembrada sempre por colocar o subúrbio em destaque e uni-lo a Zona Sul e fazer isso de forma natural e não maniqueísta, não é possível afirmar que a aceitação da trama se deve a isso, já que o sucesso de um produto de entretenimento “está na frágil construção do novo, aliado com formas consagradas” (VOLPI, 2014, p. 220).

Os folcloristas prestam atenção ao fato de que nas sociedades modernas uma mesma pessoa pode participar de diversos grupos folclóricos, é capaz de integrar-se sincrônica e diacronicamente a vários sistemas de práticas simbólicas: rurais e urbanas, suburbanas e industriais, macrossociais e do mass media. Não há folclore exclusivo das classes oprimidas, nem o único tipo possível de relações interfolclóricas são as de denominação, submissão ou rebelião. (CANCLINI, 2000, p. 220)

Alguns autores, como Volpi (2014), afirmam que a *Avenida Brasil* apresentou peculiaridades em diferentes perspectivas que fizeram com que ela fosse colocada como “espelho” do Brasil e da sociedade brasileira. Isso porque, de acordo com o autor, a fama e o dinheiro estão intimamente presentes no imaginário, “e no Brasil, para os garotos mais pobres, a melhor, e mais possível forma de aliar estes dois elementos de cobiça é o futebol” (VOLPI, 2014, p. 220). Exatamente como aconteceu com o protagonista e mocinho Tufão (Murilo Benício), que se tornou rico e famoso por meio do futebol, este mundo que mexe com

⁶⁰ Trecho de um diálogo entre a pesquisadora Maria Neide de Arruda e um jovem em um ônibus transcrito em sua dissertação de mestrado na USP intitulada “Telas em toda parte: um novo lugar de pesquisa da recepção de telenovela”, no ano de 2013.

os nervos e a paixão de pessoas pelo mundo todo e que se tornou um negócio capaz de movimentar milhões.

Monalisa (Heloisa Perissé) aparece como uma personagem que retrata bem a ascensão social que a classe C viveu nos últimos anos, já conseguiu melhorar de vida através de seu trabalho e esforço. Assim como muitas mulheres brasileiras, que passam pelo desafio de criar sozinha seus filhos e manter uma família, Monalisa tenta conseguir uma condição melhor de vida abrindo seu salão de beleza e fazendo deste empreendimento um grande sucesso, tornando-se uma importante empresária do ramo no subúrbio onde mora. Além disso, os salões de beleza de bairros são permeados por relações sociais intensas entre as mulheres. Em resumo, a telenovela trouxe para o telespectador um drama urbano que tem suas bases fundamentadas nas tragédias clássicas, com pitadas pontuais e importantes de humor.

Um aspecto bem popularesco e que merece destaque é a trilha sonora de *Avenida Brasil*.

A abertura da novela se passa ao som de “*Vem dançar com tudo*”, uma adaptação do hit internacional “*Vem dançar Kuduro*”. A trilha nacional foi priorizada para todos os personagens. Todas músicas com alto apelo popular. Na trilha sonora estão inclusos “Assim você mata o papai” do grupo de samba Sorriso Maroto, que sempre tocava ao mostrar o personagem Leleco, um senhor da terceira idade enamorado por uma moça bem mais jovem. “*Humilde residência*” de Michel Teló, trilha de Aduino, um homem com carências financeiras. “*Correndo atrás de mim*” da banda Aviões do Forró, música de personagem Suelen, uma ‘Maria Chuteira’ que por onde passava atraía atenção por sua beleza. A música “*TchuTchaTcha*” era executada quando a vilã Carminha encontrava seu amante Max. (VOLPI, 2014, p. 223)

Isso vai ao encontro do que pode ser observado nas últimas décadas na teledramaturgia nacional, onde é possível encontrar uma aproximação com as novas tendências musicais que emergem da periferia e ganham corpo por meio da difusão que a internet e as novas plataformas musicais proporcionam.

Junto a isso, é possível levar em consideração dados da pesquisa IBOPE (2010) que indicam que ritmos como funk, sertanejo e samba como os mais ouvidos entre a classe C.

Por exemplo, na década de 1970, entre os movimentos musicais que surgiram no Brasil, a música “brega” obteve um grande sucesso de público e de vendas atingindo, sobretudo, ouvintes das classes populares. Cantores como Waldik Soriano, Odair José e Wando conquistaram o “povo brasileiro” e algumas de suas músicas tornaram-se verdadeiros hinos populares da época. Dentre as alcunhas que essa geração recebeu estava a de “cantores das empregadas”, rótulo que relacionava um tipo de música com uma categoria profissional, rebaixando a ambos: a música “ruim” só poderia fazer tanto sucesso graças a um grupo profissional feminino e pouco prestigiado socialmente. (MACEDO, 2012, p.11)

Com essa breve citação sobre as músicas que acompanhavam a narrativa da telenovela, é possível constatar que tanto as próprias músicas como seus intérpretes têm apelo popular forte, o que fez com que a maioria delas tivessem um grande número de execuções nas rádios pelo Brasil⁶¹, sendo impulsionadas por estarem tocando no horário nobre da televisão brasileira.

Avenida Brasil modificou os padrões das produções de telenovelas no país ao romper com o formato tradicional, com sequências lineares. Adotando o padrão de narrativa episódica, mais comum aos seriados, junto a rupturas estéticas e de linguagem, aguçou a curiosidade dos telespectadores. Concentrada, a telenovela apresentava “apenas duas tramas paralelas, poucos personagens, acelerando o ritmo narrativo e mínima redundância” (PUCCI, 2013, p. 5). Exemplo disso é que já no primeiro capítulo, logo no quarto minuto, acontece o primeiro choque entre as protagonistas Carminha e sua enteada, até então, chamada de Rita. Outro trecho que merece ser destacado é o atropelamento e a morte de Genésio (Tony Ramos) já ao fim do primeiro capítulo. Esta cena, que desencadeia todo o desenrolar da trama, tem uma realização excepcional, que chega até a remeter a filmes noir, além de ter a fluidez que o roteiro de um acidente exige.

Além disso, *Avenida Brasil* mostrou nas cenas de maior tensão uma tendência forte

(...) às composições audiovisuais fora do padrão, permanecendo as cômicas e leves, que não são poucas, de acordo com as normas mais tradicionais do uso dos esquemas de realização. Ao aumentar o conflito, potencialmente ou de fato, incrementa-se a utilização de esquemas inovadores; ao se reduzir ou anular-se o conflito, as cenas seguem padrões habituais. (PUCCI, 2013, p. 17)

Esse ritmo diferente do convencional era impresso em cada capítulo da narrativa, deixando o público preso na história. Amora Mautner, diretora da telenovela, falou sobre esse formato em entrevista ao Portal Terra (2013):

(...) (os autores) pegaram uma tendência mundial e que, na minha visão, deveria estar em tudo: a dinâmica dos seriados. Há uma grande trama central, que é tocada sem economia, como se cada capítulo fosse um episódio de série mesmo. E eu gosto de fazer tudo o menos duro possível para os atores. Prefiro atuações mais orgânicas.⁶²

⁶¹ Disponível em: < <http://www.webcitation.org/69WDn2FY6>>. Acesso em: 17 mai 2016.

⁶² Disponível em: < <http://diversao.terra.com.br/tv/novelas/joia-rara/diretora-de-joia-rara-amora-mautner-diz-mulheres-estao-ocupando-cargos,85012595f5d21410VgnVCM3000009acceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 17 mai 2016.

Em entrevista a Bianca Ramoneda, no *Programa Ofício em Cena* do canal por assinatura GNT⁶³, Amora afirma que boa parte dos bons resultados apresentados por *Avenida Brasil* foi a liberdade que o autor, João Emanuel Carneiro, deu aos diretores, fazendo com o que o trabalho deles acontecesse de forma orgânica. Para ela, estar atado a um texto, mesmo que este seja moderno, não faz da telenovela um sucesso garantido, mas sim um conjunto deste roteiro com a cooperação de toda equipe que cerca essa produção. Amora fala ainda que essa liberdade de invenção é a maior necessidade que a televisão tem. A diretora ressalta ainda que nos últimos quinze anos a entrada dos programas do tipo *reality* nas grades televisivas mudou o que o público, de forma geral, espera da interpretação dos atores, que devem se adaptar a isso apresentando uma forma de trabalho mais verdadeira e inesperada, na qual a originalidade de cada um esteja diretamente presente.

Essa tendência faz parte, de acordo com Canclini (2000) de processos que englobam a circulação massiva e transnacional de qualquer bem simbólico. Dessa forma, a elaboração audiovisual presente em *Avenida Brasil* penetrou na trama de forma decisiva e significativa. “Conclui-se que há fortes sinais de que o paradigma clássico de composição audiovisual esteja passando por intensivas revisões” (PUCCI, 2013, p. 17). Estas alterações trazem para as telenovelas uma refinada elaboração inovadora, carregada de ousadia e liberdade, fazendo com que essas produções assimilem elementos importantes de outras mídias.

Essas ‘intensas revisões’ citadas por Pucci (2013) vão de encontro com esquemas de montagem e criação que devem ter a capacidade de criar no telespectador um interesse que se renova a cada nova trama, já que o advento da internet fez com que a televisão perdesse um pouco de sua centralidade na casa de muitos brasileiros. Se essas revisões não acontecem, a televisão acaba por provocar um aborrecimento em seus usuários, que estão sempre necessitando de estímulos novos que podem vir de diferentes formas. E isso é válido, e muito, para a construção das telenovelas, que tem que estar sempre na busca de incorporar novos formatos estilísticos, como por exemplo, o dos seriados.

Para Pallottini (2012), neste formato, que é dinâmico e forte, cada episódio “tem começo, meio e fim, como o unitário, mas está inserido num conjunto maior, que lhe dá sentido total” (Pallottini, 2012), apresentando uma estrutura com núcleos dramáticos independentes e simultâneos que se entrelaçam no decorrer na narrativa. “Portanto, creio que se pode chamar de seriado uma ficção televisiva contada em episódios, que têm unidade

⁶³ Disponível em: < <http://globosatplay.globo.com/globonews/v/4110484/>>. Acesso em: 03 ago 2016.

relativa suficiente para que possam ser vistos independentemente e, às vezes, sem observação de cronologia de produção” (Pallottini, 2012, p.31). Ainda para a autora:

O seriado funciona, me parece, por acumulação; ao longo de sua feitura, os autores vão criando os casos, as histórias, os enredos que poderiam ter envolvido aquele grupo humano e que tenham a ver com a filosofia geral que conduz a série. Cada uma das personagens, criada e construída no começo de tudo, tem suas feições, suas peculiaridades, seu ser, enfim. (PALLOTTINI, 2012, p.42)

O modelo usado na telenovela aqui estudada é muito aplicado nos roteiros dos seriados, portanto, faz-se necessário aproximar este modelo narrativo ao usado na trama e *Avenida Brasil*. Com uma natureza melodramática, cada capítulo traz em si uma trama única, que “não se repete, mesmo que sua forma se replique” (VOLPI, 2014, p. 224), fazendo, dessa forma, com que sua emissão seja única, mas que as resoluções não aconteçam de forma definitiva, mas sim de modo gradativo. Nesta perspectiva, novas ações e situações vão continuamente entrando em contato com o espectador que acompanha a narrativa diariamente.

Enquanto o clímax do episódio se encontra na resolução da ação dramática criada no episódio, resolvendo a situação para uma nova ação dramática começar; o clímax do capítulo está na situação que não se resolve, postergando a resolução dramática. (VOLPI, 2014, p. 225)

Em outras palavras, isso quer dizer que o capítulo aparece como uma forma de expandir a trama, amarrando os acontecimentos para que no fim os problemas possam ser solucionados.

Além disso, no caso da telenovela *Avenida Brasil*, com suas várias narrativas entrelaçadas, temos, além da serialidade, o que Machado (2000) chama de teleológico,

(...) pois ele se resume fundamentalmente num (ou mais) conflito(s) básico(s), que estabelece logo de início um desequilíbrio estrutural, e toda evolução posterior dos acontecimentos consiste num empenho em reestabelecer o equilíbrio perdido, objetivo que, em geral, só se atinge nos capítulos finais. (MACHADO, 2000, p.84).

Para além do que o brasileiro estava acostumado a ver nas telenovelas nacionais e nas narrativas corriqueiras da televisão nacional, *Avenida Brasil* trouxe, de forma icônica, elementos importantes, como a gravação em 24 quadros, que fez com que a imagem fosse semelhante às das películas de cinema. “O ambiente era escuro, os personagens complexos e os diálogos bem trabalhados” (GRECO, 2014, p. 67). Portanto, é possível afirmar que seu valor estético e seus fatores inovadores, aliados ao engajamento do público e da audiência, são as justificativas que, juntas, fizeram da trama de *Avenida Brasil* um exemplo de emergência desse tipo de programa na cultura nacional.

3.5 Avenida Brasil e o processo de popularização da teledramaturgia

Usar o termo ‘popularização’ quando o assunto são as telenovelas nacionais significa dizer que as tramas novas surgem a partir da demanda de um Brasil diferente, refletindo, dessa forma, um novo modo de vida da população.

