



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
ESCOLA DE TEATRO E ESCOLA DE DANÇA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES CÊNICAS**

**MARIA DE FÁTIMA BARRETTO BASTOS**

**A NOTÍCIA FAZ A CENA:  
Noticiário jornalístico  
e telenovela brasileira**

Salvador- Bahia  
2010

**MARIA DE FÁTIMA BARRETTO BASTOS**

Bacharela em Comunicação – Jornalismo, 1982

Mestre em Artes Cênicas – Teatro, 2003

Universidade Federal da Bahia

**A NOTÍCIA FAZ A CENA:  
NOTICIÁRIO JORNALÍSTICO  
E TELENOVELA BRASILEIRA**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas, Escola de Teatro e Escola de Dança, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do Grau de Doutora em Artes Cênicas.

Orientador: Prof. Dr. Armindo Jorge Bião

Salvador - Bahia

2010

Escola de Teatro - UFBA

Bastos, Maria de Fátima Barretto .  
A notícia faz a cena: noticiário jornalístico e telenovela brasileira /  
Maria de Fátima Barretto Bastos. - 2010.  
225 f.

Orientador: Prof. Dr. Armindo Jorge de Carvalho Bião.  
Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Escola de Teatro,  
2010.

1. Telenovela. 2. Jornalismo. 3. Melodrama. 4. Merchandising. I.  
Universidade Federal da Bahia. Escola de Teatro. II. Bião, Armindo  
Jorge de Carvalho. III. Título.

CDD 791.4550981



**Serviço Público Federal**  
Escola de Teatro da UFBA/ Escola de Dança  
Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas

**TERMO DE APROVAÇÃO**

**MARIA DE FÁTIMA BARRETTO BASTOS**

**“A NOTÍCIA FAZ A CENA: NOTICIÁRIO JORNALÍSTICO E TELENOVELA  
BRASILEIRA”.**

Tese aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Artes Cênicas,  
Universidade Federal da Bahia, pela seguinte banca examinadora:

Prof. Dr. Armindo Jorge de Carvalho Bião (orientador)

Prof. Dr. Luiz Cláudio Cajaíba Soares (PPGAC/UFBa)

Prof. Dr. Nadja Magalhães Miranda (FACOM/UFBa)

Prof. Dr. Rita de Cássia Aragão Matos (IHAC/UFBA)

Prof. Dr. Isa Maria Faria Trigo (UNEB)

Salvador, 12 de maio de 2010.

Dedico este trabalho aos meus saudosos e queridos pais  
Jenner Barretto Bastos e Léa Da Rin Barretto Bastos,  
que me inspiraram ética e prazer em saber.

## AGRADECIMENTOS

Expresso minha gratidão especial ao meu orientador Prof. Dr. Armino Jorge de Carvalho Bião, por ter me acolhido sob sua preciosa orientação, gesto que foi decisivo para que eu fosse aceita no Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas da UFBA, instituição para onde estendo meu agradecimento, pelo apoio recebido do corpo docente e de funcionários, assim como à agência financiadora Capes que me concedeu quatro meses de bolsa, para que eu pudesse finalizar a tese.

Agradeço aos meus alunos do curso de extensão de crítica de teatro, intitulado *Análise de Espetáculo Teatral (Teoria e Prática)*, que foram muito incentivadores para meus esforços de cumprir com êxito o estágio doutoral exigido pelo programa. Sou imensamente grata por ter contado com a generosa participação dos professores doutores José Antônio Saja e Armino Jorge de Carvalho Bião, que, em momentos distintos, proferiram palestras, respectivamente, sobre o mito grego de Asklépio e sobre temas da Etnocologia, no referido curso, orientado pelo professor doutor Sérgio Farias a quem também devo agradecer.

Desejo manifestar minha gratidão aos membros da Banca Examinadora desta tese, integrada pelos professores doutores Rita Aragão, Isa Trigo, Cláudio Cajaíba, Nadja Miranda e Armino Bião, pela disposição de assumirem mais esta tarefa entre tantos afazeres de que se ocupam em seus ofícios de multiplicadores e construtores do conhecimento.

Muito obrigada aos familiares que me apoiaram, especialmente Bete, Raimundo, Natália, Ângela, Maria Lúcia, Vera, Jenner, Marcelo e Carolina, também aos amigos Sarah, Tina, Mara Michele, Elia, Leda, Isis, Fred e Vinícius, e ao meu namorado Edilton, este que sempre está disponível para me dar uma mão, grande força e muitos carinhos.

Grata, mesmo, a todos.

*Penso que seria importante que os intelectuais tomem consciência de que, em sua relação com a televisão, o que está em jogo não é apenas seu ego, sua notoriedade atual ou potencial, mas algo infinitamente mais importante politicamente: a possibilidade de instituir um contrapoder crítico eficaz, capaz de se exprimir em nome do maior número de pessoas, as conquistas mais sofisticadas e mais avançadas da pesquisa científica e artística ou, mais simplesmente, a possibilidade de oferecer a todos os homens e mulheres de todos os países um acesso mínimo aos produtos mais raros e mais nobres da reflexão humana.*

*(Pierre Bourdieu)*

**BASTOS, Maria de Fátima Barretto.** A notícia faz a cena: noticiário jornalístico e telenovela brasileira. 225 p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.

## RESUMO

O estudo trata do fenômeno de apropriação de temáticas e convenções formais do noticiário jornalístico pela telenovela brasileira produzida na atualidade. Procura-se compreender as interfaces geradas entre as instâncias, a priori ontologicamente separadas, ficção e realidade, que se revelam por meio das interseções entre dramaturgia e jornalismo, na elaboração do produto midiático de expressiva relevância na dinâmica da vida nacional. A prática da teledramaturgia contemporânea de beber nas fontes jornalísticas para a elaboração de seu formato mais prestigiado – a telenovela – é acompanhada também do fenômeno em vetor contrário: o produto ficcional inspira as pautas jornalísticas, evidenciando aí a existência de um *processo de retroalimentação contínuo*. A migração de pautas temáticas se dá nos dois sentidos, revelando influência mútua. A *teoria das mediações*, formulada por Jesús Martín-Barbero, é o alicerce deste trabalho, que adota a categoria *fato-notícia*, como uma *mediação* no processo comunicacional complexo, que envolve *produção, produto e recepção* da telenovela, como instâncias em interação. O uso do *noticiário* – entendido como *fonte de mediação*, a partir do que sugere Orozco Gómez – ocorre por meio da absorção de acontecimentos verídicos publicizados, para o interior da narrativa ficcional dos *telefolhetins*, cada vez em espaços temporais mais curtos, indicando movimento de aproximação em direção da dinâmica própria de elaboração da notícia

jornalística, que persegue o “tempo real”, desde a entronização das tecnologias de comunicação eletrônico-digitais. Tendo em vista que o *merchandising social*, ferramenta socioeducativa enxertada nas tramas da telenovela, é um dos pontos da interseção entre realidade e ficção, procede-se a uma análise com base neste enfoque da dialógica entre jornalismo e teledramaturgia. Designado genericamente por *edutainment* (produto híbrido de educação e entretenimento), o *merchandising social*, além de sua característica de instrumento publicitário, sugerida até mesmo pelo próprio nome, também avança no sentido de absorver *as funções sociais do jornalismo*, de informar, esclarecer, difundir, levantar questões e promover o debate e a confrontação de opiniões. A aderência quase obrigatória deste recurso de elevado poder de persuasão às narrativas das telenovelas, a partir da década de 1990, indica o surgimento de um *subgênero teledramatúrgico*. A construção estética da telenovela atualiza a codificação de origem do melodrama, com alterações mais de acordo com a *doxa* contemporânea, relativizando os pólos tradicionais do *bem* e do *mal*, embora sua arquitetura de base se configure nos termos esquemáticos de raiz, de onde se aproximam ou se distanciam oportunamente, ao sabor de adequações que preservem o seu poder de empatia com as megaudiências. A atualização da estética bicentenária ao formato do telemelodrama contemporâneo se processa pela intimidade que a abordagem ficcional estabelece com o jornalismo. Assim, pode-se afirmar que, também, é *mediada pelo fato-notícia*, que parece estender seus tentáculos aos domínios da ficção num movimento de sobrevida da notícia fugaz, efêmera e com prazo de validade a se extinguir no momento seguinte.

**Palavras-chave:** Telenovela; Jornalismo; *Merchandising social*; Melodrama.



## ABSTRACT

The study concern of phenomenon appropriation of thematics and formals conventions journalistic new section by brazilian soap opera produced in the present time. It purpose understand connections faces created between instances, at first ontologically separated, fiction and reality, that to reveal by means of intercessions between dramatic art and journalism, in the construction of media product with expressive importance in dynamic national life. The practice of contemporary teledramatic art consist to drink in journalistic fountains to elaboration of your more respected format – the soap opera – also it's following of phenomenon in contrary direction: the fiction product inspire journalistic guide lines, evidencing there the existence of one continue retro feeding process. The migration of thematic guide lines happen in two directions, reveling mutual influence. The mediations theory, formulated by Jesús Martín-Barbero is the support of this work, that adopt the category *fact-report*, like *mediation* in the complex communicative process, that envelop *production, product and reception* of soap opera, like instances give-and-take. The use of notary – understood like *mediation's fountain* as of that suggest Orozco Gómez – occur by way of absorption of veracious events published, to interior narrative fictional of literary column, more and more in temporal spaces more short, indicating approximation movement in direction specific dynamic of elaboration of journalistic news, that pursue the “real time” since the enthronement of technologies electronic digitals of communication. To aim at the *social merchandising*, social educative tool implanted in the soap opera's schemes that is one of the intersection's points between reality and fiction, to originate by analysis based in this focus of logic feedback between journalism and teledramatic art. Designated generically by *edutainment* (product hybrid of education and entertainment), the *social merchandising*, beyond of characteristic of advertising instrument, suggested even for own name, also, advance in the sense of absorb the social functions of journalism, to inform, to clarity, to diffuse, to take up questions and promote debate and opinions confrontation. The adherence almost obligatory of this recourse with elevated persuasion's power to narrative soap opera's, starting 1990 decade, indicate the appearance of one *subgenre teledramatic*. The esthetic construction of soap opera modernize the codification of origin of melodrama, with alterations according with contemporary *doxa*, become relative the traditional poles of good and evil, although, your base's architecture to take shape in root's schematic thermo, from witch approach or distance opportunely, to the beat of adequateness that preserve the power of identification with mega audiences. The modernization of bicentennial esthetic in contemporary telemelodrama format proceeds about intimacy that the fictional approach establishes with journalism. In this manner, it was made that, also, it's mediated by *fact-news* that looks like stretch the tentacles to dominion of fiction, in one movement of survive of transitory and ephemeral news, and with time limit extinguished in the following moment.

**Key words:** Soap opera; Journalism; *Social merchandising*; Melodrama.

## RÉSUMÉ

L'étude s'occupe du phénomène de l'appropriation des thèmes et des conventions formelles du journalisme par la *telenovela* brésilienne produite de nos jours. On cherche à comprendre les interfaces entre deux domaines différents, *a priori*, la fiction et la réalité, ontologiquement distincts, à travers les intersections entre drame et journalisme, au sein de la production de *médias* de pertinence significative dans la dynamique de la vie nationale. La quête des sources journalistiques par la télé-dramaturgie brésilienne contemporaine pour la préparation de son format le plus prestigieux – les *telenovelas* – est aussi accompagnée dans le sens inverse: la fiction inspire le journalisme. Ainsi, le processus d'interaction continue. La migration des lignes directrices thématiques se produit dans les deux sens, révélant l'influence mutuelle. La théorie de la médiation, de Jesús Martín-Barbero, est le fondement de ce travail, qui adopte la catégorie *faits-nouvelles*, en tant que médiateur dans le processus de communication complexe qui implique la production, le produit et la réception de la *telenovela*. L'utilisation des nouvelles – comprise comme une source de médiation, selon Orozco Gómes – se fait par l'absorption de la vérité des événements médiatisés, dans le récit de fiction – dans des délais à chaque fois plus courts. On suit ainsi la dynamique contemporaine de "temps réel" qui s'affirme depuis l'intronisation des technologies de communication et de l'électronique numérique. Considérant que le *merchandising social* est un outil socio-éducatif greffé dans les *telenovelas* et, aussi, un des points d'intersection entre la réalité et la fiction, l'analyse se traduit par une approche du dialogue entre les journalistes et les émissions dramatiques télévisées. Désignés génériquement par *edutainment* (hybride d'éducation et divertissement), le *merchandising social*, au delà de son caractère d'instrument de la publicité, suggère de par sa désignation même, se déplace également afin d'absorber les fonctions sociales du journalisme, d'informer, d'éclairer, de poser des questions et d'encourager le débat et la confrontation des opinions. L'adhésion quasi obligatoire à cet outil de grande puissance de persuasion par les *telenovelas* depuis les années 1990 indique l'émergence d'un sous-genre de télé-dramaturgie. La construction esthétique de la mise à jour par la *telenovela* des codes sources du mélodrame, avec des changements plus en ligne avec la doxa contemporaine, relativisant les pôles traditionnels du bien et du mal, même si son architecture de base est mis en place de manière radicale, s'adapte aux nouveaux saveurs qui permettent de préserver le pouvoir d'empathie avec les mega-publics. La mise à jour du mélodrame bicentenaire à l'esthétique contemporaine se fait à travers l'intimité que l'approche de fiction établit vers le journalisme. Ainsi, on peut dire que cette esthétique est médiatisée par les *faits-nouvelles*, qui semblent étendre ses tentacules aux domaines de la fiction dans un mouvement de survie des nouvelles fugaces, éphémères, valables pour trop peu de temps, pour s'éteindre l'instant d'après.

**Mots-clés:** Journalisme; Mélodrame; *Telenovela*; *Merchandising Social*.

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>Apresentação.....</b>	<b>12</b>
<b>2.</b>	<b>Introdução.....</b>	<b>13</b>
2.1	Objetivos do estudo.....	13
2.2	Âncoras teórico-metodológicas para estudo de obra multidualógica.....	14
2.3	Procedimentos de investigação.....	20
2.4	Principais reflexões.....	22
<b>3.</b>	<b>Capítulo I – Panorama do diálogo jornalismo-teledramaturgia.....</b>	<b>28</b>
3.1	Noticiário diário estetizado na telenovela.....	29
3.2	Retroalimentação contínua entre teledramaturgia e noticiário jornalístico.....	36
3.3	Telenovela pode gerar consequências até na política internacional .....	46
3.4	Tema da telenovela é pauta de programa de <i>infotainment</i> .....	49
3.5	Repercussão do noticiário político na cena da telenovela.....	50
3.6	<i>O fato-notícia</i> como fonte da telenovela: reflexos imediatos.....	51
3.7	A migração de pautas.....	52
3.8	A hibridação de convenções formais.....	56
3.9	Do ‘dramalhão’ à crueza do real.....	60
<b>4.</b>	<b>Capítulo II – Comunicação televisiva: perspectivas teóricas sobre o fenômeno massivo.....</b>	<b>62</b>
4.1	As mediações e seus antecedentes significativos.....	63
4.1.1	Abordagens anteriores.....	64
4.2	Reconstrução do paradigma hegemônico.....	68
4.3	Comunidades interpretativas.....	72
4.4	Leituras e significados preferenciais.....	73
4.5	Pactos de recepção - os contratos de leitura audiovisuais.....	76
4.6	Gênero televisual como estratégia de comunicabilidade.....	80
4.7	A perspectiva da cultura massiva em interação com as culturas populares.....	82
4.8	Mediações ativas na recepção das telenovelas.....	83
4.9	Revisão e crítica ao modelo teórico das mediações de Martín-Barbero.....	84
4.10	<i>O fato-notícia</i> como mediação na construção da telenovela.....	88

<b>5.</b>	<b>Capítulo III – A matriz melodramática atualizada na telenovela.....</b>	<b>90</b>
5.1	Telenovela dos anos 2000: melodramática <i>ma non troppo</i> .....	91
5.2	A matriz popular do melodrama: origem.....	93
5.3	Nem <i>bons-moços</i> e <i>mocinhas</i> ilibados nem <i>vilões</i> sempre castigados.....	101
5.4	<i>Reconhecimento</i> : o traço melodramático indelével sempre em cena.....	102
5.5	O amor no melodrama tradicional e no contemporâneo televisivo.....	103
5.6	Sobrevivência da estética melodramática na contemporaneidade.....	110
5.7	Verossimilhança.....	114
5.8	A herança do folhetim.....	120
<b>6.</b>	<b>Capítulo IV – Diálogo consolidado entre Jornalismo e Teledramaturgia.....</b>	<b>122</b>
6.1	<i>Merchandising social</i> .....	123
6.2	<i>Merchandising social</i> faz emergir um <i>subgênero teledramatúrgico</i> .....	126
6.3	<i>Merchandising social</i> é uma estratégia empresarial.....	130
6.4	O <i>merchandising social</i> na linha de evolução dos produtos de <i>edutainment</i> .....	132
6.5	Rankings do <i>merchandising social</i> nas telenovelas da TV Globo.....	133
6.6	Temáticas mais assíduas das ações socioeducativas inseridas nas telenovelas....	134
6.7	Hibridização de jornalismo e dramaturgia.....	137
6.8	Explosão das fronteiras.....	138
6.9	Uso <i>transmidiático</i> do <i>merchandising social teledramatúrgico</i> em 2010.....	139
6.10	Serviço social ou escárnio?.....	142
6.11	Telenovela quase no “tempo real” do jornalismo eletrônico-digital.....	153
6.12	Interseção de realidade e ficção na interface de jornalismo e dramaturgia.....	154
6.13	Ficção contracena com a realidade na narrativa dos telefolhetins dos 2000.....	159
6.14	Sacrifício da poética pela autoridade pedagógica.....	161
<b>7.</b>	<b>Considerações finais.....</b>	<b>164</b>
7.1	Telemelodrama-avatar.....	166
7.2	Teledramaturgia quase em “tempo real” e sua extensão ao blog.....	168
7.3	Fruições alternativas e correções de rota.....	169
7.4	Mapeamento para estudos posteriores.....	173
<b>8.</b>	<b>Referências.....</b>	<b>175</b>
<b>9.</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>187</b>

## 1. Apresentação

Por ocasião da minha dissertação de mestrado, estudei as relações dialogais entre jornalismo e dramaturgia, focalizando a natureza híbrida do programa *Linha Direta*, da TV Globo, que o formatava num produto jornalístico não-convencional ao lançar mão de amplo emprego dos recursos do drama na sua construção. Para este trabalho intitulado *Sedução do Drama – Estética do paroxismo na simulação do Linha Direta*, optei por um estudo de caso, fazendo um recorte muito particular e restrito.

Se no estudo anterior em nível de mestrado me detive na observação do uso da dramaturgia e seus diversos recursos na construção de um programa a priori considerado jornalístico – ainda que não-convencional –, agora, no âmbito de uma tese de doutoramento, percorro a trajetória inversa e foco a influência que o noticiário jornalístico exerce sobre a produção teledramatúrgica brasileira contemporânea, em particular, sobre seu produto mais popular, a telenovela.

O olhar da presente investigação volta-se prioritariamente sobre a contaminação ou “apropriação do real”, a partir do *fato-notícia*, pela plasmação teleficcional mais recente, porém faculta à observação, como recurso complementar de compreensão, focar, em vetor oposto, o fenômeno de eleição e elaboração da pauta jornalística a partir dos temas abordados na telenovela, e, com isso, evidenciar as relações dialogais entre jornalismo e dramaturgia.

A concentração deste trabalho, portanto, volta-se para a análise da tendência contemporânea da teledramaturgia brasileira, particularmente a empreendida pela Rede Globo de Televisão, de recorrer a esta via de “apropriação do real” em suas tramas ficcionais, a partir de fontes jornalísticas, procedimento muito visível nas telenovelas.

## 2. Introdução

### 2.1 Objetivos do estudo

Diante do exposto sumária e preliminarmente, lista-se a seguir, de forma esquemática, os objetivos a que se propõe atingir este estudo:

1. Analisar a tendência contemporânea da teledramaturgia brasileira, particularmente a empreendida pela Rede Globo de Televisão, de proceder por via da “apropriação do real” em suas tramas ficcionais, a partir de fontes jornalísticas, na construção do seu produto mais popular, a telenovela;
2. Compreender o diálogo entre jornalismo e dramaturgia, no âmbito da criação e formatação de produtos ficcionais contemporâneos;
3. Verificar a existência e analisar os mecanismos e *modus operandi* do sistema de retroalimentação contínua entre fontes jornalísticas e a produção teledramatúrgica brasileira;
4. Captar e analisar significados da penetração de discursos de origem extraficcional, particularmente do discurso jornalístico, como recurso estético-funcional-persuasivo das telenovelas. (Exemplo: programa de entrevistas, mesclando personagens reais e ficcionais, inseridos nas tramas novelísticas, como ocorreu em *América*, que introduz o programa *É preciso saber viver*, em que o entrevistador é um deficiente visual real e seus entrevistados são também deficientes físicos);
5. Evidenciar a produção de sentidos empreendidos a partir das telenovelas e a mobilização da vida nacional em torno destes produtos da teledramaturgia brasileira, facultando ao estudo abordagens sobre aspectos pontuais de recepção como recurso para a compreensão do fenômeno, sobretudo na contribuição mais ou menos evidente da recepção na construção de tais narrativas ficcionais.

Sabe-se que as novelas são produtos construídos em atenta observação à opinião popular atualizada, ao senso comum *impermanente*, a *doxa* mutante. E não somente por meio de pesquisas de audiência, seja quantitativa, qualitativa, grupos de discussão etc., como também pelo recurso de lançamentos estéticos e temáticos sob condição experimental, como verdadeiros “balões de ensaio”. Ou seja, são lançados formatos ou temas “de risco” ou acentuadamente polêmicos, cujo desenvolvimento e solução dependem da reação (rejeição ou aceitação) popular, ou mais especificamente da audiência. Assim, e ainda que os autores de teledramaturgia tenham ampla liberdade, como fazem questão de alardear, fica evidente que a novela é plasmada “em parceria” com seu público, que frequentemente atua como grupo de pressão, situação esta que induz à necessidade, para o estudo de sua produção – que é o foco central desta pesquisa –, abordagens eventuais e pontuais ancoradas na recepção destes produtos.

## **2.2 Âncoras teórico-metodológicas para estudo de obra multidualógica**

*O Brasil Antenado – A Sociedade da Novela*, de Esther Hamburger (2005), originalmente escrito como tese de doutoramento defendida no Departamento de Antropologia da Universidade de Chicago, sob a orientação de Marshall Sahlins, fornece ao estudo que se empreende aqui preciosas análises do fenômeno das telenovelas brasileiras. O objetivo da pesquisadora consistiu em “mapear o equacionamento da produção de significados na história recente do Brasil” (HAMBURGER, 2005, p.20), a partir desta obra audiovisual multidualógica em que se transformou a telenovela.

A autora procedeu de maneira a “integrar os estudos etnográfico e histórico com a análise das convenções de linguagem de algumas novelas ao estudo dos mecanismos de produção e recepção” (*Ibid.*, p. 20), contribuindo para a discussão e a reflexão de questões tais como:

Que mecanismos convencionais de produção e recepção se estabeleceram na história recente do País? Como essas convenções de produção e recepção captam e expressam mudanças em curso? Em que medida a história privada de personagens definidos nos marcos do melodrama se tornou referência para a definição de tipos ideais nacionais de comportamento? Como pensar as relações entre produtores, criadores, Estado e receptores? Em que medida se estabelecem laços de cumplicidade entre consumidores e produtores que vão definindo de maneira sempre distorcida e desigual os significados produzidos? (*Ibid.*, p. 20)

Ao debruçar-se sobre a história da telenovela no Brasil, Hamburger não só resgata em boa medida a história da televisão brasileira longe da banalidade de outras produções editoriais de análises aligeiradas, como levanta aspectos antropológicos centrais da cultura contemporânea.

Nos anos 1980, o vigor da televisão brasileira gerou um debate sobre a possibilidade de uma autonomia nacional televisiva no contexto do imperialismo internacional. Os trabalhos de Joseph Straubhaar<sup>1</sup> sugerem a emergência de uma indústria nacional autônoma, alimentada por critérios de produção, gêneros e recursos locais. O pesquisador norte-americano trouxe à tona dados que demonstram que a TV brasileira produzia a maior parte da programação exibida em horário nobre, ficando o produto importado, sugestivamente apelidado de “enlatado”, com horários menos nobres, índices de audiência não tão significativos e importância financeira secundária. Embora a indústria de televisão brasileira tenha surgido sob a égide da indústria norte-americana, ela demonstrou a possibilidade da autonomia nacional. (*Ibid.*, p. 23)

A especificidade da indústria televisiva brasileira, a opção por temas socioculturais de interesse local, o desenvolvimento autônomo do setor e a busca por linguagem própria da telenovela aqui produzida, evoluindo no sentido de promover uma espécie de interlocução, de característica dinâmica e contínua, com a sociedade, e de efetivamente ocupar um espaço simbólico privilegiado na vida da nação, como os indícios apontam, são todas abordagens de interesse do estudo projetado no âmbito da

---

<sup>1</sup> De acordo com a nota de Hamburger: Ver os artigos de Joseph Straubhaar: *Brazil: The development of the telenovela as the pre-eminent form of popular culture in Brazil; Estimating the impact of imported versus national television programming in Brazil; Brazilian television- The decline of American influence.*



pesquisa transdisciplinar que aqui se desenvolveu. Tanto mais quando a abordagem se situa de maneira a reconhecer que:

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 história do Brasil. Ao misturar convenções da ficção com convenções da notícia, as novelas foram fazendo referências a repertórios nacionais e, inadvertidamente, se estabeleceram como repertório compartilhado, espaço virtual promíscuo, cuja verossimilhança depende da apropriação e elaboração de elementos do cotidiano – uma convenção inaugurada nos folhetins do século XIX. [...] Em sua busca pelo imediato, as novelas se ofereceram como conexão entre o domínio privado da vida doméstica e o domínio público da política, forjando um peculiar senso de comunidade nacional.<sup>2</sup> (*Ibid.*, p. 118)

Situando-se como um projeto multidisciplinar, com o olhar voltado para interfaces de algumas áreas de conhecimento, com ênfase sobre a dramaturgia e a comunicação, o estudo pauta-se pela *teoria da complexidade*, formulada por Edgar Morin, que reconhece, como primeira complexidade a ser aceita, a de que “nada está realmente isolado no Universo e tudo está em relação” (1996, p.275), assertiva válida sobretudo para os fenômenos socioculturais, aos quais pertence o objeto deste estudo.

No âmbito dos estudos dos fenômenos comunicacionais, este trabalho se posiciona como filiado às ideias oxigenadas pela *teoria das mediações* elaborada por Jesús Martín-Barbero (1997, 2004) e sua assimilação, adequação e aplicação empírica por Maria Immacolata Vassallo de Lopes e equipe, em um estudo de recepção de telenovela que compreende “*a recepção como perspectiva teórica integradora dos processos de produção, do produto e da audiência.*” (LOPES, BORELLI, RESENDE, 2002, p.22) E optou-se por este caminho de renovação teórica originária da América Latina por proposta de Martín-Barbero (1997, 2004), por se entender que a construção complexa da telenovela não pode ser analisada como um momento estanque nem no

---

<sup>2</sup> Grifos da autora, assim como todos os demais do tipo sublinhado no decorrer do texto principal deste estudo.

instante de sua produção nem da sua recepção, senão pela interação cíclica contínua desses pólos.

Mais uma vez, deixa-se patente, aqui, a centralidade deste estudo sobre a *produção* do discurso estético, ou ainda melhor e mais abrangente, do *texto audiovisual* da telenovela, sob influência do *fato-notícia*, compreendido como categoria de *mediação*, a partir do que sugere Martín-Barbero e, na esteira de Lopes e colaboradoras, ao proceder sua “tradução metodológica” em “projeto de investigação empírica”.

Fortemente ancorada em aportes da *teoria das mediações*, a pesquisa da equipe de Lopes voltada ao estudo de recepção da novela *A Indomada*, junto a quatro famílias de estruturação socioeconômica distintas, trabalhou com a construção teórica e a aplicação empírica de quatro categorias de *mediações* chamadas de “cotidiano familiar, subjetividade, gênero ficcional e videotécnica”. Cada uma dessas *mediações* com suas especificidades são observadas e analisadas como convergentes no processo abrangente e complexo de recepção, “tomado como *locus* de construção de sentido e não de sua mera reprodução.” (LOPES, BORELLI, RESENDE, 2002, p.23)

A pesquisa coordenada por Lopes reconhece a obra-referência de Martín-Barbero (1996, 2002) como realizadora de *deslocamentos* e *rupturas* que resultam “num trabalho de construção teórico-metodológica conhecido como *mapa noturno*, uma cartografia para explorar as *mediações* que é um marco a partir do qual se podem estudar as novas complexidades nas relações entre comunicação, cultura e política.” (LOPES, IN: MARTÍN-BARBERO e REY, 2004, p. 9-10) A pesquisadora sublinha ainda como de capital importância a proposta do teórico de origem espanhola e radicado desde os anos 60 na Colômbia, cuja síntese está reunida no já clássico livro *Dos Meios às Mediações*, de “explorar as mediações que se dão entre as *lógicas de produção* e as *lógicas de recepção*, entre as *matrizes culturais* e os *formatos industriais*.” (LOPES, IN: MARTÍN-BARBERO e REY, 2004, p. 10)

Neste estudo, tomar-se-á o *fato-notícia* como uma categoria de *mediação* na construção da telenovela, servindo em tempos atuais de fonte recorrente para a plasmação do *texto audiovisual* ficcional e campo aberto, a partir daí, à negociação de sentidos e luta pelo significado mais legítimo.

Ainda que muito crítico sobre as mazelas e promiscuidades da produção industrial televisiva em relação ao poder econômico e político, Martín-Barbero (1996, 2002), ao contrário dos contumazes detratores da televisão, é adepto de ideias que valorizam o audiovisual e as novas sensibilidades que este requer no mundo contemporâneo. Ele reconhece, por exemplo, a singularidade e especificidade da telenovela brasileira e a comenta nos seguintes termos:

Relato de uma “modernidade tardia”, a telenovela mistura a sagacidade do mercado – no momento de contar histórias que envolvem as maiorias – com a persistência de sua matriz popular, ativadora de competências culturais inerentes a ela. “Pacto hermenêutico”, o processo de recepção é, ao mesmo tempo, território compartilhado por produtores e consumidores, e cenário de luta pela interpretação mais legítima de sentido. (MARTÍN-BARBERO, IN: LOPES, BORELLI e RESENDE, 2002, p.15)

De sua parte, Morin alerta “no que concerne à complexidade, que há um pólo empírico e um pólo lógico e que a complexidade aparece quando há simultaneamente dificuldades empíricas e dificuldades lógicas” (1996, p. 274). Os obstáculos empíricos surgiram em virtude do difícil acesso aos roteiristas e diretores das novelas e jornalistas da TV Globo, a partir do lugar em que se desenvolve o estudo (Salvador / Bahia), sem aportes financeiros para deslocamentos e sem possibilidade de dedicação exclusiva da pesquisadora, que só obteve bolsa oficial, no último trimestre do curso do doutorado.

Objeto complexo resiste a reducionismo, assim como qualquer matéria complexa ou pensamento complexo, e envolve muitas variáveis e ângulos de interpretação para a análise da produção de sentidos que a relação multidualógica, permanentemente recriada pela produção e recepção da obra teledramatúrgica, adquire na sociedade brasileira. Deste mesmo lugar de tensionamento advém a dificuldade lógica, para validação de seus pressupostos, opacidade que impõe a *multirreferencialidade* proposta por René Lourau, ao sustentar, com toda propriedade, “que o argumento da variedade das abordagens possíveis do objeto não está isento de fundamento” (1998, p.113).

O horizonte metodológico que se adota neste estudo busca renovação permanente de perspectivas, através de abordagem compreensiva, ou seja, interpretação em contexto:

Interpretação é o processo de por em evidência um sentido não imediatamente evidente. É o caminho (método) que vai da percepção dum fenômeno até a captação de seu sentido. O resultado é a compreensão. A teoria da compreensão, conquistada mediante a interpretação, se denomina “Hermenêutica”. (RABUSKE, 1987, p. 122).

Neste envolvimento e entrelaçamento de teorias, a pesquisa toma seu objeto de investigação, observação, compreensão e interpretação, como objeto fenomenológico. O estudo também utiliza a noção de *impermanência* como a palavra-chave da *modernidade líquida*, tal qual entende Zygmunt Bauman (2001), para caracterizar a fluidez da pós-modernidade, suas formas mutantes, impermanentes e sua descrença na estabilidade ou em soluções definitivas, em oposição à sociedade antecessora, caracterizada como *modernidade sólida*, em que os riscos se mostravam óbvios e detectáveis.

A ilusão de solucionar os problemas do mundo foi, a partir do Iluminismo e da euforia com a aceleração das descobertas científicas, a formatação perfeita da noção de progresso. Não há mais espaço para esta ilusão. Agora os riscos já não se revelam com antecedência. A imprevisibilidade tornou-se a tônica do mundo complexo e fluido, ainda que a futurologia assim como tantas disciplinas de fato afins à epistemologia se esforcem para prospectar ou projetar cenários vindouros. Instabilidade, fluidez e *impermanência* são aspectos pronunciadamente marcantes e que caracterizam, em boa medida, o fenômeno comunicacional da telenovela no Brasil.

Filiado, assim, à perspectiva da multidisciplinaridade, o estudo lança mão de abordagens de origem na antropologia, assim como da sociologia compreensiva, sociologia da comunicação, teorias da comunicação, da filosofia, notadamente no que abrange à estética, e da dramaturgia.

### 2.3 Procedimentos de investigação

A detida observação dos produtos da teledramaturgia brasileira atual – em particular, a da TV Globo, por conta do otimizado grau de resultado técnico e estético, do elevado alcance e da superlativa penetração junto à audiência – em simultaneidade ao acompanhamento diário e atento de várias edições do noticiário nacional constitui o procedimento de investigação mais importante deste estudo. A confrontação dos conteúdos veiculados na imprensa em geral – incluindo aí a imprensa, digital e eletrônica – com os temas inseridos nas novelas forneceu a dimensão e a especificidade do diálogo entre jornalismo e dramaturgia, o assunto central delineado nesta tese.

A prática de observar as novelas em exibição na TV Globo se iniciou em julho de 2005, com a novela *América*, e se prolongou até os dias finais deste trabalho, em que foi ao ar a novela *Viver a Vida*, do realista-naturalista Manoel Carlos.<sup>3</sup> Neste intervalo, observou-se, com assiduidade quase diária, os telefolhetins *Belíssima*, *Páginas da Vida*, *Paraíso Tropical*, *Duas Caras*, *A Favorita* e *Caminho das Índias* – todas novelas do chamado “horário nobre”, que ocorre por volta das 21 horas - e de maneira mais eventual as produções do horário das 19 horas *A Lua me Disse*, *Alma Gêmea*, *Bang Bang*, *Cobras & Lagartos* e *Tempos Modernos*. Estas sessões de observação renderam anotações sobre as incidências em que as notícias passaram a coabitar o universo da teledramaturgia, a rapidez desta migração e muito frequentemente a simultaneidade da cena ficcional com as pautas jornalísticas.

O corpus deste estudo inclui uma volumosa massa de recortes de notícias, entrevistas e debates publicados em diversos jornais impressos diários baianos e brasileiros, além de suplementos e revistas locais e nacionais, totalizando 593 matérias. Também integrantes do corpus constam arquivos coletados de sites da Internet, no período de julho de 2005 a março de 2010, somando 630 itens

---

<sup>3</sup> A dilatação máxima do período de observação das novelas se fez necessário para ampliar a visão panorâmica do fenômeno estudado e oportunizar que mais ocorrências do uso do *fato-notícia* como *mediação* nos produtos teledramatúrgicos fossem evidenciadas neste estudo e fornecessem tanto mais ideias quanto convicções e validações de seus pressupostos.

digitalizados com assuntos pertinentes à compreensão das relações dialogais entre teledramaturgia e jornalismo, além de notícias diretamente referidas às novelas em exibição e as repercussões que suscitaram no universo midiático abrangente.

Vale esclarecer que, no capítulo inicial deste estudo, adotou-se a prática de reproduzir, quase sempre, o conteúdo integral das matérias midiáticas integrantes do corpus, que revelam diversos aspectos e as interfaces deste diálogo do jornalismo com a teledramaturgia. A princípio, o que pode figurar como citação muito longa, na verdade assume função mais próxima de “fotografia”, ilustração destinada a destacar a dimensão, o alcance e as estratégias desta imbricação entre as referidas áreas. A partir da apreciação destes textos-ilustrações, notar-se-á, com mais clareza, a problemática em foco. Nos capítulos seguintes, quando não se fez mais necessário tal expediente, reduziu-se a reprodução em extensão completa, remetendo o leitor à consulta dos anexos.

As intencionalidades, as razões e os métodos deste diálogo da ficção com o *fato-notícia*, e também a maneira como se dá o fluxo dos conteúdos entre os dois pólos de produção de sentidos em foco – jornalismo e teledramaturgia – no âmbito da produção de novelas foram revelados a partir de documentos coletados, que dão conta de uma prática já corriqueira de sugestão de temáticas para as novelas, a partir do departamento de jornalismo da TV Globo para os vários núcleos de telenovelas da rede em estudo. Tais sugestões têm como alvo sobretudo o chamado *merchandising social*, de inserção praticamente obrigatória nas produções de telemelodramas atuais.

Algumas respostas aos questionamentos do estudo foram colhidas por meios alternativos, como *blogs* dos autores na Internet, a exemplo do movimentado *blog* de Aguinaldo Silva, autor de *Duas Caras*. Silva, de certa maneira, inaugurou uma nova forma de interação não só com a imprensa através deste *site*, como com o público internauta em geral, que lhe enviava continuamente pareceres sobre os rumos e opções tomadas na novela, pelo autor titular. O teledramaturgo também explicita suas opiniões, revela procedimentos e até posta capítulos inteiros, com antecedência, prática que permite a comparação entre o que foi escrito pelo autor e sua equipe de assistentes e o que foi exibido efetivamente em rede nacional, após gravações, com as interferências, acréscimos e reduções próprios da *construção cênica*, incluindo aí

*performance* de intérpretes (atores, cantores, dançarinos), orientações de diretor, soluções de figurinistas, diretor de arte, cenógrafos, aderecistas, maquiadores, iluminadores, técnicos em efeitos especiais, cinegrafistas (*cameramen*), editores, montadores, autores de trilha sonora, entre outros profissionais da cena audiovisual.

Este estudo também se mantém alerta para as motivações de natureza mercadológica e as imposições que daí advenham no sentido de influir na formação destes produtos audiovisuais, com características que apontam para o entrelaçamento dos discursos ficcional e jornalístico e dos temas oriundos das duas áreas referidas.

## **2.4 Principais reflexões**

Nas investigações preliminares deste projeto, conseguiu-se obter uma noção geral de como a crítica estrangeira e nacional entende e recupera a origem e parte significativa da história da TV brasileira. Exemplo de como o debate teórico internacional compreende o caso brasileiro está em *O Carnaval das Imagens*, de Michèle e Armand Mattelart (1990), escrito na década de 80, obra que “procura inscrever o imaginário como dimensão essencial da prática social” (HAMBURGER, 2005, p.24), tomando, em uma de suas abordagens, a indústria televisiva do Brasil, “para problematizar modelos de articulação entre economia e ideologia, sociedade civil e setor privado” (*Ibid.*, p. 24). Os autores produziram este trabalho em meio ao debate ocorrido na França “sobre o papel e o lugar da televisão pública no contexto da sociedade de mercado, sobre as distinções entre programações ‘educacionais’, ‘informativas’ e de ‘entretenimento’” (*Ibid.*, p. 24), além de discorrer sobre diferenças entre ‘programação de qualidade’ e a que visa exclusivamente à difusão do ‘consumismo’. O caso da TV brasileira tonifica a tese da possibilidade de alcançar programação de qualidade em emissoras da iniciativa privada. A argumentação dos autores semeia a ideia de que “a abertura para a importação de programas não leva necessariamente à colonização, uma vez que a produção local é mais popular e de melhor qualidade que a estrangeira” (*Ibid.*, p. 24, 25).

Já a reflexão teórica dos estudiosos brasileiros segue, em geral, na direção oposta de relacionar a implantação e consolidação da indústria televisiva no país com o contexto autoritário de dirigismo sócio-político-cultural, de censura e de dominação ideológica instalado pela ditadura militar, no período de 1964 a 1985, justamente a fase em que a consolidação definitiva desta portentosa indústria ocorre.

Os militares definiram o desenvolvimento de uma política de “integração nacional”, que incluía o investimento em infra-estrutura tecnológica para a televisão, como prioridade de governo. O contraste entre a sociedade de consumo – que se desenvolveu nos anos 1970 estimulada pelo “milagre econômico” e sustentada entre outros fatores pela introdução da venda a prazo –, o autoritarismo e a desigualdade social pauta a literatura brasileira sobre a televisão e as novelas. (HAMBURGER, 2005, p.25)

A fundamentação recorrente dos estudos brasileiros para definir as relações complexas e intrincadas das atividades da indústria da TV brasileira dá ênfase a uma decantada aliança político-ideológica que resumiria o tipo e modelo da grade de programação que as emissoras-produtoras de televisão brasileiras adotaram no período do autoritarismo militar<sup>4</sup>.

Apesar deste contexto inicial – felizmente superado –, venceram em apreciável medida o vigor, a originalidade, o apuro técnico, a qualidade estética, a opção por temáticas mais identificadas com a realidade do país e a cultura brasileira, assim como a busca permanente por linguagem própria, pelo menos no âmbito da produção das novelas. Supõe-se que tais orientações tornaram-se dominantes não só por conta da determinação de alguns profissionais, em função executiva de direção e com suficiente poder para empreender guinada significativa na programação, ou que

---

<sup>4</sup> Cf. KEHL, Maria Rita. *Eu vi um Brasil na TV*, IN: Maria Rita Kehl, Alcir H. da Costa e Inimá F. Simões (orgs.), *Um País No Ar: História da TV Brasileira Em Três Canais*. São Paulo/Rio de Janeiro: Brasiliense/Funarte, 1986; KEHL, Maria Rita et al., *Anos 70: televisão*. Rio de Janeiro: Europa, 1979; MATTOS, Sérgio, *O Controle dos Meios de Comunicação*. Salvador: Edufba, 1996; MATTOS, Sérgio. *Um Perfil da TV Brasileira: 40 Anos de História, 1950-1990*. Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda/ A Tarde, 1990; ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1987; ORTIZ, Renato, Sílvia Borelli e José Mário Ramos. *Telenovela: História e Produção*. São Paulo: Brasiliense. 1988; CAPARELLI, Sérgio. *Televisão e Capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L&PM, 1982; HEROLD, Cacilda M. *The Brazilianization Of Brazilian TV: A Critical Review. Studies in Latin American Popular Culture*, vol 7, 1988, p. 45-57.



estivessem ideológica e profundamente comprometidos em construir uma TV de fato nacional, mas, principalmente em vista da impossibilidade mercadológica de manter a dinâmica desta indústria com uma formatação de grade apartada da realidade e do interesse da população que lhe dá audiência.

Assim, um dos pressupostos deste estudo é que a TV brasileira – particularmente a hegemônica TV Globo e, em especial, no que se refere à produção teledramatúrgica – viu-se “obrigada” a proceder por esta via de *nacionalizar* sua programação, por uma questão de sobrevivência. No caso da TV Globo, da sobrevivência e manutenção da própria hegemonia, que, a partir da década de 90, começa a ser ameaçada pela diversificação das convenções estéticas e narrativas implantadas pelas TVs rivais, tanto em programas jornalísticos quanto ficcionais (HAMBURGER, 2005, p.121)<sup>5</sup>, obtendo pontuações inéditas de audiência. Hegemonia, aliás, que a cada dia vem se esgarçando pela preferência, sobretudo dos mais jovens, pelas possibilidades de lazer, informação e entretenimento oferecidos pela Internet de banda larga ou de alta velocidade que arrasta as TVs por assinatura, preferência esta manifestada em estudos recentes.

Sabe-se que os investimentos da produtora-emissora ainda hegemônica na atualidade são pesados na área de dramaturgia, assim como no setor jornalístico, e que o sucesso das concorrentes forçou também uma corrida pela diversificação das convenções, identificadas como necessidade de “popularizar” a grade, o quê, em muitos casos, se traduzia em “baixar o nível” da programação vista como “elitista” em relação a uma nova faixa de público que adquirira aparelhos televisivos e que ingressara no mercado consumidor, com o sucesso do Plano Real<sup>6</sup>. A massa recém incluída não estaria se identificando com o universo *glamouroso* da classe média alta e branca da zona sul do Rio de Janeiro, retratadas com frequência nas novelas, tampouco com o tom asséptico dos telejornais da “Vênus Platinada”<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> A autora destaca as inovações introduzidas no jornalístico *Aqui, Agora*, do SBT, e da novela *Pantanal*, da rede Manchete.

<sup>6</sup> Plano econômico bem-sucedido de combate à inflação e de valorização da moeda implantado pelo governo Fernando Henrique Cardoso, no Brasil.

<sup>7</sup> Alcinha por muitos anos da TV Globo, hoje já fora de moda.

A mexida na grade ocorreu tanto no jornalismo como na teledramaturgia num esforço até de fundí-los em programas híbridos, como demonstrou a reedição e reformatação do jornalístico policial *Linha Direta*<sup>8</sup>, e com a inserção de temáticas e ambientações para além do universo urbano carioca, buscando focar a pluralidade das regiões brasileiras nas novelas<sup>9</sup>, assim como de inclusões étnicas mais aproximadas da realidade do país, com maior presença de negros nas tramas, ainda que muito aquém da desejada pelos grupos militantes do movimento negro e da composição étnica real da população brasileira<sup>10</sup>.

Mas, a “popularização” que significava derrubada no nível de qualidade e abordagem ocorrida de maneira generalizada na grade de todas as TVs abertas<sup>11</sup> deixou a salvo, de certa maneira, os produtos da teledramaturgia da TV Globo, que se aproximou - ainda que de maneira incipiente, mas progressivamente - mais da realidade nacional, da sua formação étnica, dos contrastes regionais, da sua historicidade e atualidade, além de ter adotado experimentações estéticas ousadas, a exemplo das minisséries *O Auto da Compadecida*, *A Muralha*, *A Casa das Sete Mulheres*, *Mad Maria* e, notadamente, *Hoje é Dia de Maria*, assim como de novelas que introduziram assuntos polêmicos mobilizadores de debate em alcance nacional (e até mesmo extranacional), em medida apreciável, e que reforçam sua condição privilegiada e dinâmica de produtora de sentidos.

---

<sup>8</sup> O programa *Linha Direta* acabou fora da grade da Rede Globo a partir de 2009.

<sup>9</sup> Embora as temáticas passassem a ser mais plurais e cobrindo mais regiões do país, a política de regionalização da produção televisiva de maneira abrangente não ocorre, não inclui absorver significativamente mão-de-obra local qualificada e se limita frequentemente ao aproveitamento de locações.

<sup>10</sup> Só em 2009, a TV Globo produz a sua primeira novela do “horário nobre” protagonizada por uma atriz negra. Thaís Araújo interpreta a *Helena*, de *Viver a Vida*, de Manoel Carlos. Vale registrar que a personagem nomeada *Helena* é recorrente em praticamente toda a obra e emblemática na produção deste autor.

<sup>11</sup> O aparecimento das TVs por assinatura no Brasil foi acompanhado por certa migração de público de maior poder aquisitivo, em geral com melhor escolaridade e interessado por programação mais seleta, das TVs abertas em direção às pagas – mudança que intensificou as tendências já observadas com as possibilidades oferecidas com o videocassete e mais recentemente com o barateamento dos aparelhos de DVD.

Advém também desta necessidade de manutenção da hegemonia da TV Globo junto à audiência, e conseqüentemente de ser mais atrativa ao setor publicitário que a financia, proceder por esta via da *nacionalização* e identificação de sua produção novelística com as realidades e as culturas plurais brasileiras, presumivelmente por intermédio deste diálogo sedutor entre dramaturgia e jornalismo, entre ficção e *fato-notícia*, numa tendência também de emergir a atualidade ao campo ficcional da teledramaturgia. E tal tendência de captar e capitalizar a atualidade para os produtos teledramatúrgicos se expande para além das fronteiras de temas tipicamente nacionais, trazendo à tona temáticas globais, como a clonagem de seres humanos, migração de população de países periféricos para os economicamente desenvolvidos e a legitimação da livre orientação e expressão sexual, entre outros assuntos de interesse planetário. Portanto, este é o pressuposto nuclear deste trabalho.

Pode-se afirmar com alguma segurança que a estratégia de aproveitamento de temas oriundos do noticiário nas tramas de novelas – e vice-versa –, assim como de combinar, em partes cada vez mais evidentes, os discursos da ficção e da informação jornalística nos folhetins eletrônicos, enquanto tendência acentuada em tempos recentes, tem precedente em pelo menos um produto formatado radicalmente à maneira de adotar o hibridismo discursivo, a exemplo do programa de jornalismo policial não-convencional *Linha Direta*, da Rede Globo, inserido entre os produtos de infotainment ou *infotainment*, fórmula midiática que mistura informação e entretenimento, como estratégia de sedução.<sup>12</sup>

Como a novela é original e historicamente um produto voltado para o público feminino – donas-de-casa que levavam o dia no lar cuidando de afazeres domésticos, e a televisão funcionou para este segmento como uma espécie de “janela para o mundo” –, levanta-se aqui também a hipótese de que a emergência da atualidade, através da apropriação ou aproveitamento das notícias faça parte também de uma estratégia para conquistar público masculino, por sua vez mais interessado historicamente pelo noticiário. É fato que a mudança de horário de exibição das novelas de maior prestígio do período da tarde, como já foi nos primórdios, para o “horário nobre”, na formação conhecida por “sanduíche”, ou seja, obedecendo a sequência “novela-jornal-novela”,

---

<sup>12</sup> Cf. BASTOS, Maria de Fátima Barretto.

incrementou a audiência masculina. Embora a menção a este pressuposto seja pertinente e necessária, deixa-se patente que abordagens detidas de gênero não são contempladas no escopo deste estudo.