Tem feito parte da história das emissoras e de suas equipes produtoras de telenovelas, a preocupação de acompanharem muito de perto os modos de vida de seus telespectadores. Estão sempre atentas às suas reações, que muitas vezes estão sinalizadas nos índices de audiência. Tal preocupação relaciona-se ao objetivo central das emissoras no processo de criação das telenovelas, qual seja, seqüestrar os telespectadores, atá-los ao maior número possível de capítulos exibidos ao longo de vários meses. (SOUZA, 2004, pg. 144)

Uma consideração importante é que essas estratégias para uma aproximação dos públicos das classes C, D e E por meio das telenovelas não é uma exclusividade da Globo. Isso pode ser constatado logo nos primeiros anos da década de 90, em que cerca de 90% dos brasileiros que possuíam televisão consideravam esse eletroeletrônico uma importante fonte de lazer (SOUZA, 2004). Isso fez com que a competitividade entre as emissoras aumentasse, em que cada uma buscava sair na frente para atrair esse novo público consumidor que significava um grande faturamento na arrecadação publicitária.

Souza (2004) afirma que essa competitividade entre as redes fez com o “populacho”, o “grotesco”, tão combatidos durante o governo militar retornassem às telenovelas, portanto, “nota-se um retorno ao clássico folhetim melodramático, associado a uma menor tolerância aos temas tabus” (SOUZA, 2004, p. 150).

A década de 90 trouxe essas mudanças que colocaram as classes baixas na cena televisiva, associadas diretamente ao Plano Real e a estabilidade econômica que este proporcionou para a população. Da mesma forma, no Brasil contemporâneo, as mudanças advindas de um plano governamental a fim de valorizar as classes populares e erradicar a pobreza também impulsionaram as alterações narrativas. Este esforço em adequar a telenovela ao gosto popular e às exigências estéticas das classes populares emergentes é, para Souza (2004), uma forma de retorno à narrativa melodramática.

Este tipo de narrativa é caracterizada basicamente por histórias que tragam uma oposição clara e consistente entre bem e mal, amor incondicional e destaque especial para os vícios e virtudes e a ascensão social. Desse modo, as telenovelas com a essência melodramática “(...) quer ser, ao mesmo tempo, particular, cotidiano e universal, buscando

convencer o público por meio de uma estética sempre de cunho moralizante. Sua estética central é sempre a mesma (...)” (ROCHA, 2009, p. 40).

Essa temática fundamentada na ascensão social é um diferencial significativo e importante para atingir essa nova classe, considerada potencial consumidora. Sendo assim, é possível observar que mesmo diante de todas as adversidades as quais as personagens são submetidas, a busca pela justiça tem como recompensa a felicidade, o amor e a ascensão social, que em grande parte das tramas, perpassa por uma herança deixada por um parente distante, um casamento ou então o esforço de “custe o que custar” para subir na vida. Um claro exemplo disso é a telenovela *Vale Tudo* (1988), que trouxe a história de ambição de Maria de Fátima, que deixou sua cidade natal no Paraná em busca de “ganhar a vida” no Rio de Janeiro.

Esse roteiro temático fez-se presente em inúmeras telenovelas, podendo ser considerado bem sucedido, entretanto as produções pensadas para a nova classe emergente no país, a “nova” classe C, é possível notar um rompimento deste. Em *Avenida Brasil*, a personagem Tufão, por exemplo, não perde sua forte ligação com a periferia – o bairro do Divino, onde a maior parte da trama acontece – mesmo tendo se tornado uma celebridade no mundo do futebol. Isso já apresenta um fator indicativo do novo perfil dos brasileiros, que direciona para um padrão diferente no qual existe a valorização do trabalho e das raízes.

No passado, a classe C seguia muito os padrões das classes A e B. Ela morava na periferia de São Paulo e do Rio e tinha a aspiração de vir para um bairro de classe média, queria ter mais ou menos as mesmas coisas que uma família de classe média. Eram seguidores [Agora] O camarada mora no Tatuapé, mas não quer vir morar nos Jardins. Quer morar lá, quer ser reconhecido pela comunidade dele, ele tem os valores e hábitos dele. Ele não quer se vestir como se veste o pessoal daqui [...] No passado, você não tinha que se preocupar tanto. Hoje, não. Atenção. Eu tenho que fazer para todos. Aquela divisão de que 80% do público é das classes C, D e E continua, mas eles têm mais presença, mais opinião. Eles ascenderam. Têm um jeito próprio de ser [...] Em dramaturgia, se você voltar 20 anos, você tinha alguns estereótipos. A novela estava centrada nos Jardins, em São Paulo, ou na zona sul do Rio e tinha um núcleo, aquele núcleo alegre, de classe C, na periferia. Hoje, não. A gente começa a ver essas histórias trafegando mais na periferia. (FLORISVAL, entrevista UOL)⁶⁴

Pallottini (2012) coloca que a classe média sempre teve um papel marcante nos núcleos secundários e periféricos das tramas, sendo usados como um “respiro”, um tipo de alívio, capaz de aliviar os momentos dramáticos com a ajuda do humor. A autora aponta que “já se tornou lugar-comum glosar a insistência dos autores em contrabalancear núcleos de

⁶⁴ Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/05/09/globo-muda-programacao-para-atender-a-nova-classe-c.jhtm>>. Acesso em: 14 dez. 2018.

personagens ricas com núcleos de pobres – na verdade, de gente da pequena classe média; os pobres mesmos dificilmente têm lugar na telenovela” (PALLOTTINI, 2012, p. 67). *Avenida Brasil* vai contra as afirmações de Renata Pallottini, trazendo a periferia para o papel de protagonista, dando as personagens oriundas desse núcleo local privilegiado e visibilidade às classes sociais. Mas é importante deixar claro que a trama da telenovela em questão não foi pioneira em dar destaque a uma classe social emergente, porém *Avenida Brasil* aparece com uma posição destacada, trazendo mudanças significativas no jeito de fazer telenovela.

Tudo o que já foi colocado neste estudo pode ser contemplado no percurso de desenvolvimento da trama, mas pode também servir para levantar novos paradigmas que envolvam e contemplem a questão principal que fez com *Avenida Brasil* se tornasse um produto inédito no campo das telenovelas até então: a forma e a estética inovadoras. Esse diferencial, questão primordial e principal neste estudo, será contemplado mais a frente, em um capítulo dedicado exclusivamente a isso.

3.6 A convergência com outras mídias

As outras mídias fazem com que novos horizontes sejam descobertos, já que elas possibilitam um diálogo mais direto com os telespectadores. Além disso, fazem com que a telenovela perpasse o seu tempo de exibição na televisão, ampliando seu tempo de discussão com a participação da audiência na internet.

Tida como um exemplo bem sucedido de metalinguagem e narrativa transmidiática, *Avenida Brasil* faz um paralelo entre ficção e realidade na medida em que traz em sua trama referências da vida cotidiana trazendo, por exemplo, jogadores profissionais e de sucesso, possibilitando desse modo uma interatividade com os telespectadores por meio daquilo que os pesquisadores chamam de “segunda tela”⁶⁵. Pallottini (2012) coloca que “a telenovela tende, pelos menos nos espíritos mais desavisados, a instituir uma confusão entre ficção e realidade, dado o seu caráter invasivo (...) há um simulacro de realidade, uma ficcionalização da realidade e uma realização da ficção” (PALLOTTINI, 2012, p. 59).

⁶⁵ “A segunda tela pode ser qualquer dispositivo com acesso à internet como smartphones, tablets, notebooks, entre outros, usados de forma simultânea à programação da TV. Essa navegação paralela permite o consumo de conteúdos complementares (saber mais sobre a história, os atores, a trama, trilha sonora, ou, simplesmente, onde comprar as roupas utilizadas pelos protagonistas) e a interação com outras pessoas. Uma experiência que potencializa a repercussão do conteúdo e o laço social, e tem se tornado cada vez mais comum” (FINGER *apud* GUIMARÃES, 2013, pg. 07)

3.7 Avenida Brasil e sua trama melodramática

O melodrama carrega em si essa essência de modernidade e capacidade de adaptação que ultrapassa barreiras culturais e temporais. Isso porque, “o melodrama busca deliberadamente a sintonia com o grande público, identificando nessa adesão caminho para o sucesso” (HUPPES, 2000, p. 23), buscando o tempo todo elementos de vitalidade e um potencial de inspiração que ainda não está esgotado. Essa capacidade de “dialogar” com o que é moderno, faz do melodrama um gênero muito capaz de estar presente em tramas modernas, como é o caso de *Avenida Brasil*.

No roteiro desta telenovela em questão é possível perceber de clara forma a oposição de valores, vício e virtude, tão importante para a essência inicial melodramática. A vilã Carminha apresenta em todos os episódios sua vilania, fazendo maldade com uma personagem o tempo todo. A vítima, Nina, sofre a violência por parte do grupo ambicioso da trama, que em um primeiro momento parecem triunfar sobre a bondade e a justiça. Em *Avenida Brasil*, “opressor e vítima se batem até o céu declarar-se, por fim, a favor da inocência” (HUPPES, 2000, p. 34).

Essas duas personagens são absolutamente bem delineadas, assim como o melodrama sugere que seja. Isso quer dizer que as características inescrupulosas do vilão traidor, como hipocrisia e ambição, e as características louváveis do herói virtuoso que vive em função de desmascarar o mal devem ser facilmente reconhecidas pelo grande público que tem acesso à obra.

E, assim como sugere a trama melodramática tradicional, somente o público, com seu poder de onisciência, consegue saber de tudo e de todos e fazer julgamentos acertados, em sua grande maioria, sobre as personagens.

Conhecimento total, a onisciência certamente propicia uma sensação de domínio sobre os fatos e sobre os segredos, que é extremamente confortável. (...) De outra parte, a onisciência concede algum alívio de tensão já que, em certo nível, o espectador é induzido a suspender a ilusão dramática. (HUPPES, 2000, p. 80)

Portanto, com suas informações privilegiadas o público espectador de *Avenida Brasil* permaneceu cativo e muito íntimo da trama o tempo todo.

Outro elemento muito característico do melodrama que também se faz presente no roteiro da telenovela Global é o “bobo”. Essa figura coopera para que o melodrama consiga chegar ao público de forma suave e natural, fazendo, muitas vezes ligações importantes, usando sempre o humor, entre o heroísmo e a vilania. “O bobo dá um toque de

realismo que aumenta a verossimilhança da história, ao mostrar que o mundo não é feito apenas de suspiros, de vênias e de gestos sublimes ou criminosos” (HUPPES, 2000, p. 89).

Na trama de *Avenida Brasil* o papel do bobo é desenvolvido não por apenas uma personagem, mas por núcleos dramáticos especificamente centrados no elemento comédia. A família de Tufão, com toda sua confusão conflituosa e sua colocação espalhafatosa nas cenas, e o núcleo da personagem Cadinho e suas três famílias das quais nenhuma esposa sabe da existência da outra, carregam juntos a essência humorística da telenovela.

Esses núcleos apareciam no decorrer da telenovela como um respiro, produzindo situações cômicas com o objetivo de diminuir a tensão exagerada em determinadas passagens.

Junto a todos esses elementos já colocados acima, é possível assimilar seguramente a mobilização elevada que o gênero melodramático tem com o público unida a elementos como arranjos cênicos e linguagem. Dessa forma, pode-se explicar a repercussão de *Avenida Brasil* tanto dentro, como fora do Brasil, seu país de origem. E isso se dá em função da forma com a qual o melodrama com toda sua maleabilidade sintetiza elementos de diferentes origens culturais tendo como base uma só estrutura (STRAUBHAAR, 2004).

4. ANÁLISE PARA O ESTUDO DA ACEITAÇÃO, NACIONAL E INTERNACIONAL DA TELENVELA AVENIDA BRASIL

Neste capítulo, queremos tratar de forma sucinta do materialismo histórico e da dialética marxista para que possamos dar fundamento a reflexões importantes no que diz respeito ao homem e a sua linguagem. Diante disso, abordaremos aspectos de uma mescla entre a análise do discurso e os entendimentos cognitivos dos *schemata*⁶⁶.

A partir disso, será possível construir um caminho para entender de que forma uma telenovela com aspectos tão brasileiros, como *Avenida Brasil*, foi capaz de obter sucesso de público e crítica tanto no Brasil, como no exterior.

4.1 Linguagem e discurso

Rosana Mauro (2014) traz em suas pesquisas reflexões importantes a respeito da linguagem do discurso e da aplicação dela no fenômeno das telenovelas. A autora utiliza-se de teóricos como Marx e Engels (1845-1846, 2007) que trazem em sua obra *A Ideologia Alemã* (2007) considerações importantes sobre o interesse que sempre aconteceu pela dicotomia entre o sujeito e o objeto. A apresentação da edição de 2007 (MARX; ENGELS, 1845- 1846, 2007) traz considerações que afirmam que o homem tem grandes indagações sobre seu estar no mundo, sendo que a principal delas é a busca das razões pelas quais sujeito e objeto sempre aparecem contrapostos. O autor usa Hegel para apontar dois movimentos significativos: o primeiro diz respeito a um estranhamento, uma alienação sobre a perda da unidade entre mundo e consciência; o segundo fala sobre a retomada dessa unidade perdida.

A capacidade de trabalho faz com que o homem seja um ser histórico; isto porque cada geração recebe condições de vida e as transmite a gerações futuras, sempre modificadas – para pior ou para melhor. Embora tenha o potencial transformador da realidade, o que o homem mais recusa é trabalhar. Foge do que o tornaria humano porque não se reconhece no que faz, no que produz, no mundo que transforma. Porque trata-se de trabalho alienado. (MARX; ENGELS, 1845-1846, 2007, p. 12).

Marx afirma que a visão de alguns pensadores alemães não prioriza o homem real na sociedade real, ou seja, olha a história apenas por uma ótica oficial, que foi contado por historiadores e críticos, excluindo a história material dos homens.