Formula-se também, aqui, o pressuposto de que a prática recorrente de absorção do noticiário pela narrativa ficcional das telenovelas corresponda, de certa forma, a uma *sobrevida da notícia fugaz* e efêmera, no imaginário coletivo, submetido ao “presente contínuo” dos tempos atuais de uma modernidade líquida, em que a *impermanência*, a fluidez e a validade exígua dos acontecimentos retiram dos indivíduos contemporâneos o passado e a memória, por um lado, assim como lhes ofuscam possibilidades de projetar o futuro, por outro.

A posição das sociedades modernas pós-industrializadas de configurarem a individualidade em paralelo ao esvaziamento da agenda pública, nos chamados “Estados mínimos”, atribuindo crescentemente ao indivíduo tarefas até então de responsabilidade da esfera pública, força talvez algumas estratégias de compartilhamento de angústias reais no universo virtual e ficcional da telenovela, forjando a opinião pública sobre temas da realidade fragmentada, por meio da unicidade da experiência estética da teledramaturgia.

Mantendo tais perguntas, caminha-se aqui em direção das respostas: Será que a notícia ganha algum fôlego extra na ficção televisiva? O *fato-notícia* invade a ficção como para peitar o esvaziamento da agenda pública na modernidade líquida? Tentar-se-á responder ou, ao menos, aproximar-se disso.

## CAPÍTULO I

### **Panorama do diálogo jornalismo-teledramaturgia**

*Numa sociedade em que o trocador de ônibus fosse um Aristóteles, o lavador de pára-lamas um Goethe, o mata-mosquito um Marx. Em tal sociedade, eu entenderia o nosso desprezo intelectual pela televisão brasileira. (Nelson Rodrigues)*

## Capítulo I

### 3. Panorama do diálogo jornalismo-teledramaturgia

#### 3.1 Noticiário diário estetizado na novela

A novela *América*, escrita por Glória Perez, constitui um modelo exemplar da tendência de utilização de fontes jornalísticas, de fatos que viraram notícia amplamente divulgada pelos veículos de massa, na trama teledramatúrgica. Logo no seu primeiro capítulo, *América* exhibe a recriação ficcional de um fato verídico que virou notícia na mídia brasileira, causando grande comoção no país, pelo inusitado, significado simbólico e valor ético que traduzia: um tratorista – logicamente um “homem do povo”<sup>13</sup> - escalado para derrubar um imóvel popular irregular em Salvador, moradia de uma família pobre, mesmo sob a pressão de um mandado judicial e na presença coercitiva de oficiais de justiça contando com a retaguarda da polícia, após várias tentativas de iniciar o desmantelamento da construção e visivelmente em intenso conflito interno para cumprir a ordem que deixaria uma família ao desabrigo, se considera impedido de realizar a cruel tarefa, mesmo sob a iminência de ser preso por descumprir a decisão do juiz. Em lágrimas, o tratorista – já um novo “herói popular” – se recusa a passar com a máquina sobre o imóvel, provavelmente, de tipo semelhante ao do seu próprio teto.

O recado ético do procedimento daquele homem tornou-se inconfundível. E sua ação, uma verdadeira “aula magna” do sentido mais profundo de direito. O gesto heróico, além de disparar uma mudança de rumo no procedimento legal que

---

<sup>13</sup> No senso comum, expressão correntemente utilizada para designar indivíduos de classes sociais de baixo poder aquisitivo, baixa escolaridade e de reduzida influência no âmbito de sociedades organizadas por classes.

desampararia radicalmente aquela família, provocou a reflexão, em todo Brasil, sobre o que seria de fato justo e legítimo. Ao final de um período de muitas reportagens e matérias de evidente cunho opinativo veiculadas em várias mídias, a família adquiriu o direito de permanecer na casa, e o povo do país de tantos sem-teto, sem-terra, sem-camisa e sem-dentes, mais chance de reflexão – diga-se, por influência decisiva da poderosa máquina de persuasão integrada pelo conjunto de órgãos de imprensa formador de opinião e fabricante contumaz de “heróis”.

Este fato, de certa forma já historicizado pela repercussão e desdobramentos concretos que gerou, serviu como ponto de partida da trama que a dramaturga roteirista Glória Perez teceu para sua telenovela *América*: o tratorista *Mariano* (interpretado pelo ator Paulo Goulart) se recusa a derrubar a casa de *Odaléia* (Jandira Martini), mãe da então garotinha *Sol* – menina que, mais adiante na fábula, já uma jovem mulher, será representada pela atriz Déborah Secco, a protagonista e que formará com o peão de rodeio *Tião Higino*, papel de Murilo Benício, o par romântico da novela.

Na história romanceada de Perez, o tratorista salvador *Mariano* casa-se com a dona-de-casa poupada do desabrigo, tornando-se o pai de criação da mocinha do telemelodrama, desencadeando um longo enredo, em que fugir do desamparo e da pobreza será a motivação principal da personagem *Sol de Oliveira*, traumatizada na infância por esta ameaça.

O projeto de imigrar – ainda que como “ilegal” - para os Estados Unidos da América, “para se dar bem”, ter sucesso financeiro e profissional, faz parte dessa lógica da personagem *Sol*, fascinada pelas imaginárias oportunidades que a potência econômica pode proporcionar. O desejo de sucesso – construído ainda na infância - vem turbinado pela imagem de “vencedora”<sup>14</sup> de uma sua vizinha de bairro, que teria se dado bem nos EUA e que, em visita ao Brasil, traz presentes emblemáticos deste êxito no “Eldorado do Norte”.

---

<sup>14</sup> O sentido simbólico do “vencedor” é um traço forte da cultura de origem calvinista/protestante do povo norte-americano e faz parte do desejante imaginário do chamado *american way of life*, transmitido em escala global, via colonialismo cultural implementado, sobretudo, pela indústria do entretenimento de massa.

Aí também, a novelista Perez utiliza-se dos fatos noticiados amplamente pela mídia, sobre a imigração ilegal para os EUA, incluindo a saga de milhares de imigrantes brasileiros, mexicanos, e de outros países subdesenvolvidos, na tentativa, muitas vezes frustrada e não raramente trágica, de adentrar no Eldorado das oportunidades capitalistas, tendo como única opção a travessia cheia de riscos fatais pelo deserto mexicano-texano<sup>15</sup>, incluindo aí o relacionamento perigoso com os “coiotes”<sup>16</sup>, traficantes de drogas, sob a vulnerabilidade de assaltos, estupros, picaduras de cobra, doenças, desidratação, inanição, além dos dissabores de encarar prisões ou execuções sumárias nas áreas de fronteira por milícias paramilitares de americanos “defensores da pátria”. E, em caso duvidoso de sucesso na travessia, ainda enfrentar a sobrevivência difícil na condição de ilegais recém-chegados ao país.

Não faltam, no noticiário, matérias sobre o *modus operandi* do tráfico de imigrantes e suas ligações com o tráfico de drogas, entre outras particularidades destas operações ilícitas, como a produção de documentos falsos, o aliciamento de funcionários públicos, assim como sobre os locais em que se originam os esquemas, a exemplo da cidade mineira de Governador Valadares, que ficou conhecida por sediar uma desenvolvida organização do gênero, atraindo muitos brasileiros para o negócio.

Logo após a estreia da telenovela da TV Globo, uma sequência de matérias sobre prisões de imigrantes ilegais brasileiros nos EUA apareceu nos veículos de comunicação, com destaque na própria Rede Globo, algo que transparecia não só a prática de produzir “propaganda indireta” do próprio produto ficcional em exibição, como também um procedimento de reforço para contrapor “a fantasia idealizada pela mocinha da trama” – acalentada de verdade, por uma significativa parcela de brasileiros, como as reportagens revelam, e por isso mesmo passível e merecedora de ser matéria do noticiário – à dura e cruel realidade de se submeter aos enormes riscos envolvidos na imigração ilegal, que, aliás, a novela não omitiu ao retratar vários insucessos, mortes na

---

<sup>15</sup> No decorrer da novela *América* e através da personagem da companheira de cela de *Sol*, no presídio norte-americano, esta também deportada com a protagonista dos EUA, têm-se notícia de uma rota de imigração ilegal por mar, que foi utilizada na segunda tentativa da mocinha da trama e que implica também em grandes riscos, a exemplo de naufrágios de embarcações precárias, desidratação e inanição dos tripulantes, além de abordagens e prisões pela guarda costeira norte-americana.

<sup>16</sup> Assim são chamados os indivíduos que exigem pagamento para conduzir os imigrantes ilegais pelo deserto mexicano.



travessia, perseguições, detenções, exploração da boa-fé e utilização dos imigrantes ilegais como “mulas”, como são chamados no jargão os transportadores de drogas, dentre outras mazelas embutidas nas operações do tipo. Registre-se que o alto potencial de persuasão das telenovelas sobre a audiência – capaz de influir sobre seu imaginário desejanter - já “exigiria” da produtora o comportamento responsável de contrapor a fantasia da personagem ao pragmatismo da realidade.

O veterano programa *Fantástico*, definido como revista eletrônica semanal da TV Globo, exibe, no dia 24 de julho de 2005, matéria especial sobre o caso da dona-de-casa brasileira Maria Aparecida, que, na tentativa de fazer a travessia de fronteira, com dois filhos (um garoto e uma moça), foi deixada para trás pelos “coiotes” à margem de um rio fronteiro do lado mexicano, em adiantado estado de desidratação e sem suprimentos e água, o que acabou por levá-la à morte. Ficou evidenciado que os filhos foram instados a atravessar o rio, abandonando também a mãe, sob a promessa falsa dos “coiotes” de que estariam providenciando o resgate. A matéria inclui o encontro desesperado dos filhos com o pai, imigrante ilegal que trabalha como faxineiro nos EUA, além de seu depoimento, agora já arrependido. A reportagem também assegura que, só naquele ano de 2005<sup>17</sup>, 27 mil brasileiros foram presos nos EUA, nada menos que o dobro aferido em igual período no ano anterior.

Em consequência da execução sumária do brasileiro Jean Charles Menezes, com oito tiros, pela polícia britânica, em estado de histeria pós-atacado no metrô de Londres, centenas de matérias sobre o assassinato ocuparam o noticiário brasileiro e mundial. A TV Globo, no entanto, além do noticiário diário, repercute o assunto de maneira mais diferenciada no programa *Globo Repórter* do dia 27 de julho de 2005, em que a pauta desta matéria especial - aproveitando-se do “gancho” dos fatos recentes de mortes, prisões e deportações de imigrantes ilegais em países do primeiro mundo<sup>18</sup> - apresenta um panorama das tragédias individuais, das barreiras impostas aos estrangeiros e dos riscos que ficam expostos na aventura – sobretudo nas contingências

---

<sup>17</sup> Até a data de finalização da produção da reportagem, ou seja, pouco antes de sua exibição em rede, no dia 24 de julho de 2005.

<sup>18</sup> No caso de Jean Menezes é apontado que ele estava com o visto vencido há dois anos, e provavelmente foi o motivo de não ter atendido à ordem de parar, dada pelos policiais ingleses.

atuais da luta das nações ocidentais ricas, contra o terrorismo implementado pelo fundamentalismo islâmico em escala mundial.

É bastante significativo que, nos momentos iniciais da referida reportagem, tenha sido feita correlação explícita dos assuntos tratados com a trama da novela *América*, que continuava, então, em exibição no mesmo canal, inclusive dando ênfase aos casos das travessias via México, como é explorado pelo telemelodrama.

Para além de reafirmar o recurso já habitual utilizado pela emissora-produtora de repercutir um programa no outro, como estratégia corriqueira de *marketing* institucional, é também revelador do fluxo de produção de sentidos, em duas vias, entre os temas ficcionais e o noticial – diálogo ou intercâmbio que vem se aprofundando na mídia contemporânea e uma tendência que, no caso de alguns produtos claramente híbridos – televisivos ou não –, já recebem o nome de *infotainment* ou infotenimento<sup>19</sup>, ou seja, produtos midiáticos que pretendem abarcar a um só tempo a condição de informativos e de promover o entretenimento.

Entre muitos outros exemplos de como as telenovelas brasileiras têm fornecido pautas ou temas para a produção de programas fora do âmbito ficcional, e mais precisamente para os jornalísticos, através de reportagens e matérias especiais, inclusive por iniciativa de outros grupos de comunicação diferentes da produtora de tais folhetins eletrônicos, consta a transmissão, no dia 24 de julho de 2005, pela TV Bandeirantes, de um extenso programa, apresentado pelo conhecido “âncora” de tevê José Luís Datena, sobre a cegueira, os obstáculos enfrentados e superados pelos deficientes visuais, assim como sobre os recursos disponíveis e as entidades que promovem melhorias na qualidade de vida dos indivíduos com tal deficiência. É sintomático que o referido programa tenha escolhido esta pauta justamente no mesmo período em que a novela *América*, da TV Globo, faz estrondoso sucesso também com o chamado *merchandising social*, promovendo discussões em torno da temática da cegueira, oportunizadas pela inclusão de pelo menos dois personagens cegos de destaque na trama: a menina *Flor* (interpretada pela atriz Bruna Marquezini) e *Jatobá* (por Marcos Frota).

---

<sup>19</sup> Cf. BASTOS, Maria de Fátima Barretto. *Sedução do Drama – Estética do paroxismo no ‘Linha Direta’ da Rede Globo*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas (PPGAC). UFBA. Salvador. 2003. 360p.

Adotado de maneira mais evidente, a partir desta virada de milênio, pelos folhetins eletrônicos, o *merchandising social* consiste em inserir nas tramas romanescas temas de forte demanda na sociedade, com o objetivo de promover a sensibilização popular, para causas que envolvam a “inclusão social” de minorias excluídas do sistema social dominante pautado na desigualdade e injustiça, e muito frequentemente temas relacionados a demandas na área de saúde.

Em 1969, Dias Gomes abordou a reforma agrária em “Verão Vermelho”. No ano seguinte, “Irmãos Coragem”, de Janete Clair, falou sobre garimpo e preconceito social. Naquele momento, a Rede Globo deixava para trás a era das novelas mexicanizadas e passava a investir em temas genuinamente nacionais. Três décadas depois, a inclusão de temas caros à sociedade nas novelas evoluiu para o *merchandising social*: – Ao optar pela cultura brasileira, a emissora naturalmente abriu espaço para este tipo de manifestação, que passou a ser feita de forma sistemática e estruturada ao longo do tempo – diz Luís Erlanger, diretor da Central Globo de Comunicação (CG-Com). Em geral, os autores escolhem o principal tema social que abordarão, e a CG-Com lhes propõe outros. Baseada em preciosos subsídios: – As sugestões e recomendações de abordagem de temáticas e campanhas chegam hoje de todas as partes da sociedade – conta Erlanger. (REVISTA DA TV, O Globo, 24 de abril de 2005, p. 13)

Já entraram como *merchandising social* nas novelas temas como: crianças desaparecidas, em *Explode Coração*, de Glória Perez, e em consequência da campanha mais de 100 crianças voltaram para casa; doações de órgãos, assunto de *Laços de Família*, que, através do drama da personagem doente de leucemia *Camila* (Carolina Dieckmann), fez saltar de 20 para 900 o número de inscrições mensais para doação de medula óssea; dependência a drogas, temática incluída na trama de *O Clone*, de Glória Perez, que fez a tele-audiência acompanhar a decadência e a difícil recuperação da jovem *Mel* (Débora Falabella), produzindo como efeito de persuasão que muitos jovens procurassem tratamento para combater a dependência química e psicológica a substâncias tóxicas, particularmente as ilegais, assunto que pautou também várias reportagens da TV Globo; problemas da terceira idade e o descaso da sociedade para com os idosos, abordados em *Mulheres Apaixonadas*, constituíram ambiente facilitador para que o Estatuto do Idoso fosse aprovado pelo Congresso Nacional, no Brasil, ainda no período de exibição da novela; a AIDS, através da personagem *Érica* (Samara Felippo), foi um dos temas desenvolvidos na série juvenil *Malhação*, há muito tempo no

ar e considerada “campeã de merchandising”. (REVISTA DA TV, O Globo, 24 de abril de 2005, p. 13)

O resultado em termos de audiência e a resposta verificada em prática e em mudanças de atitudes do público, pela persuasão do *merchandising social*, o tornaram não só uma tendência, mas quase um conceito inserido obrigatoriamente nas novelas e similares televisivos, na atualidade. A novela *América*, por exemplo, leva esta cartilha à exaustão. Como diz Cleise Mendes, “quer tratar de tudo”<sup>20</sup>. Além da deficiência visual e a questão que tanto seduz os brasileiros como a imigração ilegal para os EUA, introduz outros temas: a pedofilia via Internet, trama em que o garoto *Rique* (Mateus Costa) é assediado por um maníaco, a partir da rede mundial de computadores; o tráfico de drogas, enredado na mesma rota de tráfico de ilegais para a América do Norte, representado pelos vilões *Alex/Roberto* (Tiago Lacerda), *Djanira Pimenta* (Betty Farias); o relacionamento entre homens maduros com mulheres jovens, assunto que foi batizado pela mídia, na época, de “síndrome de *Lurdinha*”, em referência à personagem interpretada por Cléo Pires, que vive uma paixão com o empresário *Glauco*, papel de Edson Celulari, assim como o caso mais carregado de preconceito e rejeição social envolvendo o romance clandestino da mulher mais velha, a *Viúva Neuta*, e o jovem peão Dinho; a homossexualidade, através da personagem *Júnior* (Bruno Gagliasso), a cleptomania, a doença de *Haydée* (Christiane Torloni); o choque cultural experimentado por latinos nos EUA, em consequência do comportamento mais informal e extrovertido destes, na expressão dos sentimentos (o garoto *Rique*, personagem de seis anos, esteve sob ameaça de processo criminal por ter beijado uma coleginha de mesma idade, na escola), assim como a “indústria da indenização”, do sistema judiciário norte-americano.

Como se pode constatar no parágrafo acima, nesta mesma novela recordista de temáticas diferenciadas, também estão inseridos, é claro, outros temas que fogem da rubrica do *merchandising social*, a exemplo do sobrenatural, na abordagem do após-morte e de Experiências de Quase Morte, a chamada “EQM”, (o espectro do pai de *Tião* lhe aparece, faz profecias e lhe impressiona um tal misterioso touro invencível chamado *Bandido*, além das cenas finais da novela em que o peão herói acidentado num rodeio

<sup>20</sup> Em conversa ligeira e informal, a dramaturga e professora da Escola de Teatro e do Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas da UFBA comenta o assunto com a pesquisadora.

passa por EQM <sup>21</sup>); do conflito mãe/sogra ciumenta/dominadora, tema tramado entre o trio *Feitosa*, sua mãe *Dona Diva* e *Islene*; jovem rica rebelde que se encanta pelo mundo suburbano do funk, representada por *Raíssa* (Mariana Ximenes); traição, através da falsa puritana *Creuza* (Juliana Paes), que na verdade adora a libertinagem sob risco de flagrante; entre outros assuntos de forte apelo popular e com expressiva correspondência na realidade empírica, refletida na mídia jornalística, em muitos aspectos abordados.

### 3.2 Retroalimentação contínua entre teledramaturgia e noticiário jornalístico

Registre-se que todos estes assuntos inspirados em aspectos do cotidiano brasileiro (até mesmo quando seus atores sociais ou estéticos estão fora das fronteiras do país) geram um turbilhão de matérias e reportagens veiculadas pelo conjunto de órgãos midiáticos, caracterizando um ciclo vicioso (ou virtuoso?) que tem seu périplo percorrido pela “apropriação do real” do *fato-notícia*, a partir de fontes jornalísticas, pela produção ficcional teledramatúrgica, que, por sua vez, gera notícia (matérias, reportagens, debates), no espaço tradicional de abordagens do “real”, do factual, como, pelo menos em tese, é o “lugar” da produção jornalística. Um sistema de retroalimentação contínuo que garante uma notável mobilização da vida nacional em torno da telinha de TV, em especial, em volta do produto campeão da preferência brasileira: a telenovela.

---

<sup>21</sup> Chama-se *féerie* (diretamente do francês, sem correspondente em português) a uma peça que se baseia em efeitos fantásticos, maravilhosos, espetaculares e de magia. Entre os elementos de *féerie*, podem se listar a aparição de fantasmas, mortos, espectros, seres maravilhosos e mitológicos (fadas, duendes etc.). As citadas encenações exploram uma visão sobrenatural ou paranormal do homem, utilizando-se de efeitos visuais produzidos a partir da capacidade tecnológica e da maquinaria do veículo. A solução cênica por *deus ex maquina* é sobremodo facilitada pelas mídias eletrônica e digital. Opondo-se a uma solução “lógica”, não parece automática e necessariamente artificial e irrealista, se o espectador acreditar na concepção de que a intervenção divina ou sobrenatural é aceita como verossímil. Além disso, pode o receptor pactuar da fantasia como tal, lhe emprestando “fé cênica” no plano de representação simbólica, na cena não-realista.

Ainda quando o enfoque das novelas parece deter-se sobre aspectos da vida nacional que estão claramente sob influência do poder do chamado “colonialismo cultural” de matriz norte-americana, como o universo *country* dos rodeios, a exemplo da abordagem que faz a novela *América*, está-se diante de uma realidade, de fato, observável em zonas brasileiras rurais que experimentaram forte desenvolvimento econômico, não raro acompanhado de notável urbanização e industrialização, como regiões do interior de São Paulo e Minas Gerais. Crescimento que parece favorecer o consumo indiscriminado e sem critérios de produtos culturais exógenos – particularmente da portentosa indústria de entretenimento norte-americana - forjando uma “identidade rural pasteurizada” à maneira da globalização cultural liderada pela primeiríssima potência econômica do planeta.

Assim como praticamente todos os temas abordados em novelas brasileiras transformam-se em assuntos de debate no espaço midiático da informação jornalística, a repercussão do “mundo dos rodeios”, onde boa parte da trama de *América* foi ambientada, ocorreu, como de costume, e não só no veículo de origem de produção do folhetim, a TV Globo. O programa de reportagem da TV Record, *Repórter Record*, exibiu, em 8 de agosto de 2005, ampla matéria sobre rodeios, incluindo a saga dos peões, seus hábitos de consumo, treinamento e procedimentos, a vida dos vencedores, a superlativa movimentação de dinheiro, a moda *country*, a música sertaneja e as aculturações observadas em diversos aspectos das manifestações artísticas e do ambiente sob influência da tradição exógena, assim como ainda foi apresentada a cobertura dos concursos de “rainha, princesa e madrinha” dos rodeios e das atrações espetaculares secundárias na arena de competição, a exemplo dos shows de palhaços, que protegem os peões das chifradas e coices dos touros.

A citada reportagem intitulada *Rodeios – Os Reis do Campo* também dá bastante espaço para os maus-tratos sofridos pelos animais, submetidos a choques elétricos e ao encilhamento com acessórios dolorosos e irritantes, colocados inclusive na parte da virilha dos touros, para que eles pulem espetacularmente durante a exibição – assunto, aliás, omitido na novela *América*, ou melhor, tratado à maneira de minimizá-lo, através da personagem da veterinária *Simone* (Débora Duarte), que, com todo zelo pelos animais, inspeciona as condições em que vão a público, e que se diz atenta a irregularidades para denunciá-las. Note-se que o ocultamento, por meio bastante hábil

na trama da novela, do costume que parece generalizado nos rodeios é motivo de denúncias e protestos das entidades protetoras dos animais, artistas e celebridades, gritas que só encontram eco nas redes de informação e veículos concorrentes da TV Globo, pois ela própria ignora estrategicamente o assunto em suas reportagens sobre o universo rural dos rodeios.

A cantora Rita Lee, por exemplo, levantou sua voz contra os rodeios e os maus-tratos impingidos sobre os animais, enquanto a novela estava no ar, acusando a autora Glória Perez de reforçar este tipo de barbárie. Só muito depois – no ano seguinte à exibição da novela, ou seja, em 2006 – a TV Globo, em entrevista exclusiva da artista ao programa *Fantástico* lhe dá espaço para o assunto. Nesta ocasião tardia, Lee denuncia que recebeu ameaças de morte, a partir de interessados no grande negócio dos rodeios.

Na época de exibição da novela, Lee expressou-se em espaços extra-Rede Globo, com depoimentos, a exemplo dos repercutidos na matéria reproduzida a seguir, a partir do sítio da Internet de O Dia On-line, informação captada, por sua vez, do jornal Folha de São Paulo:

***Rita Lee critica Zezé Di Camargo e Glória Perez***

Ela é roqueira, apresentadora e, é claro, polêmica. A cantora Rita Lee, em entrevista a Folha de S. Paulo desta quarta-feira, mandou mais uma das suas e disparou sua metralhadora verbal contra o cantor Zezé Di Camargo e a autora Global, Glória Perez.

Rita [...] criticou a posição do cantor de ser favorável aos rodeios. A cantora, que é defensora dos animais, alegou que já está mais do que comprovado os maus-tratos que sofrem os bichos nestes eventos. "Se o Zezé conhece os abusos e acha normal, sinto muito pela sua ignorância espiritual. Se desconhece, está na hora de conhecer", atacou.

Rita não poupou nem a autora da novela, Glória Perez, afirmando que ela está glamourizando os rodeios e que eles não passam de lixo cultural. "Ela, que conhece o que é a violência, atrapalhou bastante o trabalho de entidades de defesa dos animais. Cheguei a conversar com ela sobre a possibilidade de mostrar também o outro lado, afinal, Glória sempre divulga causas importantes e rodeios são um lixo cultural americanizado. Abaixo John Wayne, viva Jeca Tatu!", proclamou.

Rita ainda afirmou que não acompanha a novela América, mas sim a do "Mensalão". Essa novela eu vejo desde o início. "Meus atores favoritos são Heloísa Helena, Roberto Jefferson e um senhor de cabelos pintados, chamado Mão Santa. Dirceu é o vilão, no fim ele se casa com a mulher do Buani e foge para Cuba", revelou a cantora, mostrando que também tem talento para a dramaturgia. (GRIBEL, 2005)

Note-se que, ao lado de seu protesto contra a “glamourização” dos rodeios promovido por *América*, sob responsabilidade maior da autora Glória Perez, a ironia de Lee faz referência direta ao escândalo de corrupção chamado “Mensalão”, caracterizando-o como novela da vida real, cuja trama lhe parece mais atraente. Aliás, é frequente no Brasil, a analogia entre os acontecimentos de natureza espetacular da vida pública, especialmente escândalos de corrupção, com suas intrigas, enredos e tramas beirando a ficcionalidade, e as novelas propriamente entendidas como narrativas ficcionais.

A centralidade da telenovela na dinâmica social brasileira pode ser evidenciada a partir do modo como tais folhetins adquirem aspectos tão singulares, a ponto de estarem sempre inspirando analogias e comparações inimagináveis para um produto midiático, a priori, de finalidade de entretenimento. É bem ilustrativo do tipo de relação que a audiência brasileira mantém com a telenovela, as constantes referências a ela em assuntos da realidade, a exemplo e sobretudo em evocação aos enredos de corrupção na esfera política. Um fenômeno que se tornou aparente, por ocasião dos trabalhos da “CPI do Mensalão”, foi abordada na matéria abaixo, que dá conta da atração popular sobre o noticiário político, naquele momento em que parte da audiência tradicional de novelas parece migrar para a cobertura da CPI, configurando certa competição entre emissoras e alterações nas grades de programação.

***"Novela política" diversifica audiência e muda rotina nas TVs***

SÃO PAULO (Reuters) - "Vossa excelência, o Brasil está nos assistindo", avisa o relator de uma CPI, pedindo compostura aos parlamentares exaltados. De fato, com a atenção dada pelas emissoras de televisão à crise política, cada vez mais brasileiros acompanham os embates políticos como se fossem uma trama novelesca, embora muito mais complexa. "Já perdi dois capítulos da novela 'América' seguindo os noticiários da noite", contou Jacqueline Graner, 83 anos. "Antes eu ligava na TV Senado só para ouvir música, mas agora ligo todo dia para acompanhar os políticos."

A TV Senado e a TV Câmara caíram na graça dos espectadores e das emissoras de TV, rádios e sites de Internet ao transmitirem de graça os depoimentos dados às investigações das CPIs e dos Conselhos de Ética.

Apesar de não ter como medir sua audiência, a diretora da TV Câmara, Sueli Navarro, afirmou que a emissora tem sido muito mais procurada recentemente, desde o começo da crise, no mês de maio, com a denúncia de corrupção nos Correios.

"Existe uma mudança no público sim", disse Navarro. "Agora estamos recebendo uma enxurrada de emails, parabenizando e insistindo para que a gente continue passando a CPI, o Conselho de Ética."



"Outro fator importante para o aumento de audiência é que antes a gente não tinha essa transmissão ao vivo das CPIs. Acho que a maioria da população tomou conhecimento. Pode não estar sabendo de tudo, mas sabe que existe", completou Navarro, lembrando das imagens de pessoas nas ruas acompanhando pelas televisões de lojas o debate entre os deputados José Dirceu (PT-SP) e Roberto Jefferson (PTB-RJ) na terça-feira, no Conselho de Ética da Câmara.

A TV Câmara entrou no ar em 1998, mas apenas recentemente ganhou agilidade para fazer transmissões ao vivo. [...] (EZABELA, 2005)

A mudança de interesse do público naquele período detectada pela matéria é reveladora desta atração popular por tramas, conflitos, situações dramáticas, diálogos tensos, intrigas e reviravoltas – todos estes aspectos e recursos da ficção – nos enredos da vida real. E os veículos midiáticos em sua totalidade incorporaram rapidamente a tendência, oferecendo amplos espaços aos escândalos políticos do momento. As alterações foram efetivadas até mesmo no horário consagrado tradicionalmente à programação infantil, já que as transmissões, em boa parte, passaram a ser “ao vivo”. A partir do mesmo artigo se pode ter uma noção das pontuações de audiência em programas diversos e emissoras diferentes.

#### TEATRAIS E CORRUPITOS

Trocar a programação normal pelas farpas públicas entre políticos não é muito difícil, uma vez que o assunto inundou as próprias emissoras, como a Globo News, da TV fechada, ou a Band e a Cultura, abertas.

A TV Cultura, por exemplo, resolveu trocar seus programas infantis da parte da tarde para exibir Dirceu e Jefferson. Mesmo mudando seu público, afastando as crianças, a emissora manteve o mesmo índice de audiência, com média de 2 pontos do Ibope entre 15h e 18h30, atingindo cerca de 104 mil domicílios na Grande São Paulo.

Já o Jornal da Band, com Carlos Nascimento, chegou a conseguir um pico de 9 pontos de Ibope, sendo que sua média diária são 5 pontos, graças aos imbróglis políticos, comentaram os assessores da rede.

"Não há dúvida de que o telespectador passou a se interessar mais por política. O interesse nunca foi tão grande", disse o diretor nacional de jornalismo, Fernando Mitre.

"Na Band, o que aconteceu foi que flexibilizamos a programação, transmitindo ao vivo alguns momentos mais cruciais. Mas foi uma mudança natural." [...] (EZABELA, 2005)

Também é evidenciado no texto do artigo jornalístico o tipo de recepção da notícia como uma trama novelesca.

Os telespectadores percebem a mudança. O trader de câmbio Paulo Barreto, que tem como hábito ver os telejornais, passou a trabalhar com a TV ligada para acompanhar as investigações.

"Acho que toda informação é relevante, independente do assunto. Mas foi impagável ver

o Dirceu ontem, junto com o Jefferson. Foi um teatro, das duas partes", disse Barreto, ao lado de uma televisão ligada, da qual dava para ouvir a voz da senadora Heloisa Helena (PSOL-AL) na CPI dos Correios desta manhã de quarta-feira.

Já Jacqueline Graner disse que a troca da novela pelas CPIs foi mais natural. "Está difícil ver novela boa hoje em dia. Prefiro ver os políticos, quero saber o que está acontecendo no meu país", disse. "Assisto porque tenho a impressão de que alguém não vai ser corrupto. Mas, se não for muito corrupto, é um pouquinho. Não tem jeito." (EZABELA, 2005)

Recordista em diversificação de temas, a novela *América* sugeriu e forneceu pautas para a imprensa ao abordar também a cleptomania, a pedofilia e o sequestro, entre outros que imediatamente tornaram-se assuntos de debate na mídia jornalística em geral, ultrapassando frequentemente os limites dos espaços especializados em TV. Veja-se, por exemplo, a matéria *Mania de Roubar*, incluindo entrevista com um psicoterapeuta<sup>22</sup>:

Diversas razões podem levar uma pessoa a roubar. Em geral, a gente associa o roubo, com má índole, ambição, revolta e extrema necessidade. E nem vamos entrar em análises de perfis sociais específicos ou de fatores como distribuição de renda que poderiam justificar comportamentos não aceitáveis do ponto de vista da coletividade. Estamos falando aqui de outro tipo de roubo, cuja motivação está na compulsão de um desejo (ou impulso) quase incontrolável de fazer algo, que nos gera prazer.

As compulsões, geralmente, são sucedidas por sentimentos de culpa e arrependimento. Apesar disso, a pessoa repete o ato por inúmeras vezes, como se não tivesse controle dos próprios atos.

O roubo compulsivo é uma doença chamada clinicamente de **cleptomania**. A cleptomania não escolhe classe social: pessoas com muito dinheiro podem roubar por pura compulsão. E não tem nada a ver com a necessidade de possuir alguma coisa: muitas vezes, o objeto do roubo é algo insignificante e sem valor.

A atriz americana Winona Ryder foi condenada em 2001 a 480 horas de trabalhos comunitários mais multa de dois mil dólares e tratamento psíquico por roubar roupas e objetos numa filial da loja *Saks Fifth Avenue*. Se ela é cleptomaniaca? Bem ... Vai entender o ato vindo de uma mulher rica e bonita como Winona.

O comportamento da personagem, Haydê vivida por Cristiane Torloni, na novela da Globo, América, vem causando polêmica. Haydê é rica, infeliz e vive um casamento cheio de mentiras. Vira e mexe ela rouba um isqueiro, uma caneta, ou coisas assim. A personagem vive se esquivando para não ser descoberta e desconhece qualquer tipo de tratamento.

---

<sup>22</sup> A prática aqui recorrente de reproduzir trechos longos de matérias jornalísticas é justificável pelo fato destes documentos serem a materialidade principal do corpus deste estudo. A reprodução integral de algumas reportagens, colunas e entrevistas pretende evidenciar justamente a extensão e generalização do uso nos espaços midiáticos, além de destacar a diversificação de abordagens e conteúdos sobre os temas fornecidos/sugeridos pelas novelas.

Para entender melhor a doença, conversamos com o psicoterapeuta Estevan Matheus, que respondeu **10 perguntas sobre cleptomania**, acompanhe:

**1 - A pessoa nasce cleptomaniaca ou adquire a doença por algum motivo?**

Não se sabe ainda a causa exata, mas especula-se ser fruto de características psicológicas, vulnerabilidade psíquica, ou ainda um problema com os neurotransmissores (em estudo). O componente hereditário também talvez importe, pois em uma mesma família pode se encontrar mais de uma pessoa com cleptomania.

**2 - A cleptomania é uma doença exclusivamente feminina?**

A maior ocorrência está entre as mulheres, mas não se sabe o motivo exato. A cleptomania é uma doença rara, por isso vai estabelecer muitas relações.

**3 - Perante a Lei, uma pessoa cleptomaniaca pode ser presa por roubo?**

Em um primeiro momento, todos nós somos culpados por cometer um delito, seja ele qual for, até que se prove o contrário. No entanto, se a doença for comprovada, o tratamento é outro.

**4 - Quem tem cleptomania pode se envolver em roubos maiores, como de um banco, por exemplo?**

Não necessariamente. Não existe uma relação direta entre ladrão e clepto. Furtar é diferente de roubar. Roubo exige premeditação, o clepto age em função da ocasião. Um dado muito importante é que a pessoa age consciente o tempo todo, sabe que está errada, e até se arrepende posteriormente, mas não consegue conter o impulso.

**5 - Como diferenciar cleptomania de bobagens de criança, como pegar pequenas coisas no supermercado e não pagar, ou levar um brinquedo do amiguinho para casa ...**

Quando os pais percebem que a criança começa a aparecer com objetos que não são seus (borracha, lápis, caneta), isso pode ser um sinal de que ela quer chamar a atenção por algum motivo, geralmente falta de carinho e atenção. É importante lembrar que a cleptomania é uma doença rara, e nem todas as pessoas que furtam são cleptomaniacas. O que os pais devem fazer num primeiro momento é redobrar a atenção em relação ao filho, manifestar mais claramente ou de jeitos novos seu afeto, conversar sobre direitos, deveres, explicar a diferença entre tomar emprestado e roubar, enfim, muitas vezes o furto é apenas falta de parâmetros adequados, sobretudo entre crianças muito pequenas. Se os furtos continuarem, no entanto, o melhor a fazer é procurar um profissional capacitado (psicólogo).

**6 - Os cleptomaniacos colecionam objetos roubados? Ou jogam fora ...**

Muitas vezes os colecionam, mas também podem devolvê-los na surdina, ou até jogá-los fora.

**7 - Por que essas pessoas roubam? É por prazer?**

Quem sofre da doença independente da idade, tem transtorno compulsivo ou distúrbio de ansiedade. Antes do furto, o doente sofre de um aumento de ansiedade, e após o furto, vem o alívio.

**8 - Como tratar o problema? Terapia, remédios ...**

Trata-se com psicoterapia e medicamentos (antidepressivos e ansiolíticos)

**9 - E se eu perceber que alguém em casa tem essa doença o que faço?**

Procure um profissional capacitado. Psicólogo ou médico psiquiatra.

**10 - E tem cura?**

Não, mas a compulsão pode ser controlada com tratamento. (BALSINELLI, 2005)

Embora não se trate de uma coluna especializada em TV, a matéria que aborda a cleptomania de maneira panorâmica no sentido de esclarecer a doença foi publicada em

coluna para público-alvo feminino, que é historicamente o público dos telemelodramas. Já a matéria reproduzida abaixo sobre a pedofilia na novela foi editada em espaço próprio para televisão.

***Pedofilia em ‘América’***

***Rique será vítima de assédio pela Internet. Maníaco faz contato oferecendo jogo de computador***

Mais polêmica na Miami da América de Glória Perez. Depois de abordar questões sociais como imigração ilegal, deficiência visual e cleptomania, a autora já preparou o próximo passo da novela: pedofilia. O alvo será o pequeno Rique (Matheus Costa), filho de Helô (Simone Spoladore) e Neto (Rodrigo Faro). “Quando me chamaram para fazer a novela, o Jayme (Monjardim, ex-diretor da novela) e a Glória falaram que ia ter uma questão delicada, mas sobre a questão do assédio sexual, inspirada na notícia de que uma criança foi acusada disso por ter beijado uma colega da escola, nos Estados Unidos. De qualquer maneira, estava preparada para polêmica”, admite Simone Spoladore.

Pauta do dia em jornais do mundo inteiro, com cada vez mais redes deflagradas, a pedofilia vai entrar na trama via internet. A primeira insinuação sobre o assunto surge quando Conchita (Francielly Freduzeski) tenta botar Rique para dormir e o menino resiste, por não querer deixar o computador. Na conversa, Rique conta que está conversando com um amigo que entende tudo de jogos e que vai emprestá-los, por ser dono de uma loja. Segundo ele, porém, o colega tem apenas 12 anos.

***Para atriz, casal terá que enfrentar problema junto***

“É um tema superdelicado, difícil de ser tratado e vamos ter que ter muito cuidado”, prevê Simone. Para ela, com um problema desse porte na família da personagem, Helô e Neto devem parar de picuinhas. “Acho que eles vão ter que ficar juntos, porque vai ser a melhor maneira de resolver isso”, palpita ela, satisfeita com o merchandising social. “É muito importante poder usar a função da TV de informar e esclarecer através da novela das oito, que atinge tanta gente”, resume. (UCHÔA, 2005)

Muitos são os *sites* de informação da Internet que abrigam fartamente notícias sobre novelas e os desdobramentos que suscitam. As edições do *Último Segundo*, do portal *IG*, muito visitado pelos internautas, inserem em rede, diariamente, artigos que desdobram os temas novelísticos. Veja-se, por exemplo, como a comentarista Carina Martins, então a titular da coluna *Zapeatrix*, do *site Babado* (um *link* do portal *IG*), em artigo intitulado *Culpando a janela pela paisagem*, interpreta a polêmica instaurada pela novela da TV Globo, das 19 horas, *A Lua Me Disse*:

***Culpando a janela pela paisagem***



Se alguém faz um filme sobre a Segunda Guerra Mundial e para retratar os acontecimentos mostra um massacre de judeus como os que aconteceram no Holocausto, com toda a tragédia e a humilhação que essas pessoas sofreram, alguém em sã consciência diz que se trata de uma obra anti-semita? Pelo contrário: em geral, o diretor é louvado por lembrar que existiam(em) os nazistas, pessoas racistas, anti-semitas e

homofóbicas. Agora, por que cargas d'água ao mostrar personagens preconceituosos na novela das sete Miguel Falabella é acusado de tudo isso?

Há alguns dias o Grupo Gay da Bahia anunciou que pretendia se unir a organizações de direitos dos negros e índios para processar o autor. Confesso que fiquei surpresa. Logo no começo da novela, escrevi uma coluna exatamente elogiando a abordagem que *A Lua me Disse* fazia de assuntos polêmicos de cunho social - nada de panfletos, bandeiras e choramingos. Nessa novela, nosso próprio preconceito é sempre esfregado na nossa cara. É claro que a obra é uma comédia. Mas daí a dizer que faz um humor preconceituoso vai um caminho bem grande. Principalmente porque o que acontece é exatamente o contrário - o humor é usado em sua forma mais nobre, como crítica social. Tem gente que confunde o sentimento doído que isso causa com indignação. Mas não é. É tapa na cara mesmo.

Por exemplo, a dona-de-casa mau caráter humilha e destrata a empregada índia. Não é engraçado. A opressora não é a personagem carismática com o bordão final que se identifica com o público como em um programa do Chico Anysio - esses sim, anos a fio promovendo um humor preconceituoso. É só um retrato da verdade. Ou vamos fingir que as domésticas das nossas casas não sofrem com o ranço escravocrata na nossa sociedade? Que os índios não sofrem com racismo? É incômodo, mas é real. E o desconforto que causa é melhor do que qualquer campanha de conscientização.

No que diz respeito aos negros, então, é um trabalho sem precedentes. Para começar, não me lembro de uma novela que não fosse "temática" com um elenco de negros tão significativo. Muito menos com o tratamento que eles recebem - não estão restritos ao núcleo negro, ou pobre, ou bonzinho vítima do racismo. Não. São personagens como os outros: alguns do bem, outros do mal, com participação ativa na trama. O racismo é mostrado o tempo todo. E às vezes com humor sim, por que não? Mas sem musiquinha triste para avisar que aquilo é um retrato do preconceito. Porque na vida também não é assim.

Abordagem social não é só o Jatobá batendo a cabeça no orelhão seis vezes por semana. A gente é mais inteligente que isso, merece uma discussão mais aprofundada. Porque só falar que discriminação racial é crime é muito fácil - entra pelos nossos ouvidos como se racistas sempre fossem os outros. Mas mostrar o preconceito nosso de cada dia é que são elas.

O que mais me surpreende, no entanto, é a acusação de homofobia. Primeiro porque a trama das sete é claramente uma novela gay. Segundo porque *A Lua me Disse* não tem beijinhos entre personagens lésbicas, o festejadíssimo e pouco eficaz recurso de inclusão social recentemente descoberto por nossos folhetins. Não. Vai anos-luz além disso. Tem um travesti como personagem guardião da moral e bons costumes da vizinhança e nenhuma bandeira ou deboche a esse respeito. E tem também um tipo que costuma ser vítima de preconceito até - e principalmente - da onda politicamente correta: o gay afeminado. Sim, ele existe de verdade. Embora a luta pelo fim da discriminação, veja que ironia, praticamente proíba sua carinha na televisão.

A novela tem aquele que é provavelmente o mais diversificado grupo de personagens que eu já vi. Todos os subtons da aquarela. Sempre achei *A Lua me Disse* uma novela um tanto subversiva. Mas nunca imaginei que seria incompreendida. (MARTINS, 2005)

A matéria opinativa reproduzida acima caracteriza e reflete, em boa medida, os desdobramentos que podem suscitar os temas e conteúdos escolhidos e as opções estéticas adotadas nas novelas, mobilizando setores da sociedade, instituições representativas (ou muitas vezes nem tanto), a favor ou contra as abordagens que vão ao

ar, indicando não só o traço multidialógico estabelecido entre produção e recepção destes produtos de alto poder persuasivo, como o tipo de envolvimento da sociedade brasileira e a importância que atribui aos folhetins eletrônicos, no contexto da dinâmica social nacional.

O tratamento desrespeitoso dirigido à personagem *Índia* (Bumba), por duas personagens vilãs e ao mesmo tempo hilariantes de *A Lua me Disse*, gerou uma ação do Ministério Público Federal, contra o autor e a TV Globo, motivo de mudanças na orientação da novela, que introduziu até uma reviravolta na vida da personagem perseguida, já que nos últimos capítulos torna-se milionária e ajuda financeiramente aquelas que antes a humilhavam, como anunciou previamente coluna especializada em televisão<sup>23</sup>. Notícias do andamento do processo judicial e seus trâmites habituais, no Brasil, popularizados sob a alcunha de “guerras de liminares”, figuraram na imprensa, como a nota reproduzida abaixo sob o título de *Tribunal suspende liminar que proibia Globo de exibir cenas de novela*:

O desembargador Erik Dirlund, do Tribunal Regional Federal no Rio de Janeiro, acatou recurso da TV Globo e suspendeu a liminar que proibia a exibição de cenas "constrangedoras" para a personagem Índia (Bumba), da novela *A Lua me Disse*, segundo o colunista da Folha de S. Paulo Daniel Castro.

Na quarta-feira (21), o colunista publicou que a Justiça Federal proibiu a emissora de exibir cenas que exponham a Índia a "situações constrangedoras e degradantes", sob pena de multa de 500 mil reais, em liminar concedida na última segunda.<sup>24</sup>

Como *obra aberta*, construída não só pelos autores de roteiro, diretores/encenadores, atores, técnicos de várias áreas, assim como submetida à tutela dos dirigentes da organização midiática produtora, a telenovela é produto também resultante da interatividade com o público receptor, opera balizada por parâmetros de aceitação ou rejeição medidos por índices de audiência, por pesquisas qualitativas do tipo grupo de discussão (*group discussion*), e ainda por pressão de organizações civis defensoras de

<sup>23</sup> Folha de São Paulo, Ilustrada/ Televisão, 11 de setembro de 2005, p. E 8.

<sup>24</sup> *Tribunal suspende liminar que proibia Globo de exibir cenas de novela*. Coluna Babado – IG – Notícias Disponível em: <http://babado.ig.com.br>. Postada em 22 de setembro de 2005 às 09h35 e acessada no mesmo dia.

direitos humanos e de outros tantos objetivos e inspirações afins ou mesmo corporativos, assim como de instituições públicas de várias esferas de competência.

Outro “autor” indireto, mas muito influente é o patrocinador. Os anunciantes que viabilizam a produção e mantêm a vitalidade financeira da organização midiática, em última instância, também podem influir indireta, mas decisivamente, sobre a construção da telenovela, ao optar por este ou aquele produto, sempre com olhos atentos aos índices de popularidade, aceitação/ rejeição e audiência dos programas.

O conjunto desses atores sociais, em dinâmica de alta complexidade, pode influir e dar origem a alterações nas tramas dos folhetins eletrônicos, modificando o enredo e alterando destinos de personagens, muitas vezes em sentido radical, para atender as expectativas da recepção, ainda que os autores formais insistam em alardear, com muita frequência, total autonomia na construção dos roteiros. Sabe-se que não é verdade e a evidência é estampada constantemente na telinha da TV. A reafirmação de independência dos roteiristas de novelas, muitas vezes, é traída por eles mesmos ao admitir certa “escuta” ou “ausculta” do público, como metodologia de construção de suas obras.

### **3.3 Telenovela pode gerar consequências até na política internacional**

A telenovela brasileira tem o poder latente não só de fornecer pautas temáticas para a mídia jornalística nacional, como também para agências de notícias internacionais, a exemplo da portentosa Reuters alemã de alcance global, como se vê abaixo na matéria intitulada *México vai exigir vistos de brasileiros*, e ainda detém o potencial até mesmo de influir sobre decisões que alteraram políticas de imigração entre países, como o texto em seguida revela. Vale lembrar que a novela *América*, então em exibição, tinha como seu principal mote a imigração ilegal de brasileiros para os Estados Unidos, usando o México como rota.

*México vai exigir vistos de brasileiros*

CIDADE DO MÉXICO (Reuters) - O México vai solicitar visto dos brasileiros que quiserem visitar o país como parte de medidas mais rigorosas de imigração que têm o objetivo de reduzir o crescente número de pessoas que cruzam ilegalmente a fronteira do país com os Estados Unidos, informou uma fonte do governo.

O México notificou o governo brasileiro na quinta-feira de que os cidadãos do Brasil precisarão de visto para entrar no território mexicano, revertendo com isso um acordo recíproco entre as duas nações que eliminava a necessidade do documento, informou uma autoridade do Ministério do Interior do México que pediu para não ter seu nome revelado. Os Estados Unidos já haviam reclamado do grande número de não-mexicanos - entre eles um grande número de brasileiros, que entram ilegalmente em seu território vindos do México.