⁶⁶ Conceito de *schemata*, utilizado por pesquisadores de linha cognitivista, como Patrick C. Hogan e David Bordwell apud Pucci (2013).

Rosana Mauro (2014) cita que para Marx e para o socialismo, a questão central é o indivíduo concreto. Tendo isso como base, é possível colocar que o ser humano tem potencialidade para se desenvolver, tanto como fisiologicamente como por meio de sua consciência. Do ponto de vista marxista, o homem é, além de um produto na sociedade, uma espécie de criador no que diz respeito à dialética. A autora utiliza-se de Schaff (1967 *apud* MAURO, 2014) para apresentar as três concepções do indivíduo em Marx. “São elas: o indivíduo como parte da natureza, o indivíduo como parte da sociedade e o indivíduo como fruto da autocriação. Nesta última concepção está o argumento de que o homem se autocria por meio do trabalho, ou seja, o ser humano é o construtor de sua história.” (MAURO, 2014, p. 50).

Ainda discorrendo sobre isso, Marx e Engels (1845-1846, 2007) colocam que a consciência do homem não é pura, assim como a linguagem também não é. De acordo com os autores, ambas começam na prática e da necessidade dos homens de intercambiar experiências. Isso mostra que as formas de produção de cada época histórica influem no modo dominante do pensamento.

Mauro (2014) coloca ainda que é pertinente recorrermos ao estudo de alguns autores marxistas, como Leontiev (2004), Vigotski (2005) e Schaff (1974) para demonstrar a importância da interação social e da atividade humana na formação da consciência, do pensamento e da linguagem.

Leontiev (2004) esclarece que a consciência só pode existir nas condições de existência da linguagem, que aparece ao mesmo tempo que ela no processo de trabalho. “O nascimento da linguagem só pode ser compreendido em relação com a necessidade, nascida do trabalho, que os homens sentem de dizer alguma coisa” (LEONTIEV, 2004, p. 92). O estudioso afirma que a produção da linguagem, da consciência e do pensamento está misturada na origem à atividade produtiva e à comunicação material dos homens. (MAURO, 2014, p. 51).

Já Vigotski (2005 *apud* MAURO, 2014) enfatiza, de acordo com Mauro (2014), a relação entre linguagem e pensamento, expondo uma linguagem pré-linguística no que tange o desenvolvimento do pensamento. Para ele, pensamento e fala estão separados até determinado momento da vida infantil até que ambos encontram-se e iniciam juntos uma nova forma de comportamento no ser humano. Ainda sobre isso, é possível colocarmos que o desenvolvimento do pensamento é determinado pela linguagem e por todos os instrumentos linguísticos do pensamento e da experiência. Da mesma forma, a linguagem verbal desenvolveu-se de forma progressiva no decorrer dos anos através da interação constante entre os homens.

O pensamento verbal não é uma forma de comportamento natural e inata, mas é determinado por um processo histórico-cultural e tem propriedades e leis específicas que não podem ser encontradas nas formas naturais de pensamento e fala. Uma vez admitido o caráter histórico do pensamento verbal, devemos considerá-lo sujeito a todas as premissas do materialismo histórico, que são válidas para qualquer fenômeno histórico da sociedade humana. (VIGOTSKI *apud* MAURO, 2014 p. 51).

Similarmente, Mauro (2014) coloca que Schaff (1974 *apud* MAURO, 2014) também afirma que a linguagem ocupa um lugar ativo no pensamento, na cultura e no conhecimento humano. Para ele, a linguagem é um suporte ao pensamento repleto de conceitos, capaz de constituir fundamento social e pensamento individual para transmitir experiências entre gerações.

O autor pontua que a linguagem influencia o nosso modo de perceber a realidade, é reflexo específico da realidade e criadora da nossa imagem do mundo. Além disso, é influenciada pelo mundo objetivo e também pelo subjetivo, ou seja, pelo modo que determinado povo percebe o mundo. Schaff (1974) ilustra esses atributos da linguagem com o exemplo dos esquimós que enxergam e nomeiam diversos tipos de neve, diferente do montanhês polaco que enxerga apenas algumas e do cidadão que vê uma única. Ou seja, o mundo prático, no caso o frio e a sobrevivência na neve, influencia o modo de cada povo enxergar a realidade e se articular com ele. (MAURO, 2014, p. 52)

A partir daí, podemos identificar como a prática da atividade humana é importante para que a linguagem se forme tanto quanto a bagagem histórico-social e cultural. Diante disso, é relevante citarmos Bakhtin e seus estudos que, posteriormente, foram desenvolvidos a fim de tornarem-se a análises discursivas. Mauro (2014) conta que o autor mostra, ao longo de suas obras, estudos que ultrapassam os limites da linguagem sem excluí-la levando em conta aspectos do discurso que apontam para conceitos mais amplos, denominados extralinguísticos. Conseqüentemente, a abordagem do discurso acontece partindo de um ponto de vista interno e externo.

Temos que enfatizar que o pensamento Bakhtiniano tem por objetivo analisar o processo do diálogo entre os sujeitos, delineando assim algumas das principais características da teoria da análise do discurso: “alteridade constitutiva (que influenciou diversos autores do discurso e da linguística a formularem outros conceitos); o dialogismo como constitutivo de qualquer discurso e a dimensão especial da interação.” (MAURO, 2014, p. 53). Dessa forma, podemos afirmar que as formas de comunicação verbal são determinadas pelas relações de produção e pela meio estrutural da sociopolítica em cada grupo social de determinada época.

A autora coloca que Bakhtin afirma que a palavra é um fenômeno ideológico, sendo a forma mais sensível no que diz respeito às relações sociais, tornando-se material privilegiado na comunicação cotidiana entre os sujeitos.

Todas as propriedades da palavra que acabamos de examinar – sua pureza semiótica, sua neutralidade ideológica, sua implicação na comunicação ordinária, sua possibilidade de interiorização, e finalmente, sua presença obrigatória, como fenômeno acompanhante em todo ato consciente – todas essas propriedades fazem dela o objeto fundamental do estudo das ideologias. (BAKHTIN/ VOLOCHINOV *apud* MAURO, 2014, p.54).

Nesta palavra que registra as mudanças está a ideologia do cotidiano, que diz respeito às palavras, interiores e exteriores, que ainda estão desordenadas e sem fixação em um sistema e mesmo assim acompanham todos os nossos estados de consciência.

Bakhtin caracteriza a enunciação como o produto da interação entre dois indivíduos, mesmo que não haja interlocutor real. Pois, ela é sempre endereçada a alguém, como a um representante médio ao qual pertence o locutor. Toda enunciação tem, então, uma natureza social, mesmo uma fala individual. (MAURO, 2014, p. 55)

Ao conceber o enunciado como uma unidade real de comunicação discursiva, Bakhtin (2003) o considera um elo para unir outros enunciados. Nessa perspectiva, o autor afirma que o discurso é sempre responsivo e que os limites de cada enunciado são apresentados pela alternância dos indivíduos durante o discurso. Sobre isso o autor levanta algumas peculiaridades como a alternância dos sujeitos e a conclusibilidade do enunciado.

É importante esclarecermos neste momento a diferenciação entre enunciado e enunciação, já que ambos possuem papel central devido a sua concepção de linguagem de diversos pontos de vista, como o histórico e o cultural. Isso mostra que um enunciado implica muito mais do que apenas os fatores linguísticos, mas sim três fatores primordiais: “o horizonte espacial comum dos interlocutores (a unidade do visível), o conhecimento e a compreensão comum da situação por parte dos interlocutores, e sua avaliação comum dessa situação.” (MAURO, 2014, p.57).

Desse modo, podemos entender enunciado como discurso verbal e enunciação como o acontecimento que origina o enunciado. Baccega (1995) esclarece essa situação colocando que “A enunciação é, portanto, o lugar onde “nasce” o discurso, o lugar de onde “brota” o discurso. O enunciado é a manifestação desse discurso, quer seja na modalidade escrita da língua, quer seja na modalidade oral”. (BACCEGA, 1995, p. 53)

A perspectiva bakhtiniana tenta entender e compreender a quem se dirige este discurso e de que forma o destinatário é influenciado com a mensagem que recebe para que dessa forma seja possível compreender a composição e o estilo dos enunciados. Sobre as

telenovelas, podemos colocar que são produtos que tentam responder a demanda dos consumidores e telespectadores.

Além disso, a telenovela tem por finalidade agradar a audiência e fazer sucesso, isso faz com que os escritores escrevam focados no gosto do público e não em outros propósitos. Assim, o superdestinatário poderia ser o próprio mercado e suas lógicas que encontram respaldo nos próprios personagens que representam uma "nova classe C" idealizada pelo mercado e pelo sistema econômico. (MAURO, 2014, p.59)

Diante de tudo que foi exposto, a autora afirma que, é possível encontrar três conceitos básicos para que a análise discursiva aconteça:

- condições de produção, que envolvem a situação do enunciado e o contexto sócio-histórico-ideológico;
- formação ideológica, que diz respeito ao grupo de atitudes e representações relacionadas diretamente com a classe social, a política e economia de quem fala ou escreve;
- formação discursiva, que são as representações das formações ideológicas na linguagem.

Outras questões que não devem ser deixadas de lado quando aplicada a análise de discurso são a interdiscursividade e heterogeneidade, já que ambos os aspectos ligam-se de forma direta com a interação com outros discursos e com outros sujeitos. A interdiscursividade diz respeito a quando a relação discursiva não se manifesta apenas entre textos, como é o caso da intertextualidade, mas sim em outras dialógicas. Já a heterogeneidade, de acordo com Mauro (2014) está relacionada com textos ou discursos que consigam, de alguma forma ou por meio de algum recurso, alcançar um público heterogêneo. Isso quer dizer que o discurso, no caso empregado nas telenovelas, não é uma unidade fechada, mas sim uma rede abrangente e aberta.

Mauro (2014) apoia-se em Maingueneau (1989) para afirmar que a formação discursiva é aberta, instável e completamente heterogênea. Isso quer dizer que o discurso não é uma unidade fechada e concreta, mas sim um tipo de linguagem que acontece nas relações com outros discursos.

O autor acredita em um enunciado como pertencente a uma rede abrangente, na qual cada um deles estabelece elos com seu contexto imediato e também relações com outros enunciados pertencentes à mesma formação discursiva, encontrando-se em uma rede interdiscursiva. Porém, a aparente sincronia e linearidade da formação discursiva acarreta o apagamento do interdiscurso no discurso. Afirma ainda que toda formação discursiva é associada, de maneira geral, a uma memória discursiva, constituída de formulações que repetem, recusam e transformam outras formulações. Toda formulação estaria, então, na interseção de dois eixos, o vertical do domínio da memória,

e o horizontal da linearidade do discurso, que oculta o primeiro eixo (...). (MAURO, 2014, p. 61).

Baccega (1995) expõe que a interdiscursividade é uma parte constitutiva importante do discurso, já que tem um poder transformador na sociedade. “Essa cultura “pronta” nos é transmitida pela linguagem, principalmente a verbal, através da palavra. O fato de podermos construir o novo é uma possibilidade que também nos é dada sobretudo pela palavra.” (BACCEGA, 1995, p. 28). A autora expõe que a linguagem realiza uma mediação significativa entre o homem e a realidade objetiva. Isso quer dizer que as colocações de linguagem em um produto audiovisual, como é o caso das narrativas das telenovelas, media a relação que os indivíduos, de forma generalizada, tem com a realidade e o cotidiano.

Ela define que

O interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Para que minhas palavras tenham sentido é preciso que elas já façam sentido. E isto é efeito do interdiscurso: é preciso que o que foi dito por um sujeito específico, em um momento particular se apague na memória para que , passando para o “anonimato” , possa fazer sentido em “minhas” palavras. (BACCEGA, 1995, p. 27)

Portanto, essa linguagem das tramas das telenovelas é, para Baccega (1995), o elemento principal para que a telenovela consiga fazer o seu papel social e imersivo junto ao público. Entendemos por linguagem não só o texto, mas também os recursos técnicos, estéticos e escolhas de direção. Consideramos que a interdiscursividade entre tais itens é a engrenagem que faz as narrativas ficcionais funcionarem de forma efetiva.

Para a autora o indivíduo resulta de diversos discursos em que “(...) é paciente de uma pesada carga social, que atua ditatorialmente sobre cada um. Mesmo assim, a subjetividade é única, carrega os traços da especificidade do ser que reelabora essa carga e do universo a que ele pertence” (BACCEGA, 1995, p. 22). Isso revela o “(...) diálogo com os outros discursos, ao mesmo tempo em que (sic) revela a especificidade do discurso construído no processo” (BACCEGA, 1995, p. 27).

4.2 O discurso como prática social

O conceito de discurso faz-se muito relevante para este estudo, já que na comunicação, por exemplo, quando diz respeito à linguagem está tratando de representação do mundo. Além disso, quando o discurso é operado pela comunicação ou sinônimo dela, oferece uma base significativa para analisar esse elemento.

Fairclough (2001) coloca que o discurso é um modo de ação pelo qual as pessoas permitem-se agir sobre o mundo e sobre seus semelhantes, construindo, dessa forma,

um gama enorme de significados. Para o autor, o discurso consegue alcançar diferentes parcelas da sociedade porque insere-se de forma participativa em todas as práticas e eventos sociais dos quais os indivíduos participem, sendo, neste caso, as telenovelas um evento social em que as práticas são engajadas pelas manifestações do público espectador.