Em abril, autoridades norte-americanas prenderam cerca de 150 brasileiros que haviam entrado no país do México para o Estado do Texas. Isso levou o número de brasileiros detidos por entrar ilegalmente nos EUA para 15.428 desde o início do ano fiscal norte-americano, em outubro. Esse montante é quase o dobro do registrado no ano fiscal anterior.

O representante mexicano disse à Reuters que um grande número de brasileiros que entram no México deixam de informar às autoridades deste país sobre seus planos de viagem, como determina a lei. Isso fez com que 5 mil brasileiros fossem mandados de volta para o país no ano passado.

Quase 50 mil brasileiros entraram legalmente no México na primeira metade deste ano e a fonte negou que haja tensão sobre essa questão.

"Não há conflito porque eles terão vistos de longo prazo que os permitirão mais entradas, mais vezes", disse. "Eles terão vistos válidos por cinco anos e por três anos."

Uma outra fonte do governo disse que os EUA pediram ao México que exigisse vistos de cidadãos do Brasil depois da descoberta, no ano passado, de uma quadrilha que colocava ilegalmente brasileiros nos EUA via Cancún. (Por Adriana Barrera) (BARRERA, 2005)

E a resposta do Brasil vem de modo a evocar o princípio da reciprocidade:

*Em resposta a ação do México, Brasil exigirá visto de mexicanos*

**BRASÍLIA (Reuters) - O governo brasileiro anunciou nesta sexta-feira que exigirá visto dos cidadãos mexicanos que desejarem entrar no país, após uma decisão similar tomada na véspera pelo governo do México.**

"O governo brasileiro está obrigado a reciprocizar, estabelecendo a mesma exigência de vistos de turista e de negócios em passaportes comuns mexicanos, a partir da mesma data em que o governo mexicano suspendeu o acordo, isto é, 23 de outubro de 2005", disse o Ministério das Relações Exteriores em nota, referindo-se ao acordo bilateral sobre isenção de visto.

Na quinta-feira, o México afirmou que exigirá o visto de brasileiros, equatorianos e sul-africanos que viajarem ao país. A medida foi adotada depois que os brasileiros começaram a utilizar o território mexicano para entrar ilegalmente nos Estados Unidos.

No ano passado, o México barrou a entrada de 4.822 brasileiros, o que representa quase 50 por cento das pessoas vetadas pelo país.

Até o primeiro semestre deste ano, o número subiu para 6.450, segundo dados do Instituto Nacional de Migração mexicano.



O Itamaraty informou que, na quinta-feira, a embaixadora do México entregou uma comunicação sobre a suspensão por tempo indeterminado, a partir de 23 de outubro, do acordo bilateral que exime turistas e pessoas viajando a negócios de ter que pedir o visto de entrada no México.

O acordo havia entrado em vigor no dia 7 de fevereiro de 2004.

Na nota brasileira, o Itamaraty disse que não tem nada a comentar sobre a decisão soberana do México, mas ressaltou que é obrigada a atuar de forma recíproca.<sup>25</sup>

Seria até ingenuidade imaginar que tais desdobramentos na política bilateral México-Brasil, com pressões oriundas dos EUA, não sofreram qualquer tipo de influência das situações dramáticas retratadas na trama central de *América*, com detalhamento muito preciso e minucioso dos procedimentos adotados para a imigração ilegal. Os indícios levam a formular a hipótese de que a novela brasileira, ainda que seja construída assiduamente na atualidade apropriando-se do *fato-notícia*, funciona também como um “delator”, um canal de denúncia que acende a opinião pública, desperta a imprensa para seus temas e dinamiza os procedimentos e operações cabíveis das instituições formais de repressão da sociedade.

Políticas internacionais costumam levar em consideração o poderio das telenovelas brasileiras, em termos de seu alcance e potencial persuasivo sobre sua superlativa audiência. A Organização Mundial da Saúde (OMS), por exemplo, não se esquece de incluir os folhetins eletrônicos de lavra nacional em estratégias de suas campanhas de âmbito global. Observe-se a notícia abaixo:

***OMS: cigarro matará 1 bilhão de pessoas neste século***

A Organização Mundial da Saúde (OMS) adverte que o cigarro irá matar 1 bilhão de pessoas neste século e apela para que os governos proíbam toda a propaganda, publicidade e promoção de empresas de tabaco. A agência de saúde da Organização das Nações Unidas (ONU) ainda pede que o cigarro nas novelas brasileiras também seja abolido. Para marcar o dia internacional contra o cigarro, que é celebrado hoje, a OMS lança uma campanha mundial para alertar os jovens sobre as "armadilhas" das empresas do setor. O material publicitário foi produzido no Brasil e será veiculado em 200 países.

A idéia da OMS é a de convencer os diversos governos a adotarem medidas duras. Segundo os estudos da entidade, países que adotaram uma restrição total à publicidade de

---

<sup>25</sup> *Em resposta a ação do México, Brasil exigirá vistos de mexicanos.* Reuteurs. Publicado em site Yahoo! Notícias Manchetes. Disponível em: [www.yahoo.com.br](http://www.yahoo.com.br). Postado e acessado em sexta-feira, 09 de setembro de 2005, às 11h35.

cigarros conseguiram reduzir em 16% o consumo. O grau do vício estaria ligado à exposição à publicidade do produto. Outra constatação é de que a indústria sabe do potencial do marketing. Entre 1995 e 1999, as empresas americanas promoveram ou patrocinaram 2,7 mil eventos, com gastos de US\$ 350 milhões.<sup>26</sup>

### 3.4. Tema da telenovela é pauta de programa de *infotainment*

O programa de jornalismo policial não-convencional *Linha Direta*, da TV Globo, que utiliza simulações no relato de acontecimentos criminais, formatando seu produto por via da hibridação do gênero dramático e da linguagem jornalística, exibiu, em seu *Linha Direta Mistério*, edição especial que abordou “Experiências de Quase Morte” (EQM), no dia 17 de novembro de 2005, duas semanas depois de terminada a novela *América*, que também tratou da EQM em sua trama, centrando a narrativa sobre a personagem do peão de rodeio *Tião Higino* (Murilo Benício), que, derrubado e jogado para cima pelo touro de qualidades fantásticas *Bandido*, experimenta vivências do tipo, ao entrar numa espécie de túnel de luz difusa e etérea, e, neste ambiente mágico, tem um encontro sobrenatural com o espectro de seu pai já falecido.

Neste *Linha Direta Mistério* é feita referência à novela *América*, uma citação que na lógica e na práxis televisual contemporânea se impõe obrigatória, pondo em relevo um tema recentemente abordado no prestigiado produto novela e que ainda habitava a memória e o imaginário do telespectador brasileiro. A migração de temas e pautas de um programa para outro, sejam eles ficcionais ou jornalísticos, é prática frequente nas TVs do país, e especialmente recorrente na TV Globo.

O referido *Linha Direta Mistério* além de ter encenado, por meio de suas habituais simulações, vários casos de EQM, introduz depoimentos de neurologistas, psiquiatras, religiosos de diferentes sistemas de crenças e seguidores de diversificado espectro de dogmas, incluindo aí rabino, vigário católico e médico espírita, produzindo

---

<sup>26</sup> OMS: *cigarro matará 1 bilhão de pessoas neste século*. Agência Estado. MSN Notícias. Disponível em: <http://noticias.br.msn.com/brasil/artigo.aspx?cp-documentid=7806380>. Postado em 30 de maio de 2008 às 14h03 e acessado em 31 de maio de 2008

o seu formato *melangé* de gêneros ficcional e jornalístico. Contudo, o que interessa destacar aqui é o fluxo de pautas a partir da novela em direção a programas jornalísticos, dessa vez pautado num formato não-convencional do gênero, ou seja, no programa de *infotainment*, que tem a especificidade de combinar, num só produto midiático, informação e entretenimento.

### **3.5 Repercussão do noticiário político na cena da telenovela**

Indicadora evidente da tendência da produção ficcional de apropriar-se dos assuntos em pauta na mídia jornalística e com rapidez e agilidade surpreendentes, a já citada novela *A Lua Me Disse*, no capítulo exibido no dia 22 de junho de 2005, inclui uma cena de alguns personagens “picaretas” da trama – a burguesa falida (Araci Balabanian), seu filho e sua nora (Beth Goulart), além de um mordomo corrompido - recebendo um vistoso maço de dólares de um deputado corrupto, como parte do pagamento de um esquema ilegal, nomeado pela personagem de Balabanian de “mensalão” – a palavra que mais tinha sido ouvida e lida por estes dias, na mídia brasileira, para designar o suposto pagamento de deputados, em troca de apoios aos projetos do governo, num esquema criminoso implantado no Congresso Nacional, denúncia que envolveria, além de partidos já reconhecidos pela opinião pública esclarecida como “de aluguel”, alguns francamente de direita, mas surpreendentemente também o Partido dos Trabalhadores (PT), vários de seus parlamentares e o então principal articulador do governo petista, na época chefe da Casa Civil da Presidência da República, José Dirceu, como cabeça do esquema - justamente um homem de passado emblemático de luta contra a ditadura militar brasileira, ativista político respeitado e que, mais tarde, foi um dos fundadores do PT, partido que ostentava decantado “patrimônio ético” (pelo menos enquanto foi oposição) e que, na ocasião, é o poder instituído.

O assunto foi, então, a principal notícia da mídia brasileira, com denúncias aparecendo em cascata, envolvendo parlamentares e partidos de todas as colorações político-ideológicas, inclusive em formação de “caixa 2” de campanhas eleitorais, peculato, sonegação de impostos, assassinato, entre outros crimes, neste período de

instalação e funcionamento de Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs) na Câmara, de demissão “voluntária” de ministro, de renúncias de deputados, de depoimentos vários de acusação e da investigação do Ministério Público, da Polícia Federal e do Congresso. Crise política que se desenrolou diante da população perplexa com os graves desdobramentos, com as instituições mais importantes do sistema democrático na vitrine, em xeque, em risco de desmoralização total e sob ameaça de quebra institucional. Sem dúvida, um momento grave da vida nacional que, aqui, se faz um relato sucinto no intuito tão-somente de caracterizá-lo como fonte jornalística ou do noticiário político influenciando e contaminando a produção ficcional da telenovela nesta sua acentuada tendência de “apropriação do real”, por intermediação da imprensa.

Dando sequência à sua trama de retratar corruptos e corruptores da cena nacional, o folhetim da TV Globo *A Lua Me Disse* exhibe cena em que as personagens corruptas envolvidas com um tal partido político do deputado *Boaventura* estão em pânico diante dos desdobramentos de uma crise política em curso. O filho de *Leontina* (Araci Balabanian) recebe ligação telefônica do deputado *Boaventura*, que informa, aos comparsas, de que foram denunciados e que, no Congresso Nacional, estarão instalando uma CPI, para elucidar o esquema. O filho de *Leontina* diz que vai “negar tudo, exercendo o legítimo direito de negar tudo”, enquanto *Leontina* replica que só depõe “com um *habeas corpus* preventivo, de garantia”. Réplicas estas que o público brasileiro ouviu com frequência no noticiário nacional, a partir de personagens reais do mundo político e empresarial do país.

### **3.6 O fato-notícia como fonte da telenovela: reflexos imediatos**

Dia 8 de janeiro de 2007, quinta-feira. Uma tragédia é noticiada na mídia eletrônica nacional: assaltantes tomam um carro parado num sinal de trânsito, conduzido por uma mulher acompanhada de uma filha, um filho e uma amiga. Ao ser obrigada, junto com as outras duas, a deixar o veículo, a mulher tenta tirar o filho do banco traseiro; a mãe não consegue livrar o menino de seis anos, que fica preso no cinto de segurança; e o carro, já de posse dos bandidos, parte arrastando a criança, dependurada na parte externa do veículo, por nada menos que 7 quilômetros de ruas do

Rio de Janeiro, passando por quatro bairros da capital carioca, sem parar. Obviamente a criança morreu. A barbárie é estampada na cara de todos. Os praticantes de ato tão revoltante são jovens, um deles menor de 16 anos. Uma brutalidade chocante, mesmo para o ambiente de violência generalizada existente, nos dias de hoje, nos centros urbanos do Brasil.

Dia 9 de janeiro de 2007, sexta-feira. Os jornais impressos publicam a notícia horrenda, na primeira página. A novela *Páginas da Vida* também inclui, no capítulo exibido à noite deste mesmo dia, cena em que a notícia é lida pelas personagens de três religiosas católicas que trabalham no hospital, que é cenário do folhetim eletrônico de autoria de Manoel Carlos, o teledramaturgo “naturalista” da TV Globo. Uma delas lê em voz alta a notícia publicada no jornal *O Globo*, do mesmo grupo de comunicação da TV. A comoção é geral. Em ato contínuo, elas se ajoelham e rezam o “Pai Nosso de Cada Dia”. A misericórdia divina é invocada, diante de revelação tão brutal. A cena culmina com um sobrevôo silencioso da câmara ao redor e ao alto da estátua do Cristo Redentor, na bela cidade do Rio de Janeiro. Sequência tocante que acompanha o paroxismo da indignação da população brasileira conflagrada por tão extrema violência.

É notável a rapidez com que a produção da novela trabalhou para introduzir esta cena já no capítulo do dia posterior ao crime e no mesmo dia em que os noticiosos impressos tiveram possibilidade de publicar o fato acontecido na noite anterior. Também é revelador da agilidade com que a teledramaturgia nacional, na atualidade, trabalha com o *fato-notícia*. As fontes jornalísticas estão cada vez mais influenciando na construção da obra dramaturgica e, em se tratando especificamente de telenovela, este caso já se constitui em verdadeiro recorde, no tempo, de exibição cênica, em rede, num produto do tipo ficcional.

### **3.7 A migração de pautas**

Temáticas inclusas na trama da novela *Belíssima*, escrita por Silvio de Abreu e com direção de Denise Sarraceni, o tráfico de pessoas, crime organizado e corrupção policial são assuntos que coabitaram em espaços midiáticos jornalísticos. Enquanto a

citada novela esteve no ar focalizando uma trama de tráfico de pessoas, através da personagem da jovem brasileira *Thaís* (Maria Flor) levada à Grécia, escravizada e obrigada a submeter-se à prostituição, por uma rede de aliciadores internacionais, o tema passou a despertar o interesse do jornalismo na esteira da atenção que também despertou este tipo de crime por parte da investigação policial.

No dia 29 de março de 2006 – período em que *Belíssima* estava em exibição -, o BA TV, jornal regional baiano da TV Bahia, exibiu a cobertura da prisão do aliciador Aduino Ferreira de Andrade, no aeroporto internacional de Salvador, quando fazia o *check-in* de duas brasileiras em vôo com destino a Madrid, na Espanha, para fins de prostituição. No dia seguinte (30 de março), a notícia era chamada de capa dos dois principais jornais baianos – A Tarde e o Correio da Bahia – merecendo, neste último, a manchete da editoria de polícia (Segurança), na página 5 do primeiro caderno.

Há indícios de que temas da esfera criminal abordados em novelas no Brasil passem também a pautar a agenda policial em suas diversas instâncias no país, haja vista a aparente coincidência em que surgem simultaneamente no cenário da mídia informativa, a partir de investigações e flagrantes da polícia. É, no mínimo, curioso constatar esta frequência na ocorrência entre temas ficcionais e os acontecimentos reais que se tornam notícia. É como se a autoridade policial tivesse que “responder” de alguma forma à “denúncia” que a novela torna pública, como inteiramente verossímil e que passa a fazer parte do universo e repertório de indignação dos telespectadores brasileiros. Mais uma vez, pode-se evidenciar, a partir dessa observação, a superlativa repercussão que a telenovela imprime na dinâmica da vida nacional.

Em vetor inverso ao destacado acima, pode-se, por exemplo, sublinhar que a novela *Belíssima* insere em sua narrativa dramática um caso de crime organizado e corrupção policial, na intrincada trama em que certa delegacia e seu titular são denunciados de distorcer e encobrir os fatos que envolvem o assassinato da personagem *Valdete* (Leona Cavalli), cujo corpo foi encontrado na suposta cova da supervilã *Bia Falcão* (Fernanda Montenegro), que foi dada por morta, mas estava viva, como é revelado no decorrer da trama, e diante disso, o delegado honesto (interpretado por Marcos Palmeira) assume a delegacia, para saná-la, em substituição à equipe anterior corrupta, fatos que se desenrolam no capítulo de 27 de junho de 2006.

Vale notar que nesta ocasião o crime organizado é pauta do debate nacional, após os acontecimentos de São Paulo, em que a organização criminosa Primeiro Comando da Capital (PCC) promoveu séries de assassinatos de policiais, revoltas em presídios do Estado, atentados em vias públicas, apavorando a população da maior cidade brasileira, em represália aos deslocamentos das principais lideranças do PCC, transferidas para “presídios de segurança máxima”, em consequência do vazamento de informação para as autoridades policiais de que a organização criminosa estava a articular ações terroristas contra o Estado e sua população, ações que acabaram se verificando. O crime organizado, como se sabe, envolve muitas “pontas” de articulação, desde os traficantes de drogas, ladrões e assassinos até autoridades policiais, funcionários públicos em funções estratégicas, empresários, políticos, profissionais liberais, sobretudo advogados etc.

Não parece mera coincidência que no mesmo dia 27 de junho de 2006, ainda no intervalo do capítulo da novela *Belíssima* acima relatado, a TV Globo insira chamada para seu programa dominical *Fantástico*, em que vai exibir matéria sobre advogados de criminosos e suas ações ilícitas, no Brasil. É útil relevar que dois advogados que atendem aos integrantes do PCC eram acusados de comprar gravação secreta de sessão da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), que investigava o contrabando de armas, crime em que o PCC está envolvido “até o pescoço”. Um técnico de som contratado pela Câmara dos Deputados em regime de terceirização foi quem vendeu a gravação aos advogados – um homem e uma mulher que na acareação na CPI, acusaram-se mutuamente, promovendo um “show” de mentiras que, por mais uma vez, indignou o país.

A crise ética do mundo pós-moderno ancorada solidamente no Brasil é espetacularmente exibida nos espaços midiáticos, com frequência praticamente contínua. Nessa direção, as telenovelas nacionais vêm desempenhando um papel destacado de permear suas narrativas plenas de *hibridações* de gêneros variados inspiradas por sucessivos escândalos que recheiam diariamente o noticiário político-policia

Em vetor oposto, a migração de pautas da esfera ficcional dos telefolhetins em direção ao espaço da cobertura de eventos reais também se produz a partir de temáticas

típica e tradicionalmente assentadas nos modelos melodramáticos, que dão origem ao gênero telenovela, e que subsistem ainda como esteio de sua narrativa dramática nas produções atuais.

Note-se esta dinâmica no seguinte exemplo: a novela das 7 horas da TV Globo *Cobras & Lagartos* estava no ar enredando um caso de perda de memória do personagem *Luciano/ Martim*, um famoso cirurgião plástico que, ao passar por um grande trauma, perde o referencial de sua identidade, num caso de amnésia severa, e assume uma identidade substituta, ao tempo em que se desenrola uma história romântica com a personagem *Letícia* (Cléo Pires), que num certo instante tem a revelação que o namorado é seu irmão, para num momento posterior descobrir que o objeto de sua paixão não é, de fato, irmão, e que o *affaire* está livre do tenebroso incesto – trama com uma codificação bem tipificada do melodrama tradicional originário da Europa do final do século XVIII.

Enquanto tal enredo melodramático se desenrolava na telinha da TV Globo, pelo menos um outro programa de variedades, típico produto de entretenimento do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), o popular *Domingo Legal*, apresentado pelo veterano Gugu Liberato, mostra, em 9 de julho de 2006, uma “reportagem” que acompanha uma família a caminho de encontrar um tal senhor *Nana* (chamado assim porque era o único balbucio que ele conseguia pronunciar), que vivia há 10 anos em um hospital psiquiátrico, desmemoriado, e que poderia ser o Senhor Miguel, irmão do homem e pai das duas mulheres integrantes da tal família.

A matéria cobre a viagem da família para reencontrar o possível parente, o reencontro emocionado e a convicção do grupo familiar de que se trata do Senhor Miguel. Obviamente conduzida pela equipe de TV com as tonalidades próprias do melodrama, a reportagem é concluída com o esclarecimento de que o paciente há uma década sob tutela do Estado não poderia ser levado para casa de imediato, mas que seriam feitos testes de DNA, para determinar a identidade e o parentesco do homem, afim de um desfecho feliz e justo.

Além da migração de temáticas de conteúdos semelhantes, como é o caso da abordagem da amnésia, para espaços midiáticos de formatos e conceitos diferenciados, deseja-se aqui por em relevo a contaminação verificada entre duas redes televisivas –



rede Globo e SBT – e ainda o caráter de *hibridação de gêneros* que a telenovela brasileira contemporânea faz coexistir numa mesma obra.

### 3.8. A hibridação de convenções formais

A apropriação de convenções formais da tradição jornalística por parte da telenovela é outro sintoma da relação dialógica que a teledramaturgia recente mantém com o jornalismo. Retome-se, por exemplo, a inserção na trama de *América*, do programa de entrevistas “É Preciso Saber Viver”, como estratégia do *merchandising social* eleito pelo folhetim de Glória Perez. Apresentado pelo filho do cantor Roberto Carlos, Dudu Braga, um deficiente visual real, o programa mistura personagens ficcionais – como os cegos *Jatobá* (Marcos Frota) e a garota *Flor* (Bruna Marquezini) – com pessoas da vida real portadoras de deficiências visuais que são entrevistadas e dão seus depoimentos com base em suas experiências verídicas.

A contaminação de linguagem do jornalismo ou de suas convenções formais para o âmbito do gênero ficcional *melangé* da novela contemporânea pode ser observada também a partir do recurso utilizado pelo autor Manoel Carlos em *Páginas da Vida*, folhetim dirigido por Jayme Monjardim, em produção empreendida pela TV Globo. O roteirista inseriu a cada final de capítulo de sua obra serial, depoimentos de pessoas da vida real<sup>27</sup>, tratando de assuntos relacionados às temáticas do seu folhetim eletrônico.

Estrondosa repercussão, por exemplo, causou o depoimento de uma mulher negra sexagenária que confessa, com muita naturalidade e desenvoltura, ter vivido com um homem até seus 45 anos sem jamais ter experimentado um orgasmo. Relata essa senhora que só conheceu o prazer do êxtase sexual sozinha ouvindo a música de Roberto Carlos “Côncavo e Convexo”, declarando sua exultante auto-suficiência e

---

<sup>27</sup> O mesmo recurso de inclusão de depoimentos de pessoas da vida real ao final dos capítulos é utilizado na novela posteriormente produzida, também de autoria de Manoel Carlos, *Viver a Vida*, em que o foco central versa sobre a superação de deficiências e revezes da vida, temática desenvolvida na trama através dos acontecimentos trágicos vividos pela personagem *Luciana* (interpretada pela atriz Alinne Moraes), que fica tetraplégica, após um acidente automobilístico.

defendendo sem meias-palavras, aberta e francamente, a masturbação. Os termos usados pela senhora não eram nada usuais para uma transmissão em cadeia nacional: ela disse que ficou “toda babada”, no seu ato solitário, e que “mulher não precisa de homem”, para obter prazer e satisfação sexual.

A julgar pela enxurrada de matérias e notas que foi gerada na imprensa, em consequência do depoimento de alto grau confessional da mulher exibido no final do capítulo do dia 15 de julho de 2006, em “horário nobre” (como o jargão eternizou), numa exposição sem precedentes deste tipo de teor, este foi de fato um momento de impacto que a novela promoveu, junto à opinião pública, repercutido em comentários formulados pelos formadores de opinião detentores dos espaços midiáticos. Observe-se o que comenta o jornalista Ricardo Calil, abaixo:

### *Tudo pelo sexual*

Com apenas uma semana de exibição, "Páginas da vida" produziu um cardápio sexual inédito para uma novela brasileira. No primeiro capítulo, Manoel Carlos ofereceu um aperitivo do que estava por vir, com uma generosa dose de sexo verbal. Várias personagens mostraram-se frustradas com o desempenho de seus parceiros, a começar pela protagonista Helena (Regina Duarte). “Eu sinto o mesmo tesão de sempre. Mas o sexo agora é meio formal. Ele bate ponto, vira pro lado e dorme. Antes, a gente transava pra valer. Agora viramos funcionários públicos do sexo”, reclamou Helena.

Dois dias depois, o cardápio foi incrementado com cenas de strip-tease, voyeurismo e uma insinuação de sexo a três. Em sua noite de núpcias, Olivia (Ana Paula Arósio) e Silvio (Edson Celulari) chamaram Isabel (Vivianne Pasmanter) para fotografá-los com roupas de baixo e excitarem-se com a fantasia de um *ménage à trois*. Quando a fotógrafa foi embora, Olivia fez um strip-tease para Silvio, deixando Arósio totalmente nua em cena, com os seios e parte da bunda à mostra – em uma seqüência que ficou, em conteúdo e estética, muito próxima aos programas *soft core* exibidos de madrugada pelo Multishow. Na cena seguinte, dois adolescentes observaram Sandra (Danielle Winits) trocar de roupa por uma fresta na porta. Ela ficou apenas com uma calcinha, de costas, mas foi possível ver seus seios, de relance.

No sábado, a verve sexual da novela chegou ao paroxismo com o depoimento real de uma mulher anônima de 68 anos sobre sua descoberta do orgasmo pela masturbação. "Com 45 anos, ganhei um LP do Roberto Carlos, botei na vitrola a música 'Côncavo e Convexo' e fui dormir. E, quando acordei, estava com a perna suspensa, a calcinha na mão e toda babada. Comentei com as amigas, elas disseram: 'Você gozou!'. Aí que vim saber o que era gozo. Moral da história: sou uma mulher de 68 anos, que homem pra mim não faz falta, eu mesma dou meu jeito."

Se o sexo na novela tivesse se resumido a um episódio isolado, Manoel Carlos poderia argumentar que era uma exigência dramática de uma determinada cena. Mas, com o

acúmulo de ocorrências, fica claro o caráter apelativo e programático da iniciativa. A lógica por trás de "Páginas da vida" ficou muito parecida com a do comércio do sexo: oferece um programa sexual em troca de um pagamento. No caso da novela, as moedas são a polêmica e a audiência.

Mas há um componente perverso em "Páginas da vida": no mesmo programa, misturam-se o sexual e o social, o erótico e o educativo, sem que os limites entre um e outro fiquem claros. Em sua primeira semana, a novela não apenas bateu recordes de cenas de sexo, como também de merchandising social. Para cada apelação, houve uma boa causa – seja a defesa do parto natural ou o ataque ao preconceito contra portadores de síndrome de Down.

Até agora, "Páginas da vida" alternou-se, de maneira bipolar, entre a sacanagem e a correção política, como se a Globo acreditasse que a segunda anula a primeira. O mais provável é que elas se confundam na cabeça do espectador. Afinal, o depoimento sobre masturbação de uma senhora de 68 anos é um avanço no tratamento do sexo por uma novela ou uma busca desesperada pela audiência?

Uma coisa é certa: a cena foi inapropriada e constrangedora, passou dos limites do bom senso e do bom gosto. Não porque mostrou a sexualidade de uma mulher de terceira idade. Mas porque sua descrição da masturbação foi chula, grosseira. O depoimento pode ter o efeito inverso ao desejado: em vez de provocar polêmica e aumentar a audiência, dar munição aos conservadores e despertar a rejeição dos espectadores à novela. A Globo está superestimando a vontade do público de ver sexo na TV. Quem quer ouvir – ao lado da mulher, da sogra e dos filhos - que alguém ficou "toda babada" ouvindo "Côncavo e Convexo"? (CALIL, 2006)

Comentou-se até que a direção da TV Globo poderia cancelar a inserção dos tais depoimentos ou que passaria a exercer um controle mais atento sobre os conteúdos testemunhais veiculados. Em nota intitulada *Depoimentos reais em Páginas da Vida podem acabar*, a coluna *Babado* do sítio IG repercute a informação, que, na verdade não passou de mera especulação, já que os depoimentos continuaram a ser inseridos até o último capítulo da novela:

Depoimentos reais em Páginas da Vida podem não ser mais exibidos, de acordo com a coluna de Daniel Castro, da Folha de São Paulo. Oficialmente a emissora carioca nega a informação, mas só há depoimentos previstos até o capítulo que irá ao ar no dia 5 do próximo mês. A exibição de pessoas falando de alguma história real já diminuiu a audiência do folhetim em até sete pontos no Ibope.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> *Depoimentos reais em Páginas da Vida podem acabar*. Sítio IG. Coluna Babado. Disponível em: [http://babado.ig.com.br/materias/380501-381000/380568/380568\\_1.html](http://babado.ig.com.br/materias/380501-381000/380568/380568_1.html). Postado e acessado em 25 de julho de 2006. Como comentado em nota anterior, o recurso de inserir depoimentos ao final dos capítulos diários continuou até mesmo na novela seguinte do autor Manoel Carlos, *Viver a Vida*. Portanto, é pouco provável que tenha tido queda expressiva de audiência, a partir desta prática. Ou, se houve a tal retração

Além de destacar a prática atual de adoção de formatos plenos de *hibridações de convenções formais* e de promover com tais incursões às ‘linguagens’ extra-ficcionais fortes impactos, vale aqui também observar a superlativa repercussão que a novela, de maneira abrangente, no Brasil, pode alcançar, para o bem ou para o mal, ou seja, no sentido da aprovação ou repúdio público, e o potencial de mobilização que alcança na dinâmica da sociedade. Os formadores de opinião não perderam a oportunidade de comentar amplamente nos espaços midiáticos, multiplicando o impacto inicial ao repercuti-lo massivamente. A exposição que a novela proporcionou, neste caso em particular, foi devastadora para a vida da depoente Dona Nelly.

***Depoimento polêmico em novela acaba na justiça***



O depoimento de Dona Nelly que gerou polêmica

Entre as muitas polêmicas da novela "Páginas da Vida", da TV Globo, o depoimento exibido no final do capítulo da trama no dia 15 de julho foi o que mais chocou o telespectador e gerou muitas discussões. Nele, Nelly da Conceição, 68, conta de forma espontânea sobre sexualidade. Os momentos de seu depoimento que mais chocaram o público foi (sic) quando ela disse que só sentiu prazer sexual aos 45 anos e que não precisava de homem para se satisfazer.

Passado mais de um mês, o assunto voltou a virar manchete. Dona Nelly esteve segunda-feira, dia 28, no programa A Tarde É Sua, de Sônia Abrão, na RedeTV!, e disse que vai entrar com uma ação na Justiça por danos morais contra a Globo, o autor Manoel Carlos e o diretor Jayme Monjardim.

"Eu tinha uma vida muito tranqüila, nunca dependi de ninguém, agora perdi o emprego por causa disso e minhas contas estão todas atrasadas, nunca passei por isso. Eu dei um depoimento de uma hora e eles exibiram essa parte, eu não sabia que iria dar essa confusão", desabafou a babá demitida, que ainda reclamou da repercussão do caso na mídia e no site de relacionamentos Orkut.

---

de público, o problema foi resolvido com ajustes de conteúdos veiculados. É notável que assuntos sobre sexo cederam espaço para “lições de vida”, exemplos de superação e neste caminho afora.

No dia seguinte, Nelly voltou ao programa de Sonia Abrão e chorou de emoção ao receber a notícia que havia acabado de ganhar um emprego na escola de samba Imperatriz Leopoldinense. Ainda sem cargo definido, ela terá um trabalho fixo no barracão da escola, no Rio de Janeiro, cidade onde ela reside. (TEODORO, 2006)

A mistura de convenções do gênero ficcional com as convenções da cobertura jornalística aponta para uma linha cada vez mais tênue e esgarçada destes pólos historicamente preservados em compartimentos separados. A ficcionalidade e a realidade – ontologicamente apartadas - se interpenetram na produção audiovisual contemporânea exigindo uma nova sensibilidade cognitiva e estética em que se combinam matrizes de bases distintas: a imaginação criadora de tramas ficcionais e a documentação do mundo e do âmbito social a partir da notícia. O *fato-notícia* é, neste contexto, uma *mediação* na construção da telenovela, fenômeno que merecerá abordagem mais detida em seções subsequentes deste estudo.

### **3.9 Do ‘dramalhão’ à crueza do real**

A história de produção das telenovelas brasileiras revela uma trajetória que parte da era dos dramalhões exibidos em capítulos semanais da TV Tupi – a quarta emissora de televisão a aparecer no mundo e a pioneira na América Latina, tomando para si também o pioneirismo no lançamento da telenovela no Brasil –, passando pela era conhecida por certa “mexicanização” de seus roteiros melodramáticos, na direção de uma inserção cada vez mais frequente e evidente de temas da atualidade e de interesses da sociedade nas suas tramas.

De 1951, ano de exibição de *Sua Vida Me Pertence*, protagonizada pelos atores Vida Alves e Walter Foster, o primeiro casal de telenovela a se beijar em cadeia nacional, até os anos inaugurais do novo milênio, época de temas como terrorismo, choques culturais entre Ocidente e Oriente, homossexualidade, tráfico de drogas, balapreda, guerrilha urbana, aborto, incesto, clones, corrupção, aids, novos arranjos familiares, escândalos políticos da ocasião, entre outros, muito se evoluiu, como não

poderia deixar de ser mais de meio século depois e com a vertiginosa aceleração das complexidades da vida contemporânea.

Com a crescente modernização e popularização dos meios de comunicação, os avanços em direção à consolidação da democracia no país – apesar dos revezes detonadores de desencanto e desesperança no sistema –, a teledramaturgia brasileira, particularmente a produzida na TV Globo, experimentou também uma evolução a olhos vistos, auxiliada por investimentos vultosos, que proporcionaram um patamar de qualidade – o decantado “padrão de qualidade global” – trazendo como resposta a fidelidade do público brasileiro, que dá audiência superlativa ao gênero do telefolhetim<sup>29</sup>, assim como o reconhecimento internacional traduzido na intensa comercialização das novelas nacionais em vários países do mundo, angariando também, no estrangeiro, audiência significativa.

Do primeiro sucesso da TV Tupi no gênero telenovela, a legendária *O Direito de Nascer*, adaptada de uma obra cubana com tonalidades extraídas do drama mexicano, até os tempos em que o chamado *merchandising social* penetrou na teledramaturgia da TV Globo, muita coisa se transformou e uma das mudanças mais visíveis e de maior consequência na construção simbólica da vida brasileira é a penetração dos grandes temas da atualidade social e política nos enredos, promovendo fruição intensa, reflexão e tomada de posição, diante de assuntos polêmicos ou francamente dependentes de apoio popular.

---

<sup>29</sup> Contudo, as pesquisas revelam queda de audiência das telenovelas “globais”, a partir da década de 90, por motivos vários, inclusive pelo incremento das condições de concorrência das emissoras rivais à Rede Globo, a exemplo da Rede Record, que passou a investir crescentemente no gênero, alcançando índices de audiência significativos.

## CAPÍTULO II

### **Comunicação televisiva: perspectivas teóricas sobre o fenômeno massivo**

*Devemos abandonar a idéia de que os destinatários dos produtos da mídia são espectadores passivos cujos sentidos foram permanentemente embotados pela contínua recepção de imagens similares. Devemos também descartar a suposição de que a recepção em si mesma seja um processo sem problemas, acrítico, e que os produtos são absorvidos pelos indivíduos como uma esponja absorve água. Suposições deste tipo têm muito pouco a ver com o verdadeiro caráter das atividades de recepção e com as maneiras complexas pelas quais produtos da mídia são recebidos pelos indivíduos, interpretados por eles e incorporados em suas vidas*  
(THOMPSON, 1998, p. 30).

## Capítulo II

### 4. Comunicação televisiva: perspectivas teóricas sobre o fenômeno massivo

#### 4.1 As mediações e seus antecedentes significativos

Desde que lançou a perspectiva teórica das *mediações* na obra seminal *Dos Meios às Mediações* (1987), aprofundando uma ruptura já em marcha com as chamadas “teorias fundadoras” e jogando luz nova à compreensão do fenômeno comunicacional de massa, Martín-Barbero vem, sem dúvida com a colaboração e a crítica da comunidade científica, tendo suas ideias iniciais revisadas e aperfeiçoadas. O autor filiado aos estudos culturais britânicos e que funda o que pode ser chamado de vertente latino-americana dos estudos de recepção, reafirma a comunicação massiva como prática social, por sua vez, permeada e moldada pelas matrizes e práticas culturais populares em contínuo movimento de transfiguração para formas culturais híbridas, ao tempo em que também deu contribuição inestimável, logo na partida, ao retirar a ênfase excessiva do estudo da comunicação sobre os *meios* para reconhecê-la mais complexa como processo estruturante e dinâmico da recepção, proposta que incorpora a percepção e a necessidade de análise do circuito completo, envolvendo *a produção, o produto e a recepção*.

O deslocamento de ênfase se justifica a partir do entendimento de que é insuficiente, para o estudo da comunicação massiva, o uso do esquema simplificado unilinear *emissor-meio(canal)-mensagem-receptor*, predominante nas teorias informacionais, e que urgia conferir destaque à complexa gama de *mediações* latentes e operantes no espaço entre a produção e a recepção de produtos industrializados da mídia de massa. Não se trata de excluir os *meios* da análise, mas de aquilatar outra dimensão ao lugar da recepção mediatizada, (que andava subsumida nas abordagens), conferindo mais importância às variáveis do contexto e das práticas sociais e culturais da audiência, com isso, reconhecendo a necessidade de modelos teóricos interpretativos mais



abrangentes e transversais, para dar conta de um universo mais complexo que não se restringe à mera circulação de mensagens.

A chamada moderna tradição latino-americana dos estudos em recepção, da qual Martín-Barbero é um dos principais pilares ao propor o modelo teórico-metodológico das *mediações*, é razoavelmente nova, com pouco mais de um quarto de século de maturação. A largada se deu no início dos anos 1980 em meio ao movimento teórico-crítico que buscava abordagens opcionais para refletir sobre o fenômeno comunicacional e a cultura massiva embasadas na perspectiva gramsciana de hegemonia, vislumbrando alternativas às análises funcionalistas, semióticas e frankfurtianas, que dominavam os estudos à época. É consenso que as principais linhas de estudo voltadas à compreensão da relação mídia-audiência concentram-se na pesquisa dos “efeitos”, dos “usos e gratificações”, nos estudos de crítica literária, estudos culturais e, por fim, estudos de recepção, estes últimos que “são herdeiros dessa longa tradição, ela mesma feita de lutas, e com ela mantêm rupturas e continuidades.” (LOPES, BORELLI, RESENDE, 2002, p. 28)

#### **4.1.1 Abordagens anteriores**

O primeiro esforço notável de teorizar a mídia de massa na metade inicial do século XX ocorreu dentro dos marcos conceituais da teoria da sociedade de massa, desenvolvida mais tarde, principalmente, como tentativa de interpretar o fenômeno totalitário encarnado pelo nazismo e fascismo. Neste contexto, a sociedade industrial era mostrada “degenerando-se numa massa indiferenciada, irracional e emotiva de pessoas, excluída da tradição de qualquer sensibilidade afinada com os valores morais ou estéticos.” (EDGARD, 2003, p. 209-210)

Tal concepção corroborou a ideia de atribuição de um gigantesco poder às instituições midiáticas massivas, que vitimavam, com suas mensagens impostas, às audiências mais ou menos passivas ou mesmo inertes. A investigação empírica pautada por esta teoria adotou a chamada pesquisa de “efeitos”, que tendia, quase inevitavelmente, a levantar os reflexos nocivos que a mídia provocava esgarçando o tecido social, assim como no campo da política, inibindo a democracia, e da ética, por exemplo, estimulando a violência. Esta tendência de superestimar o poder dos meios de comunicação era paradoxal e oportunamente capitalizada por tais instituições detentoras

do instrumental de persuasão (*Ibid.*, p. 210), como, aliás, ainda hoje, avançada uma década dos 2000, há traços indelévels dessa postura.

No pós-guerra, uma abordagem mais refinada aparece no escopo do funcionalismo sociológico e dá consequência às pesquisas de “usos e gratificações”, que atribuem posição mais ativa e mais diversidade aos membros da audiência, que teriam necessidades subjetivas, fomentadas pelo contexto social e material, capazes de serem atendidas pela mídia. Entre as funções que a mídia poderia exercer está o escapismo (válvula de escape às tensões da vida cotidiana), a promoção de elos interpessoais (uso em interações sociais várias, por exemplo, nos comentários sobre a programação) e ainda como formação identitária, em que os valores expressados nos programas funcionassem como reforço aos próprios do ouvinte/espectador/leitor. (*Ibid.*, p. 210)

Teóricos de expressão surgem da escola de mídia canadense, já na segunda metade do século XX, a exemplo de Marshall McLuhan, que percebe o impacto que as novas tecnologias midiáticas em desenvolvimento contínuo estão tendo na cognição humana. Embora ainda manifeste um entendimento da informação como uma operação linear, vê a mídia eletrônica, com sua disseminação e forte presença, como aniquiladora do espaço e do tempo. A mídia moderna não precisa ser procurada, está em todos os lados, e o hábito de consumir as diversas mídias não é mais restrito a um período específico do dia, pode ser qualquer hora. “A experiência moderna consiste numa recolocação sem fim das informações no espaço e no tempo, levando ao que McLuhan chamou de ‘aldeia global’.” (*Ibid.*, p. 211)

Entre os modelos teóricos usados no século XX, consta a linha de *abordagem ideológica* – chamada por Martín-Barbero de etapa *ideologista* (2003, p. 290) –, como um dos que de mais prestígio gozou entre os analistas da comunicação. De fato trouxe contribuições importantes ao entendimento do poder dos *media* na elaboração de discursos hegemônicos, a partir da circulação de ideias impostas e de interesse das classes dominantes. Mas tal modelo que foi aplicado também às análises no campo da linguagem e de textos diversos, mostrou-se pseudodialético ao menosprezar a capacidade da audiência em praticar um consumo ativo, prazeroso, de avaliar e *ressignificar* as mensagens, enfim de imprimir uma “participação” efetiva, exceto por via de uma recusa radical.

Por esta concepção em que predomina o axioma do poder ilimitado da ideologia das elites, reproduzida nas mensagens midiáticas e veiculadas pelos órgãos de

comunicação, só restariam às audiências as posições de alienação ou de resistência. Às classes e culturas *subalternas* só restariam as alternativas de consumo acrítico e alienado, de um lado, ou de oposição consciente, do outro (MENDONÇA, IN: SOUZA, 2006, p. 28). Não haveria espaço para outros usos, a exemplo do consumo lúdico, de fruição prazerosa, entre outros possíveis.

O uso da *ideologia* como alicerce conceitual dos estudos na área de comunicação de massa gerou, segundo Maria Luiza Mendonça (*Ibid.*, p. 28), duas linhas principais de abordagem. A primeira vertente designada por “estudos de denúncia” reafirma o traço manipulador dos meios e sua obstinação por incutir ideias, ideais e valores conformados segundo os ditames de interesse do poder em vigor, sobre as massas acríticas, passivas e alienadas. Os adeptos dessa linha intencionavam denunciar o abuso de poder, que deixava evidente o desequilíbrio na superlativa eficiência manipuladora da informação unilateral emitida pelos veículos massivos que, afinal, penalizava as populações de baixa escolaridade, alienadas e alijadas de participação.

Em pólo contrário, se posicionavam os ditos “discursos de resistência”, que jogavam suas cartas na preservação de expressões culturais populares, “como forma de resistir ou de se antepor à manipulação homogeneizante dos meios de massa.” (*Ibid.*, p. 28) Essas abordagens teóricas que relacionavam o popular ou expressões da cultura *subalterna* com a estratégia de oposição à dominação enfatizavam, lá no decorrer dos anos de 1970, o caráter contestatório, libertário ou até mesmo revolucionário de tais manifestações não-alinhadas com o poder hegemônico.

A polaridade mostrou-se precária, para compreender o processo complexo do fenômeno comunicacional massivo, pois tal concepção desconheceu a existência significativa de divergências de interesses no âmbito mesmo da classe dominante, diferenças de interesses entre as instituições de mídia produtoras das mensagens, que na atualidade respondem por um espectro notável de linhas editoriais diferenciadas, assim como a necessidade de suportes ou “âncoras”, como diz Mendonça, para que o discurso hegemônico fosse “reconhecido, aceito e incorporado pelas outras camadas sociais.” (*Ibid.*, p. 29) Por outro lado, “[...] essas análises retiravam dos ‘receptores’ dos meios de comunicação qualquer possibilidade teórica de intervir ou de participar com sua criatividade e com elementos próprios de sua vivência.” (*Ibid.*, p. 29) Além do mais, essa perspectiva menosprezou a amplitude de modos de recepção, a partir das diferenciações existentes entre e no interior das classes e *culturas subalternas*.

O resultado de amálgama de comunicacionismo e denúncia foi a esquizofrenia traduzida numa concepção instrumentalista dos meios de comunicação, concepção esta que os privou de densidade cultural e materialidade institucional, convertendo-os em meras ferramentas de ação ideológica. Com a agravante de que os meios, reduzidos a ferramentas, eram moralizados de acordo com seu emprego: seriam maus nas mãos das oligarquias reacionárias, mas ficariam bons no dia em que o proletariado assumisse seu controle. [...] a ideologização impediu que se interrogasse qualquer outra coisa nos processos além dos *rastros do dominador*. Nunca os do dominado, e muito menos os do conflito. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 291)

Por tal concepção de domínio sufocante dos *meios* – a que Martín-Barbero chama ironicamente de “teológica” do poder, já que este seria onipotente e onipresente – bastaria à análise deter-se sobre os objetivos econômicos e ideológicos dos órgãos midiáticos, para descortinar a submissão e as necessidades que criavam aos consumidores, *receptores-dominados*, que diante das mensagens impostas dos *emissores-dominantes*, não teriam outra saída senão o consumo passivo. Por esta ideia nada restava: “[...] nenhuma sedução, nem resistência, só a passividade do consumo e a alienação decifrada na imanência de uma mensagem-texto nunca atravessada por conflitos e contradições, muito menos por lutas.” (*Ibid.* p. 291)

Vale destacar como contribuições de grande relevância no âmbito das abordagens que destacam a característica de periculosidade do cunho ideológico inerente aos discursos da indústria cultural, do qual a então incipiente televisão veio a ser um de seus principais sustentáculos, foram produzidos a partir da Escola de Frankfurt, em meados da década de 1940, no pós-guerra, sobretudo pelo pensamento dos filósofos da primeira geração desta escola alemã Theodor Adorno, Max Horkheimer, Hebert Marcuse e Walter Benjamin, um conjunto bem fundamentado de ácidas críticas à cultura de massa<sup>30</sup> que ficou conhecida como *Teoria Crítica*, que exerce poderosa influência ainda hoje sobre os estudos em comunicação, análise do discurso e em muitas outras áreas do conhecimento.

Contudo, parte do ceticismo radical ali expressado é datada, haja vista que sofre justificadamente a influência do desencantamento, espanto, pavor e aversão ao uso das mídias modernas na barbárie dos regimes totalitários genocidas. Foram produzidas

---

<sup>30</sup> É de interesse lembrar que a expressão “cultura de massa” é rejeitada por Adorno e Horkheimer, sob argumento de que não se trata de cultura com origem nas massas, e que interpretam seu uso como ideológico, preferindo o termo composto “indústria cultural”, como defendem os autores na obra *Dialética do Esclarecimento*, de 1947.

obras de grande prestígio, a exemplo da crítica ao Iluminismo em *Dialética do Esclarecimento*, da dupla Adorno e Horkheimer, de 1947, *A Personalidade Autoritária*, de Adorno, que também assina *Educação após Auschwitz*, entre outros trabalhos que versam sobre *mass media*, também da lavra de críticos culturais e cientistas sociais ligados à Escola de Frankfurt, cujas linhas de abordagens são afiliadas do marxismo.

O pessimismo de Adorno e Horkheimer foi enfrentado por outro integrante da segunda geração da Escola de Frankfurt, Jürgen Habermas, que considera a análise da linguagem a senha da esperança para superar o beco sem saída a que estes autores conduzem a interpretação, sob o impacto dos ultrajes éticos e morais perpetrados pela Segunda Guerra Mundial.

A conclusão a que eles [Adorno e Horkheimer] chegam deixa pouca esperança para a mudança sócio-política positiva. Procurando uma “cura” para esse pessimismo, Habermas, parcialmente inspirado pelo trabalho final de Ludwig Wittgenstein e parcialmente pelo estudo de Karl-Otto Apel, volta-se para a análise da linguagem. O que ele tenta demonstrar é que a própria possibilidade de linguagem implica a existência de uma profunda reciprocidade entre os locutores. É essa reciprocidade, pensa, que pode constituir a base de novos projetos sócio-políticos de emancipação. O resultado em cadeia é a “teoria da ação comunicativa” de Habermas. (SEDGWICK, 2003, p. 139)

Após o período sob forte influência do *ideologismo* para o estudo da comunicação, a partir dos anos 1970, entra-se numa fase que Martín-Barbero batiza de *cientificista*, em que os estudos se apóiam sobre bases metodológicas ditas “mais seguras”, sob tutela da engenharia e blindagem da insuspeita matemática e da prestigiada cibernética na formulação da *teoria da informação*, que basicamente se interessa pela comunicação como “transmissão de informação”. “O modelo informacional começa a tomar posse do campo, tão bem abonado por um funcionalismo que sobreviveu na proposta estruturalista e em certo tipo de marxismo.” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 292)

#### **4.2 Reconstrução do paradigma hegemônico**

Em diferenciação posterior, os estudos resgataram a noção de *hegemonia* formulada pelo teórico italiano Antonio Gramsci (1891-1937), representante destacado do pensamento marxista heterodoxo. Tal noção consiste em reconhecer que as classes dominantes têm potencialidade de dirigir a produção intelectual, cultural e a vida social,

através do *consenso* e não necessariamente por métodos coercitivos ou violentos. Fortalecidas pela circulação predominante de ideias consensuais na sociedade, as classes em domínio assegurariam sua manutenção no poder.

O acréscimo nesta visão influenciada pela interpretação gramsciana de hegemonia em relação à dominação ideológica da comunicação imposta pelas elites é que *consenso* pressupõe *negociação*. E negociação neste caso significa inclusão das classes *subalternas* no processo, compreendidas a partir de então como partícipes na orientação dos discursos comunicacionais. A comunicação hegemônica negociada passa a incorporar concessões, para atender aos interesses e necessidades das classes subordinadas. “O que quer dizer que certas demandas são recuperadas e seu atendimento de certa forma realizado pelas classes dominantes.” (MENDONÇA, IN: SOUZA, 2006, p. 30) Isso implica em reconhecer que os integrantes das classes e culturas subalternas não aceitam nem consomem as mensagens hegemônicas passivamente.

Outra consequência extraída da reconstrução do paradigma hegemônico e apontada por Mendonça diz respeito à realocação do confronto social no âmbito da cultura, da produção simbólica, das representações sociais, da luta por fixação de significados e da construção de sentidos negociados, não mais sobre um domínio absolutista dos *media*. “Como a cultura é ainda a referência para a construção dos significados sociais, dos sentidos que as práticas adquirem, torna-se ela mesmo, um campo em que se desenrola o embate para a construção da hegemonia.” (*Ibid.* p. 30)

A abordagem ancorada na cultura é justamente o ponto fulcral da perspectiva teórica das *mediações* pensada por Martín-Barbero, ao enfatizar a problemática comunicacional se desenrolando no ambiente das práticas sociais e culturais cotidianas, em que na dinâmica de recepção das mensagens transmitidas pelos meios, elas não são simples e meramente decodificadas, mas recodificadas, reapropriadas, *ressignificadas* em construções de sentidos sociais vários, para além de uma dicotomia ideológica simplificadora de alinhamento e não-alinhamento com o discurso hegemônico, que passa a ser compreendido, não apenas como imposto, mas como um discurso consensual, ainda que, reconhecidamente, numa perspectiva desigual ou diferenciada de participação das audiências em sua plasmação.

Jesús Martín-Barbero propõe, através da incorporação do conceito de hegemonia de Gramsci, a descentralização da observação dos meios como aparatos técnicos para estender o olhar até a experiência da vida cotidiana. Entendendo a comunicação como práticas sociais, o autor utiliza o conceito de mediação como a categoria que liga a comunicação à cultura. (WOTTRICH, SILVA, RONSINI, 2009, p.3)

Assim como o *conceito de hegemonia gramsciano* foi de capital importância nos estudos culturais britânicos, na produção expressiva do *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies*, ao adotar sua interpretação multidisciplinar de cultura, ele também tem importância na formulação da noção de *mediação*, que rejeita a ideia de audiência passiva e sem atividade, para apostar numa dinâmica produtiva de recepção, que envolve *negociação*. A perspectiva dos estudos culturais, apropriada pela abordagem teórica das *mediações* aplicada aos processos comunicacionais de massa, ao defender a ideia de *recepção negociada* reconhece que “um grupo social negocia sua recepção a partir de sua própria cultura, com o que tem de memória social específica, de conhecimentos armazenados, de expectativas demonstradas e de recursos simbólicos.” (MIEGE, 1995 apud SOUZA, 2006 p. 24)

No âmbito dos estudos culturais o processo comunicacional massivo é compreendido como co-produtor de sentidos, e assim também é entendido na latência das *mediações*. Nos espaços entre a produção e a recepção e vice-versa, há constantes *ressignificações*, reconstruções de sentidos mediadas por práticas sociais, gerando *repertórios compartilhados* entre receptores entre si e entre produtores e audiência. Esta perspectiva de entendimento sobre a comunicação massiva é especialmente útil para a análise e compreensão do produto telenovela e sua *interação* com a teleaudiência, a quem cabe não apenas uma função repetidora de mera *reprodução*, mas uma dinâmica criativa de *produção*.

Ao tempo em que se posiciona contra o *mediacentrismo*, Martín-Barbero também formula a abordagem das *mediações*, concebidas como “lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão.” (2003, p. 304) Muito apropriada ao estudo da comunicação televisiva e com uma aplicabilidade comprovadamente eficiente para a análise da telenovela, a proposta inicial do autor, a título de hipótese, levanta três *mediações*: a *cotidianidade familiar*, a *competência cultural* e a *temporalidade social*, que merecerão comentários mais detidos ao longo deste trabalho.

A mediação no processo de recepção da telenovela deve ser entendida como processo estruturante que configura e reconfigura tanto a interação dos membros da audiência com os meios, como a criação por parte deles dos sentidos dessa interação. (LOPES, BORELLI, RESENDE, 2002, p. 40).

Fortemente ancoradas na perspectiva teórica das mediações de Martín-Barbero, as autoras acima citadas não só introduzem a *subjetividade* como “lugar” de *mediação* na recepção da telenovela, como também dão destaque à amplitude dos seus espaços de circulação, dinâmica que antecede o momento da assistência do produto teleficcional, prossegue e ultrapassa este instante: “[...] o sentido primeiro apropriado pelo receptor é por este levado a outros *cenários* em que costumeiramente atua (grupos de participação).” (*Ibid.*, p. 40) Neste processo, a mensagem passa por *reapropriações* várias, ampliando e redesenhando o leque de produção de sentidos e de possibilidades de *ressignificações*.

Aspecto importante do processo complexo da comunicação da telenovela é, sem dúvida, a *negociação de sentidos* por receptores e produtores. Os significados das mensagens teleficcionais evidentemente não são apropriados de maneira idêntica pela recepção. O que leva ao entendimento que “os sentidos e os significados últimos de uma telenovela são produto de diversas mediações.” (*Ibid.*, p. 40-41) Significados que são negociados não só por receptores entre si em seus contextos próprios de mediação, como também pela produção, em movimento de acomodação das repercussões públicas suscitadas com a transmissão da narrativa teleficcional, configurando-se como recurso dos produtores (autores, diretores, atores, técnicos e a própria instituição) para apaziguar ou contemplar a audiência, no decorrer da plasmação do produto, seja por alterações de rotas da trama da novela ou ainda através do discurso de justificação institucional da rede de TV.

A *negociação de sentidos* entre receptores e produtores, entre os próprios receptores e a luta pelo significado mais legítimo não exclui o reconhecimento de *intencionalidades* primeiras do *discurso social hegemônico* da mensagem televisiva, pautada por interesses ideológicos, econômicos, políticos e não raro, religiosos, inclusos de maneira subjacente ou mesmo evidente no discurso televisivo de maneira geral e, em particular, na narrativa estética da novela, elegendo valorizar ou depreciar determinados aspectos, muitas vezes até de maneira didática.



### 4.3 Comunidades interpretativas

O uso na pesquisa de recepção da noção de *comunidades interpretativas* para explicar o contexto, o ambiente e as condições de apropriação e interpretação das mensagens midiáticas pela audiência é mais um dos terrenos ao mesmo tempo pantanosos e férteis do estudo da comunicação. É uma concepção que vislumbra explicar a diferenciação das *leituras* dos *textos* midiáticos a partir da inserção dos *leitores* em condicionamentos e determinações sociais específicos. O pertencimento dos *leitores* a diferentes contextos sociais de *interação* com a mensagem orientaria seus modos de interpretação. Note-se que a referência é para a *interação*, pressupondo uma dinâmica e não para a mera *exposição* inerte às mensagens midiáticas, como entenderam por algum tempo as teorias informacionais ao conceberem a comunicação basicamente como transmissão de informações.

Filiado à vertente dos estudos culturais ingleses, Stuart Hall (1986, 2003) formulou o conhecido modelo “Codificação/Decodificação”, e o divulgou pela primeira vez em um contexto acadêmico tradicional que adotava modelos empíricos de perfil positivista nas pesquisas em comunicação, em que a mensagem era concebida como um bloco fixo de sentidos pré-formados, sendo transmitida de maneira unilinear.

A ideia de Hall vinha em oposição a este entendimento determinista e, embora não se refira literalmente a *comunidades interpretativas* em sua obra seminal<sup>31</sup>, o corpo de suas ideias corrobora em sentido desta compreensão. Logo de início seu propósito foi o de “[...] interromper esse tipo de noção transparente de comunicação” (HALL, 2003, p. 354), evidenciar que “a mensagem é uma estrutura complexa de significados” (*Ibid.*, p. 354), que a recepção não é aberta nem perfeitamente transparente nem que a cadeia comunicativa é de operação linear (*Ibid.*, p.354).

Hall rejeita a ideia de uma “lógica determinante global” capaz de “decifrar o significado ou o sentido ideológico da mensagem” e compreende o *sentido* no processo da comunicação como um complexo de várias camadas, multirreferencial (*Ibid.*, p. 354). Reavaliando o modelo “Codificação/Decodificação”, o autor considera adequado afirmar que ele pensa *a produção e o consumo em relação*, não como momentos de

---

<sup>31</sup> Hall referiu-se a *comunidades interpretativas* posteriormente.

caráter auto-suficientes, mas em “articulação de diferenças”, o que quer dizer que os concebe como diferentes, relativamente autônomos, mas relacionais e interpenetráveis. Hall entende “os circuitos de comunicação como uma *totalidade complexa* [segundo a noção althusseriana] e *sobredeterminada*” [grifos da autora] (*Ibid.*, p. 359-360).

Ao falar sobre o processo de codificação/decodificação e das suas colocações sobre *significação* em seu artigo original, Hall esclarece o uso desta noção em dois níveis: o de “um processo contínuo de significação do mundo cultural e ideológico, que está sempre significando e ressignificando” (*Ibid.*, p. 362) e também sobre a prática específica na apropriação de significados no nível mesmo da produção das mensagens midiáticas, pautada em boa medida a partir desta significação geral, anterior e sem fim. Hall diz que “[...] cada fala está situada sobre a base de um sentido já dado” (*Ibid.*, p. 363), ao tempo em que clarifica não se tratar de mera “repetição”, como havia sugerido ao se referir à *reprodução*. O que ele quer dizer é que “o momento da codificação não surge do nada.” (*Ibid.*, p. 364) O produtor da mensagem capta “algo do mundo pré-significado com o objetivo de significá-lo de uma nova maneira.” (*Ibid.*, p. 364)

Morley, por seu turno, defende, para o âmbito da pesquisa, a análise das instâncias de produção, conteúdo e recepção articuladas e não isoladas. Entende que no ato da *leitura*, o *leitor* (audiência) faz convergir ao *texto* (mensagem) o seu repertório de outros textos na arquitetura dos sentidos. E “[...] o aspecto crucial nesse encontro é o espectro de discursos disponíveis à audiência.” (MORLEY, 1996 apud SCHRAMM, 2006, p. 14) Ele também destaca a relevância de compreender a recepção em conexão com as várias malhas da rede comunicativa do cotidiano do receptor. Tais extensões são concebidas como espaços de circulação e interpretação das mensagens, para onde a comunicação seria estendida, já que não se encerra no momento de exposição.

#### **4.4 Leituras e significados preferenciais**

A visão de Hall sobre o caráter não-aberto da mensagem (texto) coincide com a de Morley ao considerarem que “o processo de produção de sentidos é restringido tanto pelas estruturas e mecanismos internos do texto, que favorecem certas leituras e bloqueiam outras, quanto pelas origens culturais do receptor.” (SCHRAMM, 2006, p. 14) Embora a mensagem carregue consigo sua polissemia, as leituras dela lidam com a existência de fronteiras demarcatórias para a construção de sentidos, que não se dá em

dimensões infinitas, mas restringidas. É a *polissemia estruturada* (MORLEY, 1996) que leva em conta o desempenho do poder e da hegemonia já penetrados nos discursos midiáticos e que têm atividade no âmbito das práticas sociais e culturais do receptor.

Numa concepção similar, Hall, que vê o processo comunicacional como *circuito*, como uma *totalidade complexa*, percebe a mensagem como uma *complexa estrutura em dominância*, plasmada em articulação com práticas conectadas, cada uma com seus nexos e configurações (2003, p. 387). Daí a noção de *leituras preferenciais*, termo emprestado da semiologia que diz respeito à realização do significado e à construção de sentido pelo receptor, a partir do *significado preferencial*, já inscrito no texto produzido, como sugestão e intencionalidade da produção original da mensagem.

Hall coloca a *leitura preferencial* do lado da decodificação (recepção) e o *significado* ou *sentido preferencial* do lado da codificação (produção), como recurso para destacar o modelo de circuito comunicacional sem a exclusão da ideia de poder. Ele rejeita um modelo determinista positivista, mas não o quer “sem determinação”, por isso se refere à comunicação *sobredeterminada* (*Ibid.*, p.360). A noção de *leitura preferencial* concebe a mensagem como carregada de poder hegemônico. Assim, tal modelo reconhece os produtores de *textos* midiáticos como detentores do controle não só sobre os meios de comunicação (ainda que estejam e, sobretudo porque são, de fato, quase sempre submetidos aos constrangimentos hierárquicos próprios da estrutura dos veículos e de seus interesses, em grande parte adeptos e reprodutores do poder hegemônico), como dos aparatos de significação do mundo. Portanto, a *leitura* do receptor se dá nos marcos desta determinação (ou *sobredeterminação* [*Ibid.*, p. 369]), ainda que Hall aposte “em uma noção de poder e de estruturação no momento da codificação que, todavia não apague todos os outros possíveis sentidos.” (*Ibid.*, p. 366) Para o autor de filiação estruturalista, a *leitura preferencial* nunca é inteiramente exitosa, é “uma tentativa de hegemonizar a audiência que nunca é inteiramente eficaz [...]” (*Ibid.*, p. 366).

A variação entre *leituras preferenciais* da recepção e o *significado preferencial* já constitutivo da mensagem dá a dimensão da luta pelo significado mais legítimo no complexo circuito por que passa a comunicação da telenovela em sua trajetória de produção e fruição. Este é um embate constante e contínuo em que a produção teleficcional seriada está inserida, atenta, e não-raro deparando-se em surpresas, enfrentamentos com reações inesperadas da audiência, a despeito do fabuloso *know-how*

já disponível para a formatação do prestigiado produto midiático no cenário brasileiro, incluindo o conhecimento acumulado para uma comunicação eficaz dirigida a público tão heterogêneo.

A produção da telenovela, é lógico, está longe de ser independente e refratária à construção de sentidos das *leituras* da audiência– sejam elas *leituras preferenciais*, alternativas ou marginais. Muito pelo contrário, a construção do produto é permeável às lógicas, valores e opiniões operantes no âmbito da recepção. E por isso mesmo, e apesar da já longa e intensa experiência das redes de TV, em especial da Rede Globo, em formatar os telemelodramas da contemporaneidade, frequentemente estão às voltas para “corrigir”, no âmbito da própria criação, um percurso que foi rejeitado, uma intenção “mal-interpretada” ou mesmo para defender-se de representações judiciais, a partir de instituições de defesa de direitos civis, de órgãos defensores de minorias, sempre muito sensíveis a leituras transversais, não imediatamente evidentes ou subjacentes às mensagens estéticas da teledramaturgia, que lhes afiguram como significados intencionais (*significados preferenciais*) do discurso hegemônico, manipulador e carregado de ideologia de exclusão.

Contudo, a noção de *leituras preferenciais* enfrenta questionamentos que envolvem desde a variedade de discursos midiáticos produzidos e disponíveis na atualidade, incluindo os não-alinhados com o poder hegemônico, ao apontar, por exemplo, os canais e mesmo programas televisivos com orientação voltada aos interesses de *subculturas*, de minorias e com público-alvo em segmentos específicos (étnicos, culturais, de gênero etc.), até a oposição vigorosa por adeptos da *abertura total do sentido da mensagem* ao apostar na ideia de *democracia semiótica*. Por aí todas as leituras são possíveis. Os meios de comunicação são avaliados com poder muito menor do que lhes são atribuídos pelas abordagens da vertente ideológica e do uso de noção de hegemonia negociada. Por esta visão radicalizada de livre interpretação, os *meios* têm seu poder superestimado. Tendo bebido nas fontes das teorias pós-modernas e acolhendo a ideia do *sujeito descentrado*, John Fiske se coloca nesta perspectiva radical:

Em vez de sentidos preferenciais, Fiske defende a infinita potencialidade de sentidos. Ele insiste no papel ativo dos receptores, em suas subjetividades múltiplas, e afirma o caráter aberto das mensagens, argumentando que a própria fragmentação do fluxo televisual favorece a polissemia, intertextualidade e heteroglossia, gerando um “excesso semiótico”. (SCHRAMM, 2006, p. 15)

A ideia do consumidor soberano, ao apostar na livre significação e construção de sentidos e na liberdade total dos receptores no uso das mensagens faz coro com a tradição pluralista da polissemia numa perspectiva radicalizada, rejeitando qualquer marco referencial do *texto*. Tal entendimento difere da *polissemia estruturada*, defendida por Hall, que reconhece uma atividade de fechamento a partir do próprio *texto* e correlacionada à variação de condições socioculturais do *leitor* e de sua acessibilidade a repertórios e seu domínio de diferentes códigos. Convicto de que nunca há significado único nem uma leitura fixa, o autor confrontado com três posições diferenciadas de decodificação – a preferencial, a negociada e a de oposição sistemática – prefere afastar-se de uma visão demasiada determinista, ao se referir a “código negociado” e a “espaço negociado” e preenchido por diferentes posições, em relação às subculturas. Assim, para ele, a *leitura negociada* é o que provavelmente a maioria faz na maior parte do tempo (HALL, 2003, p. 371).

A polissemia radicalizada de Fiske ao acolher o potencial ilimitado de sentidos da mensagem incorre logo de início na rejeição óbvia de qualquer negociação de sentidos com o poder hegemônico na instância de codificação, assim como também qualquer negociação de sentidos entre produção e audiência, implícitas nas instâncias interacionais de codificação e decodificação, e, conseqüentemente, desconhece os *pactos de leitura entre produtores e receptores*, que é algo no entendimento deste estudo já tão evidenciado, por exemplo, no processo comunicacional da teledramaturgia, sobretudo no caso brasileiro.

#### **4.5 Pactos de recepção - os contratos de leitura audiovisuais**

Os gêneros televisuais dispostos em grade de exibição numa variedade já notável de programas adotam estratégias discursivas e modos específicos de se dirigir à audiência - como de resto qualquer produto midiático o faz, de acordo com suas características próprias. No esforço de formar seu público, de maximizar a eficiência de interação entre produção e recepção, garantindo índices de audiência compatíveis aos investimentos e expectativas da produção, cada programa elabora sua modalidade de interpelar seus potenciais receptores ou seu público-alvo. Para esta maneira específica de organizar e configurar a mensagem e de direcioná-la à audiência cunhou-se a já conhecida expressão “modo de endereçamento”.

O modo de endereçamento tem uma ligação íntima com o que é chamado de *contrato de leitura*, no domínio da semiótica (VERÓN, 1985 apud NATANSOHN, 2006, p. 103). Como o conceito de *contrato de leitura* foi formulado em base da existência de um conhecimento prévio sobre as audiências, alguns comentaristas questionam e consideram inadequado seu uso para se referir a “recepção ativa” ou *interação* com público, já que estaria fundado numa concepção de *consumo passivo*. Concorda-se aqui com Graciela Natansohn (p.103, 119) de que não há argumento válido para se pressupor a ideia de recepção passiva de imediato ao se referir a *contrato de leitura*. Não parece existir algo que condicione ou atrele uma à outra ideia. Mesmo porque é possível imaginar *ajustes contínuos nos contratos de leitura*, espécies de “cláusulas novas”, “incisos” ou “adendos” introduzidos na dinâmica de consolidação do programa e de formação do público, a partir de reorientações demandadas pela audiência. A possibilidade de correções no decorrer da exibição é especialmente válida para o produto seriado telenovela, em que *mudanças contratuais* com a recepção já são previstas e corriqueiras na dinâmica da *obra aberta* ou em construção. As pesquisas qualitativas de audiência, os chamados “grupos de discussão” (*group discussion*) trabalham justo na perspectiva de auscultar os segmentos de público e perceber suas demandas, aceitações e rejeições.

O *pacto de recepção* ou *contrato de leitura* permite antever, por exemplo, quais as expectativas da audiência de uma telenovela em relação às suas múltiplas modalidades discursivas, entendendo sua especificidade comunicativa audiovisual, incluindo aí a eleição de temáticas, linhas de abordagem, opções estéticas, tonalidades de encenação, composição de subgêneros dramáticos (matizes de hibridação de drama e comédia), cenários das tramas, linhas de interpretação dos atores, entre outras tantas escolhas. Contudo, como se afirmou acima, esse conhecimento prévio é orientador de tendências, mas sujeito a reorientações contínuas.

Inserida em uma das vertentes dos estudos de recepção, como uma de suas noções fundamentais, o *pacto de recepção* envolve compreender o fenômeno de recepção em articulação das instâncias de produção, da obra e da audiência (SOUZA, M. C. J., 2006, p. 194), portanto, longe de qualquer ideia de “leitura passiva”. Esta complexidade da recepção entendida num circuito articulado de instâncias relativamente autônomas, mas essencialmente conectadas acaba por problematizar o trabalho da pesquisa, que tende a colocar ênfase em uma dessas instâncias. Com filiação na

semiologia, “[...] o leitor modelo de Eco privilegia a instância da obra. Martín-Barbero se preocupa com a instância da recepção, pensada a partir tanto da instância de produção quanto da instância da obra.” (*Ibid.*, p. 195)

Na abordagem aqui em curso, adota-se o exame compreensivo da *obra* (o texto-telenovela) e sua *produção* articulada em interface com a notícia, numa perspectiva pressuposta de atender às demandas da *audiência*, por uma atualização das narrativas ficcionais pautadas por *acontecimentos verídicos publicizados*, o que, para efeito metodológico de análise, construiu-se como uma categoria teórica de mediação: *o fato-notícia*. Acata-se, portanto, também a noção de pacto de recepção, promessa, acordo, contrato de leitura, ou, como diz Martín-Barbero “pacto hermenêutico” (IN: LOPES, BORELLI e RESENDE, 2002, p. 15), entre realizadores-autores e público, por este viés da articulação entre instâncias.

O pacto de recepção pode ser entrevisto não só no texto audiovisual propriamente da telenovela em si, a partir da incorporação das estratégias discursivas eleitas pela produção, como também na divulgação do produto e no espectro de modos de consumo, inclusive como a recepção - formada por diversidade notável de comunidades interpretativas mediadas por suas práticas sociais e culturais - faz suas *leituras*, que, de acordo com Hall, são provavelmente em maioria *leituras negociadas* (2003, p. 371).

Na formulação do pacto de recepção em que se levam em conta as demandas da audiência, já se reconhece um telespectador de novela que espera uma fruição prazerosa, divertida, que promova a reflexão sobre sua vida cotidiana e de temas relativos à sociedade (não é sem-motivo que o conceito quase obrigatório do *merchandising social* vem sendo incluso na narrativa ficcional, assim como as notícias midiáticas aí introduzidas), e que também “o apresente a outros mundos e que o surpreenda” (SOUZA, M. C. J., 2006, p. 196), expectativa que é correspondida até tornar-se a marca, por exemplo, da teledramaturgia de Glória Perez, ao ambientar parte de suas obras em culturas e cenários exóticos, a exemplo de Marrocos, Índia, Emirados Árabes Unidos (Dubai), rota de imigração aos Estados Unidos via deserto do México etc., ou mesmo introduzindo abordagens novas como a clonagem humana.

Mas, de acordo com M. C. J. Souza, a novela deve ser “antes de tudo, um produto ficcional que gere no espectador fortes emoções sem, contudo, deixá-lo horrorizado, excessivamente angustiado e envergonhado.” (2006, p. 196) Não resta

dúvida que a experiência acumulada de décadas de produção gerou um conhecimento prévio do perfil do consumidor brasileiro dos telemelodramas atuais, que orienta em boa medida a formulação dos *pactos de recepção* – ainda que este telespectador tenha uma capacidade mutante na *contemporaneidade líquida* e muitas vezes aceleradamente demande outros termos contratuais.

Aliás, é sobre este potencial de mutabilidade do receptor televisual de maneira geral em que são apostados os novos formatos, as combinações de gêneros na emergência de subgêneros e os diferenciais de novos programas da grade das TVs. Contudo, é evidente também que as produtoras de audiovisual para TVs abertas se pautam em tendências mundiais de formatação de programas a partir do diversificado parque da indústria de entretenimento transnacional e estão não só frequentemente importando franquias, como copiando ou se inspirando em programação exitosa de outras praças produtoras. Aí nestes casos, para além da compreensão de que o telespectador contemporâneo já é *globalizado*, os formatos são adaptados às especificidades dos públicos locais, para a elaboração de *pactos de recepção adaptados*.

Outra forma de pensar em *pactos de recepção adaptados* consiste em se deter nas lógicas ou estratégias de produção televisivas, que são relacionais com as condições específicas de produção e com as procuras ou “exigências” da audiência. Martín-Barbero destaca a relevância de observar “o que da estrutura produtiva deixa vestígios no formato, e os modos como o sistema produtivo – a indústria televisiva – semantiza e recicla as demandas oriundas dos ‘públicos’ e seus diferentes usos.” (2003, p. 311)

Para abordar *as lógicas* (no plural) *dos usos* devemos começar diferenciando nossa proposta daquela análise denominada dos “usos e gratificações”, uma vez que estamos tratando de retirar o estudo da *recepção* do espaço limitado por uma comunicação pensada em termos de mensagens que circulam, de efeitos e reações, para re-situar sua problemática no campo da cultura: dos *conflitos* articulados pela cultura, das *mestiçagens* que a tecem e dos *anacronismos* que a sustentam, e por fim do modo com que a hegemonia trabalha e as resistências que ela mobiliza, do resgate, portanto, dos modos de apropriação e réplica das classes subalternas. (*Ibid.*, p. 312)

O pensamento Martín-Barberiano dá relevo à pluralidade das *lógicas de usos* que ultrapassam o sentido das diferenças entre classes sociais, para reconhecer e levar em conta as diferenças articuladas a partir daí de dentro das próprias classes. Sem dúvida, os usos da televisão são orientados pelos *habitus* (na acepção de Bourdieu) de classe: as modalidades de assistência (em família, coletivo ou em solidão etc.), assim como a



organização do tempo e do espaço cotidianos (em casa, no bar, onde fica o aparelho, o horário de ver etc.) – dados que podem fornecer para a pesquisa empírica verdadeira “topologia simbólica configurada pelos usos de classe.” (*Ibid.*, p. 313) Mas não só a classe social é referência para os *usos*. Deve-se levar também em consideração a “*competência cultural* dos diversos grupos que atravessa as classes, pela via da educação formal [...], mas, sobretudo pela via dos usos que configuram etnias, culturas regionais, ‘dialetos’ locais e distintas mestiçagens urbanas [...]” (*Ibid.*, p. 313) expressas na gama de subculturas que atravessam, ultrapassam ou coabitam as diferentes classes.

A *competência cultural* ativada não só por conhecimentos formais e práticas laborais, mas também pela memória e por imaginários atuais dos grupos e subgrupos que atravessam e ultrapassam as classes sociais é *lugar de mediação*, que, ao lado da *cotidianidade familiar* e a *temporalidade social* formam a trinca de *mediações* inicialmente sugeridas pela abordagem martín-barberiana, para o estudo da comunicação televisual, às quais ainda podem ser acrescentados os *gêneros televisuais*, a exemplo do que fez a equipe de Lopes, ao trabalhar com a mediação *gênero ficcional*, além das mediações *subjetividade* e *vídeo-técnica*, para estudar a recepção da telenovela *A Indomada*.

#### 4.6 Gênero televisual como estratégia de comunicabilidade

O gênero também pode ser considerado *estratégia de comunicabilidade*. A partir de suas regras são configurados os formatos, “e nestes se ancora o reconhecimento cultural dos grupos”, entende Martín-Barbero (*Ibid.*, p. 313), que faz questão de diferenciar da noção clássica de gênero dada pelos estudos literários, como propriedade de um texto, privando-o de sua feição cultural, justo a que permite a abordagem mais profícua dos textos massivos, especialmente dos televisivos. O gênero como estratégia de interação pressupõe um compartilhamento de competências narrativas ativadas, o que quer dizer que a ativação de competências não só está presente e é condição do emissor-produtor, como também do receptor, igualmente *produtor de sentidos e ativador de competências*. “Momentos de uma *negociação*, os gêneros não são abordáveis em termos de semântica ou sintaxe: exigem a construção de uma *pragmática*, que pode dar conta de como opera seu reconhecimento numa comunidade cultural.” (*Ibid.*, p. 314)

O melodrama é – na visão de Martín-Barbero (e de maneira similar de um grupo de intelectuais e escritores latino-americanos, citados por ele, a exemplo de Rivera, Carlos Monsiváis, Sarlo, Meyer, Alejo Carpentier e Hernando Salcedo,) – o “gênero em que se reconhece a América Latina popular, mas também a culta... quando se embriaga. Nenhum outro gênero conseguiu agradar tanto nesta região quanto o melodrama [...]” (*Ibid.*, p. 315-316). O gênero melodramático herdado de uma tradição cênica européia e recodificado ao longo do tempo e espaço geográfico, através de várias adaptações, inclusive a suportes vários (ao papel impresso, no caso da fotonovela, ao processo fotoquímico da película, no caso do cinema<sup>32</sup>, às ondas eletromagnéticas no caso da radionovela, ao vídeo, no caso da telenovela, além das mais recentes e diversas plataformas e tecnologias de captação digitais) contém a matriz dos traços fortes de *reconhecimento* da cultura regional. “É como se estivesse nele o modo de expressão mais aberto ao modo de viver e sentir de nossa gente.” (*Ibid.*, p. 316)

Em forma de tango ou telenovela, de cinema mexicano ou reportagem policial<sup>33</sup>, o melodrama explora nestas terras um profundo filão de nosso imaginário coletivo, e não existe acesso à memória histórica nem projeção possível sobre o futuro que não passe pelo imaginário. De que filão se trata? Daquele em que se faz visível a matriz cultural que alimenta o reconhecimento popular na cultura de massa. (*Ibid.*, p. 316)

E é justo o *drama do reconhecimento* o combustível que move o melodrama, enquanto gênero. Algo sempre no enredo tem que ser *reconhecido* no desenrolar dos conflitos engendrados na trama, seja uma identidade ignorada no seio dos laços de sangue (reconhecimento filial, maternal ou paternal), uma injustiça a reparar, um segredo a desvelar, uma mentira a ser revelada, enfim a luta por emergir “tudo o que se oculta ou se disfarça”, lembra Martín-Barbero (*Ibid.*, p. 317) sobre a codificação elementar do melodrama, indagando a seguir se “não estará aí a secreta conexão entre o melodrama e a história deste subcontinente” (*Ibid.*, p. 317), já que por estas plagas o “des-conhecimento do contrato social”, traduzido em desigualdades e injustiças sociais crônicas, é o contexto em que adquire relevância outros tipos de

---

<sup>32</sup> Não só o cinema mexicano, mas o cinema da academia de Hollywood adota a matriz melodramática.

<sup>33</sup> O programa de jornalismo não-convencional, exibido por longos anos na Rede Globo, *Linha Direta*, é fortemente ancorado na codificação do melodrama. Cf. *Sedução do Drama*, dissertação de BASTOS, Maria de Fátima Barretto.

sociabilidade, como a “*sociabilidade primordial* do parentesco, as solidariedades locais e a amizade” (*Ibid.*, p. 317).

#### 4.7 A perspectiva da cultura massiva em interação com as culturas populares

Como já foi referenciado antes, a perspectiva martin-barberiana da comunicação de massa se inscreve nos marcos da cultura. Mas, seu desempenho forte se dá no âmbito das *culturas populares*, vistas como importantes celeiros de interação com a *cultura massiva*, em particular na América Latina, onde certa “encruzilhada” se configura na confluência da televisão e do melodrama (*Ibid.*, p. 303), que deixa suas marcas e seus vestígios numa gama de formatos<sup>34</sup>, mas, sobretudo na construção de fabuloso repertório de telenovelas. Tal concepção incorpora ainda o braço teórico coadjuvante dos intensos e complexos processos de *hibridização cultural* (GARCÍA CANCLINI, 1990), que ocorrem na região, oportunizando o surgimento de inusitadas combinações de manifestações culturais, e deixando à mostra novos usos e reapropriações dos produtos midiáticos industrializados, em que a cultura popular se reconhece.

A ambiência em que a concepção martin-barberiana ganhou terreno nos anos finais de 1980 corresponde a uma reviravolta na *cultura política* da América Latina, como um grande palco de conflitos e de lutas abertas por uma miríade de movimentos sociais, em crescente processo de reconhecimento de sua legitimidade e consequência – por setores inclusive resistentes das esquerdas obcecadas em denunciar o poder hegemônico dominante dos meios de comunicação de massa –, em direção a um contexto em marcha pela redemocratização regional. Uma mudança de paradigma político que entrecruza renovação de *cultura política* com a emergência de estratégias no campo das *políticas culturais*, como o necessário reconhecimento da relevância das lutas do campo simbólico, desenrolando-se não só no domínio do fabuloso aparato tecno-comunicacional em seu recorte já transnacional, como nas dimensões das práticas sociais e culturais das massas, não limitadas à condição de meras receptoras inertes, mas produtoras de sentido.

A partir dessa perspectiva, a interação dos meios massivos com as culturas de matriz popular ganha significado e dá as pistas de um *anacronismo* (sem qualquer valor

---

<sup>34</sup> Vide, por exemplo, a exploração do gênero melodramático no programa *Linha Direta*, da TV Globo.

negativo, ao que parece), apontado por Martín-Barbero, no contexto de uma modernidade tardia ou ausência de contemporaneidade, ou ainda, como prefere ele, de “não-contemporaneidade”. A interseção da cultura massiva e a matriz popular ativada por populações migrantes do mundo rural para os espaços urbanos, teria resultado em *mestiçagens* de manifestações no âmbito da cultura urbana, que escapam ao quadro pintado pelos adeptos do *ideologismo*, como reflexo de alienação.

Ao contrário da visão que vitimiza as classes sociais subalternas pelo viés da dominação ideológica através das mensagens hegemônicas e de pensar a cultura massiva como fator de homogeneização, tal fricção cultural tem um valor produtivo. E Martín-Barbero faz questão de lembrar que não se trata de evocar o que tem de arcaico sobrevivente nas expressões culturais atuais, como numa espécie de arca de Noé cultural, mas de reconhecer e ativar enraizamentos e produzir novos usos e ressignificações no âmbito da expressividade do massivo urbano.

Ao tempo em que afasta uma possível interpretação sobre um esforço similar ao da “arqueologia” ou de uma defesa de “purezas” em busca de uma autenticidade perdida, Martín-Barbero destaca a criatividade estética popular nas cidades, em várias manifestações, a exemplo do grafite, que se revela como “lugar de mestiçagem da iconografia popular com o imaginário político dos universitários” (*Ibid.*, p. 288), ultrapassando os estreitos limites do “simplismo panfletário”, o que resulta numa dinâmica em que “a denúncia política se abre à poética e a poética popular se cobre de densidade política” (*Ibid.*, p. 288). E assim, por tipos e combinações de *mestiçagens* várias se detecta também tal dinâmica em outras expressões artístico-culturais marcadamente urbanas.

#### **4.8. Mediações ativas na recepção das telenovelas**

Além das mediações *competência cultural e gênero ficcional do melodrama*, que articulam os repertórios compartilhados ativados por produtores e receptores, no processo comunicacional da telenovela, as pesquisas empíricas dão bastante destaque à *cotidianidade familiar* com suas extensões de sociabilidade por outros espaços de convivência e circulação, como o trabalho, a escola, a igreja e os lugares de lazer, a exemplo de clubes e associações comunitárias; à *subjetividade* como o reconhecimento de uma dimensão que não pode ser desprezada porquanto se coloca como produtora de

sentidos e de ativações identitárias dos indivíduos; e ainda o aspecto da *tecnicidade*, que diz respeito às competências profissionais, envolve e é marcante no *meio* televisivo como um todo, além de o ser em outros veículos eletrônicos de maneira abrangente.

“A mediação dos diversos suportes técnicos passou a ser estruturante na forma como se realizam e são interpretadas as diferentes práticas de comunicação social.” (SOUZA, 2006, p. 15). Isso significa que o conhecimento técnico que seria privativo dos profissionais da área de produção acaba por gerar códigos perfeitamente reconhecíveis ao nível da audiência. São quase como “clichês” que possibilitam identificar, por exemplo, o que é real ou fictício, o que significa um corte, aspectos vários da montagem, aspectos discursivos visuais e sonoros, que traduzem significados narrativos já bastante codificados.

[...] a telenovela é entendida como um *construto* que ativa na audiência uma competência cultural e técnica em função da construção de um repertório comum, que passa a ser um *repertório compartilhado* de representações identitárias, seja sobre a realidade social, seja sobre o próprio indivíduo. (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 23).

Já convicta de seu forte traço interacional, a perspectiva teórica integradora do fenômeno comunicacional reafirma também a confluência de instâncias de construção de sentidos a partir da experiência tanto individual quanto da vivência coletiva.

#### **4.9 Revisão e crítica ao modelo teórico das mediações de Martín-Barbero**

A reintrodução do conceito revigorado de *mediação* no âmbito dos estudos comunicacionais, com expressiva reincidência de citações e usos desta perspectiva teórica, em especial nas análises empreendidas pela chamada vertente latino-americana, suscitou em simultaneidade alguns debates sobre tal proposta reconduzida à cena por Martín-Barbero, nos anos finais da década 1980.

Embora destaquem o superlativo valor heurístico da formulação do espanhol radicado na Colômbia e sua importância na reflexão contemporânea, os críticos apontam fragilidades epistemológicas no modelo, desde o abandono ao objeto específico da comunicação ao vincular as práticas comunicacionais às práticas sociais e culturais (BASTOS, 2008), até a imprecisão e dita “inconsistência” do conceito *mediação* (SIGNATES, 2006).

Na declarada intenção de cooperar na elucidação de conceito tão complexo, que, segundo ele, permaneceria imerso em certa obscuridade, Luiz Signates (2006) vai em direção de clarificar a história pregressa do termo, usado anteriormente por Raymond Williams – e por este abandonado, por carregar dualismos insuperáveis –, assim como em tecer considerações sobre as possibilidades e estabelecer limites à noção de *mediação*, focando as formulações tanto de Martín-Barbero quanto de Guillermo Orozco Gómez, todos três autores ligados aos estudos culturais. Signates também atualiza sua crítica ao considerar a utilização do conceito como construto metodológico na bem-sucedida pesquisa empírica realizada por Lopes, Borelli e Rezende (2002), no âmbito da recepção da telenovela.

Signates aponta as vertentes filosóficas idealista, hegeliana e a tradição marxista como principais origens do conceito *mediação* (2006, p. 57). A idealista, em sua ascendência na tradição teológica, aparece traduzida em concepções da mediação de Cristo e dos santos católicos entre a humanidade e Deus, por exemplo, assim como também apresenta recorrência na versão existencialista contemporânea. Na visão hegeliana, é alocada com o intuito de tão-somente “explicar os vínculos dialéticos entre categorias separadas” (*Ibid.*, p. 57).

Lembrando do significado mais usual da acepção *mediação* associada à ideia de *intermediário*, Signates aponta sua aplicação no “contexto da epistemologia behaviorista, como ‘elos intermediários’ entre o estímulo inicial e a resposta [...]”. Também procura destacar o pioneirismo de Walter Benjamin, na tradição marxista, em “teorizar a mediação fundamental que permite pensar a relação da transformação nas condições de produção com as mudanças no espaço da cultura (transformações do *sensorium* dos modos de percepção, da experiência social)” (*Ibid.*, p. 57). Contudo, a concepção marxista expressa na relação reflexiva entre infra-estrutura e superestrutura, dá sequência ao estabelecimento da noção de *reflexo*, que antecede a de *mediação* (*Ibid.*, p. 57-58).

É por esta via de entendimento, por exemplo, que foi orientada a arte decorrente da chamada produção do “realismo socialista”, a arte como reflexo do mundo, como espelho da realidade, visão levada ao extremo na produção naturalista, que preconizava o reflexo idêntico da realidade nas manifestações artísticas. A visão de reflexo impregnada de inspiração positivista seria aplicável não só à arte e à produção intelectual (superestrutura), como de resto à própria capacidade de consciência,

pensamento, valoração e escolhas dos sujeitos determinadas pelas condições infra-estruturais de seu contexto.

A evolução do materialismo histórico em compreender “o processo da vida material como atividade humana” (WILLIAMS, 1979 apud SIGNATES, 2006, p. 58) e uma teoria da arte capaz de admitir “o reflexo não de objetos, mas de processos históricos” (SIGNATES, 2006, p. 58) precederam o surgimento de ideias que desembocaram na formulação do conceito incipiente de *mediação*, entendido “como um processo ativo, um ato de intercessão, reconciliação ou interpretação entre adversários ou estranhos.” (*Ibid.*, p. 58)

Em sua tarefa de palmilhar a trajetória da noção de *mediação*, Signates verifica que “na filosofia idealista, o termo já se estabelecera como conciliação entre opostos, dentro de uma totalidade. Ou, num sentido mais neutro, interação entre forças separadas. Ou, ainda, conexão indireta, uma agência, entre tipos separados de ato.” (*Ibid.*, p. 58) Daí em diante progressivamente a noção de *mediação* toma o lugar da ideia de *reflexo*.

A trilha de assunção do conceito de *mediação* ganha excepcional grandeza e repercussão nos meios acadêmicos da América Latina e em especial do Brasil, a partir justamente da reelaboração implementada por Martín-Barbero ao colocar os processos comunicacionais em relação dinâmica às práticas sociais e culturais, por onde se dariam as *interações* entre os membros receptores entre si e destes com os produtos dos meios massivos.

Apontando sempre uma concepção dualista positivista nas formulações anteriores à noção martin-barberiana de *mediação*, Signates trata, de início, de identificar, a partir das pistas que o autor colombiano oferece, *o que não é mediação*. Segundo ele, não é *intermediação*, não é *filtro* nem *intervenção* (*Ibid.*, p. 60-61), para, em seguida, enumerar algumas possibilidades de conceituação, decorrente da análise de como é referida na obra *Dos Meios às Mediações*.

O conceito de mediação é citado 37 vezes dentro da obra. Dessas citações, em 21 oportunidades o autor o utiliza como categoria vinculante de dicotomias específicas e, em maioria, antinômicas [...]. Nas demais, efetua simples citações, sem um comprometimento explícito com sua definição. (*Ibid.*, p. 62)

O autor procura evidenciar que ao produzir diversos usos, Martín-Barbero debilitou o conceito de *mediação*, com imprecisões, fragilizando-o epistemologicamente

como categoria que tem como objeto a Comunicação e não escapando de dicotomias e racionalidades dualistas. De acordo com o levantamento que procedeu no texto, o termo aparece como *categoria teórica, discursividade específica, estruturas, formas e práticas vinculatórias, instituição ou local geográfico* ou ainda como *dispositivo de viabilização e legitimação da hegemonia* (Ibid., p. 65).

A superação a tal situação foi tentada por Orozco Gómez ao propor uma “dialética das mediações”, com seu modelo de *múltiplas mediações*, em que sugere – a partir da teoria da estruturação de Giddens, da abordagem das mediações culturais de Martín-Barbero e de suas próprias ideias fundamentadas por pesquisas empíricas de recepção no México – a adoção de uma tipologia que elabora diferentes tipos de mediação e as distingue da noção de *fontes de mediação*, como lugares de onde se originam as *mediações*. *Mediação* é compreendida como “um processo estruturante que configura e reconfigura, tanto a interação dos membros da audiência com os meios, como a criação do sentido dessa interação pela audiência”<sup>35</sup> (GÓMEZ, 1993, p. 34). Munido dessa definição, o autor intenciona fornecer uma perspectiva geral do papel das *múltiplas mediações* no modo em que as tele-audiências estruturam suas próprias estratégias de recepção televisiva.

Nesta tipologia distingo, em primeiro lugar, as mediações como processos de estruturação decorrentes de ações concretas ou intervenções no processo de recepção televisiva, e, em segundo lugar, diferencio as mediações das “fontes de mediações” ou o lugar em que se originam estes processos estruturantes. De acordo com esta concepção, a mediação se manifesta por meio de ações e do discurso, mas nenhuma ação singular ou significado particular constitui uma mediação propriamente dita. A mediação parece ser um processo estruturante mais complexo e difuso, diferente da soma de seus componentes. A mediação não deve ser entendida como um objeto de observação, senão como algo similar à classe social, que ninguém pode ver. A mediação se origina em várias fontes: na cultura, na política, na economia, na classe social, no gênero, na idade, na etnia, nos meios [de comunicação], nas condições situacionais e contextuais, nas instituições e nos movimentos sociais. Também se origina na mente do indivíduo, em suas emoções e em suas experiências. Cada uma destas instâncias é fonte de mediações e pode também mediar outras fontes. Por exemplo, as experiências prévias dos indivíduos mediam seus processos cognoscitivos e sua recepção televisiva, e, ao mesmo tempo, a compreensão sobre elas, ou ainda o sentido que advém dessas experiências pode ser mediado pela fruição na audiência da TV. Para integrar a múltipla mediação que configura a interação TV-audiência, quero sugerir quatro grupos de mediações, entendendo que a cultura

---

<sup>35</sup> Tradução da autora deste estudo do trecho: [...] *un proceso estructurante que configura y reconfigura, tanto la interacción de los auditorios con los medios, como la creación por el auditorio del sentido de esa interacción.*



impregna todas elas: a individual, a situacional, a institucional e a videotecnologia.<sup>36</sup> (*Ibid.*, p. 34)

Gómez é um intelectual muito voltado às questões e práticas de educação em interatividade com o meio televisivo e numa entrevista que deu posteriormente para um grupo de estudantes e pesquisadores de comunicação, no Brasil, avalia suas concepções nos seguintes termos:

Eu acredito que a forma como eu venho me apropriando da idéia de mediações estabelece um referente que me permite ver coisas e começar a arrecadar dados empíricos, dos quais vão surgindo outras categorias distintas da original que não a contradizem, mas a completam. Eu diria que essa seria uma maneira. Tomar como referente de início alguma mediação, com a idéia de que há muitas mediações e, empiricamente, confirmar se há de fato outras, e quais seriam. (GÓMEZ, Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 26, abril 2005)

#### **4.10 O fato-notícia como mediação na construção da telenovela**

Não é de se espantar que se questione por que foram eleitas a teoria das mediações de Martín-Barbero e as ideias de *múltiplas mediações* e *fontes de mediação* de Orozco Gómez para ampararem de maneira basilar este estudo, que se concentra na *produção* e não exata e exclusivamente na *recepção* da telenovela, ainda que se tenha esclarecido desde o início a necessidade de pontuações neste domínio, sobretudo pelas especificidades do objeto sob análise – a telenovela e sua interface com a notícia

---

<sup>36</sup> Tradução da autora deste estudo do trecho: *En esta tipología distingo, en primer lugar, las mediaciones como procesos de estructuración derivados de acciones concretas o intervenciones en el proceso de recepción televisiva, y, en segundo lugar, diferencio las mediaciones de las «fuentes de mediación» o lugar en que se originan estos procesos estructurantes. De acuerdo con esta conceptualización, la mediación se manifiesta por medio de acciones y del discurso, pero ninguna acción singular o significado particular constituye una mediación propiamente. La mediación parece ser un proceso estructurante más complejo y difuso, diferente de la suma de sus componentes. La mediación no debe entenderse como un objeto de observación, sino como algo similar a la clase social, que nadie puede ver. La mediación se origina en varias fuentes: en la cultura, en la política, en la economía, en la clase social, en el género, en la edad, en la etnicidad, en los medios, en las condiciones situacionales y contextuales, en las instituciones y en los movimientos sociales. También se origina en la mente del sujeto, en sus emociones y en sus experiencias. Cada una de estas instancias es fuente de mediaciones y puede también mediar otras fuentes. Por ejemplo, las experiencias previas de los sujetos median los procesos cognoscitivos del sujeto y su televidencia, y al mismo tiempo el entendimiento del sujeto sobre éstas o el sentido que provee a esas experiencias puede mediar por su televidencia. Para integrar la mediación múltiple que conforma la interacción TV-auditorio, deseo sugerir cuatro grupos de mediaciones, entendiendo que la cultura impregna a todos ellos: la individual, la situacional, la institucional y la videotecnología.*

jornalística – e também em face do horizonte teórico que compreende a comunicação massiva como fenômeno processual, interacional e integrador das instâncias que envolvem a produção, o produto e as audiências.

Introduz-se, portanto aqui, a concepção de que *as mediações permeiam também a produção*, a partir da construção do sentido, das *ressignificações*, dos usos e consumos da audiência em sua dinâmica de recepção, que por sua vez é parte integrante, constituinte e estruturante do complexo processo comunicacional como um todo, e em particular, no circuito específico por que passa a produção, o produto, a fruição, construção de sentidos e o seu retorno à plasmação estética da novela.

Entende-se, então, que a comunicação, em especial no caso específico da telenovela, não só não se esgota com a transmissão e a recepção, mas que perfaz um caminho de volta à produção, permeada das aquisições de sentido, das demandas da audiência, de suas críticas e seus retoques – sejam eles fornecidos pela imprensa especializada, por instituições várias da sociedade civil ou pela opinião pública difusa.

Compreende-se, aqui, que o *fato-notícia* é uma *mediação ao nível da produção da telenovela*. A criação mais atual de tais produtos estéticos revela que o fato real, verídico, transformado em notícia, tem sido utilizado de modo a sugerir que há uma *mediação* atuando tenazmente no seio da construção teleficcional.