No estudo crítico da análise do discurso, Fairclough (2001) analisa diferentes práticas discursivas que acontecem em diversas organizações em decorrência de fatores sociais. Dessa forma, o discurso torna-se uma ferramenta para que os indivíduos possam agir sobre os outros, recriando o espaço social em que estão inseridos, “constituindo e construindo o mundo em significado” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91). Portanto é possível afirmar que o discurso é um meio para a interação social e para, a partir daí, recriar diversas realidades e contextos.

Segundo o autor, o discurso funciona como um modo de ação sobre o mundo e sobre os indivíduos que nele vivem. Ele mostra a articulação entre os textos e seus contextos sócio históricos e posiciona os sujeitos nas organizações como “sujeitos sociais”, que “vivenciam processos de interação e constroem sentido por meio da linguagem” (FAIRCLOUGH, 2001).

É devido a sua inter-relação que a dimensão da prática discursiva em minha teoria tridimensional pode mediar a relação entre as dimensões da prática social e do texto: é a natureza da prática social que determina os macroprocessos da prática discursiva e são os microprocessos que moldam o texto. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 115).

Para exemplificar o discurso como uma prática comunicacional de interação o teórico aborda dois aspectos. O primeiro deles são as ideologias que são construções da realidade que são criadas em diversas dimensões das práticas discursivas e que tem papel importante e ativo na produção, reprodução e transformação das relações. O segundo aspecto citado por ele diz respeito às hegemonias, ou seja, os eventos discursivos tem poder de influência sobre a hegemonia constituída. Ele especifica que ela é um ponto chave sobre os pontos de grande instabilidade entre classes e blocos para manter, construir ou destruir relações.

Diante desse panorama, podemos afirmar que o discurso da telenovela relaciona-se com os anseios e necessidades de um público que tem voz ativa e participação bem delineada. Por isso acreditamos que essa seja uma perspectiva tangível para entender o consumo das telenovelas brasileiras ao redor do mundo.

Além disso, o discurso deve ser concebido de modo heterogêneo, ou seja, uma única formação discursiva que contém uma série de repertórios, o que Maingueneau (1989) chama de interdiscurso.

De fato, uma formação discursiva não deve ser concebida como um bloco compacto que se oporia a outros (o discurso comunista contra o discurso democrata-cristão, por exemplo), mas como uma realidade 'heterogênea por si mesma. (MAINGUENEAU, 1989, p. 112).

A telenovela é também entendida como um produto no qual o discurso é híbrido por natureza, apresentando uma mistura de sons, imagens, diálogo com outras plataformas de mídia e misto de gênero. Desse modo, encontramos na telenovela um discurso sincrético, heterogêneo, dialógico e ideológico, que trabalha com a possibilidade real de transformação social.

Fairclough (2001) afirma também, além do que já foi explanado até aqui, que a prática discursiva é composta por uma tríade que abarca texto, prática discursiva e prática social. A prática discursiva é criada e constituída tanto de forma convencional como criativa e é mediada pelo texto e pela prática social. Isso quer dizer que ela é determinada pela prática social, mas também pode transformá-la em uma relação dialética de poder. Dentro disso, pode-se afirmar que a ideologia, de acordo com o autor, determina ações, mas também é transformada por elas. O discurso como uma prática ideológica cria, constrói, torna natural e transforma os significados do mundo.

Nessa lógica, o discurso funciona como um importante fator contribuinte para a constituição de todas as dimensões da estrutura social, de forma direta ou indireta, por meio da construção das identidades sociais, das relações sociais e para construir sistemas de conhecimento. Fairclough (2001) denomina essas funções como identificacional, relacional e ideacional. Essas passaram por transformações no decorrer dos anos e hoje são denominadas acional, identificacional e representacional.

O significado acional focaliza o texto como modo de (inter) relação em eventos sociais, aproxima-se da função relacional, pois a ação legítima/questiona relações sociais; o significado representacional enfatiza a representação de aspectos do mundo – físico, mental, social – em textos, aproximando-se da função ideacional; o significado identificacional refere-se à construção e à negociação de identidades no discurso, relacionando-se à função identitária (RESENDE ; RAMALHO, 2005, p. 40)

Portanto iremos realizar a análise da telenovela *Avenida Brasil* com base nesses paradigmas, utilizando também do conceito de *schemata*, que são estruturas cognitivas abstratas que ativam a memória de longo prazo, fornecendo condições para conhecimento (HOGAN *apud* PUCCI, 2013). Segundo este referencial teórico os elementos cognitivos

geram conhecimento não só por parte dos espectadores como também dos criadores do produto narrativo: autor, diretor, roteirista e demais participantes do processo.

Isso significa, de acordo com PUCCI (2013), que ao assistir a uma ficção narrativa os indivíduos usam os mesmos *schemata* utilizados na vida prática, em que o cérebro consegue construir agentes, sequências e objetos para adequar os fatos aos quais está sendo submetido a uma linguagem inteligível.

Igualmente, ao acompanhar uma narrativa, o cérebro encadeia os segmentos em termos de causalidade, construindo espaço e tempo homogêneos e, assim, transforma numa história coerente as discontinuidades entre segmentos, espaços e temporalidades que compõem o filme ou produto televisivo. (PUCCI, 2013, p.679)

Ainda,

Ao assistir a uma ficção audiovisual, o espectador processa dados que o levam a formular hipóteses sobre o que acontecerá. Num plano, o personagem aponta o revólver para o espaço off à sua direita e dispara; o espectador, por meio de *schemata* preestabelecidos, isto é, aprendidos, formula a alternativa de que o tiro acertará ou não o alvo, com uma hipótese a respeito (exemplificando: acertará); a consequência será provavelmente visualizada no plano seguinte, após o corte, como alguém a levar o tiro, que viria *da esquerda para a direita* da tela. Essa composição audiovisual é típica de narrativas clássicas. (PUCCI, 2013, p. 679)

Diante disso, investigaremos por que ao fugir da dinâmica conservadora e sem inovação das narrativas clássicas, *Avenida Brasil*, com sua trama de ritmo acelerado e sem redundância, chegou a um patamar não contestado de aclamação popular no Brasil, seu país de origem, e em outros países pelo mundo, como exemplificamos no capítulo anterior.

4.3 Avenida Brasil: analisando a telenovela

As telenovelas brasileiras têm passado por mudanças estratégicas de produção e de procedimentos narrativos, cada vez mais acentuados e significativamente relevantes em termo de construção das personagens, ritmo, desenvolvimento e escolhas estéticas. Tudo isso proporcionado, em partes, pelas novas opções em recursos tecnológicos. Os lugares estereotipados, que até então eram tradicionalmente fixos, estáveis e muito previsíveis, mostram-se atualmente nas tramas privilegiando a emergência de espaços que comportam personagens desdobradas, com percursos que se alternam, se confundem e se fundem o tempo todo.

As personagens não são mais maniqueístas, tendo em vista que misturam e entrelaçam traços de personalidades plurais e contemporâneas. Heróis e vilões criam e revelam imagens de identidades líquidas e cambiantes.

Na mesma direção disso é possível notar que inúmeros conflitos que usualmente eram mantidos e arrastados pela trama, a partir de agora são resolvidos de forma rápida e dinâmica e logo substituídos por outros. A antiga fórmula das telenovelas de se guardar e preservar segredos e revelações para os capítulos finais esgotou-se e tornou-se menos eficiente diante da realidade permeada por deslocamentos e mudanças de todo tipo.

O tempo de produção normalmente faz com que os primeiros capítulos de uma telenovela sejam elaborados esteticamente, mas sempre espera-se que essa sofisticação diminua no decorrer da trama, já que o ritmo de produção acelera, fazendo com que os recursos usados sejam mais simples rápidos e dinâmicos. Podemos encontrar aí a grande diferenciação de *Avenida Brasil* diante das outras telenovelas, já que essa expectativa não se cumpriu. E é considerando essas perspectivas que analisaremos e problematizaremos os novos lugares, estéticos e narrativos, do universo de *Avenida Brasil*.

É pertinente destacar que essa análise contemplará dois aspectos que consideramos diferenciais para que *Avenida Brasil* tenha sido sucesso de público e crítica no Brasil, tornando-se a telenovela brasileira mais exportada até o presente momento: narrativos, que abarcarão a análise da trama como um produto do gênero melodramático e os percursos das personagens principais diante disso; e estéticos, que trarão as diferenciações e particularidades da trama. Portanto, utilizaremos o conceito de significação acional (FAIRCLOUGH, 2001), em que analisaremos a estrutura da cena, incluindo a linguagem audiovisual, a composição das cenas e a relação e classificação das personagens com seus discursos melodramáticos.

A escolha das cenas deu-se de modo qualitativo, em que foram selecionadas aquelas que consideramos relevantes para nossa pesquisa, de modo que poderiam trazer aspectos importantes daquilo que buscamos investigar. Mas é valioso destacar que tentamos realizar a escolha de cenas que continham momentos relevantes para o desfecho da trama e também traziam como protagonistas Carminha e Nina.

Antes da análise, vale ressaltar que optamos por esse método porque acreditamos que não seja necessário fazer anotações sobre a obra inteira, como aconteceria se o objeto de análise fosse um filme, por exemplo. Isso porque, além do empreendimento absurdo de tempo em analisar categoricamente mais de cento e cinquenta horas de imagem,

acreditamos que uma análise proveitosa deve abarcar os elementos que façam-se necessários para que o problema da pesquisa seja solucionado.

4.3.1 A análise na prática

O primeiro ponto a ser analisado nesta pesquisa é a indistinção de fronteiras que definem as marcações previamente e tradicionalmente estabelecidas para o lugar de herói e vilão: zonas escuras que divagam entre os caminhos bons e maus e o jogo de ambiguidades estabelecido entre protagonistas que não possuem simplificações maniqueístas. Junto neste percurso encontram-se outras personagens da trama que o tempo todo colocam-se em questionamentos e entraves próprios da fragilidade do ser humano. Acreditamos que esse recurso, utilizado de maneira culminante em *Avenida Brasil*, fortalece mecanismos críticos e solidários no que diz respeito à identificação do público com a história.

Podemos ainda destacar que a trama de *Avenida Brasil* destacou-se consideravelmente em dois quesitos principais: a construção das personagens e o tratamento dado à representação de uma classe emergente que começou a ganhar destaque no país nos anos que antecedem a exibição da narrativa.

Dentro do que foi apresentado, conseguimos apontar que *Avenida Brasil* se articulou em todo seu decorrer em três fases tumultuadas e distintas, tanto em termos conteudísticos como em termos estéticos. A primeira que transcorre no ano de 1999 e diz respeito a origem de todo conflito que liga Carminha e Nina; a segunda fase, no tempo presente situado em 2012, em que Nina começa a executar o seu plano de vingança contra Carminha; e por último, a terceira parte da trama que é marcado por um rocambolesco desfecho de uma história que foi movimentada por inúmeras reviravoltas narrativas. Mas devemos frisar que essa esquemática linear não faz justiça à telenovela, que explorou como nenhuma outra havia feito até então, outros recursos que iam para além dos narrativos.

O que analisaremos na narrativa é a composição das imagens que chegavam ao público espectador. *Avenida Brasil* traz diversas cenas com elementos desfocados em primeiro plano, em que os *travellings* passavam por vários objetos até encontrarem e enquadrarem a personagem. Este recurso destoa muito do que é tido como padrão de composição audiovisual, já que objetos grandes eram colocados na frente do personagem ou eram enquadrados de tal maneira que escondiam parte considerável da cena a ser vista.



Figura 4 – Imagem do trecho analisado do capítulo 01

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/1875660/programa/>>. Acesso em 12 jan. 2018.

Nesta primeira cena selecionada “Salão da Monalisa com Tufão na TV” pode-se notar um pouco dessa estética sobre a qual tratamos como inédita até então. Podemos ver os objetos do primeiro plano desfocados, já que a cena que realmente tem importância é a que acontece no segundo plano. Isso é um recurso que se repete inúmeras vezes durante o decorrer da trama, desde o seu primeiro capítulo, que é o da imagem em questão, até o último.



Figura 5 – Imagem do trecho analisado do capítulo 102

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2052749/programa/>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

Nesta outra cena “Nina revela fotos de Carminha e Max” pode-se perceber que os elementos do primeiro plano, no caso o envelope com as fotos reveladas está desfocado e esconde quase que completamente o rosto da personagem, deixando aparente apenas os olhos, que estão em segundo plano, que carregam uma expressão de felicidade.



Figura 6 – Imagem do trecho analisado do capítulo 172

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2185414/programa/>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

Ainda mantendo essa mesma linha de análise, com a cena acima “Max ameaça Nina durante sequestro” podemos perceber que mais uma vez o elemento do primeiro plano, mesmo desfocado, esconde parte da cena principal.



Figura 7 – Imagem do trecho analisado do capítulo 172
Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2185414/programa/>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

No mesmo capítulo do exemplo anterior, na cena “Nina é levada para o cativeiro” podemos verificar os elementos do primeiro plano fazendo uma espécie de moldura para os acontecimentos principais da cena, funcionando muito bem para dar o enfoque ao que era considerado importante para direção da cena.



Figura 8 – Imagem do trecho analisado do capítulo 160
Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2161279/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

A cena “Tufão vai ao lixão” traz essa escolha estética muito bem impressa, já que a maior parte da “área útil” do quadro é composta por elementos de um primeiro plano completamente desfocado, enquanto que a personagem principal, no caso Tufão, aparece em um espaço muito pequeno. Aqui notamos mais uma vez a moldura feita pelo que está sendo desfocado para o acontecimento mais relevante a ser mostrado.

Essa estética, como podemos verificar, é bem comum às cenas de *Avenida Brasil*, já que em várias delas conseguimos encontrar locais movimentados, com pessoas, carros e objetos se sobrepondo da frente das personagens principais, isto é, colocando-se entre eles e câmera.