Note-se que ao mesmo tempo em que “as mediações se referem às apropriações, recodificações e *ressignificações* particulares aos receptores”, como entende Marco Toledo de Assis Bastos (2008), ele logo a seguir admite, ao interpretar as ideias de Martín-Barbero, que há a compreensão de interdependência e circulação de sentidos entre produção e recepção, de maneira mediatizada:

[...] assunção importante é que produção, recepção, meio e mensagem só podem ser pensados como um processo contínuo – as mediações – posição de onde é possível compreender o intercâmbio entre produção e recepção. (BASTOS, 2008)

Além dessa “interlocação” entre produção e recepção, que altera rumos da trama, configurações de enredo, ênfases, acentos e ângulos de abordagem no interior da narrativa teleficcional, é preciso notar que os produtores, os fazedores da telenovela são também receptores do noticiário e estão continuamente expostos à circulação da informação jornalística. Então, pode-se afirmar que o *fato-notícia* permeia o seu ofício de plasmar o produto teledramatúrgico, numa autêntica função de *mediação*.

## CAPÍTULO III

### **A matriz melodramática atualizada na telenovela**

*[...] na verdade o que buscamos é algo radicalmente diferente: não o que sobrevive de outro tempo, mas o que **no hoje** faz com que certas matrizes culturais continuem tendo vigência, o que faz com que uma narrativa **anacrônica** se conecte com a vida das pessoas. [...] uma matriz cultural e de um **sensorium** que enoja as elites enquanto constitui um “lugar” de interpelação e reconhecimento das classes populares.*

*(Jusús Martín-Barbero, 2003, p.30)*

## Capítulo III

### 5. A matriz melodramática atualizada na telenovela

#### 5.1 Telenovela dos anos 2000: melodramática *ma non troppo*

As telenovelas são produtos culturais massivos que gozam o estatuto de obras ficcionais seriadas, com grande valor comercial, realizadas geralmente pelas próprias redes de televisão aberta, que as exibem, preferencialmente quando inéditas e não-reprises, em horário dito “nobre” (ou *prime time*), com o intuito básico de entreter a audiência e gerar exponenciais lucros à organização realizadora, podendo ser adaptações de conto, romance ou mesmo, como tem sido mais frequente na televisão brasileira, produzidas a partir de roteiro de autoria original de teledramaturgos, que trabalham, geralmente em equipe<sup>37</sup> e em regime de total exclusividade e ritmo frenético.

A telenovela é gênero televisual de narrativa de grande extensão, serializada em capítulos diários, exibidos de segunda-feira a sábado, durante aproximadamente seis meses, totalizando, em geral, em torno de 150 a 200 capítulos, a depender dos indicadores de audiência alcançados e dos investimentos mobilizados. O formato ocupa, na grade da Rede Globo, 24% de toda a programação. No Brasil, adquire a peculiaridade de ser escrita e realizada em sua montagem cênica na medida em que vai ao ar em rede nacional, contando com uma frente de segurança de 20 a 30 capítulos já prontos quando estreia<sup>38</sup>, e a partir daí sendo construída, mais explicitamente, em articulação com a audiência e em atenta observação de resultados obtidos com o público.

---

<sup>37</sup> Há raros casos em que o autor assume sozinho e integralmente esta tarefa titânica de produzir diariamente 60 laudas de roteiro, como é o caso da teledramaturga Glória Perez. Sobre a opção de não ter colaboradores diz: “Não os tenho porque é impossível dividir fantasia. E daria mais trabalho porque eu precisaria parar e discutir as histórias” (<http://ego.globo.com>).

<sup>38</sup> Mas já houve caso de estreia com 60 capítulos já produzidos, como em *A Favorita*. Consulte entrevista com o autor dessa telenovela mais adiante nesta seção.

Tal característica de produção exige um fabuloso sistema fabril que se articula desde a pesquisa temática, iconográfica e sonora à redação textual; passando pela escolha e escala de elenco de intérpretes, equipe de criação e equipe técnica; construção de complexos de estúdios cenográficos – as chamadas “cidades cenográficas” levantadas a cada telenovela – e prospecção, levantamento e escolhas de locações externas, muitas vezes até fora das fronteiras do país; caracterização das personagens, incluindo figurinos, maquiagens, cabeleiras, adereços; preparação e treino de elenco de atores, com palestras, cursos, vivências específicas, como “laboratórios” a serviço da interpretação cênica; utilização de aparatos tecnológicos de última geração, efeitos especiais e visuais; desempenho de dublês; equipes de pesquisa dedicadas ao estudo da recepção específica do produto em construção, a exemplo das sondagens quantitativas e qualitativas do tipo “grupo de discussão” em simultaneidade à exibição da novela; também as etapas de montagem, com as técnicas de cortes, aplicação de caracteres e inserção de trilhas e efeitos sonoros na edição final a cada capítulo do produto audiovisual tratado digitalmente; entre muitas outras frentes de trabalho de equipes especializadas<sup>39</sup> operando em esquema altamente hierarquizado e de poder centralizado, em ritmo acelerado, para cumprir cronogramas apertados.

Neste contexto complexo de realização, que envolve em muitos casos a terceirização de serviços (a exemplo de contratação de empresas especializadas em efeitos especiais, em cenas de alto risco com dublês ou ainda contratação de institutos de pesquisa de audiência), a produção de telenovela faz importante investimento financeiro com o objetivo de manter certo padrão de qualidade estética e técnica, por meio, inclusive, de recursos humanos muito qualificados em suas áreas de atuação. Há um exército de profissionais notadamente especializados, que formam grupos e subgrupos de atuação articulada, que devem corresponder tanto ao investimento da emissora-realizadora, em contrapartida e cumprimento dos compromissos com seus patrocinadores comerciais, quanto no sentido de atender a maior parte exequível das demandas dos segmentos da audiência, que, ao contrário do que se pensa, são nada homogêneos, mas formados por notável pluralidade de expectativas.

---

<sup>39</sup> O leitor poderá conferir no capítulo IV a articulação de profissionais de jornalismo, dramaturgia, publicidade e educação informal, no planejamento e elaboração do *merchandising social*.

Como um dos produtos televisuais de grande prestígio no Brasil, a telenovela aborda um conjunto de temas relacionados à vida cotidiana, dramas domésticos e sociais, não se esquivando de introduzir temas emergentes da atualidade, inclusive alguns de teor polêmico, ao tempo em que se apóia também na codificação e esquematização de base do gênero que lhe serve de matriz, o velho e eficaz melodrama, que, claro, passa por atualizações e mutações necessárias às complexidades contemporâneas, marcadamente fluidas desta dita “modernidade líquida”, e também adaptações ao suporte teleaudiovisual e às transformações de *sensorium* humano, numa sociedade tecnológica orientada pelo ver, parecer – mudanças do olhar que deixam à mostra “a envergadura atual das *hibridações entre visualidade e tecnicidade* e, por outro lado resgata as imagísticas como lugar de uma estratégica *batalha cultural*.” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 16)

## 5.2 A matriz popular do melodrama: origem

A paulatina e constante metamorfose que atingiu durante todo o século XVIII os gêneros artísticos tradicionais, e em particular o teatro, unida ao surgimento, com a Revolução Francesa, no final do período, de um público que incluía os setores populares, sensibilizado ao máximo por anos de mudanças político-sociais radicais e sangrentas, contribuiu para o nascimento do que se convencionou denominar, com toda propriedade, uma estética melodramática (THOMASSEAU, 2005, p. 13).

Verdadeira febre pelo teatro se intensificou neste período e o decreto liberal de 1791, na França, que autorizava qualquer cidadão a “construir um teatro (aberto ao público e representar obras de todos os gêneros” (*Ibid.*, p. 13) – após longa proibição a manifestações artísticas populares que usassem palavras –, traduziu e veio a coroar a irresistível atração pelo que se representava nos palcos, lugar privilegiado que transformavam em mitos e encantamentos as situações de violência que se desenvolviam nas ruas até a exaustão. A fórmula melodramática assumiu sua forma definitiva, no final do século, correspondendo a uma moral que preenchia, nesse momento, as aspirações do todos os setores da população.

A paixão das classes mais populares volta-se sobre ela mesma, nos espetáculos da virtude oprimida e triunfante; e ela durará todo o século. A burguesia, que tem em mãos os negócios, aplaude também o melodrama porque ele reage contra os excessos do teatro anticlerical e do teatro *noir*, importado da Inglaterra [...]. Por outro lado, ela aprecia o melodrama porque ele tempera e ordena as tentativas mais ousadas do teatro da Revolução, põe em prática o culto da virtude e da família, remete à honra o senso de propriedade e dos valores tradicionais, e propõe, em definitivo, uma criação estética formalizada segundo padrões bastante precisos. A aristocracia, tanto a antiga quanto a nova, não deixava tampouco de misturar-se ao populacho nos bulevares para assistir aos espetáculos que, ao menos nos melodramas clássicos, preservavam o senso de hierarquia e o reconhecimento do poder estabelecido. (*Ibid.*, p. 14)

O poder recém instaurado, através de uma censura eficiente e discreta, e com a cumplicidade mais ou menos consciente dos autores, utilizou o mais que pôde o entusiasmo popular pelo melodrama, já que este oferecia uma visão da sociedade em que se exaltavam às virtudes civis, militares e familiares, reconciliava todas as ideologias numa tentativa de reconstrução nacional e moral, ou ao menos na busca de um fortalecimento das instituições sociais, morais e religiosas. A característica quase institucional destes dramas foi percebida por alguns comentaristas e, desde os primeiros sucessos do gênero, os críticos e autores buscavam determinar, ainda que sob abordagens diversas, as origens deste novo gênero. Inquietos com a acorrida de multidões aos teatros dos bulevares (*Ambigu-Comique*, da *Gaîté* ou da *Porte-Saint-Martin*) deixando salas oficiais esvaziadas, os críticos torceram o nariz desprezando o melodrama, que alterava tantos hábitos estéticos e cuja originalidade eles não percebiam.

Mas os dramaturgos, em particular o célebre Pixérécourt (apelidado de o “*Corneille dos bulevares*”, autor do estrondoso sucesso *Coelina ou l’Enfant du Mystère*, de 1800, traduzido para vários idiomas e apresentado por toda Europa), trataram de buscar as origens do melodrama em gêneros nobres, orgulhosos que estavam com a missão de humanistas do teatro, para enfrentar a oposição que, com frequência, o taxava de gênero inferior. O melodrama coexistiu com este estatuto ambíguo, durante todo o século, recebendo o aplauso do público e o desprezo dos críticos – como, aliás, ainda

hoje, os setores mais cultos o atacam, em seus formatos contemporâneos, sobretudo os televisuais.

Quando a história literária fala do melodrama e de suas origens, ela o faz, freqüentemente, em termos de esclerose e decadência, explicando certas vezes o nascimento do gênero como uma degenerescência da tragédia. É verdade que a tragédia, sobre a qual Voltaire tentou provocar e teorizar as transformações, pouco a pouco, ao longo do século XVIII, abandonou suas dimensões metafísicas, substituídas por conflitos psicológicos e debates morais, e escolheu uma estrutura romanesca mais patética que trágica. Os “golpes de teatro” se multiplicavam ali, em detrimento da “tristeza majestosa”. (*Ibid.*, p. 18)

Pode-se dizer que as pretensas buscas da origem do melodrama nas tragédias clássicas se mostram por demais lisonjeiras, tanto para os autores quanto para o público deste gênero, que mais aproximadamente estaria do *drama burguês*, pelo viés da exploração sistemática dos *efeitos patéticos*. Os criadores do chamado *melodrama clássico* (1800-1823) trataram de alicerçá-lo com regras precisas e concepções dramáticas que enfatizavam sua missão pedagógica de promover a “sã moral e a boa política”. A vocação educadora teria que se adaptar ao público heterogêneo, em boa parte, analfabeto. Pixérécourt declarou que escrevia suas peças para pessoas “que não sabem ler”. Mas, entre outros autores, assumiu o papel de teórico a fim de dotar o novo gênero de estatuto literário e teatral que o conferisse prestígio.

Para fazê-lo, os melodramaturgos contiveram os excessos revolucionários e codificaram o gênero, em nome da verossimilhança e da conveniência, desejando num primeiro momento, relacionar o espírito do melodrama ao prestígio da tragédia. (*Ibid.*, p. 28-29)

O acatamento da “regra das três unidades” (ação, tempo e lugar) – uma interpretação equivocada herdada do Neoclassicismo às recomendações de Aristóteles para a tragédia – foi um sintoma deste esforço por uma organização técnica normativa do melodrama. Não faltaram também preocupações mercadológicas: o título das peças teria que ser atraente, causar efeito. Um dos mais famosos autores de sua época, Hapdé,



dizia que para fazer um bom melodrama “é suficiente ter um título e privilegiar o efeito” (*Ibid.*, p.31). O impresso francês *Courrier des Spectacles* fornece a mesma ideia: “Os autores conheciam o poder das palavras. Um nome extraordinário é uma espécie de talismã para a multidão. Sua imaginação se põe a julgar de antemão, forja mil ideias singulares [...]”<sup>40</sup> (THOMASSEAU, 1990, p. 32).

O popular melodrama colocava em cena “os bons e os maus em situações apavorantes ou enternecedoras” (PAVIS, 1999, p. 238) e o objetivo era comover o público. Apesar da pouca preocupação com o texto literário que não chegou a revelar autores de talento estilístico notável, mas, se valendo de “grandes reforços de efeitos cênicos” (*Ibid.*, p. 238), a onda do melodrama foi capaz de produzir uma geração de criadores que tinham qualidades e afinidades evidentes com o trato da cena e sem que tivessem sempre consciência disso, “provocou uma nítida diferenciação entre o literário e o teatral”<sup>41</sup> (THOMASSEAU, 1990, p. 8). “Esta forma se desenvolve no momento em que a encenação começa a impor seus efeitos visuais e espetaculares, a substituir o texto elegante por golpes de teatro impressionantes.” (PAVIS, 1999, p. 238)

Os ingredientes usuais e o tratamento maniqueísta são estruturados numa codificação mais ou menos fixa: harmonia inicial, infelicidade causada pelo tirano ou traidor perverso, triunfo da virtude, castigos e recompensas. As personagens, claramente configuradas no terreno da maldade ou da bondade,

[...] não têm nenhuma opção trágica possível; elas são poços de bons ou maus sentimentos, de certezas e evidências que não sofrem contradição. Seus sentimentos e discursos, exagerados até o limite do paródico, favorecem no espectador uma identificação fácil e uma catarse barata. As situações são inverossímeis, mas claramente traçadas: infelicidade absoluta ou felicidade indizível; destino cruel que acaba se arranjando (no melodrama otimista) ou que permanece sombrio e tenso, como no *roman noir*; injustiças sociais ou recompensas feitas à virtude e ao civismo. (*Ibid.*, p. 238-239)

Note-se que Pavis expressa a inverossimilhança das situações calcadas em pólos estanques, embora a *verossimilhança* tenha sido justamente uma das preocupações

---

<sup>40</sup> Tradução da autora deste estudo.

<sup>41</sup> Tradução da autora deste estudo.

manifestadas pelos autores e críticos da cena melodramática, que recorriam à “regra das três unidades”. A principal justificativa, em geral, invocada da função das tais unidades é a exigência da ação verossímil. A cena unificada teria o poder de dar ilusão ao espectador do *efeito de real*, como reza a cartilha neoclássica. O espectador não aceitaria em duas horas de representação passar por lugares e temporalidades múltiplas, já que ficariam perceptíveis os vazios da construção dramática, provocando efeito de distanciamento. Mas mesmo esta ideia pode ser entendida no sentido inverso: concentrar o acontecimento obrigaria a cortes, omissões e manipulações pouco verossímeis. Há aí um paradoxo que, de qualquer sorte, tem sido superado pela dramaturgia posterior ao classicismo europeu.

É, portanto, preciso procurar em algum outro lugar que não numa noção de verossimilhança absoluta, a justificativa das regras das unidades, e primeiro explicá-las pelas condições materiais dos palcos do século XVII: apesar de toda maquinaria, as mudanças de lugar e de tempo são imediatamente visíveis e obrigam ao público a aceitar uma convenção simbólica, pois o palco não se transforma ainda, como no final do século XIX, num lugar ou um tempo outros. (*Ibid.*, p. 424)

É atribuída às limitações técnicas da época essa justificativa dos neoclássicos focada nas unidades que revela uma ambiguidade quanto à verossimilhança. Mas destaque-se que a concentração da cena por eles defendida é uma aceitação, ao mesmo tempo, da convenção teatral, do jogo teatral. Trata-se, portanto, de divisar se a cena se propõe mais à ênfase de “mascarar” a representação para conferi-la um efeito ilusionista de real da ação humana ou aceitar sem reservas o caráter artístico e teatral da representação – um assunto hoje já completamente absorvido pela percepção contemporânea, sobretudo pela vivência histórica e a coexistência de tantas dramaturgias que rejeitaram radicalmente estes cânones, haja vista que a forma dramática começou a ser trincada por intervenções épicas desde o século XIX e que as unidades foram pulverizadas mais nitidamente no século XX, inclusive a da “ação una” (única entre as três evocadas que goza de certa aceitação consensual dos teóricos e dramaturgos quanto ao que Aristóteles quis dizer na *Poética*), visto que a multiplicidade e complexidade expulsaram a ideia de mundo unificado e a consciência unificadora do homem, nesta contemporaneidade, cuja marca indelével é a fragmentação.

Neste âmbito da cosmovisão filosófica, outro argumento é frequentemente evocado para explicar a arraigada convicção dos neoclássicos quanto às unidades, em particular, à da ação. Diz respeito e corresponde à concepção de mundo centrada no homem: “[...] a crença universalista e fixa no homem que pretende decidir de uma vez por todas a natureza humana e os meios artísticos de representá-la.” (*Ibid.*, p. 424) O humanismo clássico pretendeu resolver o mundo em base da universalização do homem.

O homem clássico é, primeiro, uma consciência inalienável e indivisível que se pode reduzir a um sentimento, uma propriedade, uma unidade (quaisquer que sejam os conflitos que são o tema das peças, mas que são feitos para ser resolvidos [seja de maneira feliz ou catastrófica]). Com a força desta unidade das motivações, das ações, o teórico não supõe, por um segundo sequer, que também a consciência possa ela também explodir, a partir do momento que não mais refletir um mundo unificado, universalizado e que surgir uma falsa consciência, ruptura social ou psicológica. A partir do momento que há corte e dialogismo [...] a unidade que dá segurança voa em estilhaços, o dialogismo e a diversidade a substituem. (*Ibid.*, p. 424)

Procedeu-se, aqui, uma digressão, inclusive de recuo no tempo, em torno da “regra das três unidades” pela necessidade de comentar os equívocos das interpretações neoclássicas sobre a tradição aristotélica. Embora o neoclassicismo seja anterior ao melodrama, as exegeses equivocadas das “unidades aristotélicas” sobreviveram com vigor no período auge da estética melodramática, a partir do final do século XVIII. A oportunidade de tecer tais observações surgiu justamente a partir do comentário de Pavis à inverossimilhança<sup>42</sup> das situações no melodrama e a este ponto retorna-se, então, agora. Destacar este aspecto tem relevância porque diz respeito à inverossimilhança que se revela aos olhos contemporâneos a polaridade entre bem e mal tão fortemente definida quanto na cena melodramática original. Apesar disso, esta mesma enxovalhada polaridade esteve presente, de maneira radical, nos períodos iniciais da teledramaturgia contemporânea, não só na construção dramaturgicamente das situações, como também das personagens *vítima* e *vilão*, projetados respectivamente nos papéis do *herói/bom-moço/galã* ou da *heroína/mocinha/estrela* no pólo dos “bons” e geralmente formando o

---

<sup>42</sup> Tratar-se-á sobre *verossimilhança* mais detidamente ainda nesta seção.

“casal romântico” entre os protagonistas, e, pelo lado dos “maus”, o *vilão* ou a *vilã*, na posição de antagonistas.

Note-se também que a missão didática expressa nas lições morais de evidenciar que o vício (a mentira, o engodo, a traição, a deslealdade, o crime, a fraude, a injustiça) deva ser punido e castigado e a virtude deva triunfar está posta no *superobjetivo* do gênero, até os dias atuais. Assim como está claro o *approach* ao patético de herança melodramática, traduzido nos tons emocionais concentrados nas cenas de mais impacto e fartamente distribuídos e diluídos em toda longa narrativa dramática da telenovela. A comoção, em outras palavras, o *pathos* é requisitado, mas não numa ênfase em que tais sentimentos penosos possam transformar-se em exacerbado sofrimento ao telespectador da telenovela, que busca neste produto que invade o seu ambiente doméstico, mais do que qualquer outra coisa o entretenimento, sob pena de rejeição.

O *monólogo patético* – o frequente solilóquio no início do melodrama clássico que recapitula acontecimentos anteriores ao desenvolvimento da ação representada ou que aparece no transcorrer da peça para atualizar e explicar o público sobre aspectos que terão importância e consequência na trama – é uma outra marca da estética melodramática. Tem uma função inequívoca de provocar ou manter o *pathos*. Seja encenado pelo personagem malvado expondo suas crueldades, perversidades de sua alma ou seu remorso, ou venha protagonizado pelo bem encarnado na vítima, que se lamenta e roga pela Providência, o *monólogo patético* é enfatizado por acordes da orquestra e por pontos suspensivos no texto. Tais recursos têm seus correspondentes similares no *telemelodrama* da atualidade, sejam através de cenas descritivas ou mesmo dialógicas que antecipam conflitos através de significativos indícios e evidências enfatizadas, sejam por meio dos próprios monólogos, sejam por *flashbacks* que trazem fragmentos de lembranças ao personagem e também pela trilha sonora que pontua os momentos de maior gravidade da trama.

Provocar ou manter o *pathos* parece bem explorado na estrutura das telenovelas contemporâneas, *efeito patético* dosado necessariamente em vários momentos da montagem narrativa seriada, em alternância ou combinação de doses variadas com cenas que exploram a comicidade, as chamadas “cenas de alívio de tensão”, adotando dialógica menos “quente” e por meio, também, de relativamente longas e lentas

panorâmicas descritivas, muito frequentemente de belas ou mesmo de exuberantes paisagens, com função de necessária “respiração”, passagem de tempo e ou mudança de cenário.

Sobre a temática geral do melodrama as semelhanças com a telenovela existem como matriz, como essência e substrato, porque, certamente, os temas contemporâneos envolvem complexidades para além de um mundo tão simplificada e polarizado. Um artigo do parisiense *Diário de Debates*, de 1823, ao comentar *La Pauvre Orpheline* (*A Pobre Órfã*), de Caigniez e Paccard, resume os elementos principais da temática melodramática tradicional:

O interesse deste melodrama apóia-se na mesma base em que se apóiam todos os melodramas passados, presentes e futuros. Vê-se ali um opressor e uma vítima; um poderoso celerado que abate a fraqueza e a virtude, até o momento em que o céu se manifesta a favor do inocente e fulmina o culpado. Tudo isso não é exatamente novo, mas há nos corações dos frequentadores do bulevar um inesgotável impulso de justiça e de humanidade. Todos os dias eles derramam novas lágrimas pela jovem perseguida e aplaudem o castigo do monstro, que sacrifica com suas paixões os direitos mais sagrados da natureza.<sup>43</sup> (Apud THOMASSEAU, 1990, p. 35-36)

Opressor e vítima. Vilão que oprime sua vítima. O aspecto da *perseguição* é o eixo de toda intriga melodramática, protagonizada por um malvado que personifica esta perseguição, de acordo com a distribuição maniqueísta das personagens. Perseguição implacável à vítima que urge reparação. Antes, o mundo apresenta o espetáculo de sua própria harmonia. As *peripécias* dramáticas geram comoção de intensidade crescente no desenvolvimento das cenas. E, no momento em que tudo parece indicar o triunfo definitivo do mal, acontece algo que reverte no sentido de propiciar um castigo exemplar e consagrar a vitória da virtude sobre o vício. Depois do castigo merecido se dissipam os males e tudo volta a ingressar numa ordem cujo equilíbrio havia se quebrado.

---

<sup>43</sup> Tradução da autora deste estudo.

### 5.3 Nem *bons-moços* e *mocinhas* ilibados nem *vilões* sempre castigados

No *telemelodrama* atual à brasileira a estrutura guarda certa semelhança com a arquitetura básica da tradição melodramática, que foi historicamente atualizada, sem dúvida, muitas vezes e profundamente, nos últimos dois séculos. As polaridades foram arrefecidas, mas sobrevivem não só na trama, como na composição dos núcleos de personagens “bons” e “maus”. Contudo, uma mudança neste quadro é observável de alguns poucos anos para cá, a partir da proximidade de virada deste milênio, com o surgimento nas telinhas de *vilões* que não são castigados e acabam se dando bem, conseguindo fugir em situação vantajosa, e, por outro lado, já aparecem composições de heróis e heroínas, melhor dizendo, de *bons-moços* e *mocinhas*, que, como na vida real é qualquer pessoa, demonstram suas fraquezas e vícios ou que não são tão inverossimilmente bons como outrora.

Apesar dessa tendência nas novelas mais recentes e que de maneira abrangente choca e incomoda sobretudo a maioria do grande público, os alicerces melodramáticos tradicionais, volta e meia, são resgatados: ainda que “o mal” vença temporariamente, na trama romanesca, a harmonia poderá ser restabelecida por alguma exemplar ação reparadora, mesmo que sugerida e não explícita. A audiência protesta quando a *perseguição* e o *castigo* ao agente da injustiça, da vilania falham, ainda nos dias atuais, completada uma década do século XXI. Em geral, o telespectador é instado emocionalmente a apoiar esta *perseguição reparadora* que há de castigar o vício. As variações a este desenlace de penalização ao mal geram sempre acirradas polêmicas no âmbito da recepção, ainda na atualidade.

Os diferentes desfechos – do mais previsível ao inusitado – configuram *as estratégias de comunicabilidade* dos autores/ produtores e da própria rede televisiva com sua heterogênea audiência, portadora de expectativas e exigências muito variáveis. Aí, como em muitos outros aspectos desenvolvidos no interior da narrativa da telenovela, o chamado *pacto de recepção* é fluido, mutante, constantemente sujeito a mudanças e *ajustes contratuais*, como num autêntico “balão de ensaio”, em que são investidas algumas experiências, mas cujos resultados possíveis são calculados, de certa forma com antecedência, para que constituam de fato *diferenciais em valor positivo* e

não importem em prejuízos significativos, sejam eles financeiros, judiciais ou simbólicos (éticos/ morais)<sup>44</sup>.

#### **5.4. Reconhecimento: o traço melodramático indelével sempre em cena**

No melodrama tradicional, a perseguição termina em um ou vários *reconhecimentos*, marcando-se com “a voz do sangue” ou “a cruz de minha mãe” o apogeu patético do drama, acentuado ainda mais pela técnica recém-introduzida à época nos palcos do *quadro vivo*, que cristaliza a cena com os personagens imóveis, cena ainda mais impressionante pelo auxílio de vibrações tremulantes da orquestra. A força dos laços familiares (“a voz do sangue”), além de se constituir numa fatalidade impossível de ser driblada, forja um jogo de preparação patética e dramática muito utilizada pelo melodrama: o *pressentimento*. O *reconhecimento pressentido* será retardado ao máximo e só ocorre coincidindo com a obra da justiça. A perseguição mantém o suspense até que se livra o espectador deste “sofrimento”, com um brusco *reconhecimento*. E quanto mais abrupto for o *reconhecimento*, mais poderoso será o *efeito patético*.

São pertinentes aqui algumas observações comparativas com as telenovelas. O *reconhecimento*, entendido como reconhecimento de pessoas (geralmente parentes) que vá importar em reversão de expectativas ou *peripécias*, é recurso interno recorrente da trama no produto ficcional televisivo em análise, completando a tarefa do drama por um

---

<sup>44</sup> Vale registrar aqui uma dessas experiências que foi logo reorientada pela radicalidade do que propôs inicialmente: na ocasião em que se divulgava a novela *Viver a Vida*, de autoria de Manoel Carlos, ainda antes de sua estreia entre as do *prime time* da TV Globo, justamente a mais prestigiada das 21 horas, foi anunciado que a trama viria com **uma vilã de apenas 8 anos de idade**, a personagem *Rafaela*, representada pela atriz-mirim Klara Castanho. Não pegou bem nem do lado da opinião pública de modo abrangente, evidenciando-se como um caminho “politicamente incorreto”, inaceitável pela *doxa* comum, como também mereceu uma advertência do Ministério Público do Trabalho do Rio de Janeiro, sobre a inconveniência de a menina ser exposta e submetida à rejeição pública, com base no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), que normatiza as conduções relacionadas às crianças e aos adolescentes no Brasil. Consulte os ANEXOS A, B, C e D (p. 188-193). Contudo, posteriormente o autor voltou à baila insistindo na vilania (ainda que mais moderada) da criança, o que gerou várias reações e protestos, inclusive do prestigiado site *Observatório de Imprensa*, capitaneado pelo jornalista Alberto Dines. Consulte no ANEXO E (p. 193) a matéria de Washington Araújo.

desenlace da história. Ocorre com notável frequência o reconhecimento na tessitura interna da trama, associado quase sempre a filhos, mães, pais ou outros parentes muito próximos que eram ignorados pelos familiares ou parte deles<sup>45</sup>. E associado ao elemento *pressentimento* há um verdadeiro repertório de clichês reincidentes nos *telefolhetins* da atualidade, sobretudo empregado à faculdade materna de *pressentir* (ou numa expressão mais atualizada *intuir*) algo que esteja para ocorrer ou ocorrendo com seus filhos à distância ou fora de seu campo de visão.

### 5.5 O amor no melodrama tradicional e no contemporâneo televisivo

Ao contrário das telenovelas, o melodrama clássico concede um plano secundário às intrigas amorosas. O amor estragaria ou subverteria a divisão maniqueísta da humanidade em indivíduos bons e maus, tal como propõe o melodrama em seu sentido forte. Em sua ética, o amor é uma paixão e como tal é um erro contra a razão e o bom senso, um fator de desequilíbrio pessoal e social, que só acontece, basicamente, aos malvados e aos tiranos. Para os heróis, o amor não deve ser mais que um descanso, um esparecimento, um consolo, um recreio, um prazer moderado. Na escala de valores melodramáticos, ele é colocado abaixo dos sentimentos de honra, patriotismo e do sublime amor filial e maternal. Nos malvados ele se reduz a gestos e palavras que não escondem a ambição de apoderar-se de bens, dotes e heranças. Em suma, o melodrama prefere, ao preterido amor paixão sexual, a expressão patética do amor filial e maternal contrariado por separações, desaparecimentos e, ao final, coroando o enredo com o

---

<sup>45</sup>Na novela *Viver a Vida*, de autoria de Manoel Carlos, em exibição nos primeiros meses de 2010, na TV Globo, em *prime time*, às 21 horas, há, no triângulo amoroso principal, um caso de paternidade velada. A personagem interpretada pelo jovem galã Tiago Lacerda, o *Bruno*, é filho de seu rival *Marcos*, representado pelo maduro galã José Mayer, ex-marido de *Helena* (papel de Taís Araújo), que despertou paixão em *Bruno*. O reconhecimento da filiação passou por vários estágios na trama: inicialmente era do conhecimento apenas da mãe de *Bruno*, depois foi a vez do aventureiro fotógrafo, em seguida a hora da revelação ao seu pai, e ambos vão, por fim, saber que o filho é namorado da ex-esposa do pai. O caso de *reconhecimento paternal*, por parte do rico empresário dado a aventuras amorosas extraconjugais, indica uma longa e produtiva trajetória melodramática, com todos os ingredientes de *efeito patético*. Também em exibição simultânea na mesma emissora, em *prime time* às 19 horas, outra novela – *Tempos Modernos*, de Bosco Brasil e supervisão de Aguinaldo Silva – tem vários casos de filhos e pais que não se reconhecem como tais.



*reconhecimento* reconciliador. Contudo, a partir de 1815, sob influência da sensibilidade romântica, o melodrama vai dando importância crescente a amores desditosos.

Na telenovela, o amor maternal e filial também tem valor enorme, mas, bem diferente do melodrama clássico, é o amor paixão sensual o motor deste produto teleficcional de massa, que hoje não só explora as relações amorosas entre homens e mulheres, mas introduz – ainda que de maneira tímida – o amor homossexual nas tramas. A reivindicação parte de setores representativos destas minorias, que reclamam ações e representações cênicas cada vez mais evidentes contra a homofobia – um sintoma da pressão eficiente da recepção integrada por *comunidades interpretativas* sobre a construção da obra televisual e da relativa autonomia de seus autores.

Já se disse que os personagens do melodrama tradicional assumem polarização absoluta em extremos monolíticos: bons de um lado e perversos do outro, sem qualquer convergência possível. Há identificação precisa entre as *funções dramáticas* com os *caracteres* (SOURIAU apud THOMASSEAU, 2005, p. 39). Tal identificação imediata é facilitada pela caracterização visível, incluindo aparência física e gestos bastante codificados das personagens. Como se não bastasse, essa leitura instantânea oferecida ao espectador era ainda reforçada pelos personagens secundários que o permitirão identificar e classificar os principais. O processo se completa através de um jogo mudo muito codificado e por meio da audição de uma frase musical particular, que anunciava ou acompanhava a entrada de cada personagem em cena.

É fácil compreender, então, a predileção do melodrama pelos personagens mudos, cuja linguagem mímica se adéqua a esta ética simplificada. Apenas o vilão, em sua relativa complexidade, se permitia, às vezes, usar da linguagem.<sup>46</sup> (*Ibid.*, p. 42)

O recurso dialógico praticamente formata a estrutura da telenovela. Tem função de ação dramática e também *narrativa diegética*. Há um afastamento considerável entre a matriz e a versão atual televisiva, neste ponto da mudez das personagens

---

<sup>46</sup> Tradução da autora.

melodramáticas, num sintoma coincidente da *ética simplificada* do gênero matricial. Quanto ao bordão sonoro ou frase musical específica de cada personagem, há uma aproximação com as trilhas sonoras das personagens dramáticas ou cômicas, e dos pares românticos do *telemelodrama* atual.

As personagens do melodrama são *personas*, máscaras em seus comportamentos e falas acentuadamente codificadas e identificáveis de imediato. Tal tipologia fixa se pode reduzir a algumas máscaras mais recorrentes: o mau, a vítima inocente e o cômico, entre os tipos principais, e o protetor misterioso e o nobre pai, entre os secundários. Os malvados do melodrama podem se encontrar em um mau-caráter da família que corrompe a criança da casa, mas a preferência dos autores recai sobre um que chega repentinamente e sabe de um segredo comprometedor do herói ou da heroína. É irresistível sublinhar que este recurso do segredo que serve às estratégias de chantagens e barganhas é recorrente nas novelas de tevê.

No gênero matricial, a aparência física desse vilão é estereotipada: cabelos negros, olhos cinzentos e rosto pálido. Em cena, cochicha, torcendo olhos e lançando maldições com voz cavernosa e ameaçadora. Vale destacar aqui que este perfil estereotipado de vilão aparece sempre no estilo de telenovela já consagrado na TV Globo para exibição no horário das 19 horas. O horário já é reservado para este formato mais exploratório da comicidade caricatural, em que os traços mais marcantes do melodrama tradicional cabem como uma luva. No melodrama teatral originário dos bulevares parisienses, em geral este vilão é ateu, estrangeiro, exilado ou desertor do exército. Ao final, raramente recebe o castigo fatal, mas é mais comum acabar preso.

Outro vilão do melodrama burguês é “o grande senhor malvado” que apresenta outro aspecto físico, de falsa aparência de honestidade e grandeza, mas logo se denuncia ao demonstrar seu orgulho e crueldade. Seu fim será mais violento que de outros vilões e virá por uma derrota num combate ou duelo, ou mais frequentemente será tragado por uma catástrofe natural. Ao “mau-caráter da família” e “ao grande senhor malvado” correspondem no melodrama histórico o “conspirador” e o “tirano”. O primeiro é um tipo que vai fomentar complôs contra soberanos magnânimos, clementes e justos, com artimanhas e habilidades incríveis, além de parecer ter o dom da onipresença, e é movido pela ambição ou vingança. Recorre ao auxílio de subalternos e outros bandidos,

mas deverá ser desmascarado numa festa, onde estava disfarçado. O “tirano sanguinário” é mais ambíguo: personagem de contrastes é ao mesmo tempo bonachão e brutal e, ao final, corrige-se e passa a ser um monarca modelar. Quando isso não ocorre, os tiranos podem se apaixonar e entrar em conflito com o herói, o rival superior, e acabar morrendo em batalhas, duelos ou no cadafalso.

Thomasseau chama atenção para o fato de nenhum desses tiranos serem franceses. Os mais sanguinários são ingleses, os mais apaixonados, italianos, os mais tolos, espanhóis, e os mais cruéis, porém os que mais se arrependem, os orientais (1990, p. 44). Note-se o sentido subjacente do etnocentrismo de viés nacionalista da clássica dramaturgia melodramática francesa em evidência nesta opção da nacionalidade dos vilões. Alguns tipos menos recorrentes são: o do malvado que se arrepende, utilizado nas peças que pretendam por em relevo a clemência do herói, e a mulher má, tipo raríssimo, já que o melodrama atribui às mulheres o papel de guardiãs das virtudes familiares. Os bandidos, o confidente do malvado, os assassinos a soldo são todos comparsas de segundo plano, visto que o vilão é um solitário. E solitária será sua penalização, já que o castigo individualizado, caso a caso, parece ter um efeito dramático mais potente. “Pois a justiça final parece mais forte quando se abate sobre um só culpado: a dispersão diminuiria seus efeitos dramáticos.”<sup>47</sup> (*Ibid.*, p. 45)

Observa-se que o personagem vilão, por conta da perseguição a que submete sua vítima, é o motor deste gênero. Sem suas articulações maldosas, a trama perderia a sua essência, a sua característica, todo o seu sabor dramático e exacerbação patética. No melodrama tradicional, o desenlace sem o castigo do vilão deixaria insatisfeito um público ávido de compensações, “que espera o mau à saída do teatro para vaiá-lo.”<sup>48</sup> (*Ibid.*, p. 45)

No outro pólo da tipologia melodramática, os personagens não são tão diversificados quanto os maus. A vítima inocente e perseguida tem a função dramática de enfrentar situações terríveis de opressão que vão despertar sentimentos de comiseração. As mulheres e as crianças vão melhor desempenhar este papel patético. A mulher representa a encarnação das virtudes domésticas, esposa exemplar, mãe

---

<sup>47</sup> Tradução da autora deste estudo.

<sup>48</sup> Tradução da autora deste estudo.

amantíssima, que sofre com dignidade os ultrajes. São criaturas dóceis, boas, bonitas, generosas e devotadas ao extremo, sensíveis, com capacidade inesgotável de sofrer, chorar e enfrentar o infortúnio de separar-se de seus filhos amados. Além de aceitarem com boa dose de conformismo a dupla submissão conjugal e filial, enfrentam frequentemente maldições paternas, violações, a desconfortável situação de casamentos secretos, entre outras. É uma sofredora por vocação. Só a partir de 1815, com a ascensão daquela sensibilidade do romantismo começam a aparecer nos melodramas paixões avassaladoras e adultérios, que passaram a ganhar crescentemente importância ao ponto de constituírem uma verdadeira centralidade nas versões televisuais da atualidade.

Pode-se afirmar, com segurança, que boa parte deste perfil atribuído à mulher, no pólo melodramático do “bem” ainda é recorrente na telenovela da primeira década dos anos 2000, pelo menos no Brasil<sup>49</sup> – pedaço considerável do palco de enredos sociopolítico-culturais de raiz melodramática comuns à região latino-americana, como bem argumentou e situou Martín-Barbero (2003). A mulher de índole boa, a “boa moça” da novela da TV é, em geral, um poço de virtude, de amor maternal incondicional, uma criatura dedicada aos filhos sem restrições, ainda que eles não mereçam toda essa dedicação, pois ela tem sempre a capacidade inesgotável de perdão e de abnegação, como convém a uma mãe exemplar, ainda nos dias atuais e pós-movimentos feministas<sup>50</sup>. E quando as mulheres não são caracterizadas com este perfil idealizado de “mãe acima de qualquer outra função” elas são automaticamente alinhadas ao lado da vilania, da frivolidade ou, no mínimo, da incompetência<sup>51</sup>.

Contudo, o efeito patético atingirá seu pico mais alto na dramaturgia melodramática com as crianças abandonadas ao frio e à solidão. Geralmente colocam-se dois meninos, um bem pequeno e outro maior, que assumirá o papel de protetor do

---

<sup>49</sup> As novelas cubanas, mexicanas e, de resto, as produzidas nos demais países produtores da América Latina têm este traço.

<sup>50</sup> Em *Viver a Vida*, a personagem *Teresa* (Lília Cabral) praticamente renuncia à condição de mulher para cuidar da filha *Luciana* (Alinne Moraes), que ficou paraplégica. Até aí mais que corriqueiro. Mas nesta mesma novela até *Dora* – personagem que se situa mais próxima ao pólo da vilania relativizada da telenovela contemporânea - é boa mãe de *Rafaela*, assim como todas as outras mães desta e de outras obras do gênero.

<sup>51</sup> Em *Tempos Modernos*, a incompetente “mãe das quatro Marias” é construída no campo da vilania.

menor em substituição aos pais perdidos. Abandonados à sua própria sorte vão enfrentar em desigualdade, porém com muita candura, a perversidade e os abusos dos mais fortes nas ruas, e, ao final, reencontram e são acolhidos na célula familiar de onde foram desgarrados ou mesmo expulsos.

O *melodrama policial e judicial* – considerado uma diversificação do gênero clássico – apresenta, com frequência, um inocente acusado e aflito com suspeitas de um crime, das quais só se livrará na última cena, mediante a comprovação de sua inocência. O acusado do crime faz aí o papel da vítima inocente e perseguida. Fundamentalmente ancorado nos mesmos princípios da vítima inocente perseguida, na polarização maniqueísta entre bem e mal do seu predecessor tradicional, consiste em deslocar a dimensão desta polaridade no sentido de evidenciar a maldade, a perversidade das aparências, a falsa-verdade da superfície. Tanto que o vilão poderia ser descoberto entre os menos críveis a princípio, a exemplo de uma anciã doente que era na verdade uma envenenadora, como se apresenta em *L'Aieule (A Avó)*, de Dennery, datado em 1863, constituindo um potente *golpe de teatro* – um imprevisto, uma surpresa que altera o desfecho da peça.

Tal recurso originalmente da dramaturgia teatral, com algumas variações, tem sido resgatado não só pelo melodrama televisivo, como, sobretudo, pelo cinematográfico, que, por conta da estrutura narrativa mais enxuta, lança mão do golpe, como um velho clichê que ainda produz efeito, impacto e que, geralmente, seduz as audiências ávidas por “novidades”, soluções imprevistas, embora o recurso seja tão velho quanto Matusalém.

Tanto no palco dos bulevares quanto nas grandes telas e telinhas, são associados, num caldeirão dramático, ingredientes tais como: cenário que por si já é tão teatral quanto uma sala de júri popular; a colocação em cena do personagem de um policial perspicaz e obstinado; o foco e a insistência no erro judicial; a descrição aos espectadores de episódios de vida e hábitos de personagens envolvidos na trama em que se revelam ódios entre membros da mesma família e coisas similares; e a articulação, incluindo montagens e desmontagens, de um quebra-cabeça, que só na última cena – costumeiramente de grande impacto – será remontado em definitivo. O gênero foi

aperfeiçoando lentamente suas técnicas, concedendo prioridade ao planejamento do crime, sua maneira de ser colocado em cena e a investigação policial.

Além de coincidir com a época de produção intensa do *romance policial*, do qual o melodrama adaptou vários títulos, o gênero (ou subgênero) obteve êxito devido à utilização de elementos extraídos de acontecimentos reais de grande repercussão publicados por jornais. Aí se vê, com clareza, a interface da obra ficcional com o noticiário, tema central da abordagem deste estudo, em que se evidencia que a apropriação do *fato-notícia* tem uma aplicação histórica ligada ao gênero melodramático. Enredos inspirados em fatos verídicos publicizados midiaticamente já contam com uma trajetória para lá de centenária. No final do século XIX, a produção de melodramas policiais e judiciais era abundante e costumava ser estereotipada.

Na trilha de análise que se percorre aqui, outra semelhança da telenovela contemporânea com os traços marcantes da cena melodramática matricial converge no sentido do uso maciço de efeitos espetaculares traduzidos em muitos recursos cênicos. Se tais recursos no melodrama tradicional vieram a marcar o limite entre o literário e o teatral, na telenovela é parte constituinte de sua construção e nem poderia deixar de ser, visto que o produto é audiovisual, e a parafernália técnica disponível hoje em dia nos veículos televisuais de comunicação de massa favorece a exploração de efeitos que têm alto poder de sedução sobre o público. As mudanças radicais no âmbito do *sensorium* contemporâneo aprofundam ainda mais esta tendência ao espetacular e à excitação e compulsão do olhar.

Vale aqui destacar que entre os recursos, o *efeito de real*, expressão emprestada de Roland Barthes (1968) que se aplica à literatura e às artes cênicas, é um dos alvos mais frequentemente mirados pela telenovela de maneira abrangente, mas especialmente como marca de alguns autores em particular, como Manoel Carlos, obcecado que é por ser um cronista da cena carioca. O *efeito de real* se situa no âmbito de criar a ilusão de real durante a fruição da narrativa, no vídeo. É justamente a impressão de real que o espectador experimenta, tendo a sensação de estar assistindo ao acontecimento em verdade, transportado pela representação simbólica à realidade, e neutralizando sua condição de ficção e representação estética. O *efeito de real* se opõe ao chamado *efeito*

*teatral*, que expõe e revela imediatamente sua origem artificial e lúdica, e em que a cena renuncia voluntariamente à ilusão.

Geralmente, o *efeito de real* é perseguido na plasmação estética da telenovela. Mas note-se que o efeito é limitado pela condição tácita de que se trata de uma obra ficcional, uma montagem cênica, com atores conhecidos, já identificáveis como intérpretes de outras histórias. Então, o telespectador que frui a cena tendo a ilusão de real, sabe simultaneamente que as câmeras da tevê não flagram o acontecimento real, mas estão a representar cenicamente uma ação que de tão “perfeitamente similar ou espelho do real” bem poderia ou faz as vezes de real, o que é tecnicamente chamado de *verossimilhança* dramatúrgica, ao que Aristóteles entendeu ser aquilo que fosse crível e não o que fosse real, em sua obra seminal da dramaturgia, a *Poética*. A prescrição feita ao que seria adequado à tragédia diz respeito nesta obra ao que *podia suceder e não ao, de fato, sucedido*.

## 5.6 Sobrevivência da estética melodramática na contemporaneidade

A estética melodramática que viveu seu apogeu ao final da Revolução Francesa até meados da década de 1830, sobrevive e prospera hoje não só, mas principalmente nas telenovelas. Mas resiste ainda no teatro de *bulevar* e nos “romances baratos”, e de maneira progressivamente em desuso nas radionovelas<sup>52</sup> e fotonovelas (que rareiam na mesma proporção dos avanços das novas tecnologias midiáticas), assim como nos filmes de Hollywood e da produção extensa do *Bollywood* indiano: “livrou-se de seus instrumentos um tanto vistosos do *roman noir* ou do melodramático fácil, refugiando-se em mitos neoburgueses do casal ameaçado ou dos amores impossíveis.” (PAVIS, 1999, p. 239)

Já no começo do século XX, é na tela de cinema que o melodrama vai renovar seu vigor. Os primeiros filmes recorreram à estética melodramática e alguns de seus autores teatrais chegaram mesmo a escrever roteiros de cinema. Nota-se sua influência nos filmes de espionagem, nos de capa-e-espada e principalmente nos *westerns*, que

---

<sup>52</sup> A TV Educativa da Bahia tenta resgatar o gênero. Lança edital público, produz e transmite radionovela.

repetiram os estereótipos e a tipologia matricial. Inspirado nesta estética, mas sob uma forma paródica, o que significa em sua negação e crítica, um teatro da derrisão e de efeitos visuais faz uma verdadeira carreira de sucesso junto ao público, na contemporaneidade. E não só na arte presencial dos palcos, mas em todos os formatos humorísticos de exibição virtual.

Muitos artistas – por exemplo, J. Savary e o *Magic Circus* – e muitos animadores populares são fascinados por este concentradíssimo caldo de cultura burguês que é o melodrama e pela repulsão/ fascínio que ele continua a exercer sobre nossos contemporâneos. Aqui o melodrama (como o *grand guignol*) reafirma sua cumplicidade com a teatralidade e o espetacular. (*Ibid.*, p. 239)

Muito da esquematização básica da estética melodramática é reproduzida nos *telefolhetins* contemporâneos, embora seja evidente que vários deslocamentos ocorreram e que há um movimento, uma dinâmica do tipo circular, que faz alguns de seus códigos serem alterados mesmo que temporariamente, numa perspectiva de atualização à ética, à *doxa* dominante e ao senso comum do novo milênio, enquanto outros são resgatados íntegros, à imagem e semelhança do melodrama originalmente produzido nos bulevares parisienses do final do século XVIII. Senão vejamos, na entrevista do teledramaturgo estreante em *prime time*, na emissora de maior audiência e experiência em produção de telenovelas no Brasil, a TV Globo:

**Autor de 'A Favorita' aponta erros e acertos da novela**

João Emanuel Carneiro, de 38 anos, chega com pouco mais de uma hora de atraso para uma conversa numa livraria da Zona Sul. Pede desculpas e um prato de carpaccio de salmão com coalhada seca. O autor de *A favorita* já se sente em férias. Quatro dias após finalizar a trama, sua primeira em horário nobre, ele garantiu: o final de Flora (Patrícia Pillar) já estava traçado desde o início da novela.

**- Vários finais foram divulgados. Eram verdadeiros?**

Sim, e foi uma pena. Fui obrigado a mudar algumas coisas. Lara (Mariana Ximenes) atiraria em Flora para evitar que ela matasse Zé Bob (Carmo Dalla Vecchia). Agora está entre Irene (Glória Menezes) e Silveirinha (Ary Fontoura). É o único mistério.

**- Quantos capítulos estavam prontos no começo da novela?**

Sessenta. Até a revelação de Flora como assassina.

**- E se mudasse de ideia?**

Não haveria história (risos). Donatela (Cláudia Raia) como vilã seria muito óbvio. Mas as pessoas esperavam por isso. Fico impressionado com o quanto elas estão presas aos moldes caretas do folhetim.

**- Não teve medo de a audiência fugir?**



O grande problema da trama é que ela só tinha osso. Quando vejo as chamadas da novela da Glória Perez fico com vontade de ter uma Índia da próxima vez. Você 'corta' para um elefante, todo mundo gosta de ver (risos). É uma crítica que me faço. Hoje penso muito nisso. E se não tivessem gostado da história central? Não tinha nenhum elefantinho (risos).

**- Mas você desenvolveu tramas paralelas.**

Foi uma necessidade, e eu não tinha me dado conta. São 200 horas de ficção, mais de sete mil cenas. É muita coisa.

**- Quais suas cenas favoritas?**

A morte do Dodi (Murilo Benício), o abraço entre Donatela e Flora e a cena da vilã enganando Irene no começo da novela. Gosto muito das duas cantando Beijinho doce no carro. E o reencontro de Zé Bob com Donatela.

**- E a da morte de Gonçalo (Mauro Mendonça)?**

Cena de morte nunca pode ser colocada numa lista de preferidas (risos). Mas é importante para a história. Contraria tudo o que o público quer ver, mas tinha que ser feito. Não gosto dessas enquetes sobre destino de personagem. Pelo público, eu não mataria Gonçalo. Mas era necessário. Seria a mesma coisa se perguntassem aos internautas quais finais eles gostariam para a bruxa da Branca de Neve. 'Ah, eu queria que ela morresse'. Aí não tem história.

**- E os arrependimentos?**

Vários. Da próxima vez, quero fazer uma novela mais colorida. Essa era muito pesada. Também não gostei da morte de Dedina (Helena Ranaldi). Preferia acidente. Não gosto de doença.

**- Você teve surpresas?**

Fiquei muito contente com o Dodi. Murilo acertou o tom e trouxe uma cor dos vilões dos filmes dos irmãos Coen. É um vilão babaca, algo inédito em novelas. Silveirinha é um papel difícil. Cassiano também. Thiago Rodrigues fez bem esse cara fraco, sem luz. E o Zé Bob, do Carmo Della Vecchia. Ele não ficou chato, e o par da mocinha normalmente cai nesse erro.

**- Como reage quando ouve alguém repetindo nas ruas as barbaridades que Flora diz?**

A sensação é que tem um olho enorme em cima de você. Você é recordista de audiência no horário das sete (com 'Da cor do pecado'), mas amargou o recorde negativo no das oito (no começo de 'A favorita').

**- A revanche no ibope foi uma questão de honra?**

Olha, fui tão atacado que era ponto de honra mesmo. Mas nunca perdi a esperança.

**- Ficou surpreso com a reação dos homossexuais sobre o Orlandinho (Iran Malfitano) ser ex-gay?**

Achei engraçado. Orlandinho é um confuso! Tem muita gente que não sabe de que lado a banda toca... (risos)

**- Por que escolheu uma punição para Flora no final?**

Eu acho que o final feliz é fundamental, sabe? Tolkien (J.R.R. Tolkien, autor de O senhor dos anéis) dizia isso. Dá um alento.

**- Na primeira novela das oito, o que aprendeu?**

A lidar com adversidades. A Record reestrou uma novela (Os mutantes) no mesmo dia, tinha a pressão da imprensa. Mas fiquei feliz com a direção e o elenco, que sempre vestiram a camisa. Patrícia Pillar e eu fomos os que mais acreditaram no projeto. Mas sempre tinha um espírito de porco. Inclusive entre os atores. (Juliana Alencar / AG | Redação Correio)<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Disponível em: <http://correio24horas.globo.com/noticias/noticia.asp?codigo=15740&mdl=49>

É perceptível nesta entrevista, que a escolha pela punição da vilã no desfecho já estava decidida desde o início da novela. O castigo à vilania faz parte da codificação do chamado “final feliz”, ao qual muito raramente algum autor se atreve alterar, sob pena de ser expurgado pelo senso comum e de amargar a rejeição da audiência, cujas expectativas e demandas são observadas pela produção. Contudo, há uma margem de *negociação*, visível mesmo nesta entrevista e revelada por enquete de audiência, segundo o autor João Emanuel Carneiro: a expectativa inicial do público era que a vilã fosse mesmo a rival, que se mantinha confortavelmente abancada na mansão e gozando da aceitação da família do marido morto, enquanto a prisioneira faria o papel da inocente vitimizada, circunstância que urgia reparação. Contudo, o uso de outro código melodramático de *efeito patético* potente, o *golpe cênico*, reverteu tal expectativa, por mais de uma vez, nesta obra ficcional televisual. As *reviravoltas* ou *peripécias* na trama central foram sequenciais e favoreceram apimentar o enredo e turbinar a audiência, que ao desenlace experimentou também um crescimento apreciável em relação aos meados da exibição.

A expectativa inicial do público a que se referiu no parágrafo anterior também era reforçada pelas caracterizações e os próprios tipos físicos (*le physique-de-rôle*) das intérpretes. A aparência da vilã *Flora* interpretada por Patrícia Pillar foge do padrão estético melodramático para o papel da malvada, de acordo com o estereótipo tradicional. A expressão cândida, as roupas austeras e discretas, cabelos louros e olhos claros saem da codificação comum aos melodramas que concebem os vilões de “cabelos negros, olhos cinzentos e rosto pálido”, de acordo com o que historia Thomasseau (1990, 2005), características que caberiam melhor à intérprete de *Donatela*, a atriz Cláudia Raia – uma mulher grande, alta e de postura aparentemente forte.

Aliás, a tendência a criar esta reversão de expectativa quanto à caracterização física dos vilões já é bastante recorrente, ao menos, na teledramaturgia brasileira, e figura como um *diferencial* perseguido no gênero<sup>54</sup>. A bela e cândida Leticia Sabatella foi uma terrível vilã, construída como uma psicopata, em *Dois Caras*, história em que

---

<sup>54</sup> Vale destacar aqui que os *diferenciais* são bastante desejados em qualquer produto do gênero televisual sejam eles ficcionais ou não, de entretenimento ou informativos, ou mesmo os classificados de *infotainment* (combinação de informação e entretenimento).

enganou e traiu amiga, marido da amiga e uma dúzia de outros personagens da trama romanesca. Já se comentou aqui a tentativa mais ou menos frustrada de se colocar uma criança de oito anos para desempenhar a função dramática de vilã<sup>55</sup>. Aí, neste caso, a rejeição pública vai além da aparência física e se torna uma afronta à *doxa* dominante, que, neste momento histórico da evolução da sociedade, considera crianças e adolescentes seres que, pela vulnerabilidade óbvia (e que já não foi tão óbvia em outros tempos e muito pelo contrário), exigem proteção especial, inclusive e sobretudo da lei.

### 5.7 Verossimilhança

Embora as estéticas que se distanciam do *efeito de real* e que adotam abordagens anti-realistas que chegam a aderir ao rótulo de *absurdo* sejam muito palatáveis ao *sensorium* do leitor/espectador atual e bem absorvidas pela compreensão contemporânea, a questão da *verossimilhança*, que é assunto razoavelmente superado quando se trata da cena teatral, ainda é evocada nas críticas que são endereçadas aos autores/diretores/produtores da ficção televisual de massa: a telenovela.

Uma das autoras de telenovela mais alvejadas quando se trata de apelar ao argumento da *verossimilhança*, sem dúvida é Glória Perez, que tanto produz polêmicas com suas abordagens inusitadas, quanto recheia suas tramas com múltiplas temáticas, ramificações e *subtramas* numa mesma obra – características estas que tanto são acusadas de andarem na contramão das prescrições de uma dramaturgia *una* e coesa, como de serem mesmo inverossímeis e fantasiosas.

---

<sup>55</sup> A vilania da menina foi temperada, numa composição em que não se abandona totalmente certa crueldade no comportamento e ações da personagem-mirim, revelando a “rebeldia” do autor e sua tentativa de manter coerência com a construção anteriormente delineada e exibida. Em paralelo às suas pequenas maldades, *Rafaela* é também carinhosa e demonstra ter afetos delicados para com o argentino “*Maradona*”, a quem deseja como pai adotivo, entre outras manifestações próprias da infância. De qualquer sorte, nota-se um arrefecimento no acento de vilã, que ficou reduzido à expressividade de olhares ameaçadores e chantagens não levadas a cabo.

Personagens que vão do Rio de Janeiro ao Marrocos, aos Estados Unidos, à Índia e a Dubai como se pegassem a ponte aérea para São Paulo. Que são entendidos em português em qualquer parte do mundo. Que saem dançando sem motivo aparente. Cigano Igor, dona Jura, boi Bandido, Murilo Benício clonado, Márcio Garcia dalit, inshalás e are babas. Em tempo de novela de Glória Perez, o Brasil parece se dividir em dois grupos: os que se viciam em suas invenções e os que desdenham seus delírios (muitos destes, é bem verdade, não perdem um capítulo). Se você faz parte da turma que acha a obra da novelista absolutamente inverossímil, prepare-se para uma surpresa: a vida de Glória é muito mais. (CALIL, Revista Trip, 2009)<sup>56</sup>

O crítico de cinema que escreveu o trecho acima na revista *Trip*, Ricardo Calil, também registrou o encontro com a novelista, em seu *blog* de cinema e televisão, confessando seu constrangimento por ter que entrevistar a quem já criticou tão severamente e retratando-se, a partir daquela entrevista, um admirador da autora. Em sua postagem, ele acrescenta a defesa da escritora sobre essa acusação recorrente de ser inverossímil:

“A vida das pessoas implica essa fantasia, os sonhos, os devaneios. Por isso elas se reconhecem no fantasioso. E o fantasioso, na novela, é uma forma de mostrar o real. A imaginação é uma característica do folhetim. Acho engraçado quando algumas pessoas, até com ar acadêmico, acusam minhas novelas de ter muito gancho, muita imaginação. Mas folhetim é isso. Você dizer que uma novela peca por ter muito rocambole é como condenar o soneto por ter rima. Você lê o Balzac, tem aquela descrição psicológica divina, mas daí a mocinha é raptada pelo pirata. Você acha que ele fazia por quê? Porque tinha que vender o jornal no dia seguinte. E eu tenho que vender o capítulo do dia seguinte. O folhetim exige por definição que o sensacional se sobreponha à coerência.” (PEREZ apud CALIL, 2009)<sup>57</sup>

De acordo com a *Poética* de Aristóteles, obra seminal sobre a dramaturgia ocidental, a vinculação com acontecimentos da realidade histórica não é uma condição à construção do discurso ficcional do dramaturgo, que tem autonomia para inventar integralmente as fábulas e ou dar-lhes leituras próprias, originais e singulares, já que o

---

<sup>56</sup> Para ler entrevista completa, consulte ANEXO F (p. 196).

<sup>57</sup> Para ler a postagem completa, consulte ANEXO G (p. 199).

material de base da atividade mimética em seu arranjo dramático deve perseguir o crível, o verossímil e não o sucedido de fato.

Para a dramaturgia clássica, a verossimilhança é aquilo que, nas ações, personagens, representações, *parece verdadeiro* para o público, tanto no plano das ações como na maneira de representá-las no palco. A verossimilhança é um conceito que está ligado à recepção do espectador, mas que impõe ao dramaturgo inventar uma fábula e motivações que produzirão o efeito e a ilusão de verdade. Esta exigência do *verossimilhante* (segundo o termo moderno) remonta à *Poética* de Aristóteles. Ela se manteve e se precisou até o classicismo europeu. Ela distingue várias outras noções que descrevem o modo de existência das ações: o verdadeiro, o possível, o necessário, o razoável, o real. (PAVIS, 1999, p.428)

Para Aristóteles, a obra própria do poeta não é contar fatos realmente ocorridos, mas os que poderiam acontecer. E acontecimentos possíveis são conformes à verossimilhança ou à necessidade. Logo, o que importa não é a verdade histórica, mas o caráter verossimilhante, crível, da matéria relatada e a faculdade do poeta de generalizá-la em sua criação, ao passo que para o historiador, que deve permanecer fiel ao ocorrido, sua matéria de base, a História, é de caráter particularizante. “Por isso a poesia é mais filosófica e mais elevada do que a história, pois refere aquela principalmente o universal, e esta o particular” (ARISTÓTELES, 1951, p. 83).

Ao escolher o geral, o típico, o poeta prefere a persuasão à verdade histórica, ele aposta numa ação “média”, crível, porém interessante, possível, mas fora do comum. Há, portanto, uma tensão a observar entre a ação que cativa (porque fantástica e excepcional) e a ação que seja aceita pela crença do público. Daí uma oposição, também clássica, entre o verossímil e o maravilhoso, termos antagônicos que nunca devem andar separados: “O maravilhoso é tudo o que é contra o curso ordinário da Natureza. O verossímil é tudo o que está de acordo com a opinião do Público” (RAPIN, *Réflexions sur La Poétique*, 1674). (PAVIS, 1999, p. 428)

Pavis destaca que “o verossimilhante caracteriza uma ação que seja logicamente *possível*, levando-se em consideração o encadeamento lógico dos motivos, portanto, *necessário* como lógica interna da fábula” (*Ibid.*, p. 428). O equilíbrio “delicado e

instável” do verossímil se realiza a perfeição “quando é encontrado um terreno de entendimento entre o autor e o espectador, [...] quando a ilusão teatral é perfeita e é realizada ‘a unidade da fábula, sua exata extensão’” (*Ibid.*, p. 428). Neste sentido último, a verossimilhança serviu de “garantia para um respeito escrupuloso da regra das três unidades” (*Ibid.*, p. 428), uma formulação do classicismo europeu, a partir de exegeses equivocadas e, pode-se dizer de adaptações abusivas, da *Poética* de Aristóteles.

A noção neoclássica de verossimilhança se aplica, enquanto regra, à dramaturgia baseada na ilusão de verdade, no parecer ser real, ao qual tanto tempo depois a estética realista se apropriou, e que foi levado às últimas consequências pela naturalista e a verista. Contudo, em sua acepção originalmente concebida por Aristóteles, “verossimilhança vale para uma dramaturgia normativa baseada na ilusão da razão e na universalidade dos conflitos e comportamentos” (*Ibid.*, p.428-429). Mas a esta ideia Pavis também contra-argumenta, evocando o caráter contextual dos códigos convergentes de crença entre representação e recepção e ainda o caráter ideológico envolvido nesta intersecção:

Contrariamente à crença clássica, não existe em si verossimilhante imutável que se possa definir de uma vez por todas. Ele não passa de um conjunto de codificações e normas que são ideológicas, a saber, ligadas a um momento histórico, apesar de seu universalismo aparente. Ele não é senão um “código ideológico e retórico comum ao emissor e ao receptor, portanto que assegura a legibilidade da mensagem por referências implícitas ou explícitas a um sistema de valores institucionalizados (extratexto) a fazer as vezes de ‘real’” (HAMON. 1973). O verossimilhante é um elo intermediário entre as duas “extremidades”, a teatralidade da ilusão teatral e a realidade da coisa imitada pelo teatro. O poeta busca um meio de conciliar as duas exigências: refletir o real fazendo-o verdadeiro, significar o teatral criando um sistema artístico fechado em si mesmo. Este “trocar” entre a realidade e a cena é ao mesmo tempo mimético (deve produzir o efeito do real representando-o) e semiológico (deve significar o real por uma estrutura coerente de signos, produzindo um efeito de teatro). A própria expressão do verossimilhante, conforme se insiste num dos dois termos, contém ao mesmo tempo a ilusão de verdadeiro (realismo absoluto) e a verdade da ilusão (teatralidade realizada). Tudo indica, portanto, que o verossímil é construído ao mesmo tempo como um processo de abstração da realidade imitada e como um código de oposições semânticas. (*Ibid.*, p. 429)<sup>58</sup>

---

No texto entre aspas Pavis cita Hamon (*Un discours contraint. In: Poétique*, n.16, 1973)

Em favor de sua tese sobre a relatividade histórica do verossímil, Pavis argumenta que “o verdadeiro muda e, sobretudo, a aparência (a “parecença”) evolui”. (*Ibid.*, p. 429) Em consequência, desse caráter relativo do verossimilhante, o que importa, na concepção resistente na atualidade, é a verossimilhança resultante da coerência interna do discurso ficcional, assegurado seu potencial de persuasão sobre a recepção. Ou seja, trata-se “de captar o tipo de discurso ficcional mais adaptado à realidade que se quer descrever” (*Ibid.*, p. 429). Ou, com outras palavras, trata-se de encontrar a chave da representação persuasiva ao organizar os signos da realidade que se deseja representar, lançando mão de técnicas artísticas, para lograr a *plasmação* (modelação) e fruição almejadas. Tal mudança de perspectivas e de pressupostos do dogma do verossimilhante aporta-se na ideia de que “não é uma questão de realidade a bem imitar, mas uma técnica artística para por em signo esta realidade.” (*Ibid.*, p. 429)

Parece evidente que tal capacidade da obra ficcional de persuadir seu leitor/espectador com uma narrativa dramática crível ou verossimilhante está associada à escolha de códigos comuns aos produtores/codificadores e receptores/decodificadores, num arranjo de *repertórios compartilhados*, onde certamente há margem para o novo, o inusitado, o nunca antes encenado. Acréscimos inovadores às criações dos gêneros artísticos são ganhos, *plus*, tanto no que tange ao seu potencial de emergir um desejado *diferencial*, que pode incrementar sua *estratégia de comunicabilidade* com a recepção, quanto do ponto de vista de tornar esta comunicabilidade de fato eficiente. Há uma máxima axiomática que diz que um discurso inteiramente previsível resulta numa incomunicabilidade tanto quanto um arranjo discursivo em código totalmente desconhecido. Um é tão ineficaz quanto o outro em termos de comunicação. Por este entendimento, deve-se combinar, portanto, um código conhecido, com algumas estratégias inéditas ou, usando uma metáfora, introduzindo neste “idioma” reconhecível algumas “palavras” novas que tornem a comunicação interessante<sup>59</sup>.

Embora se tenha como certo que ao dramaturgo basta a persuasão, a habilidade de plasmar ações capazes de serem aceitas pela crença do público – portanto que a verdade histórica não lhe é condição necessária – já ficou patente que os eventos

---

<sup>59</sup> Um seriado como *Lost*, por exemplo, causa muita polêmica porque traz excesso de novidades que muitas vezes merece a acusação de inverossímil.

historicamente ocorridos podem servir de matéria à tessitura da intriga. Ao comentar o capítulo IX da *Poética*, Lígia Militz da Costa, reiterando esta permissão contida no tratado, observa:

O poeta é definido mais como aquele que compõe histórias (mito), do que como versificador, já que se identifica como poeta pela representação de ações, que podem até, verossimilmente, provir de eventos reais. Seu campo de ação cobre todo o domínio do persuasivo, ou seja, daquilo que o espectador aceita crer. Seu fazer corresponde à capacidade de organizar uma história, um mito, não lhe sendo exigidas, por Aristóteles, nem a invenção original, nem a fidelidade aos mitos tradicionais. (COSTA, 1992, p. 23)

Aristóteles, inclusive, cita explicitamente “os poetas jâmbicos<sup>60</sup> que se referem a indivíduos historicamente existentes” (1951, p. 83) e, em seguida, se reportando particularmente à tragédia, reconhece que aí também “mantém-se os nomes já existentes” (*Ibid.*, p. 83)<sup>61</sup> em suas personagens. E a razão é que “o possível é algo em que se crê” (*Ibid.*, p. 83). E vai mais adiante, lançando mão de uma obviedade: “[...] enquanto as coisas não acontecem, não estamos dispostos a acreditar que elas sejam possíveis, mas é claro que são possíveis aquelas que aconteceram, pois não teriam acontecido se não fossem possíveis.” (*Ibid.*, p. 83)

Abstendo-se de reproduzir o verídico, mas perseguindo quase sempre o verossimilhante, a telenovela usa a codificação básica melodramática como potente carpintaria dramatúrgica adaptada aos novos tempos, numa perspectiva sem compromisso com o real, o histórico. Mas sua apropriação do *fato-notícia* a transporta para esta dimensão da realidade histórica, tendo como testemunha da história real o próprio público dos veículos de comunicação jornalística. Parte considerável da

---

<sup>60</sup> Poetas que versejam com o metro jâmbico, usado pelos autores antigos para injúrias, como Homero, que o empregou no *Margites*, embora, como se sabe, também tenha produzido em verso heróico, para os chamados “gêneros sérios”, a exemplo de suas famosas epopéias *Íliada* e *Odisséia*, consideradas obras de excelência, inclusive por Aristóteles.

<sup>61</sup> Embora a afirmação venha imediatamente após a referência de “indivíduos historicamente existentes”, pensa-se que a manutenção, na tragédia, de “nomes já existentes” inclui aí o grande elenco de personagens dos mitos tradicionais, não necessariamente existentes historicamente, mas que foram protagonistas de várias tragédias, a exemplo dos heróis lendários e os próprios deuses. Vale ainda destacar que a mitologia, para os gregos, fora “uma espécie de história antiga”, diferentemente ao que foi para os romanos posteriores. (HARDIE, Colin. Três Poetas Romanos. In: *O Mundo Romano*. Balsdon, J.P.V.D. (Org.) Tradução Victor M. de Moraes. Rio de Janeiro: Zahar Editores. 1968. 262p. p.230. Título original: *The Romans*. Similar a esta ideia, consta que a mentalidade grega antiga admitia a mitologia como uma “pré-história”.



audiência das telenovelas é, hoje em dia, receptora também do noticiário, às vezes até compulsoriamente, já que as principais tramas romanescas são exibidas antes e depois do principal programa jornalístico da maior produtora de telenovelas no Brasil, na formação já tradicional alcunhada de “sanduíche”, que sequencia a novela, o jornal e outra novela, em *prime time*.

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 história do Brasil. Ao misturar convenções da ficção com convenções da notícia, as novelas foram fazendo referências a repertórios nacionais e, inadvertidamente, se estabeleceram como repertório compartilhado, espaço virtual promíscuo, cuja verossimilhança depende da apropriação e elaboração de elementos do cotidiano – uma convenção inaugurada nos folhetins do século XIX. (...) Em sua busca pelo imediato, as novelas se ofereceram como conexão entre o domínio privado da vida doméstica e o domínio público da política, forjando um peculiar senso de comunidade nacional. (HAMBURGER, 2005, p. 118)

Neste contexto de introduzir elementos do cotidiano – sobretudo os que aludem a temáticas sociais problemáticas nesta modernidade tardia - de que faz parte o “noticiário-nosso-de-cada-dia”, o *fato-notícia* inserido na trama ficcional dá a dimensão persuasiva de um fator *verossimilhante* à narrativa imaginada. Por mais fantasiosa que sejam as tramas melodramáticas dos telefolhetins, sua ancoragem em assuntos historicamente verídicos acaba por aportar tais narrativas num campo seguro do reconhecível. Com isso procura-se também estabelecer um equilíbrio entre o ordinário e o maravilhoso, que tanto seduz a audiência em suas demandas e expectativas de emocionar-se e divertir-se, como também cumpre o papel de remover das consciências a confortável mesmice do mero entretenimento sem consequências, para lançar questões, algumas vezes, provocações nunca antes postas em xeque.

## **5.8 A herança do folhetim**

É sabido que a fragmentação da narrativa ficcional em capítulos diários da telenovela é uma herança dos folhetins literários do século XIX, publicados nos jornais para incrementar a vendagem dos periódicos, em geral semanais, tornando-se grande

sucesso de público e, conseqüentemente alcançando o êxito comercial almejado. A ideia do editor Émile de Girardin foi implementada na França, em 1830, quando ele passou a usar o “rodapé” do jornal com assuntos do chamado *fait-divers*, e começou a publicar adaptações fragmentadas dos romances de aventuras amorosas proibidas, em partes ou capítulos a cada edição, procurando atrair leitores das classes populares. E deu certo.

Inicialmente, os romances eram adaptados em partes pelos editores dos periódicos, a partir de seus próprios critérios, e colocados nos “pés” das páginas, muitas vezes com marcações pontilhadas para serem cortados e colecionados pelos leitores. Mas logo houve a cooptação de autores de romance para produzir já no formato folhetim, dividido em capítulos que buscavam usar recursos de suspense, de tramas com soluções adiadas e desfechos esticados ao máximo até o “final feliz”, e de estímulos do tipo “continua na próxima edição”, inaugurando a tradição do “assista cena do próximo capítulo” usado pelos telefolhetins contemporâneos.

Na Europa, escritores consagrados da época áurea do gênero, cuja estética configurou-se mesmo por esta lógica matricial da fragmentação diegética, aderiram ao folhetim, a exemplo de Balzac, Eugène Sue, Alexandre Dumas, Dickens e, no Brasil, o grande Machado de Assis. A onda da narrativa folhetinesca publicada em jornais foi uma febre que retornou o êxito comercial para a estrutura editorial tradicional do livro, que passou a juntar os fragmentos publicados nos jornais em edições de volume único, em fase posterior à publicação em capítulos.

Os telefolhetins eletrônicos da contemporaneidade herdaram os traços da fragmentação dos ancestrais impressos, a elaboração paulatina que os definiram como *obra aberta*, untando os ingredientes indelévels da estética melodramática atualizada constantemente, e em perspectiva acentuada pela utilização de fontes oriundas do noticiário jornalístico e sob a mediação do *fato-notícia*, atuando também sobre a inserção praticamente obrigatória do *merchandising social* em meio à sua narrativa ficcional.

## CAPÍTULO IV

### **Diálogo consolidado entre jornalismo e teledramaturgia**

*Se já não se escreve, nem se lê como antes, é porque tampouco se pode ver,  
nem expressar como antes. (Jesús Martín-Barbero)*

## Capítulo IV

### 6. Diálogo consolidado entre Jornalismo e Teledramaturgia

#### 6.1 Merchandising Social

Estratégia de comunicabilidade de uso relativamente recente, o *merchandising social* é uma modalidade discursiva aderida à narrativa teledramatúrgica numa perspectiva de persuadir grandes audiências sobre determinados temas concernentes a demandas da sociedade. Pode ser considerada uma ferramenta que descende de outra estratégia publicitária mais explicitamente assumida como comercial, que ficou conhecida pela denominação de *merchandising comercial*, *editorial* ou *eletrônico*, cuja lógica está voltada aos interesses mercadológicos de venda de produtos ou serviços. Portanto, um discurso publicitário prenhe de objetivo de incrementar consumo de bens materiais ou simbólicos e consequentemente de aumentar lucros aos anunciantes, através de veiculação introduzida às narrativas ficcionais, sobretudo da telenovela, mas também utilizável em outras criações dramatúrgicas<sup>62</sup>.

Diz-se que, inicialmente, ainda sem a participação de faturamento das redes televisivas, a prática de inserir produtos em cenários das novelas era decorrente de acordos paralelos do tipo clandestino, espécie de “jabá”, entre as empresas e os contra-regras, que seriam cooptados, para este fim.

O merchandising em novelas remonta aos anos 50. Os contra-regras foram os primeiros a ganhar com ele. As empresas os recompensavam se eles dessem um jeitinho de mostrar

---

<sup>62</sup> Sabe-se que há bastante tempo e a partir da segunda metade do século XX, o *merchandising comercial* vem sendo utilizado profusamente não só em telenovelas, mas em filmes, peças de teatro, *standup comedies*, espetáculos de dança, circo, entre outras modalidades espetaculares, incluindo produtos não dramatúrgicos, a exemplo de programas televisuais de formatos e gêneros variados, além de shows musicais, seja em mídia eletrônica ou em uso presencial.

seus produtos em cena. Com o tempo, a prática institucionalizou-se. "No começo, os artistas de esquerda chiavam. Mas, depois que viam a cor do dinheiro, eles topavam até cantar a *Internacional Comunista* tomando Coca-Cola", diz Jorge Adib, criador de uma empresa pioneira no ramo. (VALLADARES, 2010, *e-paper*)

O uso ainda aparentemente inadvertido do *merchandising comercial* na televisão brasileira foi, de acordo com Trindade (1999), inaugurado na telenovela *Beto Rockfeller*, escrita por Bráulio Pedroso, e exibida em 1969, na extinta TV Tupi – obra que procedeu a uma autêntica revolução na teledramaturgia pela estética diferenciada, temática ousada e estilo de abordagem mais aproximada da realidade urbana e moderna brasileira. O personagem-título, o *playboy Beto*, interpretado pelo ator Luís Gustavo, curava suas ressacas, após homéricas farras, ingerindo o antiácido efervescente Alka Seltzer, do laboratório farmacêutico Bayer. As vendas dispararam e isso chamou logo a atenção do mercado para este novo filão. A pomada *Minâncora* também aparece em registros como outro produto veiculado no interior de programas ainda na década de 1960.

Na telenovela *Cavalo de Aço* (1973), uma garrafa de conhaque Dreher foi casualmente posta num cenário por um regra-três. Funcionou como propaganda poderosa do produto: a situação dramática ficou em segundo plano na memória do telespectador, destacando-se a marca do conhaque. Ninguém na tevê sabia que estava fazendo propaganda (na época a Rede Globo ainda não faturava esse tipo de anúncio, o que é comum agora), mas isto funcionou com toda força (SODRÉ, 1984, p.73).

Na década de 1970 já se historia muita ação publicitária nas novelas, com destaque notável para calças do tipo *jeans*, que desde os anos 1960 lideravam a moda jovem, além de bancos e da indústria automobilística.

Roberto Ramos, em seu livro *Grã-finos na Globo*, dá a extensão de tal estratégia comercial inserida nas novelas. Ele nos lembra que já no biênio 1975-76, *Pecado Capital*, de Janete Clair; *O Grito*, de Jorge Andrade; *Anjo Mau*, de Cassiano Gabus Mendes tentaram vender calças Lewi's, Leite Paulista, Banorte, Bamerindus, Aplub, Vasp, Volkswagen, General Motors etc. E ainda, em *Pecado Capital* vendia-se um batom da Max Factor. No ano de 1982, em *Elas por elas*, Gabus Mendes mostrou uma morte no motel. Uma das provas era o sabonete Vale Quanto Pesa. Ele passou a ser peça importante para desvendar o crime e conquistou espaço no enredo. (BRANDÃO, 2010, *e-paper*)

Os primeiros *cases* de *merchandising comercial* foram registrados, no final dos anos 70 e início dos 80, na TV Globo, com a telenovela *Dancing Day's* (Gilberto Braga, 1979), com a exposição das calças *jeans Staroup*, usadas pela personagem *Júlia*, interpretada por Sônia Braga, que produziu notável efeito sobre os telespectadores-consumidores à época, gerando um aumento de 40 mil para 300 mil unidades vendidas do produto; e em seguida com a ação publicitária de promoção da *UStop*, na telenovela *Água Viva* (também de Gilberto Braga, 1980), *merchandising* que contava com a atriz Betty Faria, na defesa da personagem *Lígia*. (TRINDADE, 1999 apud REIMÃO, 1997, p. 47).

A partir dessas e outras experiências bem-sucedidas, a década que se iniciava vai ser palco da utilização sistemática da poderosa técnica publicitária introduzida na telenovela, ampliando o faturamento comercial da hegemônica rede de televisão brasileira, instrumento de propaganda tão eficiente que passou crescentemente a se tornar uma das principais fontes de financiamento dos exponencialmente caros produtos de teledramaturgia desta produtora-emissora<sup>63</sup>, que, sem dúvida acumulou notável *know-how* na fabricação específica do produto telenovela. De acordo com Borelli (2005), o *merchandising comercial* corresponde a aproximadamente 30% do faturamento de uma telenovela, que, é claro, ainda conta com os nada desprezíveis recursos do tradicional intervalo comercial.

A cada ação de *merchandising*, a emissora fatura até 550.000 reais. Uma fração desse dinheiro vai para o autor do folhetim. Durante o tempo em que *Senhora do Destino* ficou no ar, o noveleiro Aguinaldo Silva embolsou em torno de 200.000 reais ao mês com o *merchandising*. (VALLADARES, 2010, *e-paper*)

Não só os teledramaturgos, mas igualmente os atores e atrizes faturam com o *merchandising comercial*, que tem já uma sistemática bem regulada, adotando critérios vigentes no mercado, que vão desde o horário de exibição da novela à valorização do intérprete, o gênero da obra, o tipo de personagem, entre outros referenciais orientadores da remuneração de seus protagonistas. Confira abaixo:

---

<sup>63</sup> Vale lembrar que não só a TV Globo, como outras redes como a Record e o SBT também produzem telenovelas e usam o *merchandising comercial*, como a hegemônica, e não só em formatos dramatúrgicos como em toda programação de suas grades de exibição, a exemplo de programas de auditório, do gênero *sitcom*, humorísticos, *realities shows*, só poupando os formatos jornalísticos mais tradicionais, com intuito de zelar por suas credibilidades. De resto, o recurso há muito é generalizado e universalizado.

Dois fatores determinam quanto um ator pode ganhar fazendo propaganda em cena. Um deles é o horário da novela de que participa. O folhetim das oito é o mais rentável, pois ali se concentram as campanhas publicitárias e se pagam os melhores cachês. Um exemplo eloquente é a atriz Suzana Vieira. Pelo fato de sua personagem em *Senhora do Destino*, Maria do Carmo, ser uma heroína, ela já seria uma garota-propaganda e tanto. Não bastasse isso, a personagem ainda era dona de uma loja de materiais de construção. Ao longo da trama, Maria do Carmo fez cerca de noventa propagandas, o que rendeu mais de 600.000 reais à atriz. "Foi ótimo para meu ego saber que as empresas confiam em mim", diz Suzana. Num folhetim das sete, além de o valor do cachê cair pela metade, o número de ações de merchandising é três vezes menor. Na novela das seis, o volume e o valor da publicidade caem ainda mais. A novelinha *Malhação*, por fim, é a menos aquinhoadada com esses recursos. O segundo fator que influi nos ganhos dos atores é o tipo de personagem que eles interpretam. Os vilões são sempre micados em matéria de merchandising. Isso vale tanto para um malfeitor apagado como o empresário interpretado por Henri Castelli na novela das seis quanto para Nazaré, a megera com que Renata Sorrah roubou a cena em *Senhora do Destino*. Outra situação comum é a do papel que parece bom, mas por algum detalhe que surge ao longo da trama perde seu atrativo para os anunciantes. Na novela *O Rei do Gado* (1996), uma campanha publicitária foi armada para vender chapéus de boiadeiro iguais aos do protagonista, vivido por Antonio Fagundes. No meio da história, o personagem foi traído pela mulher. Os compradores em potencial não gostaram, as vendas despencaram e os anunciantes bateram em retirada. (*Ibid.*, e-paper)

Enquanto o *merchandising comercial* ou *editorial* ainda que mascarado em meio ao discurso de ficção é uma prática publicitária que expõe seu produto ou serviço visando, de maneira inequívoca, o lucro em dividendos monetários, como um mostruário substituto em vantagem ao tipo tradicional “ponto-de-venda”, o *merchandising social* está mais relacionado à persuasão de ideias, comportamentos e práticas desejáveis no contexto da sociabilidade, numa perspectiva metodológica de formar opinião pública. Portanto, numa postura didática de construir e divulgar conhecimentos sobre temáticas específicas de promoção social para megaudiências.

## **6.2 Merchandising social faz emergir um subgênero teledramatúrgico**

A prática já consolidada de inserir o *merchandising social* à telenovela brasileira coloca este produto midiático numa classificação de *híbrido*, que vem sendo alcunhado nos estudos acadêmicos pela designação genérica de *edutainment*, programa midiático que englobaria simultaneamente as funções de educação e entretenimento. Isso induz a

pensar que a telenovela produzida nas proximidades de virada do milênio, quase que invariavelmente combinada a temáticas e técnicas ditas socioeducativas, gerou também uma espécie de *subgênero teledramatúrgico*.

A experiência brasileira iniciada em meados da década de 1990 conta, após quase duas décadas, com uma estrutura robusta implantada nas grandes redes de TV, que associam seus departamentos de *merchandising* com as centrais de produção de programação de entretenimento (ficcionais, humorísticos etc.) e de jornalismo, com agências especializadas em consultoria, formatação e monitoramento do *merchandising social*, a exemplo da TV Globo, que integra o fluxo interno de sua gestão e produção com a agência Comunicarte, capitaneada por Marcio Ruiz Schiavo, o principal ideólogo e introdutor no Brasil do exitoso instrumento persuasivo, numa perspectiva operacional sistematizada. A relação com a Comunicarte, ainda que não nomeada, é assumida no relatório de ações sociais da TV Globo de 2008: “Todas as cenas de caráter socioeducativo são identificadas e classificadas por um parceiro externo, que acompanha permanentemente essa ação e apoia a TV Globo no monitoramento qualitativo e quantitativo dos temas.” (AÇÕES SOCIAIS, 2008, p. 21, *e-paper*)

Pode-se observar que a consolidação da ferramenta a serviço de causas sociais introduzidas nos enredos telenovelescos, o *merchandising social* – uma estratégia didática praticamente obrigatória não só nas novelas do *prime time*<sup>64</sup> das redes televisivas brasileiras na atualidade – determinou o surgimento de um *subgênero teledramatúrgico* do tipo *edutainment*. De fato, a sua eficácia de informar, sensibilizar e difundir práticas, comportamentos, atitudes, valores, que são traduzidos em tomadas de decisões e posturas pró-ativas de uma grande extensão de público reveste-o de relevância num contexto de modernidade tardia em que as problemáticas de ordem

---

<sup>64</sup> O *merchandising social* aparece em telenovelas de todos os horários. A vespertina *Malhação* há mais de uma década no ar na Rede Globo é recordista, sendo alvo de intensas campanhas voltadas para o público adolescente, grupo consumidor por excelência. E, de acordo com um levantamento feito por pesquisa de Nabil Sleiman Almeida Ali (2009), em alguns episódios observados deste folhetim juvenil mais da metade do tempo são ocupadas com cenas de *merchandising social*. Por sua vez, é bastante compreensível que as chamadas “novelas de época” não encontrem muitos ganchos para inserir temas emergentes na contemporaneidade e fiquem à margem das investidas da ferramenta sociopedagógica.



social<sup>65</sup> surgem e se multiplicam numa progressão geométrica e complexidade avassaladora.

A experiência mexicana implantada pela rede Televisa trabalha com a elaboração de produtos da linha do chamado *entertainment-education*, que tem a participação governamental na produção de telenovelas inicialmente de autoria de Miguel Sabido e sob sua orientação no longo tempo em que foi executivo desta empresa, e nisso consiste o grande diferencial em relação à prática das TVs privadas do Brasil, que, como produtoras exclusivas, são elas mesmas as responsáveis por determinar temática, abordagem, estética, conteúdo, enfim todo o complexo de decisões relacionadas à representação simbólica que reflete a ideologia adotada na construção dramática do programa de *edutainment*, embora possam contar, como vem fazendo a Rede Globo, com consultorias externas.

Contudo, os setores públicos governamentais, no Brasil, já bastante cientes do alcance e da eficiência comprovada de persuasão do *merchandising social* enxertado na novela, estão a solicitar, crescentemente, pelo menos da Rede Globo, campanhas em determinadas áreas, sobretudo, de saúde e de direitos humanos.

Autores de novelas têm recebido recomendações, pedidos e encomendas para incluírem, nas tramas, esquetes sociais. Grande parte dos pedidos vem de ministérios e secretarias de Governo: Saúde, Educação, Direitos Humanos, Políticas de Promoção da Igualdade Racial e Políticas para as Mulheres. (ROCHA e BILENKY, 2009)

Em entrevista concedida a Rocha e Bilenky (2009), do sítio eletrônico *Terra Magazine*, o diretor da Central Globo de produção (CGCom) Luis Erlanger – profissional que detém na hierarquia da empresa o posto mais alto da área do jornalismo, sendo o responsável pela comunicação institucional da rede - confirma a mobilização governamental e o assédio feito por diversas vias:

"O ministro (Paulo) Vannuchi às vezes me manda um e-mail, às vezes procura o autor, às vezes ele fala com alguém de Brasília", relata Luis Erlanger, diretor de comunicação da TV Globo. O *merchandising social*, como é conhecida a prática, é a ponta de campanhas governamentais que abrangem prevenção de doenças a aceitação de portadores de deficiências. (ROCHA e BILENKY, 2009)

---

<sup>65</sup> Refere-se aqui a uma concepção ampliada de “problemática de ordem social” que envolve um universo macrosocial de questões urbanas, ambientais, de saúde coletiva, de acesso à democracia, liberdade e promoção à cidadania, entre muitos outros afins à vida em sociedade.

Mas Erlanger faz questão de frisar a independência da Rede Globo e a autonomia dos teledramaturgos a serviço do conglomerado de comunicação que estão sempre insistindo em propagar suas adesões espontâneas às causas sociais e a desobrigação de abordá-las no interior das novelas, ao contrário do que se dá com o *merchandising comercial*, que é uma cláusula inegociável dos contratos dos autores com a empresa, já que é uma das fontes mais prósperas de financiamento das obras teleficcionais da atualidade, e que é extensivamente rentável não só a roteiristas, como a atores e atrizes.

A Rede Globo argumenta que, antes de tudo, a telenovela é uma obra de ficção e não está sujeita a imposições. "A palavra final é sempre do autor", diz o diretor de comunicação. "O fato de vir ou não vir do governo não muda muito. Problemas que qualquer leitor de jornais sabe que são vivenciados diariamente. O que o governo tenta fazer é compatibilizar a discussão desses temas com algum tipo de campanha que ele esteja desenvolvendo no meio do caminho", expõe Erlanger. (ROCHA e BILENKY, 2009, *e-paper*)

O grande potencial de persuasão desta ferramenta publicitária voltada a demandas sociais tem incentivado não só os setores governamentais que costumam solicitar a abordagem de algumas temáticas específicas, que estão a exigir uma atenção especial quanto a esclarecimentos geradores de ações e comportamentos desejáveis. Também as Organizações Não-Governamentais (ONGs) reconhecem a eficácia da técnica e sua capacidade de multiplicação na geração de saberes junto a grandes audiências.

Não há diálogo "direto", afirma Erlanger, "mas muitas vezes nós recebemos, entre aspas, encomendas. (Secretaria Especial de) Direitos Humanos é um dos nossos principais parceiros. Vamos entrar com uma campanha sobre registro infantil. Somos demandados por dezenas de ONGs". (*Ibid.*, *e-paper*)

A possibilidade de influenciar milhares de telespectadores sobre assuntos relativos a melhorias e benefícios extensivos a parcelas de população significativas numa sociedade de massa tem animado os produtores, incluindo aí as redes de TV, os teledramaturgos, atores e técnicos a se engajarem neste filão, que, associado aos seus prestígios pessoais e competências como criadores, alavancam as causas defendidas a patamares nunca antes vislumbrados por campanhas de outro perfil. E é por isso mesmo que "[...] os autores e diretores de telenovelas na [Rede] Globo recebem "enxurradas" de

encomendas de merchandising social” (*Ibid.*, *e-paper*). Tanto os profissionais da cena diante das câmeras quanto os dos bastidores transformam-se em explícitos formadores de opinião em verdadeiras “cruzadas” de cunho socioeducativo.

### **6.3 *Merchandising social* é uma estratégia empresarial**

Vale destacar que longe de ser apenas um serviço social desinteressado em retornos comerciais, uma pura generosidade de seus produtores, o *merchandising social* é uma estratégia empresarial contextualizada numa relativamente nova mentalidade desenvolvida no sistema capitalista de valorizar a “responsabilidade social das empresas”. A cooptação das organizações empresariais em causas sociais é alcunhada de “Responsabilidade Social Corporativa (RSC), de Cidadania Empresarial ou Responsabilidade Social Empresarial (RSE)”, de acordo com o sítio da agência Comunicarte, na Internet. Os engajamentos são desejáveis e valorizados na dinâmica empresarial contemporânea e são investimentos de autopromoção evidente das organizações que os adotam estrategicamente. As pesquisadoras Motter e Jakubaszko (2006) também registram, a título de hipótese, seus pressupostos quanto à suposta elevada missão de prestar um serviço social desinteressado:

[...] poderíamos supor que não há nada de novo, ou de pedagógico, ou de responsável, o que há é apenas um *marketing* ‘politicamente correto’ da emissora para, em tempos de maior concorrência e dificuldades financeiras, aumentar seu prestígio, segurar e conseguir novos anunciantes, pleitear empréstimos e até fazer esvaecer as marcas negativas impressas em seu passado histórico. (MOTTER, JAKUBASZKO, 2006, p.9)

Não há dúvida que qualquer decisão empresarial, sobretudo no ambiente altamente competitivo da contemporaneidade, está indelevelmente marcada por avaliações de ordem econômico-financeiras ainda que o *bem* em questão esteja capitalizado em suas formas simbólicas, que abrangem as ações de “responsabilidade social”, que de certa maneira arrefece a face agressiva da ganância empresarial e a barbárie da lógica do mundo capitalista. É interessante assinalar que na configuração mercadológica atual, *o conhecimento* – à imagem do café, petróleo ou etanol –

assemelha-se a uma *commodity*, ou seja, uma *mercadoria*, inclusive sujeita a transações comerciais e investimentos em mercados futuros.

Ainda que tenha um desempenho produtivo positivo para a promoção social num contexto de grandes carências e demandas reais, as ações de responsabilidade social corporativas de qualquer conglomerado de comunicação, a exemplo da Rede Globo, são, de fato, mais que uma generosidade desinteressada, uma obrigação de uma concessionária privada, que entre seus compromissos legais deve prestar serviço público à sociedade, de acordo com marco regulatório básico para o setor. O investimento em *merchandising social* é uma contrapartida lógica e que, certamente, transforma-se, no mínimo, numa valorizada “moeda de troca” para renovação de concessão pública de transmissão ao canal de TV aberta.

Neste estudo, considera-se, portanto que o *merchandising social*, para além de seus comprovados benefícios - ainda que incorra em equívocos nas abordagens das temáticas -, também é um investimento corporativo com interesses que ultrapassam tais benefícios à sociedade, e que é, sem qualquer dúvida, uma *ação publicitária* objetivada em promoção de *bens simbólicos* que se vale de um veículo massivo potente quanto à sua penetração e ao seu alcance e que potencializou exponencialmente sua capacidade persuasiva ao associa-se ao formato telenovela, resultando na emergência de uma formatação híbrida, que aponta para o surgimento de um *subgênero teledramatúrgico*.

Se lembrarmos de que, segundo Canclini, na atualidade, as identidades e os sentidos de pertencimento se configuram antes pelo consumo do que pela cidadania, e de que novos vínculos entre essas duas instâncias se estabelecem, então, nada mais natural que a telenovela, sendo forte como é no nosso país, participe ativamente neste processo de aquisição de novos hábitos de consumo e atitudes de compra. Sem dúvida ela, por participar da construção da memória coletiva e por oferecer-nos imagens do presente, nos ajudando a construir a nossa realidade, a nossa visão de mundo, será grande influenciadora dos nossos hábitos de consumo, tanto de bens materiais quanto simbólicos. Não vende apenas produtos, vende modelos de comportamento, estilos de vida e apresentação pessoal, etc. Claro que ela não “cria” tais modelos, apenas os recolhe de segmentos pouco expressivos da sociedade e os reinventa na TV, dando visibilidade a eles. [...] Se Canclini está certo em dizer que a participação social e a configuração das identidades se organizam, sobretudo, através do consumo, então, no Brasil, as telenovelas se acham como um grande referencial para a maioria da população. Levando ainda em conta que o processo de modernização em nossas sociedades latino americanas fez-se mais pelo âmbito privado do que pelo estado, temos novamente esta produção industrial como paradigma social de disseminação de padrões de consumo e estilos de vida que por sua vez vão movimentar todo o desenvolvimento de uma sociedade. Para o autor, o consumo é um dos espaços em que se organiza a racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica das sociedades. E acredita também que os meios são um dos grandes

responsáveis por deslocar o desempenho da cidadania em direção às práticas de consumo.  
(MOTTER, JAKUBASZKO, 2006, p. 4-5)<sup>66</sup>

#### **6.4 O *merchandising social* na linha de evolução dos produtos de *edutainment***

Um breve recuo histórico na trajetória da linha de produtos voltados à educação na hegemônica rede televisiva do Brasil, a TV Globo, que segundos dados de 2005 já teria a impressionante cobertura de 99,84% do território nacional (BRITTOS & BOLAÑO, 2005), remete aos chamados *telecursos* elaborados a partir da organização dita “sem fins lucrativos” Fundação Roberto Marinho, nome do dono do conglomerado de empresas de comunicação, do qual a tevê é um dos tentáculos mais poderosos. A fundação criada em 1977 desenvolve projetos educativos com verbas oficiais e recursos privados e faz valer as prerrogativas de seus explicitados objetivos socioeducativos para abater somas percentuais na declaração de imposto de renda das empresas do grupo.

Inaugurando a modalidade de educação a distância via tevê privada no Brasil, o principal projeto, até então, da Fundação Roberto Marinho, o programa de *telecursos* foi orientado pelos conteúdos programáticos dos currículos de ensino dos níveis fundamental e médio. Pesquisa realizada em 2000 mostra que os *telecursos* contavam com uma audiência de 7 milhões de pessoas das quais 400 mil almejavam obter os diplomas de 1<sup>o</sup> e 2<sup>o</sup> graus. A maioria dos telespectadores do Telecurso 2000 é de formação acadêmica em nível superior que aprecia programas educativos na linha do *edutainment* e/ ou busca uma forma de reciclagem de conhecimentos (CASTRO, 2005 apud ALI, 2009, p. 48-49).