Outro ponto do padrão televisivo que não preocupou os produtores e diretores da telenovela foi a iluminação. Normalmente, durante a gravação de grande parcela das telenovelas brasileiras, são usados recursos técnicos para que a imagem fique clara e com visibilidade perfeita. Em *Avenida Brasil* a iluminação, ou a falta dela, foi usada como um recurso técnico e também como uma aliada da narrativa da trama.



Figura 9 – Imagem do trecho analisado do capítulo 99

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2047870/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.



Figura 10 – Imagem do trecho analisado do capítulo 99

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2047870/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

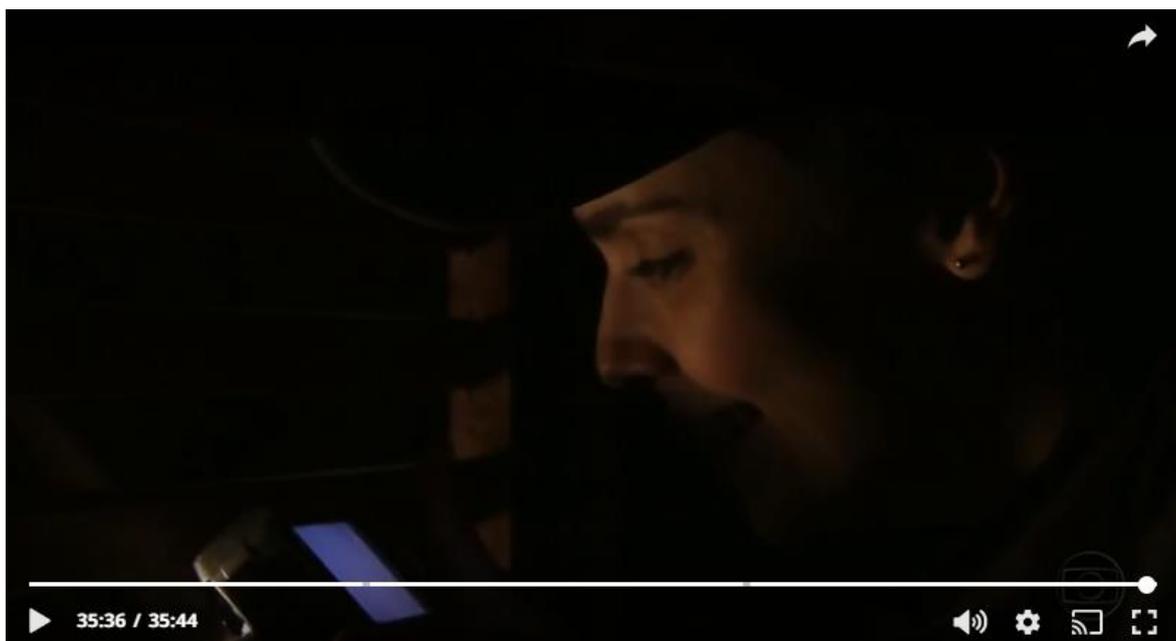


Figura 11 – Imagem do trecho analisado do capítulo

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2047870/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

Na sequência do capítulo noventa e nove “Nina fotografa Carminha e Max juntos” podemos notar o uso dessa falta de iluminação, ou como preferimos chamar de uso da luz natural do ambiente. Nesta sequência verificamos que durante a telenovela a escolha das luzes das cenas expressavam, causavam e revelavam emoções. Na cena número um percebe-se que a luz está diretamente no rosto de Nina, que está carregado de apreensão e ansiedade

diante do que seus olhos estão vendo. Na cena número dois vê-se que a traição e o prazer escondidos pelas frestas da janela estão sendo destacados. Já na cena três a face de Nina é iluminada apenas pelo visor da câmera fotográfica, revelando a satisfação e a alegria da personagem em ter conseguido alcançar seu objetivo.

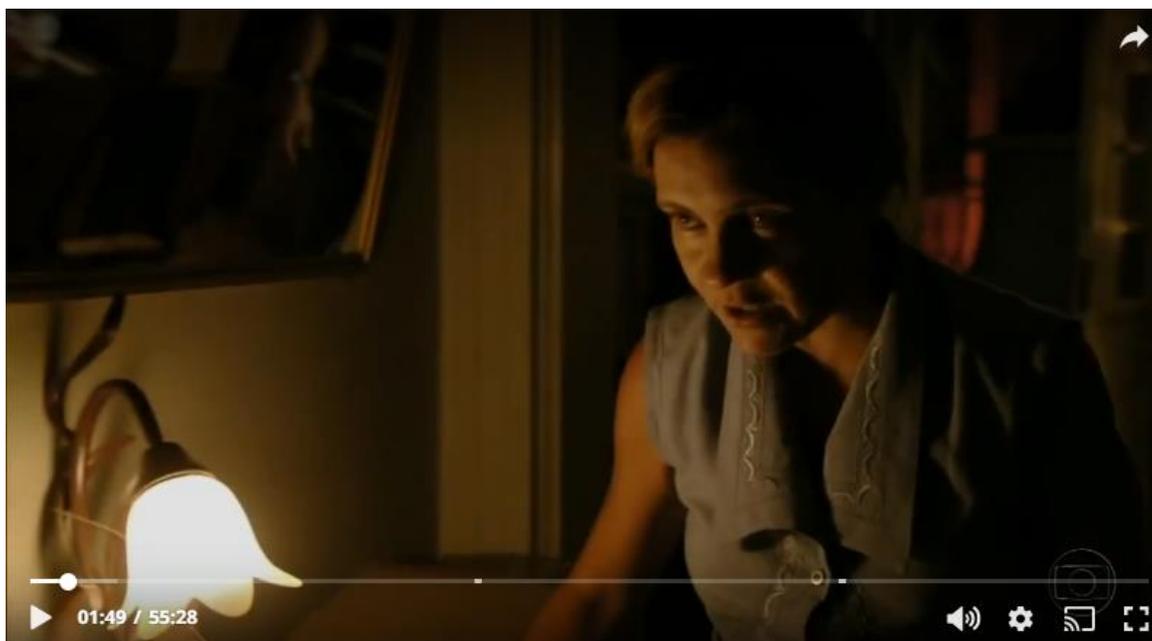


Figura 12 – Imagem do trecho analisado do capítulo 02

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/1877344/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

No segundo capítulo na cena “Carminha procura por Rita em casa” a iluminação é usada para ressaltar a maldade e a tirania da vilã. Verifica-se que a luz do abajur ilumina o rosto da personagem de baixo pra cima, um recurso comumente utilizado em cenas de tensão e filmes de terror. Diante disso, a telenovela *Avenida Brasil* trouxe momentos de tensão regados a um recurso constante que era a pouca iluminação, colocando as personagens em constante penumbra.

O que trouxemos esteticamente até este ponto foram cenas que ressaltaram a estética diferente e única, até então, de *Avenida Brasil*. Mas enfatizamos que a maioria das cenas escolhidas para exemplificação tem como personagens principais as protagonistas da trama, Nina e Carminha, com um objetivo: exaltar a tensão entre o bem e o mal.

As telenovelas tradicionais costumam exibir as condutas do bem e do mal (PALLOTTINI, 2012). Isso acontece para que a protagonista da narrativa carregue e transmita os valores que a sociedade considera correta, do bem, enquanto que a personagem antagonista apresente a conduta classificada como ruim, do mal. "Frequentemente têm-se visto ótimos dramaturgos que são obrigados a criar vilões absolutos ou heroínas angélicas, devido às

exigências do gênero" (PALLOTTINI, 2012, p.66). Até mesmo quando a protagonista tem defeitos, recurso usado para que a trama tenha mais verossimilhança, estes são aceitáveis e não imperdoáveis.

Esse tradicionalismo melodramático é um recurso que não foi incorporado na narrativa de Avenida Brasil. Nina tinha muitos defeitos e era capaz de abrir mão do amor verdadeiro, por exemplo, para que conseguisse viabilizar a vingança. Esse tipo de atitude jamais seria adequado para uma protagonista de um melodrama tradicional, em que a luta pelo amor verdadeiro é a principal batalha (SADEK, 2008, p. 25). Nina queria vingar-se a qualquer custo de Carminha, sua madrasta.



Figura 13 – Imagem do trecho analisado do capítulo 102

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2052749/programa/?s=46m34s>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

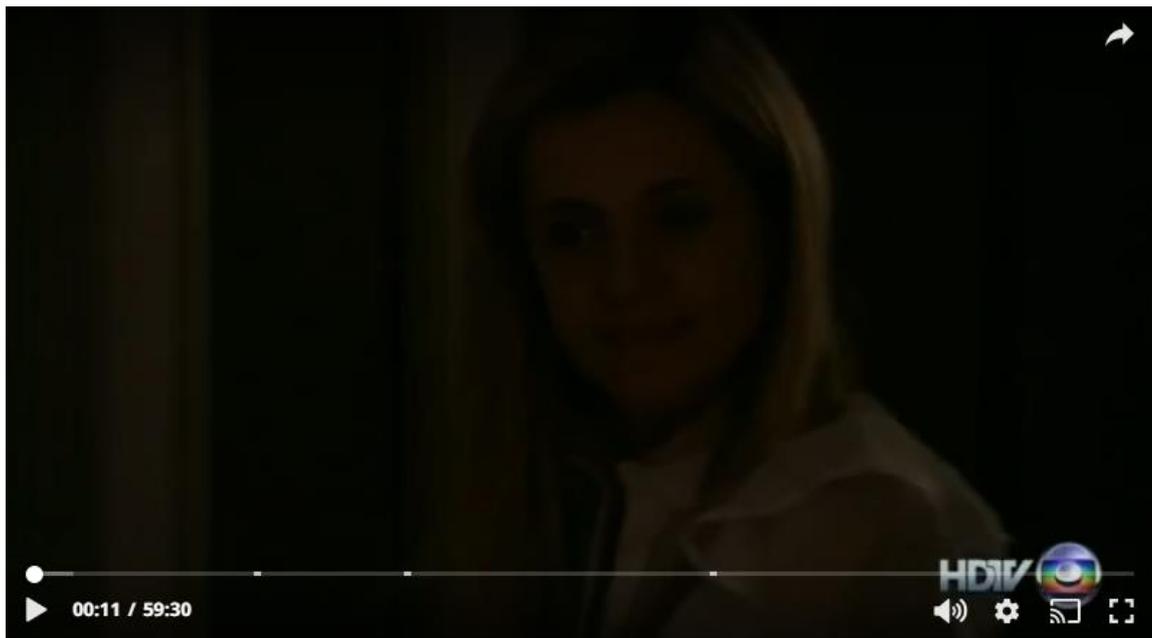


Figura 14 – Imagem do trecho analisado do capítulo 102

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2052749/programa/?s=46m34s>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

Nas cenas acima trazidas do capítulo cento e dois de *Avenida Brasil*, “Carminha revela que sabe que Nina é Rita”, a penumbra no rosto de ambas mostra que a protagonista também traz traços que nas narrativas tradicionais seriam caracterizados como vilania.

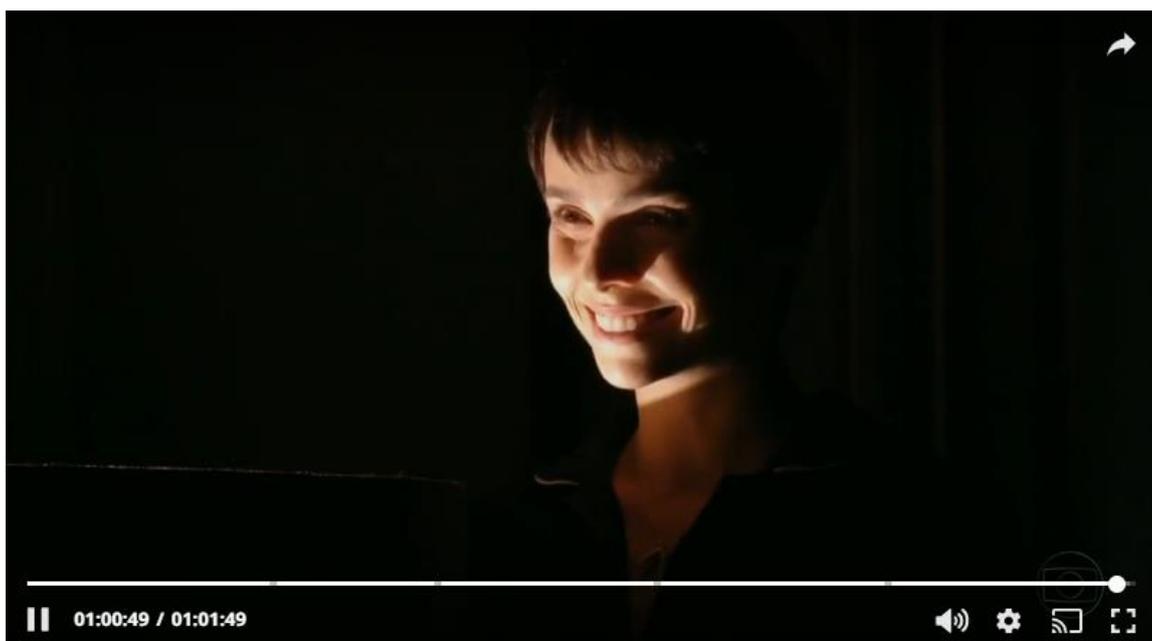


Figura 15 – Imagem do trecho analisado do capítulo 103

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2055056/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

Na cena “Nina reaparece para Carminha” podemos notar que Nina é iluminada por um abajur, como já citamos nesta pesquisa, recurso comum a filmes de terror. Essa cena muito se assemelha com a imagem já mostrada anteriormente com a vilã Carminha. Com isso, os recursos de iluminação da trama servem para mostrar a inversão de papéis, já que Nina passa a ser vilã, mesmo que por um período determinado, estando no comando das maldades.