Castro (apud ALI, 2009, p. 49) afirma que o “êxito do Telecurso fomentou o surgimento da Globo Vídeo e do Canal Futura”, fortalecendo ainda mais a ligação do grupo com os interesses na área de educação. A expansão e diversificação dos projetos educativos do conglomerado de comunicação se deram tanto no sentido da educação formal quanto da informal, como, por exemplo, por meio desse tipo de campanha didática empreendida pelo *merchandising social* sistematizado introduzido nas novelas elaboradas a partir da década de 1990.

---

<sup>66</sup> Grifos da autora deste estudo.

## 6.5 Rankings do *merchandising social* nas telenovelas da TV Globo

O *ranking* de inserções de *merchandising social* nas telenovelas da TV Globo mostra o seguinte quadro: de 1990 a 1995 houve uma média anual de 127 ações do tipo na emissora; de 1996 a 2005 a média pula para mais de mil inserções ao ano (ALI, 2008, p. 5), numa demonstração clara de que a ferramenta aportou para se enraizar, como técnica de persuasão integrada à narrativa teledramatúrgica.

Em 2001, computaram-se **483** cenas socioeducativas nas oito telenovelas veiculadas pela Rede Globo. *Malhação* foi a que apresentou o maior número de cenas: **346**. Mas, o grande destaque foi *Laços de Família* que, por meio do *merchandising social*, fez com que o número de doadores de sangue no Instituto de Hematologia passasse de 10 para **154** ao mês e o de doadores de medula no Instituto Nacional do Câncer (INCa), de 10 para **149** ao mês. (SCHIAVO, 2002, p. 1)

Mas o aumento de doadores ainda seria maior, de acordo com o jornal do grupo O Globo:

De novembro, quando a leucemia começou a ser abordada pela novela *Laços de Família*, até a segunda semana de janeiro, a média de cadastrados no Registro Brasileiro de Doadores Voluntários de Medula Óssea (Redome) saltou de cinco por semana (20 por mês) para 225 por semana (900 por mês): um crescimento de 4.400%. (O Globo, 21/01/2001, p. 26 apud SCHIAVO, 2002, p. 7)

De acordo com relatório publicado em seu site na Internet, a TV Globo veiculou 613 cenas de *merchandising social* inseridas em suas novelas, no ano de 2008. Em 2009, apenas “Caminhos das Índias, vencedora do Emmy de melhor telenovela, veiculou 936 ações de *merchandising social*, com 16 horas/51min de duração total.” Nestes termos o mentor, principal defensor e introdutor da técnica, no Brasil, Marcio Schiavo postou no *site* da rede social *Twitter*, no dia 30 de novembro de 2009, às 10h16, completando seu regozijo, logo após, às 10h18, com a seguinte postagem no mesmo serviço de *microblog* da Internet: “Das 936 ações de *Merchandising Social*, 190 foram explícitas e 746 preparatórias. Parabéns à Gloria Perez e a TV Globo.” (SCHIAVO, 2009, *e-paper*)

Destas estimativas depreende-se que gira em torno de mil inserções anuais as campanhas sociais aderidas às telenovelas, apenas entre as produzidas pela Rede Globo,

neste final de primeira década dos anos 2000, com aumento de praticamente 100% de 2001 (com apenas 483 cenas, considerado assim um ano atípico, devido à relativamente baixa veiculação) a 2009 (em que uma só novela inseriu 936 cenas).

## 6.6 Temáticas mais assíduas das ações socioeducativas inseridas nas telenovelas

O espectro de temas do *merchandising social* nas novelas cobre já extenso universo, envolvendo abordagens em áreas de saúde coletiva, promoção da cidadania, igualdade racial, gênero, preservação ambiental, prevenção à violência, entre outras que emergem de demandas da sociedade, com características constitutivas bastante problemáticas, urgentes e graves. Entre os assuntos mais abordados estão:

[...] temas de sexualidade, saúde sexual e reprodutiva, saúde preventiva, relações de gênero e outras questões relacionadas aos direitos de cidadania e aos direitos das crianças, adolescentes e jovens. [O *merchandising social* das novelas] Também tem procurado abordar com frequência questões em relação às quais a sociedade brasileira tem-se mostrado cada vez mais sensível e atuante, tais como a violência doméstica e urbana, os direitos das pessoas com necessidades especiais, criminalidade, preconceito racial, assédio sexual, direitos dos idosos, educação, meio ambiente, etc. (SCHIAVO, 2002, p. 3)

Em relatório anual de ações sociais publicado na Internet, a TV Globo lista as temáticas abordadas nas novelas em exibição no ano de 2008, identificando as novelas e a quantidade de inserções:

### *Malhação* – 180 inserções

Adoção; combate à exploração sexual de crianças e adolescentes; direitos das pessoas com deficiência; combate à violência contra a mulher; participação da família na educação de crianças e jovens; valorização da educação e do estudo; culto exagerado à beleza física; incentivo à doação de sangue; dengue; HPV; estímulo ao uso de camisinha; gravidez não planejada; iniciação sexual; ética; combate ao preconceito racial; solidariedade, ação social e trabalho voluntário.

### *Desejo Proibido* – 22 inserções

Síndrome de Down (combate ao preconceito, inclusão, valorização das capacidades pessoais); estímulo à doação de sangue; vacinação infantil; saúde da mulher; ética.

### *Ciranda de Pedra* – 35 inserções

Direitos da infância e da adolescência; direitos da mulher e igualdade de gênero; combate à violência contra a mulher; incentivo à leitura e à escrita; valorização da educação e do estudo; sintomas e tratamento de surdez infantil, caxumba e hemoptise; combate ao preconceito racial e social; incentivo à solidariedade, ação social e trabalho voluntário.

*Negócio da China* – 14 inserções

Diagnóstico e tratamento de anemia falciforme e meningite; importância de exames de pré-natal e Teste do Pezinho; estímulo à solidariedade e à ação social; combate ao assédio sexual; gravidez não planejada ou desejada.

*Sete Pecados* – 39 inserções

Valorização da educação e do estudo; educação complementar ao ensino formal; Aids/HIV (prevenção, tratamento, combate ao preconceito contra soropositivos); leucemia; estímulo à doação de sangue e medula; solidariedade, ação social e trabalho voluntário.

*Beleza Pura* - 69 inserções

Direitos da infância e da adolescência; consumo consciente; educação no/para o trânsito; cuidados básicos em saúde; dengue; uso de camisinha; hábitos saudáveis; saúde da gestante e do bebê; combate ao preconceito sexual; combate à corrupção, a atividades ilegais e criminosas; incentivo ao trabalho voluntário.

*Três Irmãs* – 52 inserções

Preservação ambiental; dengue; saúde da mulher; saúde da gestante e do bebê; combate ao abuso de bebidas alcoólicas; gravidez na adolescência; incentivo ao trabalho voluntário e à ação social; combate ao preconceito racial; combate à corrupção e a atividades ilegais.

*Duas Caras* – 109 inserções

Combate ao preconceito racial, social e sexual; trabalho voluntário, ação social e solidariedade; assédio sexual; direitos das pessoas com deficiência; segurança pública; combate ao tráfico de mulheres; valorização da democracia; preservação ambiental; valorização da educação e do estudo; dengue; Aids/HIV; vacinação infantil e de idosos; alcoolismo; saúde da gestante e do bebê; doação de sangue; valorização da cultura e das artes; ética.

*A Favorita* – 93 inserções

Combate à violência doméstica; combate à corrupção; combate ao preconceito sexual e racial; valorização da cultura e das artes; educação no/para o trânsito; incentivo à leitura; preservação ambiental; trombose (diagnóstico, tratamento); incentivo ao uso de camisinha; gravidez na adolescência; saúde da gestante e do bebê; abuso de álcool.

Total: 613 inserções

Algumas abordagens entre essas elencadas acima foram criticadas por diversas instâncias e instituições da sociedade, a exemplo, da suposta “preservação ambiental”



em *A Favorita*, como se verá mais adiante. No caso de *A Favorita*, a acusação é mesmo no sentido inverso ao tratamento coerente da questão ambiental, e, pelo contrário, apontou-se, na narrativa e dialógica da telenovela, a flagrante adoção de estratégias de defesa de venda de áreas preservadas de mata nativa para a monocultura de eucalipto e pinus para extração de madeira destinada à indústria de celulose.

Em 2009, a campeã em *merchandising social* *Caminho das Índias*, de Glória Perez, com 936 ações socioeducativas, totalizando quase 17 horas de cenas dedicadas às campanhas, reúne um espectro de temáticas bastante diversificado, e como já se pode notar este é um traço estilístico da autora, que da mesma forma abraçou vários assuntos em *América*. Em *Caminho das Índias* um dos destaques foi a abordagem sobre a esquizofrenia por meio da dramática história vivida pelo personagem *Tarso*, representado pelo ator Bruno Gagliasso. Explorou a característica, as formas de tratamento e controle dessa doença psiquiátrica crônica, a relutância à aceitação e a negligência familiar, além das possibilidades que o esquizofrênico pode ter de convívio na sociedade.

Outro tema do folhetim de Perez concentrou-se na falta de limites dos jovens de classe média-alta focalizada através do *pitboy* *Zeca* (interpretado por Duda Nagle), sob a complacência e mesmo estímulo de seus pais *Ilana* e *César* (Ana Beatriz Nogueira e Antônio Calloni), que, ao invés de imporem limites ao comportamento do filho, aplaudem e acobertam a prática de delitos, que em muitos casos resultam em crimes, de acordo com uma fileira de acontecimentos reais do gênero historiada pelas páginas policiais de todas as latitudes do Brasil. O personagem *Zeca* também protagonizou outra problemática que vem preocupando a sociedade pela recorrência e gravidade dos casos registrados, que é a falta de respeito com os professores em sala de aula evoluindo para lesões corporais, atentados à vida e até homicídios. A professora *Berê*, personagem de Silvia Buarque, foi vítima, na trama, de agressão de alguns de seus alunos e chegou a ser difamada na Internet – outra prática delituosa que se tornou corriqueira na atualidade.

O cotidiano da sociedade brasileira que é noticiado pela rede midiática em geral e por espaços de “maior credibilidade” dos programas mais convencionais de jornalismo é, sem dúvida, a fonte onde bebem os teledramaturgos da atualidade, como será mostrado adiante neste estudo, pelo próprio testemunho de alguns deles, que

costumam selecionar episódios publicados, para uso oportuno em suas tramas novelescas.

### 6.7 Hibridização de jornalismo e dramaturgia

A estrutura operacional de elaboração do *merchandising social* aderido à narrativa teledramatúrgica já revela que tal ferramenta mobiliza a articulação de setores diversificados no processo fabril da telenovela. Sabe-se que autores e eventuais colaboradores podem já apresentar em sinopses as suas ideias sobre como inserir determinadas temáticas de interesse socioeducativo e que vários deles já entronizaram espontaneamente muitas campanhas bem-sucedidas. Mas, a partir de meados da década de 1990, a Rede Globo, que indiscutivelmente detém a estrutura mais sólida nesta linha de montagem teleficcional, dispõe de esquema de produção envolvendo e articulando os teledramaturgos ligados à Central Globo de Produção, que gere os chamados produtos da área de entretenimento sediada no Projac (Jacarepaguá, RJ), com o tradicional setor de jornalismo – a Central Globo de Comunicação (CGCom, sediada no Jardim Botânico) – e ainda com setores específicos de *merchandising* responsáveis não só pelo “Levantamento de Oportunidades” (LEVOP) que cada novela apresenta para venda de espaços comerciais<sup>67</sup>, como também dedicado ao “Levantamento de Oportunidades Educativas e Sociais” (LEVOPES), para inserções dos *merchandisings sociais*.

Há, portanto, uma articulação multidisciplinar de setores dentro da própria Rede Globo, que trabalha ainda com a consultoria especializada em ações de “responsabilidade social” da agência Comunicarte<sup>68</sup>, sob orientação de Marcio Ruiz Schiavo, o defensor das ações socioeducativas em combinação com os produtos da teledramaturgia ou de outros formatos geralmente identificados como produtos de

<sup>67</sup> Sobre este levantamento de oportunidades comerciais, consultar matéria no ANEXO H (p. 200), que dá a dimensão deste expediente sistemático da TV Globo feito por ocasião da novela *América*.

<sup>68</sup> A agência Comunicarte atua pautada sob diretrizes em consonância com a *Population Communication Internacional* (PCI), uma organização não-governamental de abrangência mundial, sediada nos Estados Unidos da América. Sua meta é estimular a adesão de programas massivos de entretenimento, a exemplo da telenovela, como suporte e veículo de mensagens sociais. As temáticas preferenciais giram em torno de planejamento familiar, prevenção a doenças sexualmente transmissíveis, direitos e proteção da criança e do adolescente, preservação ambiental e melhorias de qualidade de vida e do índice de desenvolvimento humano (IDH).

entretenimento<sup>69</sup>, mas que nesta simbiose com campanhas publicitárias de cunho socioeducativo revelam a tendência à hibridização e a assumir, com notável vantagem de sua capacidade persuasiva, parte da *função social tradicional do jornalismo* de informar, esclarecer, denunciar, levantar questões, problematizar e confrontar opiniões, assim como difundir hábitos saudáveis e propagar ações e comportamentos socialmente desejáveis, no âmbito da *doxa* em vigor na sociedade.

A Rede Globo criou inclusive uma equipe para cuidar de merchandising social, composta essencialmente por jornalistas. A área, após aprovação da sinopse da novela para entrar no ar, senta (sic) com o autor e o diretor, e propõe temas para serem incluídos nas tramas. O diretor de comunicação da [Rede] Globo conta que "em alguns casos são possíveis, em outros não" acrescentar o merchandising social. "Uma novela começa a ser feita seis meses antes de ir ao ar. Então tem várias coisas que podem interferir para um tema entrar ou não em uma novela. A começar pela preservação da liberdade de expressão do autor", define Erlanger. (ROCHA e BILENKY, 2009, *e-paper*)

Não tão desenvolvida como a área de teledramaturgia da Rede Globo, mas com investimentos crescentes neste rentável filão do tele-entretenimento, a também brasileira Rede Record não dispõe ainda de departamentos voltados ao estudo, planejamento e elaboração de *merchandising social* no nível de sofisticação da rede hegemônica e ainda detentora do título de líder no setor da teledramaturgia, em particular.

A Rede Record não possui área especializada. Bianca Wilbert, supervisora de imprensa da emissora, diz que a prática é apenas recomendada. "É interessante que façam, mas a emissora não sugere assuntos. A iniciativa, quando existe, é do próprio autor", afirma Wilbert. (Ibid., *e-paper*)

## 6.8 Explosão das fronteiras

A explosão das fronteiras tradicionais da *ficção dramatúrgica*, do *jornalismo* e da *publicidade* – com o acréscimo das pretensas intenções pedagógicas de

---

<sup>69</sup> Até mesmo os *reality shows* já foram espaços para o *merchandising social*, a exemplo do *Big Brother Brasil* da Rede Globo, que no auge da epidemia de dengue no país, colocou seus integrantes a tomarem medidas preventivas, como não deixar acumular água nos vasos do jardim, para evitar a proliferação do mosquito transmissor.

conscientização da massa de telespectadores, somando aí nesta lista também a área da *educação*, em sua expressão *informal* – é o que se depreende desta prática sistemática do *merchandising social* incorporado à telenovela. Evidenciando permeabilidade extraordinária, as convenções narrativas, funções e especificidades de cada uma destas áreas dilatam seus poros no sentido de anular seus limites originários, que já não se percebem com obviedade pelo telespectador, visto que estes campos de conhecimento e atuação em combinação estão formulando um novo produto midiático hibridizado, um recente *subgênero teledramatúrgico*.

Além de sua intenção óbvia de divertir, a telenovela nesta versão atual se empenha em prestar um “serviço social” de educação informal que visa levantar questões, informar, esclarecer, problematizar, influir, conscientizar, formar, persuadir a tomadas de decisão, incentivar ações, práticas e comportamentos socialmente desejáveis e, claro, tudo isso sustentado pela adoção de valores éticos em sintonia com as *doxas* contemporâneas, tão frágeis, fluidas e mutantes, mas com muitas carências e lacunas abertas. Na lista de objetivos do *merchandising social* pode-se localizar, portanto, a “clássica” função social do jornalismo em informar, a meta da publicidade em persuadir/ seduzir, que também, e de maneira diferenciada quanto aos objetos, é uma das características da dramaturgia, que, por sua vez pode ou não ser usada com fins didáticos, como recurso pedagógico numa perspectiva de educação informal ou mesmo no âmbito da educação formal quando é apropriada pelos currículos regulares.

### **6.9 Uso transmidiático do *merchandising social teledramatúrgico* em 2010**

Para além das rupturas entre os limites de ficção e realidade e da derrubada de linhas demarcatórias na manipulação e apropriação dos recursos e características próprias da dramaturgia, do jornalismo, da publicidade e da educação informal, num único produto híbrido já caracterizado como um *subgênero teledramatúrgico*, o *merchandising social* da telenovela contemporânea também marcha, dando seus primeiros passos seguros, no sentido da utilização *transmidiática* de suas mensagens e ações socioeducativas. Esta tendência de uso múltiplo e complementar de variadas mídias, que parece cada vez mais irreversível na circulação de toda e qualquer

mensagem midiaticizada, ganha suas primeiras versões no uso articulado que a telenovela *Viver a Vida*, do teledramaturgo Manoel Carlos, empreende com seu *merchandising social* voltado para a questão da tetraplegia, através do drama representado por *Luciana* (Alinne Moraes), ao introduzir um *blog* da personagem fictícia, intitulado *Sonhos de Luciana*, na Internet.

No ambiente virtual da web, o *blog* da personagem de teleficção no endereço *especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana*<sup>70</sup> é “real”, existe de maneira verídica, inaugurando uma prática até então inédita a partir da telenovela brasileira, no que tange ao *merchandising social*. Neste *blog*, a personagem - em lógica dramaturgicamente bem-sucedida, pois, na trama, ela costumava, antes do acidente que a tornou tetraplégica, escrever em seu diário – posta as suas experiências sob esta nova condição de deficiente física. Os conteúdos relacionados à tetraplegia cobrem desde esclarecimentos sobre fisioterapia, práticas profiláticas para evitar infecções, escaras e outros transtornos comuns e recorrentes aos tetraplégicos, uso de equipamentos especiais adaptados, próteses, críticas e protestos sobre a falta de acessibilidade de cadeirantes, progressos físicos e psicológicos alcançados, até a importância do apoio familiar e da rede de amigos, entre outros temas encarregados do serviço de promoção e esclarecimento social, tudo isso misturado aos argumentos, situações, eventos e conflitos da trama novelesca e da lógica dramaturgicamente da personagem, já passadas as etapas de revolta, negação, depressão e experimentando a fase de aceitação, na qual passa a divulgar procedimentos apropriados para minimizar o grande sofrimento e a ideia maior da *superação*, que, na verdade, é o mote principal do *merchandising social* desta novela, subobjetivo que é visível no já usual epílogo de cada capítulo, com depoimentos em que pessoas da vida real expõem suas tragédias pessoais, as batalhas travadas para superarem os infortúnios e que quase invariavelmente na finalização do testemunho agradecem muito comovidas por estarem vivas e cercadas de afetos.

Os conteúdos postados pela “titular do blog”, a fictícia *Luciana*, recobrem mesmo uma miríade de assuntos de interesse dos deficientes físicos cadeirantes, além de oferecer *links* para outros *blogs e sites* de cadeirantes e não-cadeirantes reais, mas sobre temas similares ou afins ao que se propõe o da personagem de *Viver a Vida*. Há por

---

<sup>70</sup> Consultar matéria sobre o *blog* no ANEXO I (p. 203).

exemplo *link* para abordagens sobre arquitetura adequada ao livre acesso dos portadores de deficiência, para questões conceituais sobre o significado de cidadania, sobre móveis adaptados e um sem número de objetos para facilitar a vida dos deficientes, entre outros. O *blog* possui espaço, devidamente identificado, para anúncios publicitários, à esquerda da tela. Inicialmente foi ocupado por marcas e produtos do próprio conglomerado de comunicação, mas logo em seguida atraiu anunciante de sabonete íntimo “ginecologicamente testado”. É bastante exequível que possa ser usado para propaganda de produtos e serviços especializados em várias das necessidades dos deficientes físicos, completando o *merchandising social* com o explicitamente *comercial*, de acordo com a lógica mercadológica dominante.

As centenas de postagens dos visitantes do *blog*<sup>71</sup> revelam que tal público é formado não só por cadeirantes que compartilham das mesmas adversidades, que apóiam as decisões tomadas pela “titular” do espaço virtual e ainda aconselham novas posturas, mas por muitos mais internautas que tratam a personagem da ficção como se fosse uma pessoa real, solidarizando-se com ela, incentivando-a, elogiando-a de formas variadas, desde a sua pertinácia e coragem à sua beleza física, que é também bastante explorada a partir de fotos que fez ao lado de sua cadeira de rodas, num estúdio fotográfico, em cenas integradas ao telefolhetim, e que estão postadas no *blog Sonhos de Luciana*.

Entre as postagens também se observa que muitos internautas – a maioria integrada por mulheres jovens, adultas, idosas ou ainda meninas (nem sempre há como aferir a faixa etária, a menos que seja declarada, como fez uma idosa de 73 anos) – fazem uma verdadeira confusão entre a personagem e a intérprete cênica ou, não se deve descartar a hipótese de que tais cibernautas entram mesmo, espontânea e conscientemente, na atmosfera lúdica da proposta virtual advinda da representação da obra ficcional lhe conferindo e atestando grau elevado de verossimilhança. Com o mesmo tratamento e na mesma frase a que se dirigem à personagem, também se dirigem à atriz. Raro aparecer alguma crítica aceita pelo serviço de moderação do *blog*, mas há algum registro publicado do tipo que destaca “o conto de fadas” da vida ali

---

<sup>71</sup> Consultar algumas postagens selecionadas no dia 26 de fevereiro de 2010, nos ANEXOS J, K e L (p. 204-212), postadas em 25 e 16 de fevereiro ou acessar diretamente o *blog* no endereço <http://especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana/>

representada, ao mesmo tempo em que cobra do autor da telenovela que revele as reais dificuldades enfrentadas pelos cadeirantes, nas ruas cheias de buracos e obstáculos, entre outras queixas.

### **6.10 Serviço social ou escárnio?**

O efeito que se espera em melhorar a qualidade de vida e reforçar a auto-estima deste segmento social ainda tão excluído como o dos cadeirantes, sem dúvida, se reveste de relevância, sobretudo pela iniciativa de promover esta exposição temática a milhares de telespectadores portadores ou não de deficiência física. Mas é claro que as escolhas efetuadas no interior do enredo folhetinesco desembocam em algumas questões que relativizam bastante a eficácia do “serviço social” prestado pela telenovela. A personagem tetraplégica é uma garota muito rica, com muitos recursos materiais à disposição, com acesso privilegiado ao serviço médico privado, que a possibilita ter uma rede de profissionais de saúde especializados em várias de suas necessidades.

Também é dedutível que a escolaridade da personagem é de nível superior à imagem de uma minoria no país que habita, e que ela convive não só num ambiente profissional superseletivo de *tops models* e modelos fotográficos, desfrutando de *network* consolidado, como também é visível que vive numa família estruturada (ainda que os pais sejam divorciados) e que conta com sólido reforço afetivo dos familiares (embora existam conflitos de caráter excepcional no relacionamento com uma das irmãs, caracterizada como cruel, invejosa, “venenosa”, enfim, uma vilã, para ser odiada no esquema do melodrama).

Salta aos olhos que o enredo problematiza uma experiência singular de uma integrante de classe social muito abastada que tem representatividade praticamente nula ou nenhuma no contexto social brasileiro. E que as soluções oferecidas são, de fato, impossíveis, para as condições econômicas da população, em sua média, portanto, inócuas para a abrangente maioria. Quantas pessoas reais entre os brasileiros cadeirantes teriam mesmo a condição de dispor de vários ambientes de sua casa com inovações tecnológicas de última geração para adaptar-se às suas necessidades especiais, de ter

sala exclusiva de fisioterapia ao lado de seus aposentos e de um lindo e grande jardim florido contíguo a uma bela piscina onde se pode fazer hidroterapia, com um *staff* de profissionais especializados a seu serviço? A internauta provavelmente confrontada com sua própria realidade tem razão em se referir ao “conto de fada” de *Viver a Vida*, que, por esta e outras reflexões, parece mesmo um escárnio e não um “serviço social”. Veja-se abaixo a citada postagem, no “idioma internáutico dos *chats* e *blogs*”:

Ola lu sou deficiente, e vejo sua historia alias que historia parece conto de fada, as coisas p vc tudo acontece.gostaria de saber porq que autor nao mostra as dificuldades que temos para atreversar uma rua, os buracos nas calçadas, e o principal o tratamento kd o tratamento neste Brasil de sonhos ....me ajuda ai a entender melhor Lu ou melhor faça as pessoas enchergar de verdade que a realidade é tao dificil ou melhor o que fazemos ? (sic) (Lindomar, 26 fevereiro, 2010 às 10:45 am. Disponível em: <http://especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana/>. Acesso em: 26 de fevereiro de 2010)

Mas a dinâmica atual da novela realmente apresenta agilidade ímpar e capacidade de reação praticamente imediata a situações como esta descrita acima, em que um recurso como um *blog*, ao mesmo tempo em que funciona como uma inovação, um *plus*, um diferencial, uma forma de transitar entre mídias, hibridizando ainda mais o caráter simultâneo ficcional e real e introduzindo mais um *meio* extremamente ágil de prospectar reações quase em “tempo real”, expõe-se também à publicação de indesejáveis críticas, ainda que tenha um esquema de moderação de postagens. Afinal, a “interação” ficaria bastante comprometida, artificial e inverossímil se apenas elogios, estímulos, sugestões e aplausos fossem postados. O rei ficaria nu, ou seja, ficaria muito aparente a censura da “moderação”.

Note-se, por exemplo, a rapidez de reação no caso em que uma internauta – não a que se referiu a “conto de fadas”, mas outra identificada por Danuza - faz a sua crítica, muito moderada, mas alerta para as discrepâncias entre os recursos materiais da personagem e a maioria de deficientes físicos a que se dirigem prioritariamente os benefícios defendidos pelo *merchandising social* de *Viver a Vida*. No mesmo dia da postagem, o capítulo da novela exibido à noite já o incorpora à cena, em que o comentário é lido pela personagem tetraplégica *Luciana*, ocasião em que admite em conversa com suas irmãs, sobre como é procedente a observação postada, admirando-se de que ela própria nunca havia pensado nisso! A postagem é essa abaixo:



Oi Lu!

Que bom que você está gostando dos exercícios de hidroterapia. Realmente, fazer exercícios na água é uma delícia, revigora a alma, dá mais disposição. Suas fotos ficaram lindas, até que Helena tem tino para a coisa. Os esclarecimentos da Dr<sup>a</sup> Larissa sobre a hidroterapia, e do Miguel sobre os vários tipos de lesões na vértebra foram de suma importância. E ele tem toda a razão quando disse que você parece uma sereia. E lembre-se de agradecer sempre à Deus (sic) pois ele te deu uma nova chance, mesmo que seja sob uma perspectiva diferente, com certeza isto lhe servirá para o seu amadurecimento. Pense que nem todas as pessoas especiais possuem uma estrutura financeira, excelentes profissionais e uma família como a sua. Considere-se uma pessoa abençoada, por tê-las sempre ao seu lado. Um grande Beijo e um enorme abraço!!! (Danuza, 2 março, 2010 as 9:19 pm; disponível em: <http://especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana/2010/03/02/dia-20-como-uma-sereia/#comments>. Acesso em: 2 de março de 2010)

Assim como o próprio *blog* em sua totalidade é mantido e atualizado por profissionais ocupados com o *merchandising social* da novela, a princípio, sabe-se que qualquer postagem – sobretudo esta tão educada e comedida - pode ser elaborada pela produção, em termos bem mais palatáveis que muitas outras provavelmente rejeitadas pelo serviço de moderação. Mas, admitindo-se que as observações originaram-se mesmo de internautas reais em atividade de interação, é necessário refletir sobre como um equívoco de base como este na trama trabalhada pelo serviço socioeducativo torna-se transparente para o público, que, como diz Thompson (1998), *não absorve como uma esponja* as mensagens sem que contraponha seus pontos de vista, suas percepções de realidade, contradições e conflitos atuantes numa sociedade assentada sobre desigualdades. Diante disso, vale até mesmo reprisar aqui sua recomendação:

Devemos abandonar a idéia de que os destinatários dos produtos da mídia são espectadores passivos cujos sentidos foram permanentemente embotados pela contínua recepção de imagens similares. Devemos também descartar a suposição de que a recepção em si mesma seja um processo sem problemas, acrítico, e que os produtos são absorvidos pelos indivíduos como uma esponja absorve água. Suposições deste tipo têm muito pouco a ver com o verdadeiro caráter das atividades de recepção e com as maneiras complexas pelas quais produtos da mídia são recebidos pelos indivíduos, interpretados por eles e incorporados em suas vidas. (*Ibid.*, p. 30)

O equívoco altamente comprometedor de colocar uma milionária proprietária de mansão no Rio de Janeiro, casa de praia em Angra dos Reis, carrões importados, helicóptero, entre outros bens só possíveis aos muito ricos, como “modelo” para uma campanha social visando um resultado massivo é flagrante em *Viver a Vida*, e não tem como ser corrigido, embora alguns paliativos tardios para tal erro de base foram

imediatamente arquitetados, como introduzir uma cadeirante de classe média na trama, em contraponto à protagonista do *merchandising social*. A nova personagem cadeirante *Camila*<sup>72</sup> é caracterizada como moradora de uma vila carioca do tipo classe média, onde vive na companhia do seu namorado *Guilherme*, um rapaz bonito. Ela que está em cadeira de rodas desde os 17 anos mostra-se bem adaptada à condição de deficiente física, é declaradamente muito bem resolvida sexualmente, demonstra uma felicidade exuberante, desfruta de autonomia exemplar e pode ser vista como um paradigma de auto-estima. Em sua segunda aparição na trama ela deu uma entrevista bastante animadora e esclarecedora para o *blog* de *Luciana* acessado por milhares de cibernautas reais deficientes e não deficientes.

A maneira inadequada de conduzir uma campanha pode gerar mesmo efeitos contrários aos pretendidos. Compartilhando deste entendimento, a presidente da Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa com Deficiência (Corde) da pasta de Direitos Humanos, Isabel Maior, em entrevista para Rocha e Bilenky (2009, *e-paper*) reconhece o potencial dos *merchandisings sociais* e vê progresso no tratamento dos temas:

- Novela é uma das manias brasileiras, arrisco dizer que tanto quanto futebol. Portanto, acredito que seja também uma das maneiras de a sociedade tomar contato com coisas que ficam escondidas e tidas como tabus. A novela é, portanto, uma das formas de se alcançar uma mudança cultural. Isto é de grande importância para a diversidade como um todo, seja discussão sobre cor, drogas, ou sobre grupos, comunidades como a dos quilombolas. Cada vez mais, os autores têm procurado conhecer e incluir de maneira muito mais correta do que já foi feita no passado. (*Ibid.*, *e-paper*)

Isabel Maior lembra como as novelas de outrora focalizavam a questão, por exemplo, da deficiência física, como um castigo. E, por outro lado, a cura dela, como um prêmio, uma espécie de recompensa ao bom comportamento, com “final feliz”, em cumprimento ao esquema de raiz do melodrama. É transparente que esta linha de abordagem historicamente originária da estética melodramática, que percebe a deficiência como uma purgação, um castigo, maneira de pagar pecado, vem carregada

---

<sup>72</sup> Um indicador seguro de que a introdução da personagem cadeirante de classe média *Camila* foi um recurso tardio, uma espécie de “apagar fogueira correndo”, é o fato dela não constar, até dia 17 de março de 2010, da lista de personagens no *site* oficial da telenovela *Viver a Vida*.

de preconceito, a partir de uma óptica contemporânea, sobretudo a partir da forte influência do laicismo ocidental<sup>73</sup>.

Nas novelas, as pessoas ruins eram castigadas e habitualmente era através da morte ou se tornando pessoas com deficiências. Isto deseduca, era colocado dentro da cabeça das pessoas. Anteriormente a situação era quase que oposta a de hoje. Na maior parte das novelas que tinham o tema, o personagem com a deficiência a perdia ao final da novela, como um prêmio se fosse uma pessoa boazinha. Isso era ainda mais visível nas novelas. Não é obrigatório que a pessoa não tenha mais a deficiência porque chegou ao final da novela. Isso é uma visão incorreta e de maneira nenhuma ajudam a desenvolver a consciência correta. (*Ibid.*, e-paper)

A abordagem consequente dos temas é fundamental para não se reforçar estereótipos e preconceitos ainda mais resistentes e, ironicamente, construir obstáculos irremovíveis aos problemas que se propõe enfrentar. Vale registrar, aqui, que, apesar dos apelos do público no aguardo de um *happy end* para o caso, o autor da novela *Viver a Vida*, em exibição em março de 2010, reluta em que a personagem tetraplégica não deva curar-se, provavelmente na tentativa de cumprir um roteiro “politicamente correto”, como o recomendado pela cartilha dos órgãos de direitos humanos oficiais ou não, que são grupos de pressão e já integram uma cada vez mais atuante *comunidade interpretativa dos meios* e de seus produtos.

A preferência do público é inequívoca e pode ser aferida através de manifestações diversas, pesquisas quantitativas e qualitativas de expectativa de audiência, visível inclusive nas postagens do *blog Sonhos de Luciana* e em enquete promovida pelo *site* oficial da novela *Viver a Vida*, que, em 17 de março de 2010, às 16h58, apresentava o seguinte resultado parcial à pergunta:

Você acha que Luciana vai voltar a andar?

Resultado parcial:

Não, é muito difícil - 12%

Sim, com fé tudo é possível - 88%

---

<sup>73</sup> Ainda que na contemporaneidade do Ocidente coexistam muitas instituições até mesmo *fundamentalistas* – a exemplo do recente governo de W. Bush, o filho, nos EUA – sabe-se que há muito tempo os governos republicanos da região defendem o estado laico e secular, ao menos em tese, e que a consciência moderna assim o absorveu.

Total de votos: 95292

O teledramaturgo Manoel Carlos por diversas vezes demonstrou-se obstinado de não devolver à personagem *Luciana* a capacidade de andar, embora, dentro de uma perspectiva bem realista, introduziu cenas evidentemente didáticas em que a questão das pesquisas com células-tronco na aplicação de tratamentos aos deficientes de tetraplegia foi debatida<sup>74</sup>. Numa dessas cenas, o assunto entra em pauta numa consulta aos médicos da personagem por seus pais (também ficcionais), ansiosos que se mostram por um desfecho feliz para a filha. De maneira a ser entendido por leigos, como convém para uma telenovela, o teor do debate atualiza o andamento das pesquisas ainda incipientes e sem qualquer garantia de sucesso, para curto prazo, relativizando as esperanças<sup>75</sup>.

De fato, se o autor do folhetim optar pelo desenlace desejado pelo público estará satisfazendo a audiência típica do melodrama, com uma solução inverossímil e que se posicionará na linha oposta de abordagem consequente da problemática que o *merchandising social* de *Viver a Vida* trouxe à baila. “Ainda mantenho a posição anterior, de que ela não voltará a andar”, reafirmou Manoel Carlos, que considera muito importante que *Luciana* transmita ao público a mensagem de que é possível viver bem em sua nova condição (MIGUEL JÚNIOR, 2009, *e-paper*), visto que a temática abrangente da ação socioeducativa desta novela é mesmo *a superação* de qualquer situação de perda, como fica evidente nos depoimentos de pessoas reais exibidos no epílogo de cada capítulo.

O teledramaturgo de linha realista-naturalista revelou que recebe muitos pedidos para amenizar o sofrimento da bela modelo, que ficou tetraplégica em consequência de um acidente automobilístico, em estrada da Jordânia ao sair do sítio histórico de Petra: “Os pedidos que me chegam para que ela ande são muitos, mas não em maior número do que os que querem que ela não ande. O jogo está empatado por enquanto.” (*Ibid.*, *e-paper*). Mas não é o que revelam as prospecções posteriores, como se viu acima com a enquete via Internet.

---

<sup>74</sup> Consultar no ANEXO M (p. 212) matéria que dá informação do movimento do autor Manoel Carlos no sentido de encomendar prospecção de seus colaboradores sobre as pesquisas com células-tronco.

<sup>75</sup> Consultar no ANEXO N (p. 214) a síntese ilustrada da cena.

A expectativa da recuperação da personagem ganhou força quando se soube que Maneco decidiu tratar do tema polêmico das pesquisas com células-tronco na trama - teve até clínica oferecendo especialistas para falar sobre o assunto com a imprensa, já usando a novela como exemplo. "Realmente estou procurando mais informações sobre esse procedimento, pois quero pôr a novela discutindo a questão", admite o autor, que encomendou um levantamento do tema às pesquisadoras de sua equipe. (*Ibid.*, *e-paper*)

Longe da ideia simplista e equivocada de que telenovela é um mero subproduto da indústria cultural de entretenimento descomprometido e de elaboração aligeirada e simplificada, evidencia-se aqui a complexidade em que está submersa, sujeita que é como *obra aberta* ou *em processo* a pressões multivetoriais e a decisões que vão exercer influência e ter consequência sobre a fruição e as expectativas de milhares de pessoas, uma megaudiência de formação heterogênea, integrada também por setores exigentes de *comunidades interpretativas* atuantes como poderosos grupos de pressão, que geralmente argumentam munidos de fundamentos na contramão dos anseios de uma maioria emocional, que torce por soluções idealizadas e um *happy end* de acordo com a codificação melodramática. De qualquer sorte, é certo que toda e qualquer decisão sobre destinos de personagens e desfechos de trama é orientada pelas pesquisas de audiência, ainda que o roteirista tenha uma margem de autonomia assegurada. Mas é certo também que os autores não dão “tiro no pé”!

Ao avaliar a condução das campanhas sociais nas novelas e, em particular, o caminho pioneiro adotado por Walcyr Carrasco, em *Caras e Bocas*, da TV Globo, em que a personagem cega *Anita* foi interpretada pela atriz deficiente visual Danieli Haloten, a presidente da Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa com Deficiência (Corde) da pasta de Direitos Humanos, Isabel Maior, se mostra confiante num processo de aprimoramento do *merchandising social*, mas alerta sobre enfoques errôneos:

Isso é uma situação muito nova e mais interessante ainda. A atriz interpreta tão bem uma personagem cega por ser naturalmente cega. Nos primórdios, para que as personagens fossem negras, os atores brancos eram pintados de preto. Até agora, a maior parte de pessoas com deficiência em novelas tem sido interpretado por pessoas que não as têm. E agora, com a atriz cega, vemos uma forma de aprimoramento. É claro, se abordagem for incorreta, o efeito será inverso e reforçará os preconceitos. (ROCHA e BILENKY, 2009. *e-paper*)

Expôs-se já no início deste estudo, que a novela *América* tratou do assunto da deficiência visual, colocando inclusive pessoas realmente cegas num programa de

entrevistas enxertado no folhetim de Glória Perez, mas *Caras e Bocas* inaugura a participação de uma atriz cega interpretando uma personagem fictícia, ao passo que *Páginas da Vida*, um pouco antes, introduz uma atriz mirim com síndrome de Down, representando o papel ficcional de uma garota adotada pela personagem *Helena* (Regina Duarte), no folhetim de Manoel Carlos. Há, portanto um processo evolutivo no sentido de estimular ações e comportamentos de inclusão, embora algumas vezes, como no caso da tetraplégica rica de *Viver a Vida*, o tiro possa sair pela culatra.

O histórico dos *merchandisings sociais* da Rede Globo já computa um rosário de abordagens equivocadas em sua relativamente curta trajetória, como a que foi veiculada sobre a AIDS em *Páginas da Vida*, de autoria do próprio Manoel Carlos, que “recebeu duras críticas do Ministério da Saúde, de ONGs que defendem portadores do HIV e até de leigos no assunto em 2006.” (FELTRIN, 2007, *e-paper*)

Em 'Páginas da Vida', o personagem com Aids aparecia magro, abatido e com manchas na pele. Foi o bastante para o médico Diogo (Marcos Paulo) dar a ele um diagnóstico de soropositivo, sem fazer o teste de HIV. Até a sociedade Brasileira de Infectologia (SBI) divulgou uma nota de repúdio à novela. (*Ibid.*, *e-paper*)

A nota da SBI, de fato bastante incisiva em sua crítica, incluía o trecho: “Consideramos que esta abordagem foi totalmente inadequada e antiética. Entendemos que uma emissora com a responsabilidade social da Rede Globo deva estar melhor assessorada quando veicular assuntos médicos em sua programação”, (apud FELTRIN, 2007, *e-paper*). E a estrutura montada para a elaboração das campanhas integradas à ficção demonstra claramente esta preocupação/ decisão da emissora-produtora em sistematizar a produção, contratar monitoramento externo, adotar procedimentos voltados à realização de pesquisas e consultorias, para minimizar a incidência de equívocos mais graves e aumentar a chance de acertos e, ainda assim, comete erros que parecem tão primários e óbvios, gerando conseqüentemente insatisfação no âmbito dos grupos de pressão e das *comunidades interpretativas*.

Na ocasião, a Rede Globo manifestou surpresa com a reação das instituições especializadas da sociedade civil e ainda divulgou que a novela *Páginas da Vida*, sob o fogo cerrado das críticas, foi recordista, até então, em *merchandising social*, com 374 inserções, inclusive considerando em seu balanço anual a criticada abordagem como ação socioeducativa. (*Ibid.*, *e-paper*).

Indicou-se anteriormente prometendo tratar mais detidamente sobre o assunto na sequência deste estudo que outra novela da Rede Globo, *A Favorita*, recebeu pesadas críticas de entidades de defesa ambiental, que funcionam, neste caso, como grupos de pressão minoritários e *comunidades interpretativas*. Então, chegou-se ao ponto, de ressaltar a acusação levantada por Gustavo Barreto (2008), co-editor nos meios independentes Consciência.Net e Fazendo Media, em que aponta uma espécie de *merchandising social* invertido, nos diálogos entre a personagem *Donatela* (Cláudia Raia) e o lunático, ufólogo e ex-roqueiro *Augusto César* (José Mayer) que foram ao ar no dia 4 de outubro de 2008, época em que no desenvolvimento da trama, ela era, à imagem da cartilha melodramática, a mocinha injustiçada, perseguida e tendo que provar sua inocência e ele interpretava um eremita delirante, fora da realidade:

[...] Donatela argumenta com Augusto (o “delirante”) que ele deveria vender suas terras. Augusto se defende com dois argumentos: construiu sua vida ali, naquela terra, ao lado da esposa (a que foi “abduzida”, que ele pensa ser a Donatela) e acredita que “esse pessoal só pensa em lucrar”. Donatela (a justiceira, do “bem”), por sua vez, deu outros dois argumentos: “Quê que tem? Todo mundo precisa de papel” e “Pelo que sei, é tudo 100% reflorestado”. É curioso que a TV Globo faça uma campanha semelhante - para não dizer igual - às campanhas, por exemplo, das empresas Aracruz Celulose e Stora Enso, líderes no mercado da indústria de celulose. Teria sido mais um exemplo do “merchandising social” - uma espécie de inserção de temas sociais para debate público no conteúdo de mídia - ou uma propaganda política? [...] Os telespectadores não conhecem, pelas mãos da mesma emissora e do seu departamento de jornalismo, o gigantesco conflito político que, aos olhos dos autores da novela, soa como um agradável bate papo para discutir se precisamos ou não de papel. (BARRETO, 2008, *e-paper*)

A questão posta por Barreto (2008) em artigo intitulado *O “merchandising social” da TV Globo e os desertos verdes*<sup>76</sup> se refere justamente a uma defesa que transparece da dialógica e da caracterização das personagens que a desenvolve no sentido de defesa do desmatamento e utilização de monocultura a serviço da indústria de celulose e, conseqüentemente, na contramão de qualquer postura a favor da ecologia e da proteção ambiental, a despeito da rede produtora ter elencado a defesa do meio ambiente como uma das ações socioeducativas da novela *A Favorita*. Muito pelo contrário, diante dos conflitos de norte ao sul do Brasil envolvendo tal problemática de uso da terra, soa para o autor do artigo – treinado a interpretar nas entrelinhas, ao

---

<sup>76</sup> Consultar o artigo integral no ANEXO O (p. 215).

contrário da grande maioria de telespectadores dos folhetins - como uma mensagem ideológica alinhada com os interesses da indústria de papel.

A existência de *comunidades interpretativas* atentas às mensagens hegemônicas é de fato muito útil para alertar as intencionalidades ocultas, mas deve-se atentar em contraponto que a audiência *não absorve os conteúdos como esponja* como advertiu Thompson (1998) e que as interpretações são *negociadas*, mediadas pela experiência e outros “lugares” de mediação, no processo complexo da *recepção negociada*. Os equívocos ou as mensagens mal intencionadas acabam sendo percebidas em algum momento e de alguma forma, ainda que seja por via da denúncia de *comunidades interpretativas*, que dispõem de redes de comunicação alternativa e possibilidades bem mais acessíveis, com as tecnologias digitais e suas múltiplas plataformas, de ampliarem o alcance de suas versões.

O portal de notícias G1 do conglomerado da Rede Globo coletou opiniões de especialistas em cada um dos principais temas desenvolvidos na novela *Caminho das Índias*, procurando saber a avaliação que fazem sobre a correção e eficácia das abordagens. Sobre a esquizofrenia, os profissionais médicos consideram o seguinte:

“A novela tratou do tema de uma maneira muito feliz. Campanhas como essas são totalmente necessárias para alertar a população. Hoje sinto que as pessoas chegam ao consultório mais informadas sobre o assunto, inclusive aqueles que se negavam a aceitar que um familiar pudesse estar sofrendo da doença. Glória Perez foi excepcional, assim como o Bruno Gagliasso. Deve ser muito difícil para um ator encarar um personagem como o Tarso. É como comunicar o incomunicável” - Júlia Catunda, psiquiatra e coordenadora do projeto “Dasdoida”. (apud OROSCO, 2009, *e-paper*)

“Achei caricato a forma como o problema foi apresentado. As cenas foram muito fortes e pacientes chegavam assustados ao consultório. O pior foi ter visto uma mãe dizer para um filho em tratamento: ‘você quer ficar como o Tarso?’. A novela não contribuiu para diminuir o estigma de que o esquizofrênico é um louco, quando na verdade o paciente pode levar uma vida normal, se tratado corretamente. Um esquizofrênico que chega ao estado do Tarso, na maioria das vezes, é porque faz uso de drogas ou não usa os medicamentos de forma correta” -Belquiz Avrichir, psiquiatra e coordenadora do Projeto Esquizofrenia do Hospital das Clínicas (Projesq). (apud OROSCO, 2009, *e-paper*)

As avaliações dos psiquiatras são diametralmente divergentes, como se pode constatar. Imaginem-se quantas divergências poderiam ser encontradas no âmbito de uma pesquisa abrangente no meio de profissionais de saúde e qual não seria o espectro de posições encontradas entre as *comunidades de interpretação* especializadas e não especializadas no universo da megaudiência heterogênea da telenovela! Em relação à



temática que abordou a falta de limites na educação e formação dos jovens de classe média, observe-se a opinião abaixo:

“É mais fácil educar o jovem rebelde do que pais coniventes, como foi mostrado no caso do Zeca. É preciso estabelecer limites e colocar o jovem em contato com a sua realidade, e não acobertar seus erros. A relação entre pais e filhos é cheia de amor, mas não deve haver espaço para a permissividade. As reflexões que devemos fazer depois dessa novela é ‘quem são os Zecas dos dias de hoje?’, ‘como estamos educando nossos filhos?’ e ‘que papel a escola tem para mudar a mentalidade de um jovem que pensa que pode tudo, porque a sociedade permite?’ - Miriam Paúra, pedagoga, membro da Associação Sul Fluminense de Orientadores Educacionais. (apud OROSCO, 2009, *e-paper*)

Quanto ao tratamento dado em *Caminho das Índias* ao problema das agressões aos professores na escola associado à temática da delinquência juvenil, registrou-se a seguinte avaliação:

“A autora mostrou um problema muito grave que hoje acontece tanto nas escolas públicas quanto nas particulares: a falta do reconhecimento da autoridade do professor. Atualmente não são poucos os casos de agressão, inclusive física, por parte dos alunos. Já tivemos casos sérios de professores que foram vítimas de difamação na internet, como aconteceu com a professora Berê. Ainda foi retratada na novela a permissividade dos pais, que acham os abusos dos filhos uma coisa normal, como os pais do Zeca. Nas escolas particulares é ainda pior: é bem comum os pais dizerem ‘eu estou pagando para a senhora aguentar meu filho’” - Maria Izabel Azevedo Noronha, presidente do Sindicato dos Professores do Ensino Oficial do Estado de São Paulo e membro do Conselho Nacional de Ensino. (apud OROSCO, 2009, *e-paper*)

É interessante ressaltar que em relação a essa temática específica, a telenovela de Perez criou um pólo contrastante bastante eficaz na trama, ao focalizar a reverência, respeito e atenção que a sabedoria dos mais velhos recebe na cultura tradicional indiana. A opinião dos velhos na estrutura familiar é observada como lei e não há como mudar a decisão do mais idoso, o que traz para tal abordagem, pela versão de seu outro extremo, um atrativo extra, além de um mote adicional à reflexão sobre a diversidade cultural dos povos.