Outro elemento estético que consideramos relevante na produção de *Avenida Brasil* é a câmera oscilante, sem tripé ou qualquer outro apoio firme, a “câmera na mão”. Este recurso fazia parte de um número considerável de cenas de tensão.

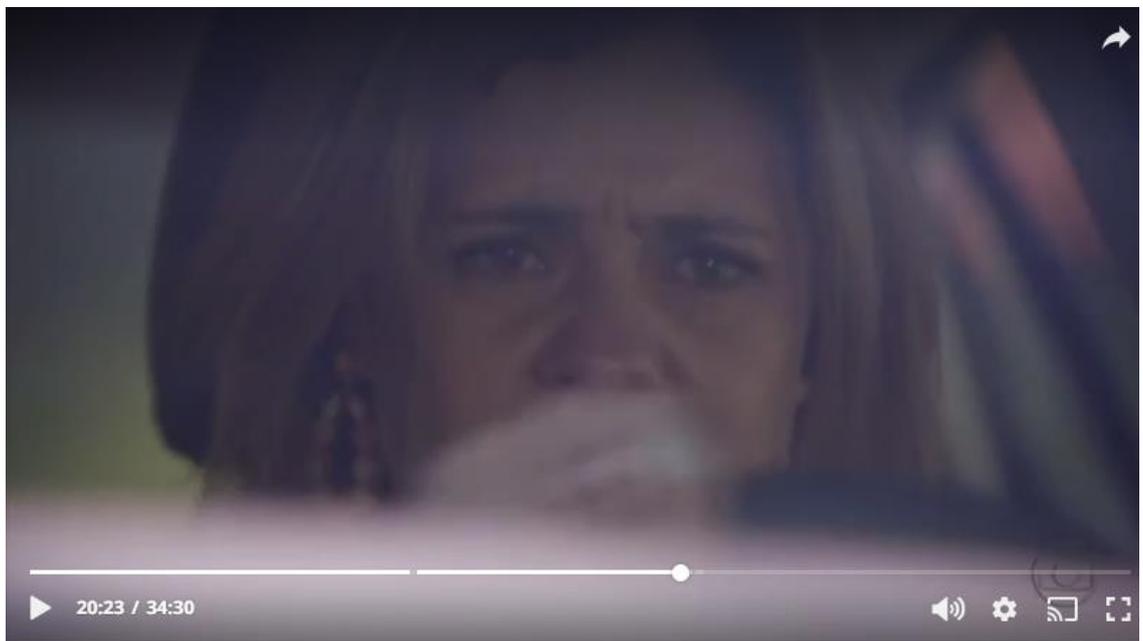


Figura 16 – Imagem do trecho analisado do capítulo 117

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2080632/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.



Figura 17 – Imagem do trecho analisado do capítulo 117

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2080632/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.



Figura 18 – Imagem do trecho analisado do capítulo 117

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2080632/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

Nas três imagens acima, extraídas do capítulo cento e dezessete de Avenida Brasil, a cena a qual chamamos “Carminha bate o carro” pode-se notar o que falamos acima sobre a movimentação livre da câmera. Após bater o carro, a vilã sai cambaleando de dentro do veículo e começa a andar sem direção enquanto a câmera segue junto com ela, balançando bastante e com movimentos nada sutis.



Figura 19 – Imagem do trecho analisado do capítulo 172

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2185414/programa/?s=06s>>. Acesso em: 15 jan. 2018.

Essa falta de câmera estática pode ser notada de modo muito presente nos últimos capítulos da narrativa. Esta cena em que “Max sequestra Nina e Carminha” é repleta de movimento. A câmera começa estática, e quando Nina, a protagonista, se exalta, a câmera começa a tremer, passando para o público o sentimento de medo e angústia que cerca a personagem.

A telenovela fez uso também de um recurso chamado *plongée* e *contra plongée*, câmera alta e câmera baixa respectivamente. Esses ângulos deixam explícitos as relações de superioridade e inferioridade entre personagens para deixar claro o momento em que cada um vive na trama.



Figura 20 - Imagem do trecho analisado do capítulo 102

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2052749/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.



Figura 21 - Imagem do trecho analisado do capítulo 102

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/2052749/programa/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

Um exemplo claro do uso dos ângulos de câmera é cena em que Carminha enterra Nina. Nina é mostrada de cima para baixo, afundando-a, o que a deixa, naquele momento, em posição inferior a Carminha que é filmada de baixo para cima, ressaltando-a.

Sobre a ótica dos *schemata* usados para que o público consiga reconhecer a trama, podemos encontrar o exato momento em que a trama clássica se desconcerta, dando espaço a um tipo de narrativa novo e ainda não reconhecido.



Figura 22 – Imagem do trecho analisado do capítulo 01

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/1875660/programa/>>. Acesso em: 14 jan. 2018.



Figura 23 – Imagem do trecho analisado do capítulo 01

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/1875660/programa/>>. Acesso em: 14 jan. 2018.

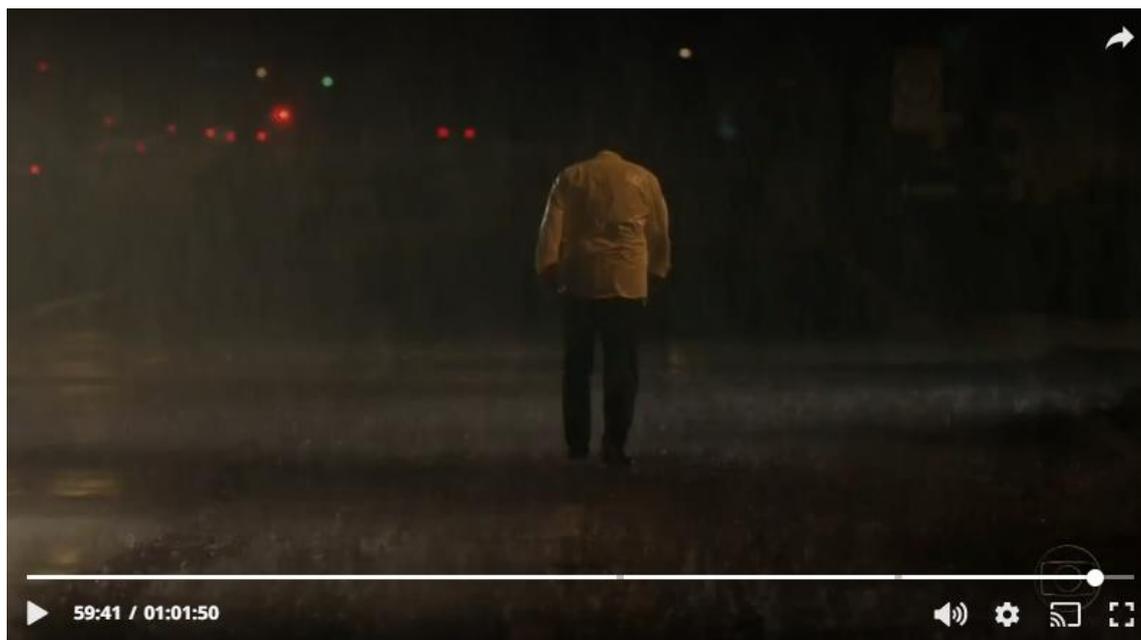


Figura 24 – Imagem do trecho analisado do capítulo 01

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/1875660/programa/>>. Acesso em: 14 jan. 2018.

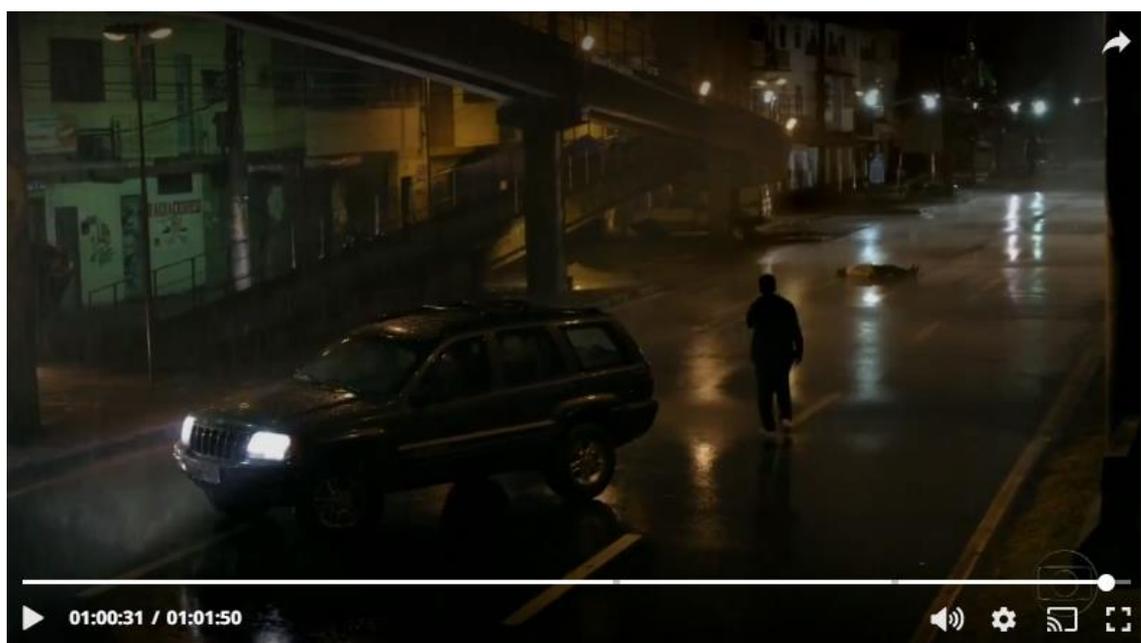


Figura 25 – Imagem do trecho analisado do capítulo 01

Fonte: <<https://globoplay.globo.com/v/1875660/programa/>>. Acesso em: 14 jan. 2018.

Nas duas cenas trazidas aqui em que dois primeiros quadros dizem respeito à cena do primeiro capítulo que mostra o “primeiro embate entre Carminha e Rita” e os outros dois quadros quando “Tufão atropela Genésio”, já trazem ao espectador as principais linhas dramáticas da trama. Na primeira, já é possível, logo no capítulo inicial, verificar o caráter maldoso e ruim da madrasta Carminha com a enteada Rita. Esse acontecimento colocado

assim, de modo tão precipitado para o receptor, rompe com as expectativas de uma narrativa clássica, causando assim um conflito no que tange os *schema* tradicionais. No outro trecho, ainda no primeiro capítulo, o público volta a se deparar com o enredo clássico, de forma que o cognitivo atue em prol de conseguir reorganizar o que está sendo visto.

O desconcerto ou rompimento clássico aparece novamente no final do sétimo capítulo, logo depois da passagem de mais de uma década desde os fatos dos capítulos iniciais. A partir disso, os núcleos de personagens multiplicam-se e os 172 capítulos que sucedem trazem o que Sadek (2008) chama de “avalanche de fatos” (SADEK, 2008, p.79).

Diante de toda a análise feita temos que deixar frisado aqui que talvez não tenha sido a primeira em que quebras de eixos narrativos tenham acontecido na televisão brasileira, mas a quantidade e a intensidade que isso se aplicou em *Avenida Brasil* era, até então, inédita na ficção televisiva brasileira. Esse *schema* não é usual nas narrativas ficcionais brasileiras, mas destacamos que isso não faz com a consagrada e tradicional linha narrativa que já tem garantida a aceitação do público seja rompida. Isso mostra que os *schemata*, usados dessa forma, revisam um objeto que já é de conhecimento de grande parte dos indivíduos.

Portanto, importa-nos a constatação de que *Avenida Brasil* realiza uma operação bem sucedida com *schemata* não comuns, como o que foi atestado pela audiência e pela crítica. As duas últimas cenas analisada aqui – primeiro conflito entre as protagonistas e atropelamento de Genésio – associam-se a esta hipótese. A primeira é clara e imediata quanto ao conflito principal da trama, o que pudesse talvez até passar a sensação de que o conflito seria solucionado rapidamente. A segunda, que traz uma clara configuração de filme *noir*, mostra a utilização de triplas quebras de eixo para um revisionismo televisivo.

5 CONCLUSÃO

Com o passar dos anos as produções televisivas, especificamente as telenovelas, foram aprimorando-se nas utilizações de recursos, mas o padrão clássico de se produzir narrativas ficcionais ainda impera no Brasil. O público ainda está adaptado a esse padrão, condicionado a entender com facilidade os acontecimentos da trama sem que aquilo cause nenhum estranhamento. Isso porque os produtores tem receio, talvez medo, de que inovações possam causar afastamento (SADEK, 2008).

O seu humano é tendencioso em uma busca natural pelo que já é conhecido, pelo que é familiar. Talvez por isso, formas de representação midiáticas, como o cinema e televisão, consigam ter uma audiência cativa por assemelhar-se com a realidade. A telenovela trabalha diretamente com o real, transformando situações que são palpáveis e romantizando-as, fazendo com que apresente um aspecto poético da realidade. Essas narrativas teleficcionais também podem ser chamadas de crônicas do cotidiano, já que os signos e sinais utilizados na sua produção estabelecem ligações da trama com a realidade da vida cotidiana dos indivíduos.

Além disso, a duplicidade das personagens principais, Nina e Carminha, se aproxima da realidade ao mostrar de modo enfático que no mundo natural ninguém é apenas bonzinho ou apenas malvado. As personalidades multifacetadas e com muita pluralidade das personagens causam identificação e receptividade no espectador. É fato que o que vemos na tela da televisão não é realidade, mas os espectadores esquecem-se desse detalhe e imergem na narrativa, entendo que a telenovela combina códigos para culminar na percepção de que aquilo seja real.

Mas talvez a queda de audiência das telenovelas da Rede Globo a partir da década de 1990 tenha dado coragem para que um ou outro autor arriscasse e inovasse na criação de um roteiro narrativo. Sendo assim, testando novas fórmulas e dando para o espectador enredos flexíveis. Assim, *Avenida Brasil* poderia ser apenas mais uma telenovela comum se não tivesse explorado e fizesse uso de forma bem aplicada de recursos audiovisuais incomuns. E essa combinação efetiva entre o comum, o tradicional, e recursos transgressores de forma adequada ganhou o público.

Avenida Brasil não passou apenas pelo território ficcional do gênero que deu origem às telenovelas, o melodrama, mas uniu sensações de suspense, medo e tensão, misturando e perpassando por outros gêneros ficcionais, como terror. Esses recursos que dissolveram as fronteiras do conhecido, do convencional, conquistando o público e a audiência. Unidos a um roteiro com personagens fortes e ritmo acelerado, esses recursos

fizeram sentido para que o telespectador não se dispersasse da história e acompanhasse de forma cada vez mais assídua a telenovela. Isso quer dizer que as pessoas não se distanciaram da diegese de *Avenida Brasil*, deixando-se levar pela trama, gerando a união incontestável entre roteiro e direção.

Temos que reforçar que o *plot* principal da trama, o amor de infância entre Nina e Jorginho, prevaleceu, assim como as narrativas clássicas melodramáticas, em que a busca pela vitória do amor verdadeiro é a principal luta das protagonistas. O autor, João Emanuel Carneiro inovou ambientando e valorizando o subúrbio, mas recorreu a princípios tradicionais para os desfechos da história de amor. Os telespectadores que, de acordo com Borelli e Priolli (2000), ansiavam pela volta dos princípios inabaláveis às telenovelas tiveram isso em *Avenida Brasil*. Todavia, isso foi feito com algumas inovações, sendo que o amor foi sim o fio condutor da trama, mas este não dependeu em nenhum momento do casamento para se concretizar.

Classificar *Avenida Brasil* como uma telenovela pós-moderna justifica-se nos momentos nos quais as personagens aparecem em seus ambientes de trabalho, como o Salão da Monalisa. Isso é uma inovação quando comparado aquelas telenovelas totalmente pautadas pelo melodrama e que se passavam em um ambiente completamente doméstico. E diante disso o peculiar da trama é que o principal conflito está focado justamente no ambiente doméstico e familiar. Para muitos críticos⁶⁷, *Avenida Brasil* foi a trama que conseguiu unir “todas as tribos” com a sua narrativa.

O que se pode notar, com base em pesquisas por sites especializados e por artigos acadêmicos⁶⁸, como por exemplo, “*O dia em que a internet congelou: apropriações de Avenida Brasil nas mídias sociais*”⁶⁹, “*O Protagonismo das Classes Populares na Telenovela Brasileira: uma reflexão a partir da ‘Avenida Brasil’*”⁷⁰ e “*O culto dos fãs online e a transformação de Avenida Brasil em um cult nacional*”⁷¹, é que *Avenida Brasil* ganhou a

⁶⁷ Disponível em: <<https://nilsonxavier.blogosfera.uol.com.br/2017/03/26/5-anos-de-avenida-brasil-como-explicar-seu-sucesso-e-por-que-nenhuma-novela-conseguiu-repeti-lo/>>. Acesso em: 21 jan. 2018.

⁶⁸ Ao fazer uma busca rápida por artigos acadêmicos que explorem a relevância que a trama de *Avenida Brasil* teve podemos encontrar mais 100 resultados significativos. Para esta dissertação, resolvemos citar três deles neste momento conclusivo.

⁶⁹ Disponível em: <<http://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=15169294&AN=82589398&h=cCqjN%2bT0WGudp3kwi5mhLzfUP%2b4D%2bYy4OgZobzzthOTmZ2LOAqd85Wp4Pwu%2b69FpXiCvwyVuITRp6b%2bWQ1ZSwg%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrINotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d15169294%26AN%3d82589398>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

⁷⁰ Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2046-1.pdf>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

⁷¹ Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/204>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

atenção dos telespectadores, que chegaram a se colocar em um estado de contemplação muito comum ao que é encontrado nos cinemas. As cenas foram construídas, unidas a um roteiro consistente, de modo a convidar o público para imergir na trama, sendo contagiado pelas emoções e sensações expressa pela tela da televisão.

Um dos diretores da narrativa, José Luiz Villamarin, afirma que *Avenida Brasil* é parecida com um filme argentino, “(...) simples, sem exagero e sem muitos movimentos de câmera. Não queremos que a câmera apareça e sim o ator, o texto e a história”⁷². Ele explica ainda que foi a primeira vez que uma telenovela exibida na faixa das vinte e uma horas é filmada com câmeras de cinema e lentes com distância focal fixa. Isso quer dizer que ao invés de mexer no zoom em uma cena, troca-se a lente para proporcionar uma imagem mais nítida e real. Para ele isso “(...) traz uma qualidade genial, fica muito mais bonito esteticamente e a fotografia fica melhor. É muito mais difícil de trabalhar, mas é o que queríamos de qualidade de imagem”⁷³. O diretor ainda completa afirmando que *Avenida Brasil* “(...) é extremamente brasileira”⁷⁴ e com uma trama capaz de tocar e emocionar o público.

Mas podemos afirmar que não foram apenas os recursos estilísticos que fizeram com que *Avenida Brasil* conquistasse o público nacional e internacional. Muitos aspectos da obra retrataram, mesmo que de forma hiperbólica algumas vezes, a realidade de muitas famílias no Brasil e em outros países no que diz respeito a ascensão social. Essa forte retratação das tendências sociais dialogaram com a realidade do momento em que a telenovela foi exibida fez com que a narrativa batesse na época de sua exibição recorde de quarenta e cinco pontos da pesquisa Ibope⁷⁵. Ainda neste sentido *Avenida Brasil* promove valores tradicionais, como a ascensão pelo trabalho e a honestidade, por meio de recursos estilísticos inovadores.

Foi a primeira novela coqueluche da Internet, vide os memes referenciando a trama, a “cascata” diária de “oióis” no Twitter (aos primeiros acordes do tema de abertura), as charges no Facebook, os bordões “é culpa da Rita!”, “me chamar de amendoim” e “hi hi hi”, os GIFs animados com as caretas de Carminha e suas frases de efeito, e os avatares “congelados” ao estilo das fotos dos personagens sobre o fundo com bolinhas coloridas, ao final de cada capítulo. Durante seus sete meses de exibição, a novela reuniu todas as noites, nas redes sociais, milhões de brasileiros ávidos em compartilhar opiniões em um mesmo sofá, virtual. O último capítulo parou o país, se não

⁷² Disponível em: < <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/Fique-por-dentro/noticia/2012/04/diretores-revelam-ingredientes-do-sucesso-de-avenida-brasil.html>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

⁷³ Disponível em: < <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/Fique-por-dentro/noticia/2012/04/diretores-revelam-ingredientes-do-sucesso-de-avenida-brasil.html>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

⁷⁴ Disponível em: < <http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/Fique-por-dentro/noticia/2012/04/diretores-revelam-ingredientes-do-sucesso-de-avenida-brasil.html>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

⁷⁵ Disponível em: <<http://dc.clicrbs.com.br/sc/entretenimento/noticia/2012/07/novela-avenida-brasil-expoe-instinto-de-vinganca-no-horario-nobre-3835229.html>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

literalmente, quase. Um fenômeno poucas vezes visto na história de nossa televisão. (NILSON XAVIER, 2017)⁷⁶

Nilson Xavier coloca ainda que “(...) ‘*Avenida Brasil*’ seja aquele caso raro de novela certa na hora certa. De quando o público encontra na ficção televisiva uma forma de extravasar a realidade de um momento político-sócio-econômico muito particular e favorável.” (NILSON XAVIER, 2007)⁷⁷. Este momento ao qual refere-se Nilson Xavier diz respeito a uma das prioridades do governo Lula, que era a inclusão da classe C no mercado de consumo através das políticas governamentais. Ou seja, o assunto principal da trama de *Avenida Brasil* era também a pauta política do país naquele momento.

Portanto, concluímos que *Avenida Brasil* é um exemplar de telenovela brasileira que retoma os valores tradicionais, já aclamados e aceitos pelo público, inovando em diversos aspectos importantes, criando uma trama com fluidez. Com sua trama complexa, recheada de estratégias diegéticas que funcionaram com eficácia e com a opção por recursos estéticos pertinentes, como a iluminação e o ritmo acelerado, *Avenida Brasil* despontou como um objeto importante de estudo, principalmente nesta pesquisa. Diante dessa obra, que caracterizou-se pela ousadia sem deixar de lado a comunicabilidade, a aceitação do público foi consideravelmente relevante a considerar os números da audiência.

Isso deu-se também, em menor proporção, é claro, no exterior. Isso porque essas possibilidades transformadoras e toda a multiplicidade da trama de *Avenida Brasil* conseguiu intercambiar culturas diferentes e diluir fronteiras geográficas importantes. Muito dessa boa aceitação no exterior deve-se, de certa forma, com a aproximação desta telenovela com as séries norte-americanas, tanto no roteiro – uma história de vingança que lembra muito o seriado *Revenge* – que trazia reviravoltas na trama a cada capítulo, quanto na estética. Amora Mautner, diretora de *Avenida Brasil*, fala dessa característica “(...) pegaram uma tendência mundial e que, na minha visão, deveria estar em tudo: a dinâmica dos seriados. Há uma grande trama central, que é tocada sem economia, como se cada capítulo fosse um episódio de série mesmo”⁷⁸. Este ponto, colocado por Amora como um dos fatores mais importantes na diferenciação de estética e direção, pode ser verificado no ritmo acelerado da trama e em como questões eram solucionadas com rapidez em cada capítulo, dando espaço para novos conflitos narrativos. Além disso, esse fator fez com que cada capítulo pudesse ser

⁷⁶ Disponível em: <<https://nilsonxavier.blogosfera.uol.com.br/2017/03/26/5-anos-de-avenida-brasil-como-explicar-seu-sucesso-e-por-que-nenhuma-novela-conseguiu-repeti-lo/>>. Acesso em 21 jan. 2018.

⁷⁷ Disponível em: <<https://nilsonxavier.blogosfera.uol.com.br/2017/03/26/5-anos-de-avenida-brasil-como-explicar-seu-sucesso-e-por-que-nenhuma-novela-conseguiu-repeti-lo/>>. Acesso em: 21 jan. 2018.

⁷⁸ Disponível em: <<http://www.ofuxico.com.br/noticias-sobre-famosos/amora-mautner-aposta-em-joia-rara-como-um-marco-em-sua-carreira-de-diretora/2013/09/16-181826.html>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

assistido de forma individual e que mesmo desse modo carregasse significação e causasse identificação junto ao público.

Avenida Brasil, alusão a uma das principais e mais movimentadas vias expressas do Rio de Janeiro, responsável por ligar a zona norte e a zona sul da cidade, fez exatamente isso com o público brasileiro: ligou todas as classes sociais em prol de um só produto televisivo. E mais do que isso, levou o Brasil para o mundo, causando uma identificação mútua e relevante por onde passou. Diferente do que previu na época o tradicional autor de telenovelas, Lauro César Muniz, que em entrevista disse que:

Não acredito nessa história de que é preciso fazer novela para uma classe inferior. Não existe isso. Esta novela que está no ar agora, 'Avenida Brasil', tem a intenção clara de falar com a classe C. Mas acho que isso é uma balela. Não acho que o público humilde quer se ver mais humilde na televisão. Ele quer se ver mais rico. Quem gosta de pobreza é intelectual... Não acho que eles queiram se ver. Acho até o contrário, ver lixão? Será que alguém quer ver lixão em novela? Eu não quero. (LAURO CÉSAR MUNIZ, 2012)⁷⁹

E ele estava errado, porque o grande público, no Brasil e no exterior, permitiu a entrada do lixão diariamente em suas casas através da tela da televisão. O caso de *Avenida Brasil* deixa claro que as telenovelas fazem parte da cultura cotidiana do público, mas que este está em busca sempre de algo novo e inovador.

Ao final deste estudo conseguimos entender um pouco do leque de fatores que levaram *Avenida Brasil* a alcançar o posto que alcançou, tanto no Brasil como fora do nosso país. Entre eles, podemos citar sucintamente o uso da classe C como protagonista, mas mais do que isso as escolhas estéticas que aproximaram a trama da fórmula dos seriados norte-americanos. Essas escolhas perpassaram de forma imperceptível pelo grande público, que acolheu e abraçou a história, mesmo ela estando repleta de uma mistura de novas e velhas linguagens de origens diferentes.

Sabemos que nessa altura fica a indagação sobre o porque de tanto esforço, estético e narrativo, na produção de uma telenovela se isso passa despercebido aos olhos do público? Mas ressaltamos que o público tem essa percepção sim, mas de forma diferente de nós, pesquisadores. Afinal de contas, para que se processem os estímulos recebidos por uma trama como a de *Avenida Brasil*, é preciso ativar *schemata* que consigam fazer relação do novo, que está sendo visto, com o já é conhecido, resultante de experiências anteriores.

Se o Brasil está ganhando o mundo através de suas telenovelas, como *Avenida Brasil*, que chegou a mais de cento e trinta países, é porque o mercado internacional vê neste

⁷⁹ Disponível em: <<http://br.tv.yahoo.com/blogs/em-off/ser%C3%A1-que-algu%C3%A9m-quer-ver-lix%C3%A3o-em-novela120645672.html>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

produto, tão tipicamente nacional, qualidade. Para terminar, concluimos que ainda são necessárias pesquisas de recepção que consigam definir exatamente como o público se comporta diante dos dados que foram apresentados.

REFERÊNCIAS

ANG, Ien. **Watching Dallas**. Soap Opera and the Melodramatic Imagination. London: Methuen, 1985.

ARRUDA, Neide Maria de. **Telas em toda parte**: um novo lugar de pesquisa da recepção de telenovela. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – Universidade de São Paulo. São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-31012014-161406/pt-br.php>>. Acesso em: 25 mai 2016.

BACCEGA, MARIA A. **Palavra e discurso**. História e Literatura. São Paulo: Ática, 1995.

BARBOSA, M. C. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. IN: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. **História da televisão no Brasil**: Do início aos dias de hoje. São Paulo: Editora Contexto, 2010. p. 15-35.

BAKHTIN, M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**. São Paulo: Hucitec/UnB, 1987.

BECKER, Beatriz; MACHADO, Arlindo. **Pantanal**: a reinvenção da Telenovela. IN: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Natal: 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0129-1.pdf>>. Acesso em: 7 jan 2018.

BORELLI, Silvia H. Simões. **Telenovelas brasileiras**: produção, flexibilidade, narrativa, recepção. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, ano 2, número 3, p. 106-117, 2005. Disponível em: <<http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/152/175>>. Acesso em: 25 jun 2015.

BORELLI, Sílvia. **Telenovelas Brasileiras** - territórios de ficcionalidade: universalidades e segmentação. In: V Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación (ALAIC), 2000, Santiago - Chile. Sociedad de la Información: convergencias, diversidades. Santiago - Chile: Universidad Diego Portales, v. 1. 2000, p.2-151. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/chile2000/16%20GT%202000Telenovela/silviaBorelli.doc>. Acesso em: 15 de out de 2017.

BORELLI, Silvia H. Simões e PRIOLLI, Gabriel (coords.). **A deusa ferida: por que a Rede Globo é campeã absoluta de audiência**. São Paulo: Summus, 2000.

BRAGANÇA, Maurício de. **Melodrama**: notas sobre a tradição/tradução de uma linguagem revisitada. ECO-PÓS, v.10, n.2, julho-dezembro, pp. 29-47, 2007.

BRAVO!, n.46, 2001.

BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão no Brasil hoje**: a multiplicidade da oferta. Trabalho apresentado no XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, 1998.

BROOKS, Peter. **The melodramatic imagination. Balzac, Henry James, Melodrama and the mode of Excess**. USA: Yale University Press, 1995.

CAMPANELLA, Bruno. A TV no Brasil: seis décadas e muitas histórias. **Matrizes**. São Paulo. v. 4, n. 2. p. 253-259. 2011. Disponível em <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/56/82>>. Acesso em 28 nov 2017.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas**. São Paulo, EDUSP, 3. ed., 2000.

COSTA, Ana Paula Silva Ladeira; FADUL, Ana Maria . **Fluxo internacional da telenovela brasileira: importação e recepção na Bolívia**. In: XIV Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, 2010, São Paulo. Celacom 2010, 2010. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/1_Celacom%202010/arquivos/Tra%20balhos/76Fluxo%20Internacional%20de%20Telenovela_AnaPaula_AnamariaFadul.pdf>. Acesso em: 14 abr 2016.

CRUZ, Breno de Paula Andrade. **“OI, OI, OI...”- O fenômeno ‘Avenida Brasil’**: Uma novela para a „classe c”. Enangrad. Setembro, 2013.

CURTIN, Michael. **Política de comunicação no século XXI**: do interesse nacional à gestão cultural. **Matrizes**, V. 9. N. 1. Jan-jun/2015. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/652/pdf>>. Acesso em: 04 jul 2015.

FADUL, A. . **Cultura e Comunicação: A Teoria Necessária**. In: Margarida Kunsch; Francisco de Assis Fernandez. (Org.). **Comunicação, Democracia e Cultura**. São Paulo: Loyola, 1989.

FADUL, Ana Maria. **Globalização cultural e o fluxo internacional da ficção televisiva seriada: o caso da telenovela brasileira**. IN: XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, Campo Grande, 2001. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/149680660873787011097826804836076224039.pdf>>. Acesso em: 02 jul. 2016.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Tradução: Izabel Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

FILHO, Daniel. **O Circo eletrônico: fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

GAINES, Jane. **Women and the cinematification of the world**. In: BULL, Sofia; WIDDING, Astrid Söderbergh (orgs.). *Not so silent: women in cinema before sound*. Estocolmo: Stockholm University, 2010. p. 20-38.

GRECO, Clarice. . **O Culto dos Fãs Online e a Transformação de Avenida Brasil em um Cult Nacional**. REVISTA GEMInIS , v. 2, p. 63-78, 2014. Disponível em: <[http://www.geminis.ufscar.br/download/jornada_internacional_geminis_entretenimento_transm%C3%ADdia_\(jig_2014\)/produ%C3%A7%C3%A3o_de_f%C3%A3s_e_cultura_participativa/O%20culto%20dos%20f%C3%A3s%20online%20e%20a%20transforma%C3%A7%C3%A3o%20de%20Avenida%20Brasil%20em%20um%20cult%20nacional.pdf](http://www.geminis.ufscar.br/download/jornada_internacional_geminis_entretenimento_transm%C3%ADdia_(jig_2014)/produ%C3%A7%C3%A3o_de_f%C3%A3s_e_cultura_participativa/O%20culto%20dos%20f%C3%A3s%20online%20e%20a%20transforma%C3%A7%C3%A3o%20de%20Avenida%20Brasil%20em%20um%20cult%20nacional.pdf)>. Acesso em: 25 jun 2016.

HAMBURGER, Esther. *Diluindo Fronteiras: televisão e as novelas no cotidiano*. IN: MORITIZ, Lilian. **A vida privada no Brasil 4**. São Paulo. Cia das Letras: 1998.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado: a sociedade da telenovela**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

HUPPES, Ivete. **Melodrama: o gênero e sua permanência**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.

NOGUEIRA, Lisandro. **O Autor na Televisão**. Goiânia: Ed. Da UFG; São Paulo: Edusp, 2002.

KEHL, Maria Rita. Eu vi um Brasil na TV. IN: KEHL, Maria Rita Kehl, COSTA, Alcir H., SIMÕES, Inimá F. (ORGS), **Um país no ar: História da TV brasileira em três canais**. São Paulo/Rio de Janeiro: Brasiliense/Funarte, 1986.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **A Telenovela Brasileira: uma Narrativa Sobre a Nação**. Revista Comunicação & Educação, 25, 2003.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Para uma Revisão das Identidades Culturais em Tempos de Globalização. In: LOPES, M. I.V. (org). **Telenovela, Internacionalização e Interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo; MUNGIOLI, Maria Cristina. Brasil: a telenovela como fenômeno midiático. In: LOPES, M. I.V.; OROZCO-GÓMEZ, G. (Coord.). **Memória social e ficção televisiva em países ibero-americanos: anuário Obitel 2013**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 129-167.

MACEDO. Renata Guedes Mourão. **A ascensão social da “gata borralheira”**: uma discussão sobre a recepção da telenovela Cheias de Charme entre empregadas domésticas. IN: I Encontro Nacional de Estudos do Consumo. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<http://www.sisgeenco.com.br/sistema/enec/enec2012/ARQUIVOS/GT3-190-141-20120820235459.pdf>>. Acesso em: 06 jan. 2018.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. Tradução: Freda Indursky. Campinas: Pontes/UNICAMP, 1989.

MARQUES DE MELO, José. **As telenovelas da Globo: produção e exportação**. São Paulo: Summus, 1988.

MARQUES DE MELO, José. **Televisão Brasileira: 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção**. São Paulo: Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação, Cátedra UNESCO/Memorial da América Latina, Globo Universidade, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús e MUÑOZ, Sonia (coord.). **Televisión y melodrama**. Bogotá: Tercer Mundo Ed., 1992.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios e las mediaciones**, México, Gustavo Gilli, 1993.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Telenovela: internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús e REY, German. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora Senac, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARX, Karl H.; ENGELS, Friedrich. (1845-1846). **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007.

MATTOS, Sérgio. **Um Perfil da TV Brasileira**. Salvador: A Tarde/Associação Brasileira de Agências de Propaganda, 1990.

MAURO, Rosana. **Aspectos da midiaticização e do consumo e do sentido de classe social na telenovela: a representação da “nova classe C”**. Dissertação de mestrado, São Paulo: ECA – USP, 2014.

MEIRELLES, Clara Fernandes. **Melodrama, gênero dramático e linguagem televisiva: uma análise à luz de Bakhtin**. IN: ECO-PÓS, v. 10, n. 2, p. 146-161, 2007. Disponível: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/1023/963>. Acesso em: 7 jan. 2018.

MOTTER, Maria de Lourdes **Ficção e realidade: a construção do cotidiano na telenovela**. São Paulo: Alexa Cultural, Comunicação e Cultura – Ficção Televisiva, 2003.

NOGUEIRA, Lisandro. **O Autor na Televisão**. Goiânia: Ed. Da UFG; São Paulo: Edusp, 2002.

OLIVEIRA JR, Luiz Carlos. Em defesa do melodrama. In: **Douglas Sirk, o príncipe do melodrama**. São Paulo: Centro Cultural Banco do Brasil; Ministério da Cultura, 2012. p. 39-48.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

PUCCI JUNIOR, Renato Luiz. **Inovações estilísticas na telenovela: a situação em Avenida Brasil**. XXII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal da Bahia. Junho/2013. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/16648>>. Acesso em: 20 mai 2016.

RAMOS, José Roberto. **60 anos de telenovela no Brasil: um olhar cultural e crítico**. ANIMUS: Revista Interamericana de Comunicação Mediática. v. 11, n. 22, p. 394-411, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/index.php/animus/article/view/7308>>. Acesso em: 12 out 2017.

REBOUÇAS, Roberta de Almeida e. **Telenovela, história, curiosidades e sua função social**. 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/7o-encontro-2009-1>. Acesso em: 05 dez 2017.

RESENDE, Viviane de Melo ; RAMALHO; Viviane C. V. Sebra. Análise de discurso crítica: uma reflexão acerca dos desdobramentos recentes da teoria social do discurso. **Revista ALED**, Colombia, n. 1, p. 27-50, 2005. Disponível em: <http://aledportal.com/revistaaled.html/2148_resende_at>. Acesso em: 16 jan. 2018

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. **História da televisão no Brasil: Do início aos dias de hoje**. São Paulo: Editora Contexto, 2010. p. 15-35.

SOBRAL, Jaqueline. **O protagonismo das classes populares na telenovela brasileira: uma reflexão a partir de “Avenida Brasil”**. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2046-1.pdf>>. Acesso em: 13 jun 2016.

ROCHA, Marlúcia Mendes. **Telenovela: técnicas de criação do popular e do massivo**. 2009, 190 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/5213>>. Acesso em: 03 jan. 2018.

SADEK, José Roberto. **Telenovela Um Olhar do Cinema**. São Paulo: Summus, 2008

SILVA, Lourdes. **Melodrama e telenovela: dimensões históricas de um gênero/formato**. In: 9º, 2013, Ouro Preto. Encontro Nacional de História da Mídia, 2013. v. 1. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/melodrama-e-telenovela-dimensoes-historica-de-um-genero-formato>>. Acesso em: 02 jan. 2018.

SINGER, Ben. **Melodrama and Modernity – early sensational cinema and its contexts**. Nova York: Columbia University Press, 2001.

SOUZA, Maria Carmem Jacob de. **Analisando telenovelas**. RJ, E-papers, 2004.

STRAUBHAAR, Joseph. As múltiplas proximidades das telenovelas e das audiências. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Telenovela: Internacionalização e Interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004.

TÁVOLA, Artur da. **A Telenovela Brasileira: História, Análise e Conteúdo**. São Paulo: Globo, 1996.

THOMASSEAU, Jean-Marie. **O Melodrama**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

TONDATO, Marcia Perecin. **Telenovelas exportadas**. IN: XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1998. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/0c6f28cc27f89a01f7c94d145f361665.PDF>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

TONDATO, Marcia Perecin. Viajando com a telenovela: o turismo ficcional como ampliação de universos simbólicos e materiais. IN: **Revista Comunicación**, v. 1, n. 10, p. 1031-1046, 2012. Disponível em: <<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/36457/Pages%20from%205-12.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 21 out 2017.

VOLPI, Heron Cristiano Mairink. **Uma avenida de exportação: o êxito ao aliar as técnicas do drama seriado contemporâneo e as raízes melodramáticas**. Revista Temática, Ano X, n. 10, Outubro/2014. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>>. Acesso em: 20 mai 2016.

XAVIER, Ismail. **O olhar a cena: melodrama, Hollywood, cinema novo**, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

XAVIER, Phillipe. **Muito além do final feliz: a trajetória e a consolidação da telenovela como um produto cultural**. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio

de Janeiro, 2015. Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0115-1.pdf>>. Acesso em: 25 mai. 2016.