No intuito de levantar os limites de abrangência do *merchandising social*, as jornalistas Rocha e Bilenky (2009, *e-paper*) interpelaram a citada presidente do Corde, Isabel Maior, se existem deficiências, sejam elas intelectuais ou físicas, que não consigam ser abordadas, no âmbito das campanhas sociais enxertadas nos produtos de teledramaturgia. Ao que ela responde, em tempo que também sugere um enfoque ainda inédito voltado aos deficientes auditivos:

Surpreendentemente, até mesmo a deficiência intelectual foi bem retratada. Numa novela em que a Regina Duarte adotou uma filha com síndrome de Down. Ela realmente passou pela mesma via-crúcis que uma mãe ainda tem que passar: a falta de aceitação das matrículas nas escolas de crianças com algum tipo de deficiência. A definição de política de educação é a inclusiva, ou seja, a novela retratou esse momento de transição, em que se discutia esse assunto. [...] Eu sinto um pouco de falta de ser contada a vida, o dia-a-dia, de uma pessoa com deficiência auditiva, ou o uso da língua brasileira de sinais. É um conjunto de pessoas que tem dificuldade de se comunicar através da oralidade. (*Ibid.*, e-paper)

Em coerência ao que o diretor da CGCom Luis Erlanger declarou sobre a independência da Rede Globo e autonomia dos seus roteiristas de novela, a titular do Corde ao ser solicitada a esclarecer qual a relação e como se dá a comunicação do órgão governamental com as emissoras-produtoras de *merchandising social* e os autores das telenovelas também sustenta a afirmação do jornalista porta-voz do conglomerado midiático:

Não temos canal formal de interlocução. Normalmente atuamos como instância de governo, prestamos qualquer tipo de consultoria solicitada. A própria sociedade civil se representa. Aconteceu muito na novela *América*, em que Marcos Frota fez o papel de uma pessoa cega. Naquela ocasião o presidente do Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa Portadora de Deficiência, Adilson Ventura, é uma pessoa cega, então ele próprio muitas vezes transmite sua experiência. Prefiro em especial que a própria sociedade civil se manifeste. Não procuramos (autores). Não há esse canal de procura de autores. Há uma disponibilidade para autores, escritores, todos. O ministro Vannuchi fala por toda a área. A Corde não interfere diretamente. (*Ibid.*, e-paper)<sup>77</sup>

### 6.11 Telenovela quase no “tempo real” do jornalismo eletrônico-digital

A cena da tetraplégica abastada de *Viver a Vida* comentando a postagem crítica da internauta coloca adicionalmente em relevo o questionamento de como é possível uma reação tão instantânea por parte da produção da novela, que já tem uma lógica operacional complexa na plasmação do formato ficcional, deixando entrever que esta dinâmica se aproxima do tempo de produção e circulação da *notícia*. Quer dizer que o tempo e a dinâmica de elaboração de um capítulo de novela se aproximam, atualmente, do tempo e dinâmica de elaboração da *notícia jornalística*. É amplamente divulgado que

<sup>77</sup> Para consultar íntegra da entrevista, recorrer ao ANEXO P (p. 220).

a elaboração de uma telenovela começa com seis meses de antecedência, entre escolha de sinopse até a gravação dos primeiros capítulos, mas o recente *subgênero teledramatúrgico* prenhe de *merchandising social* muda, em algumas de suas bordas, esta dinâmica, para absorver agilidade e capacidade de improvisação inédita.

O que significam tais mudanças? Que reflexões podem advir desta apropriação que o produto telenovela, que até bem pouco tempo poderia ser classificado de exclusivamente ficcional, faz da dinâmica temporal que almeja, como ideal de perfeição, atingir, na prática, o conceito de “tempo real”, já há alguns anos perseguidos pelo jornalismo eficiente e de mídias digitais?

O esvaziamento da agenda pública e a acumulação de problemas sociais, ambientais, urbanos etc., somada à ineficiência e incapacidades do setor público de enfrentamento das complexidades são alguns dos fatores apontados para a apropriação cada vez mais evidente da vida cotidiana das populações para a trama novelesca. A dramaturgia hibridizada com o *fato-notícia* põe em relevo o que está se processando em realidade na vida, na sociedade, e numa rapidez cada vez mais próxima do “tempo real” viabilizado pelas tecnologias eletrônico-digitais. Para isso, recorde-se aqui, o episódio exposto na seção inicial (capítulo1) deste estudo, sobre o caso do garoto João Hélio, arrastado por quilômetros num carro roubado de sua família e morto de maneira bárbara no Rio de Janeiro, com a introdução no dia posterior ao crime de cena sobre o assunto na exibição noturna da novela *Páginas da Vida*, de Manoel Carlos, e no mesmo dia em que os jornais impressos noticiaram o fato hediondo.

## **6.12 Interseção de realidade e ficção na interface de jornalismo e dramaturgia**

No capítulo de abertura deste trabalho tratou-se, com minúcia e fornecendo exemplos, sobre como quase a totalidade dos temas abordados em telenovelas brasileiras na atualidade transforma-se, paralela e muitas vezes articuladamente, em assuntos de debate no espaço midiático da informação jornalística, e não só por intermédio de veículos de jornalismo (telejornais, jornais impressos, revistas impressas e eletrônicas, conteúdo em *sites*, boletins radiofônicos etc.) pertencentes ao conglomerado da realizadora dos telefolhetins, mas ultrapassando estes limites, para ocuparem a grade de veículos concorrentes, configurando atrações muito sedutoras até mesmo de programas jornalísticos não “puro sangue”, mas de formatação híbrida,

combinando entretenimento e informação<sup>78</sup>, e ainda nos exclusivamente voltados à diversão, como os humorísticos mais tradicionais de maneira abrangente.

Destacou-se também na seção inicial não só o uso de fontes jornalísticas na elaboração dos folhetins eletrônicos como a absorção cada vez mais rápida do *fato-notícia* pela telenovela, em suas abordagens, tramas e enredos, como até mesmo a apropriação das convenções, dos discursos, formatos e narrativas do jornalismo, a exemplo da introdução, na narrativa ficcional, de programas de entrevista em que pessoas reais e personagens fictícias contracenam, ou mesmo a sucessão de depoimentos de indivíduos reais anexados ao final dos capítulos que já se tornou recurso estilístico do autor Manoel Carlos. O epílogo testemunhal em tom confessional funcionou tão a contento que ele usou em *Páginas da Vida* e repetiu a fórmula em *Viver a Vida* - estas que são as suas duas últimas criações no gênero, até então.

A busca obstinada de autores como Manoel Carlos por um “retrato da vida” dá impulso à simbiose aparente entre realidade e ficção, valendo-se simultaneamente dos recursos próprios da dramaturgia e do jornalismo, articulando o *fato-notícia* como uma *mediação*, uma instância vinculante entre os aparentes antagônicos domínios do verídico e da fabulação.

O *slogan* do programa governamental de estímulo à produção de documentários DocTV sustenta, com propriedade: “*Quando a realidade parece ficção é hora de fazer documentário*”. A dimensão espetacular como a realidade é apresentada nos espaços de notícia na contemporaneidade conduz a esta aproximação e apropriação mútua dos contextos reais e ficcionais. A prática de retirar dos espaços convencionais do jornalismo a inspiração, o substrato e o material de base para as tramas da telenovela é amplamente assumida pelos autores mais atuantes e prestigiados do cenário teledramatúrgico brasileiro. Aguinaldo Silva é um desses criadores sintonizados com o noticiário e costuma fazer um arquivo com o que mais lhe impacta a partir das fontes

---

<sup>78</sup> Afinal, além da exibição por longos anos de programas jornalísticos híbridos com dramaturgia, que exploraram aspectos catastróficos e melodramáticos, como o policial *Linha Direta* (Rede Globo), ao final da primeira década dos anos 2000, o telespectador brasileiro conta com outra modalidade de combinação de jornalismo com a comédia, a exemplo do CQC (sigla de *Custe o Que Custar*), um formato de programa originalmente argentino híbrido com o humor, exibido pela TV Bandeirantes (TV Band), no Brasil, mas franquia adquirida também por redes de TV de Espanha, Portugal, Itália, França, Israel, Chile, Equador, México e Estados Unidos. Tratando de temas variados, cobrindo da política à telenovela, o CQC adota o tom sarcástico e debochado em seu “noticiário” e em seus diversos quadros ou esquetes.

jornalísticas. Foi assim que o roteirista fez com uma das tramas da novela *Duas Caras* (Rede Globo).

[...] O autor coleciona reportagens de casos inusitados para, aos poucos, inseri-los em suas obras. Chegou a guardar, por 11 anos, um recorte de jornal sobre um famoso caso de adultério do Rio de Janeiro. O tesoureiro Niziomar do Espírito Santo morreu depois de ser atingido por uma bala perdida em um circo, em 1996. Na época, sua amante foi fotografada no meio da confusão e a traição foi então descoberta pelas duas famílias. Situação idêntica à vivida pelos personagens João Pedro e Célia Mara, de Herson Capri e Renata Sorrah, na novela das oito. “Quase tudo que escrevo hoje em dia sai dos jornais. Essa é a minha maior inspiração”, explica o autor, que foi jornalista antes de assinar folhetins. (MAIO, 2007, *e-paper*)

Cenas do cotidiano urbano que se tornam amplamente públicas porque são noticiadas, transformando-se, por efeito da publicização, em *fatos-notícias*, passam a frequentar cada vez mais a narrativa teleficcional. Fenômenos captados deste universo de violência cada vez mais banalizada pela recorrência, pela naturalização de bizarrices e frequência em que figuram nos espaços de publicização migram para os folhetins, na atualidade, em alguns casos, praticamente “sem escalas”, ou seja, buscando aproximar-se do “tempo real” da notícia jornalística midiaticizada por meio eletrônico-digital, a exemplo de algumas investidas de Manoel Carlos, em *Páginas da Vida*, com a introdução do caso do menino arrastado por um carro e morto por sequestradores, entre outros *fatos-notícias* reapropriados em folhetins de sua lavra.

[...] Manoel Carlos gerou vários debates ao “matar” a personagem Fernanda, de Vanessa Gerbelli, com uma bala perdida em *Mulheres apaixonadas*, em 2003, na Globo. E essa não foi a única vez. Antes, em 2000, em *Laços de família*, Ingrid, de Lília Cabral, deixou a trama depois de ser assassinada em um assalto. E *Páginas da vida*, de 2006, já começou com uma cena de arrastão na praia do Leblon. Maneco pretende continuar com a estratégia de colocar fatos verídicos em suas tramas. E sem delay. “Sonho com o dia em que vou poder escrever cada capítulo no dia da exibição”, exagera. (*Ibid.*, *e-paper*)

O desejo do autor de criar o capítulo no dia da transmissão expõe com clareza essa tendência de busca do “tempo real” e a meta de produzir uma crônica dramaturgicamente do cotidiano brasileiro, a partir da instantaneidade dos acontecimentos noticiados, ampliando ainda o alcance dos fatos para uma forma de abordagem estética em meio à narrativa ficcional. Entende-se que esta prática está fortemente ligada à intenção de não só explorar o impacto pelo frescor do fato, mas a comoção intrínseca do discurso dramaturgicamente, que não será necessariamente acrítica, mas, pelo contrário, traz, a partir de personagens que se tornam íntimos dos lares em que entram diariamente,

*proximidade e interesse* – esses que são alguns dos pré-requisitos para que o *fato* se torne *notícia* –, que vão resultar em reflexão adicional e mais um espaço para a repercussão de acontecimentos relevantes no contexto social e político, carregado de demandas crônicas e das incessantemente emergentes.

Fazem parte deste contexto fatos já assimilados como do cotidiano em grandes centros urbanos brasileiros, a exemplo de balas perdidas, “arrastões”, assaltos, sequestros, confronto armado entre policiais e traficantes ou entre eles mesmos na guerra por posse de pontos de venda de drogas, estouro de escândalos políticos e empresariais, fraudes e corrupção na máquina estatal ou mesmo experiências extracotidianas, como um tratorista se negar a derrubar uma casa popular ainda que esteja com uma ordem judicial para tanto. Essa realidade cotidiana, que em muitos casos “parece ficção”, é objeto de apropriação explicitamente assumida pelos teledramaturgos da contemporaneidade.

[...] Marcílio Moraes, autor de *Vidas opostas*, da Record, preferiu investir na identificação das classes mais populares na maioria dos personagens de sua última novela. E explorar a violência urbana, esquecendo as belas paisagens cariocas e usando uma favela como pano de fundo para sua história. E se deu bem, conseguindo atingir até 26 pontos de audiência em cenas que mostravam tiroteios e traficantes em guerra na trama. “Quando a novela só tem glamour e fica ligada ao universo fantasioso, amortece a capacidade crítica das pessoas”, deduz. (*Ibid.*, *e-paper*)

Há flagrantemente uma pauta jornalística influenciando e tencionando a produção dramaturgicamente televisiva atual. Estar em dia e sintonizado com o noticiário significa poder atualizar a reflexão por meio da vida e trajetória de personagens fictícios, que ganham torcidas de megaudiências. E se as abordagens primarem pela problematização das temáticas em coerência com sua complexidade inerente e a diversidade de interpretações que possam adquirir os fatos, por meio da ação e das várias escolhas dessas personagens, poder-se-á dispor de ganhos relevantes aos debates no âmbito da sociedade, lembrando sempre que a dramaturgia compreende um gênero de alto poder de persuasão e sedução.

[...] Marcílio [Moraes] não foi o primeiro a retratar a realidade das favelas na tevê. Em 1993, José Louzeiro estava se preparando para a estréia de *O marajá*, na Manchete, uma comédia baseada no governo de Fernando Collor de Melo. Com a proibição da novela, José teve pouco tempo para reaproveitar a equipe e traçar uma nova sinopse. “Foi a melhor coisa que poderia ter acontecido. Sempre me inspirei na realidade, mas só tive a oportunidade de escrever sobre o tráfico porque tinha que tapar rapidamente aquele

buraco”, lembra ele, pioneiro nesse tipo de inserção. A primeira vez foi em 1987, na novela *Corpo santo*, da Manchete. “Eu criticava e alertava a sociedade, mostrando injustiças e fatos reais poucos dias depois deles acontecerem”, gaba-se. (*Ibid.*, *e-paper*)

Transparece cada vez mais que a vocação da telenovela para abordar assuntos pautados a partir do noticiário já faz uma espécie de “escola” no âmbito da produção brasileira, se a referência inicial da prática de reutilização do *fato-notícia* nas narrativas ficcionais data em 1987. Com quase ¼ de século de uso contínuo dos temas oriundos do noticiário, pode-se pensar já na consolidação deste recurso, que vem delineando a atualização do gênero e da estética melodramática na configuração de um *subgênero teledramatúrgico* muito sintonizado com os acontecimentos do mundo real, incluindo os emergentes na área política, econômica, ambiental e científica que podem alterar a face da civilização e seus valores éticos de base. É útil lembrar, por exemplo, que a autora Glória Perez ao tratar, em *O Clone*, de uma das pesquisas científicas mais polêmicas e impactantes dos últimos tempos, que é a clonagem humana, por uma estranha coincidência na mesma trama estava abordando a cultura islâmica, justo quando ocorrem os atentados terroristas nos Estados Unidos da América em 11 de setembro de 2001, comandados pelo fundamentalista islâmico Osama Bin Laden, outro evento transformador e marco gerador de uma nova ordem política mundial.

Enquanto uns se inspiram nas páginas policiais, outros fantasiam a partir de fatos reais da área científica. Glória Perez já fez isso em *Carmem*, em 1987, na Manchete, falando sobre Aids; inseminação artificial em *Barriga de aluguel*, em 1990; transplante de órgãos em *De corpo e alma*, em 1992; e clonagem, em 2001, em *O clone*, entre outras. “Novelas também informam, não servem só para divertir”, alerta. Manoel Carlos concorda. “Faço muitas pesquisas e, de acordo com os resultados, escolho os temas”, explica. (*Ibid.*, *e-paper*)

Mas a configuração deste hipotético *subgênero teledramatúrgico* não abre mão da fabulação imaginativa, da sua dimensão ficcional e de suas alteradas e atualizadas raízes melodramáticas. Os vilões já não são mais os mesmos. Podem absorver uma gama apreciável de variações, relativizando e amenizando os pólos contrários do bem e do mal, como foi destacado no capítulo III deste estudo. E o enredo ainda é bem assentado sob o esquema de base da estética melodramática e da imaginação criativa inspirada na contemporaneidade. A combinação das dimensões reais e ficcionais é que fornece a “fórmula” para a telenovela elaborada e exibida na primeira década dos anos 2000.

Apesar de facilitar a vida de alguns autores, copiar situações da vida real para a ficção nem sempre exclui as possibilidades de abordagem de temas menos verídicos. Para Ricardo Waddington, diretor de Malhação e parceiro de Manoel Carlos em Mulheres apaixonadas e Laços de família, fantasia e realidade devem ser misturadas aos folhetins. “Não podemos esquecer que não existe o compromisso com a realidade. Novela não tem de documentar, mas pode receber pitadas de veracidade, sem problemas”, opina. Já para Wolf Maya, que dirige Duas caras, o maior atrativo da atual novela das oito é justamente se aproximar do cotidiano sem apostar em mocinhos e vilões. “Usamos esse antimanicheísmo porque o certo e o errado são colocados em jogo toda hora”, reflete. (*Ibid.*, e-paper)

Embora a tendência pela mistura temperada entre a inspiração na realidade e a imaginação ficcional esteja em marcha irreversível, aparentemente apoiada pela megaudiência das novelas, os teledramaturgos defendem a liberdade da criação e seu descompromisso com o documentário. Na verdade, essa trilha em direção ao chamado *docudrama* não deve aportar de vez aí nesse nicho teledramatúrgico, mas se deixar contaminar, como vem fazendo, com os influxos da realidade cotidiana, na busca por abordagens atualizadas e que tenham potencial de interessar, seduzir, emocionar e quiçá mobilizar a partir do *merchandising social* a tele-audiência marcadamente heterogênea do folhetim televisivo.

A busca pelo “retrato da vida” se revela em expedientes como o de ajustar o foco sobre o dia-a-dia de traficantes, como na novela *Guerra Sem Fim*, de José Louzeiro, na extinta Manchete, ou de gravar cenas não em “cidades cenográficas”, mas em favelas reais, a exemplo de *Vidas Opostas*, de Marcílio Moraes, produção da Rede Record, ou ainda de inserir personagens reais, como os funcionários dos bares, restaurantes, livrarias etc. do bairro da zona Sul carioca do Leblon nas gravações externas de *Páginas da Vida*, de Manoel Carlos, da Rede Globo. “Essas pessoas trouxeram credibilidade para a trama”, acredita este autor. (*Ibid.*, e-paper)

### **6.13 Ficção contracena com a realidade na narrativa dos telefolhetins dos 2000**

Entre as formas dialogais das instâncias a priori dicotômicas em relevo neste estudo, pode-se mapear uma extensa “topografia” em que a ficção contracena com a realidade. A interação de personagens fictícias com realidades do cotidiano, incluindo aí cenários, pessoas, problemas, soluções e projetos reais, transformou-se numa tendência do telefolhetim produzido na década inicial dos anos 2000. Observe-se, por exemplo, a



seguinte relação entre estatutos distintos: a inspiração para a composição da personagem tetraplégica *Luciana*, de *Viver a Vida*, é advinda da cadeirante da vida real Flávia Cintra, uma jornalista, mãe de gêmeos, que passa as informações de sua realidade de deficiente física diretamente para o autor Manoel Carlos subsidiando-o em sua tarefa de construção dramática e também para o trabalho de interpretação da atriz Alinne Moraes; mas a atuação de Flávia real ultrapassa os limites do mero trabalho subsidiário para “contracenar” com o jogo lúdico de ter um *link* de seu *blog* “Memórias de uma mãe cadeirante” disponibilizado no *blog* da fictícia *Luciana*. Além da função de “musa inspiradora”, Flávia assume uma posição extraordinária no jogo ficcional transmidiático, a partir da interação estabelecida com a estrutura complementar da ficção, representada pelo *blog*. Tal condição confere ao endereço virtual de uma cadeirante real ser um *hiperlink*, uma extensão, um segmento ou fragmento do endereço virtual de uma cadeirante fictícia, arrastando para essa instância uma história de vida, de fato vivida. Revela-se aí uma imbricação extraordinária entre os diferentes estatutos do verídico e da fabulação.

É claro que esta história da jornalista cadeirante mãe de gêmeos já é por si só uma narrativa interessante, sobretudo para uma pauta jornalística, e sua reaparição no programa *Fantástico*, em 7 de março de 2010, confirma isso, além de engrossar a fileira de exemplos que reforçam o argumento da existência do fenômeno de *retroalimentação contínua entre as fontes jornalísticas e a produção ficcional dos telefolhetins*, haja vista sobretudo que uma nova edição sobre o assunto vem pautado no gancho previsível do desenvolvimento simultâneo do *merchandising social* na trama de *Viver a Vida*.

Ainda sobre a interação entre tais categorias distintas em *Viver a Vida*, registra-se a sequência de cenas em que a personagem *Luciana* vai desfrutar da estrutura e benefícios montados pelo projeto real “Praia para Todos”, desenvolvido pela ONG Novo Ser, em algumas praias cariocas, no verão, e que consiste em oferecer aos cadeirantes acesso à praia, ao mar e também promover a prática de esportes especiais e outras atividades físicas adaptadas. A “tetraplégica” da novela pôde usar uma cadeira anfíbia e tomar um refrescante banho de mar na orla do Rio de Janeiro, onde os deficientes físicos de verdade também jogavam vôlei sentado (uma modalidade parolímpica), frescobol adaptado ou faziam surf em prancha especial produzida e cedida pelo surfista profissional Rico Souza. Mais que apenas uma gravação externa da novela num cenário real ao invés do preterido estúdio cenográfico, encontram-se aí

*personagens dramáticas contracenando com pessoas reais e numa estrutura real* voltada à inclusão delas, num projeto social para a promoção da cidadania e não num cenário construído para a ficção.

Entre os tentáculos que ligam o mundo ficcional da telenovela e o mundo real mais um sintoma de tal intimidade emerge quando a novela faz citação de indivíduos e seus feitos verídicos, ainda que sejam integrantes do ou aspirantes ao universo quase “irreal” das celebridades. O caso inédito da modelo e atriz cadeirante britânica Shannon Murray, que estrela, no mesmo período de exibição da novela, uma campanha de moda da grife Debenhams, em Londres, é assunto de postagem no *blog Sonhos de Luciana*, em que se evidencia a pronunciada semelhança até com as poses das fotos produzidas pela modelo cadeirante fictícia. Ultrapassando as esperadas repercussões em alcance global pelo “valor de notícia” devido ao ineditismo ou mesmo oportunismo comercial e de *marketing* que representa e que almeja tal campanha, não é difícil prever que a matéria ocupe vários espaços editoriais, em particular na mídia brasileira, de maneira abrangente, e que a associação ao *merchandising social* da novela do “horário nobre” é inevitável nas abordagens.

#### **6.14 Sacrifício da poética pela autoridade pedagógica**

Certa promiscuidade da realidade comezinha (ou mesmo de eventos extraordinários noticiados) com a ficção, alavancada pelo *merchandising social*, parece muitas vezes mergulhar a narrativa numa “naturalidade” tão pouco conformada ao universo da fabulação, que transparece daí flagrante estranheza, prenhe de “artificialidade” no discurso pedagógico cheio de autoridade transmitido pela telenovela, evidenciando, paradoxalmente, inverossimilhança que, ao mesmo tempo se distancia da tessitura poética inerente ao discurso dramático. É como se deslocassem as narrativas da esfera do lúdico e poético, que marcam as obras esteticamente mais emocionantes e persuasivas, para o banal sem carisma e sem excepcionalidade.

Apesar dos registrados benefícios do *merchandising social*, críticos da ferramenta socioeducativa que o folhetim adotou brotam de todos os lados e até mesmo entre os teledramaturgos há rebeldia, como no caso de Lauro César Muniz, que já foi contratado da Rede Globo, tendo produzido nesta empresa as obras *Roda de Fogo* e *O Salvador da Pátria*, e é significativo reter, que desde 2005, trabalha na Rede Record,

que, como se registrou acima, não dispõe de estrutura montada para operar com o *merchandising social* de maneira sistematizada como a rede rival. Muniz prefere abordar as temáticas sociais envoltas em “complexidade”, como declara abaixo em entrevista a Rocha e Bilenky (2009, *e-paper*):

- Nunca fiz *merchandising social* ou a vida toda fiz *merchandising social*. - Explico: não gosto de criar nichos para expor alguma mazela social que necessite de socorro. Isso eu já faço nos *merchandisings* de produtos do mercado. Como autor de novela, tenho essa obrigação contratual. - Fazer o mesmo para divulgar um problema social, me soa como proselitismo, demagogia que beira a beneficência. Em geral são cenas discursivas, didáticas, exposição explícita que em nada contribui. Semelhante à ridícula propaganda eleitoral. - Mas o social é a base principal de todas as minhas novelas: *Escalada* discutiu a ascensão de um homem da classe média, enfatizando a questão do divórcio. *Poder Paralelo* fala da corrupção e do crime organizado que está ligado aos poderes constituídos. - Minhas histórias, em geral preocupadas com a infraestrutura social e econômica do país, acabam por veicular as contradições sociais sempre presentes em nossas relações sociais. Minhas novelas buscam ser um grande painel para discussões de assuntos do momento o que, de certa forma, provoca alguma contribuição para o entendimento das muitas contradições sociais. Um grande *merchandising social*? - Acho que a diferença está na forma de estruturar as "mensagens". No *merchandising social* o didatismo estéril impõe ideias e verdades acabadas, mantendo o telespectador passivo. Na minha estrutura narrativa eu busco sempre manter pólos de contradições: as personagens não discursam sobre verdades acabadas, mas se contrapõem com suas posturas pessoais deixando ao telespectador a dedução sobre os fatos apresentados. Não defendo heróis e procuro não condenar vilões. Mostro-os agindo, sempre se manifestando em tom pessoal, nunca generalizando ideias acabadas. O espectador recebe ações humanas e a partir delas tira suas próprias conclusões. Procuro não emitir mensagens fechadas: minhas próprias contradições lançadas na novela vão se ligar às contradições dos telespectadores provocando uma reação ativa. (*Ibid.*, *e-paper*)

É necessário ressaltar que a dramaturgia carregada de todo seu potencial de persuasão é, além de espaço de desenvolvimento de narrativas, um lugar de exposição de ideias, problemáticas, conflitos, pontos de vistas, que são organizados seja pela dialógica, seja pela *performance* ou pelos aspectos visuais, numa perspectiva de grande envolvimento e capacidade de emocionar esteticamente no processo complexo de fruição. E quanto mais integrada à sua dinâmica singular as temáticas são organizadas e sua coerência interna for preservada, mais potente será sua capacidade de persuadir e emocionar, independente de escolhas estéticas pelo extenso espectro do verossímil ou do estilizado ou da proposital estranheza.

A dramaturgia destinada a megaudiências de perfil tão heterogêneo quanto o da telenovela opta por posições negociadas com a *doxa* vigente, avançando e recuando

estrategicamente aqui e ali em suas posições. E em seu *modus operandi* de obra aberta, joga tais avanços e recuos como uma sucessão de “balões de ensaio”, ou seja, numa perspectiva e dinâmica experimental, em que se depara com um sem número de *comunidades interpretativas*, de grupos de pressão, de expectativas e de compromissos comerciais próprios da veiculação do formato, do veículo e do investimento superlativo que geralmente faz, extraíndo daí deste emaranhado rizomático a sua inerente complexidade, e que vai exigir, de pronto, decisões de mais ou menos risco.

## 7. Considerações Finais

Ao ajustar o foco deste estudo sobre as interfaces entre instâncias a priori de estatutos tão distintos quanto o *real* e o *ficcional*, particularmente na dinâmica de gerar interseções e apropriações mútuas de temáticas e convenções formais no *modus operandi* da criação teledramatúrgica e da produção jornalística, nas franjas de virada do milênio, aportou-se mesmo na convicção sobre a existência de um *processo de retroalimentação contínuo* entre jornalismo e teledramaturgia, em que cada um “bebe” na fonte do outro.

Estima-se que se procedeu, ao longo deste trabalho, um levantamento, ainda que parcial e limitado, sobre a influência que o noticiário jornalístico exerce sobre a produção teledramatúrgica brasileira contemporânea, particularmente na plasmação da telenovela, e que, em vetor contrário, numa perspectiva de repercussão de sua relevância no contexto da vida nacional, apontou-se que há sempre pautas jornalísticas calcadas a partir de “ganchos” gerados pelo folhetim televisivo.

A contaminação ou “apropriação do real”, a partir do *fato-notícia*, pela plasmação teleficcional seriada da atualidade, tem como esteio a necessidade premente de atualização das temáticas, que aparecem nos espaços editoriais dos veículos jornalísticos em modulações espetaculares, já indicando certa promiscuidade com o universo da fabulação. O *slogan* do projeto DocTV tem razão ao afirmar que *quando a realidade parece ficção é hora de fazer documentário*. Cada vez mais o telejornal parece telenovela<sup>79</sup> e esta se aproxima do jornal, retirando dele alguns de seus motes.

A prática de migração de pautas de uma instância à outra corresponde, por um lado - justamente aquele que sai do noticiário para desembarcar na telenovela - à demanda que a sociedade faz sobre reflexões do cotidiano. Este cotidiano que, por efeito da exponencial circulação de informação, congestionada e se avoluma de incompreensões, de eventos que estão a exigir a todo dia processamento, ritualização para ser deglutido, encarado, superado, assimilado, num ambiente contemporâneo carregado de mal-estar. Neste universo sob tensão constante dos eventos de impacto que se tornam públicos, o cidadão contemporâneo é “esbofetado” diariamente e urge

---

<sup>79</sup> Vide a cobertura de tons melodramáticos de crimes que têm grande impacto sobre a opinião pública.

processar tal agressão. A dramaturgia é um seio acolhedor de debates de ideias, de conflitos, de exposição de problemáticas entremeadas em suas tramas, em seu enredo, através da dialógica expressa por personagens, com suas caracterizações contrastantes e seus perfis emocionais distintos. Portanto, um “lugar” privilegiado para abordagens complexas, a exemplo das que são sugeridas diariamente pelos eventos que se tornam notícias, ou seja, o que foi nomeado aqui como *fato-notícia*, entendido como uma categoria de *mediação* no processo que abrange *produção, produto e recepção* da telenovela contemporânea.

A atualização que ocorre por influência do noticiário na tessitura da telenovela, transformando algumas de suas convenções formais e assimilando suas temáticas, dá origem à adesão, em sua narrativa dramatúrgica, do instrumento publicitário conhecido por *merchandising social*, que, como se tentou evidenciar ao longo deste estudo, está aparentemente em trajetória de consolidação, sem que nada indique qualquer movimento de retração. Muito pelo contrário, sua presença quase “obrigatória” nas telenovelas a partir da década de 1990 aponta para o surgimento de um *subgênero teledramatúrgico*, um formato híbrido, em que são combinados ingredientes da *dramaturgia*, do *jornalismo*, da *publicidade* e da *educação informal*.

O *merchandising social* enxertado em programas de formatos diversos entre os do espectro do entretenimento foi batizado com a designação genérica de *edutainment*, indicador do resultado da hibridização de *educação* e *entretenimento* num mesmo produto. Na telenovela do tipo *edutainment* que surge deste entrelaçamento primário, notou-se ainda a presença da absorção da *função social do jornalismo* de informar, esclarecer, denunciar, debater, confrontar e formar opiniões, sugerindo a assunção de um formato capaz de configurar um novo *subgênero teledramatúrgico*.

Numa aproximação adicional a uma das clássicas funções do jornalismo investigativo, que é o de *denunciar*, a telenovela brasileira, que já é construída assiduamente na atualidade apropriando-se do *fato-notícia*, funciona também como um “delator”, um canal de denúncia que faz às vezes de “substituto” do noticiário, com potencial de despertar a opinião pública, mobilizar a imprensa em torno dos temas levantados pela narrativa ficcional e até oportunizar ações de instituições formais de repressão da sociedade, para as questões enredadas em seu desenrolar dramatúrgico. Pôde-se evidenciar mais este traço definidor de sua dinâmica social, por exemplo, a partir das operações deslanchadas pela Polícia Federal no sentido de flagrar e prender

traficantes internacionais de pessoas nos aeroportos brasileiros ou mesmo de alertar o serviço de imigração de países, para rotas de imigração ilegais, justamente na mesma época em que novelas abordavam estes problemas em suas tramas.

### 7.1 Telemelodrama-avatar

Às mudanças desencadeadas na plasmação da telenovela por influência e *mediação* do *fato-notícia* e da adesão do *merchandising social* na narrativa somam-se ainda os influxos avatares no interior da codificação de raiz do melodrama. A relativização dos pólos do *bem* e do *mal*, na construção das tramas e personagens do telemelodrama, deixa à mostra uma atualização do esquema convencional da estética melodramática a partir de transformações óbvias na *doxa* vigente na sociedade brasileira, que por sua vez é pautada, em apreciável medida, pela superlativa e veloz circulação de informação na dinâmica que é entronizada pelas tecnologias eletrônico-digitais.

Ressalta-se, contudo, a sobrevivência robusta da estética melodramática nos telefolhetins da década inicial dos 2000, ainda que sob efeito de atualizações lógicas delineadas por valores mutantes e fluidos da era pós-moderna imprevisível ou mesmo insondável. Então, detecta-se a adoção, por aproximação e afastamento alternados ou mesmo aleatórios dos códigos melodramáticos de raiz, ao sabor das escolhas de seus autores, que assumidamente se aproximam ou distanciam-se dos chamados “clichês” da estética bicentenária. A separação de pais e filhos, em suas versões possíveis, resultando no clássico *drama do reconhecimento* (de pessoas, filiação, maternidade ou paternidade) é recorrente nas telenovelas da atualidade, por exemplo. Um recurso que traz intacta para o formato contemporâneo a potência de comoção originária do melodrama.

Em consonância com a convicção da contemporaneidade, a construção de vilões não completamente maus e de mocinhos e mocinhas não inteiramente ilibados também coabita com a codificação tradicional melodramática na narrativa do telefolhetim. Essa atualização do melodrama é, em boa parte, consequência de décadas de acusação de maniqueísmo, a partir da polarização maldade/bondade, em que a relativização saiu

vitoriosa, embora o senso comum reclame quando o castigo exemplar à vilania não ocorre, deixando a audiência em sua maioria insatisfeita com o desfecho.

A cobrança vinda por parcelas notáveis da audiência por desenlaces idealizados bem ao modelo melodramático de *punição e recompensa* ou do *happy end* em confronto com as múltiplas pressões de *comunidades interpretativas*, especializadas ou não-especializadas, mas de formação ajustada a soluções mais verossímeis ou mesmo da linha das conclusões “politicamente corretas” ou ainda vindas de fileiras sintonizadas à cosmovisão e ao pensamento contemporâneos tencionam sobretudo o fazer da telenovela.

Como *obra aberta* ou em desenvolvimento progressivo, a telenovela exige dos seus elaboradores decisões ágeis e de mais ou menos riscos, sob o fogo cerrado de pressões mercadológicas, comerciais e financeiras ainda acrescidas às já elencadas acima. E os métodos para prospectar as expectativas da mega-teleaudiência são bússolas auxiliares das tomadas de decisões, que não podem ignorar os indicadores de audiência e a cotação de popularidade porque, é lógico, não podem prescindir do patrocínio e do lucro com o forte produto da indústria cultural, modelado pela estética basilar melodramática por onde ocorre a profunda relação identitária no país latino-americano.

O que se extrai dessa criação teledramatúrgica sob pressões plurivetoriais é que ela se caracteriza como um fenômeno de alta complexidade porque carrega consigo a potência de alterar e influir em muitos “lugares” da dinâmica sociopolítica-econômica brasileira, de maneira incontestável, ainda que se queira negar tal poder ou minimizar este alcance ou, pelo contrário, demonizar a sua atuação, caracterizando-a como mera mercadoria de baixa qualidade, produto sem valor estético e mais um formato televisual gerador de mensagens hegemônicas assimiladas acriticamente pela recepção, como *esponja absorve água*. Não, a telenovela não se reduz a isso!

O pressuposto referente à utilização dos recursos formais e temáticas da esfera do jornalismo pela teledramaturgia contemporânea como indicador duma certa tendência a suprir carências advindas do esvaziamento da agenda pública, da ausência crônica do Estado, cada vez se eximindo mais e mais das outrora responsabilidades públicas, ao lado da concentração e emergência de problemas complexos no âmbito da sociedade, reforçou-se ao longo deste estudo, sobretudo a partir da constatação de que a empatia e interação estabelecidas com o público revelam um dinamismo pulsante de envolvimento coletivo.



A notícia faz a cena. A notícia dramaturgicamente construída na telenovela estende o *fato-notícia* – fugaz, efêmero e condenado ao vencimento de validade já no instante seguinte, substituído por outro mais recente – à dimensão da ficção, e nisso prolonga sua vigência, ao passo que eleva o potencial para a reflexão sobre os acontecimentos publicados, ainda que dilate simultaneamente a capacidade de provocar comoção sob o tratamento melodramático. Afinal, até mesmo a dramaturgia pautada no recurso didático do *distanciamento* brechtiano não prescinde da emoção estética!

## 7.2 Teledramaturgia quase em “tempo real” e sua extensão ao blog

Procurou-se aqui destacar também que a apropriação da notícia pela telenovela em sua versão atual almeja alcançar dinâmica e temporalidade operacional próximas das características do jornalismo da era eletrônico-digital objetivado na meta do “tempo real”. A telenovela que começa a ser planejada com seis meses de antecedência já tem a agilidade de integrar ao capítulo do dia uma notícia fresquinha. Aliás, esse é o sonho confesso do teledramaturgo realista-naturalista Manoel Carlos, como foi antes registrado.

Como traço estilístico definidor da emergência de um *subgênero teledramatúrgico*, o *merchandising social* colado às tramas da telenovela revelou-se uma ferramenta socioeducativa de comprovada eficiência em influir no comportamento e estimular ações e práticas de inclusão, de acordo com seu histórico de êxitos. Vários casos bem-sucedidos foram relatados, embora alguns equívocos nas abordagens de temáticas, incluindo aí mensagens que foram interpretadas como abusivas e flagrantemente mal-intencionadas, também ganharam espaço, reforçando a convicção de que os conteúdos de inspiração hegemônicos não passam despercebidos pela recepção, que as *comunidades interpretativas* são atuantes e que a fruição das obras teledramatúrgicas é atravessada por múltiplas *mediações*, originárias de outras tantas *fontes de mediações*, como defendem Martín-Barbero (1997, 2004) e Orozco Gómez (1993, 1994).

Assim, entende-se que o *fato-notícia* é uma *mediação* e o noticiário jornalístico uma *fonte de mediação*, tanto na elaboração – que é o foco preferencial dessa abordagem – quanto na recepção da telenovela da atualidade. O que significa compreender todo o processo comunicativo complexo da telenovela interrelacionado

desde sua produção até a fruição pela megaudiência, com seus múltiplos retornos reorientadores do produto que se constrói “em parceria”.

No intuito de marcar inequivocamente a posição da autoria deste estudo sobre a aderência do *merchandising social* na narrativa ficcional conclui-se que se trata de um poderoso recurso de persuasão, com notável eficácia para promover campanhas de inclusão social, esclarecendo sobre diversos aspectos em demanda pela sociedade, auxiliando a derrubar preconceitos e desconhecimentos sobre temáticas pontuais em flagrante carência e urgência no âmbito social e que vem angariando retornos de substancial relevância em seus propósitos, a despeito de ter sido usado, em alguns casos registrados no decorrer deste trabalho, erroneamente, com abordagens inadequadas, e em outros, com estratégias tão equivocadas que parecem mesmo mal-intencionadas.

### **7.3 Fruições alternativas e correções de rota**

Também se entende como bastante plausível que a decodificação das mensagens seja *negociada* no complexo processo de recepção e que nessa dinâmica não há comportamento ou atitude de absorção irrefletida ou automaticamente alinhada com a transmissão. Longe das escolhas exclusivas em bifurcação por assimilação alienada e acrítica de um lado e de negação, denúncia e rejeição do outro, a recepção tem alternativas como a fruição lúdica, prazerosa, compreensiva, crítica, seletiva... e o controle remoto é aliado nisso.

A elaboração da telenovela como *obra aberta* em contínua construção mostra-se capaz de operar, com agilidade notável, correções de rota ou mesmo tentativas de minimizar erros muito gritantes e que mereceram protestos das *comunidades interpretativas* aos tratamentos equivocados de temas pelo *merchandising social*. O caso da tetraplégica *Luciana*, de *Viver a Vida*, ilustra bem este expediente de tentar adequar uma abordagem em parâmetros mais palatáveis, ainda que em muitos casos resultem inócuos ou evidenciem ainda mais a falha de origem.

Entre outros recursos “atenuantes” do erro inicial, a cadeirante milionária presenteada pelo pai rico com um supercarro adaptado faz espécies de “laboratórios vivenciais”, experiências “exóticas” como sair a bordo de sua cadeira de rodas para um trajeto até um restaurante, em que precisa passar por calçadas esburacadas, obstruídas por mesas e ambulantes, pela ausência de rampas, acessos fechados por carros mal

estacionados e usar o ineficiente sistema de transporte coletivo com todas as suas inadequações – exatamente como os milhões de deficientes físicos brasileiros das classes médias e baixas têm que enfrentar diariamente nas suas cidades. Ainda que chame a atenção para tais mazelas, responsabilizando a sociedade e o poder público, é óbvio que o paliativo revela-se precário ao expor a hipocrisia indisfarçável, estampada na falha, desde a sua origem desastrada, enquanto ferramenta de promoção socioeducativa.

Em contraponto a estes problemas de abordagem, o *merchandising social* da novela *Viver a Vida*, ao eleger o relevante tema da deficiência física, acerta no alvo ao conseguir sensibilizar coletivamente a sociedade brasileira para a causa, acabando por estimular e exigir políticas públicas no sentido de melhorar a infra-estrutura urbana e a rede de cobertura social e médica às necessidades especiais e assim minorar os crônicos constrangimentos por que passam as pessoas afetadas. Veja-se, por exemplo, no Anexo Q (p. 223), um positivo desdobramento da questão em alcance intercontinental, tratado na matéria intitulada *Brasil e OEA discutem criação de índice de acessibilidade para deficientes*, e também a iniciativa em nível municipal da cidade de Salvador, retratada na matéria reproduzida no Anexo R (p. 224), de introduzir normas de regulamentação do serviço de transporte de táxi para garantir, entre outras demandas, a acessibilidade de usuários com deficiência – notícias publicadas respectivamente, em fevereiro e março de 2010, período de exibição da referida telenovela.

Nestas circunstâncias e com estes retornos, como ser contra o instrumental *publicitário-jornalístico-dramatúrgico-educacional informal* que se convencionou chamar de *merchandising social*? Ainda que em algumas de suas cenas de cunho socioeducativo haja um sacrifício do resultado estético dramatúrgico, a relevância de seus objetivos justifica a perda, que geralmente se torna eclipsada diante das conquistas obtidas por tal ferramenta, e, sobretudo porque os criadores da telenovela já estão cada vez mais adquirindo *know-how* neste relativamente novo tipo de dramaturgia, neste *subgênero teledramatúrgico*.

É visível que houve um aprendizado dos produtores. É aparente que as mensagens que visam persuadir já estão mais “naturalmente” inseridas às tramas, fazendo recuar a estranheza de certa “artificialidade”, mais assiduamente observada no início do uso deste recurso, em meados da década de 1990. De lá para cá, melhorou-se bastante, mas ainda é possível flagrar, em 2010, deslizes na tessitura dramatúrgica ao

perseguir mensagens “politicamente corretas”, deixando escapar a característica dialética inerente ao gênero dramatúrgico, além de expor inadequações no desempenho dos intérpretes cênicos, em muitos casos, até mesmo em decorrência desta precariedade textual de origem.

Outra observação diz respeito ao uso inaugural *transmidiático* do *merchandising social* da telenovela supracitada, que estende sua ficcionalidade à Internet, através do *blog Sonhos de Luciana*. O instrumento extensivo da ficção promove mais um canal de interatividade com a audiência internauta e mais um recurso de prospecção das expectativas do público sobre os rumos da trama, destinos de personagens e desfecho de enredo da *obra aberta*, em que a participação dos telespectadores é orientadora, em larga medida, das decisões tomadas, em última instância, pelos roteiristas, que fazem questão de alardear tal autonomia, para preservar a independência autoral, pelo menos como estratégia de *marketing* da categoria. Vale ainda ressaltar o estatuto curioso deste *blog* real de uma titular ficcional, implantado num ambiente virtual. Ambiguidade ontológica notável! Observe-se, por exemplo, a postagem de *Luciana* sobre a aventura de passear de ônibus coletivo, sob o título “Pelo direito de ir e vir”:

**qua, 24/03/10 por Luciana | categoria Acessibilidade, Exclusão | tags Acessibilidade, Trânsito**

Bem que já tinham me falado, mas precisei ver para crer. Fui sentir, de perto, como é andar de ônibus estando em uma cadeira de rodas. Posso dizer que fiquei horrorizada com tudo que encontrei pelo caminho. Primeiro: circular nas calçadas da nossa cidade é um transtorno! Os carros estacionam em locais impróprios, não há rampas para facilitar a nossa vida... Vou te contar. A cidade nos exclui, MESMO. É como se nos dissessem: “Fiquem trancafiados em casa. Vocês não têm nada para fazer na vida mesmo”.

Passado esses primeiros obstáculos, chegamos, Mia e eu, ao ponto de ônibus. Depois de quarenta minutos esperando um raio de um veículo adaptado, ainda tive que encarar um motorista impaciente, um trocador de má vontade e passageiros rabugentos. Vocês acreditam que um cidadão teve a coragem de dizer para eu pegar um taxi porque ele não podia se atrasar para o trabalho? Gente, que constrangimento! Ele não pode se atrasar e eu posso ser largada no meio da rua???

Fiquei bem triste com tudo, sabe? Algo absolutamente corriqueiro como andar de ônibus transforma-se em pesadelo. Falta estrutura, preparo, educação e gentileza! Uma única moça, passageira do ônibus, ficou do meu lado. O resto, nem quis saber... Precisamos acabar com isso. A cidade é um espaço coletivo, em que todos devem ter as mesmas condições de circulação. E as soluções são simples. Uma rampa adequada nas calçadas para a subida e descida de cadeiras, por exemplo, não me parece nada extraordinário! Muito menos educação e gentileza. Preconceito está totalmente fora de moda. Concordam comigo?

Se você passou por alguma aventura semelhante à minha, me envia sua história. Unidos, temos mais forças para colocar a boca no trombone e mudar essa lamentável realidade!

Recolheu-se este “relato” da personagem tetraplégica de *Viver a Vida* quando havia 20 comentários de cibernautas cadeirantes e não-cadeirantes que interagem com a personagem como se fosse uma pessoa real ou mesmo se dispondo a entrar no esquema lúdico da ficção em sua interface com a realidade, no caso, no adverso mundo real dos deficientes físicos, por meio da interlocução com uma entidade fictícia, que passa até a “representar” a categoria, na realidade. Foram selecionados aqui dois dos comentários que expõem estes traços:

*Andrea Barros:*

24 março, 2010 as 9:42 am

Olá, Luciana! Achei o teu acto de enorme grandeza, PARABÉNS!! Tu tens possibilidades de quase nunca passar por este tipo de constrangimentos, mas quiseste sentir na pele, o que a grande parte dos cadeirantes passa. Eu sou portuguesa, vivo em Lisboa e tenho um irmão autista, com epilepsia, que anda de cadeira de rodas... Aqui em Lisboa passamos o mesmo problema que tu, mas pior... NÃO existem ônibus para cadeirantes!!!! É verdade!! Aqui se fores diferente, tens que ser rico. É UMA VERGONHA!!!! Continua a ser activa com a tua causa, Luciana! Só com atitudes destas, é que este mundo desigual, se torna de TODOS e para TODOS!!! Beijinhos de Portugal e força na tua superação.

*Giselle Lessa:*

24 março, 2010 as 10:39 am

Luciana, admiro a sua vontade de experimentar algo novo, nesse novo modo de viver, para mostrar qual é a nossa realidade! Estou feliz porque na baixada fluminense, os ônibus estão sendo reformados e todos já tem (sic) acesso para os deficientes, vivo em Nilópolis e acho que em todo lugar deve existir (sic) respeito com as pessoas. Não desista de ser feliz!!Beijocas!!

As imbricações entre realidade e ficção configuram uma relação inusitada em que as cenas da telenovela são relatadas no *blog* real da personagem fictícia como acontecimentos verídicos, comentados por pessoas reais, cujas postagens reais e com conteúdos calcados sobre a realidade passam a ser comentadas no capítulo seguinte da novela, se o assunto não for diretamente incorporado à trama por sugestão dos internautas, que incluem fisioterapeutas, odontólogos especializados em tratamentos de deficientes, psicólogos, pessoal médico de várias especialidades afins aos portadores de necessidades especiais etc. Há, portanto, uma mobilização de colaboradores ou até mesmo – é bom desconfiar – interessados comercialmente em torno da causa alavancada pelo *merchandising social*, que se prolonga no universo virtual da net.

Mas há ainda explícita aí uma sucessão de simulacros que ultrapassa a ideia platônica de cópia da cópia inferior da forma ideal, que sintetiza o descrédito sobre as

representações artísticas concentradoras de suspeitas, em direção da compreensão consensual pós-moderna de Jean-Baudrillard, Jean-François Lyotard e Gilles Deleuze de que o simulacro não é apenas cópia da cópia, haja vista que, “ele de alguma forma evita o contato com a forma ideal.” (COCHRANE, 2003, p. 307).

#### 7.4 Mapeamento para estudos posteriores

A contribuição que pôde trazer o presente estudo acredita-se que se situa na compreensão das relações dialogais entre instâncias que a priori são ontologicamente separadas e que estabelecem circuitos tão íntimos de interpenetração mútua tal como esforçou-se aqui para evidenciar, nos domínios da ficção e da realidade, representados pela dramaturgia e pelo jornalismo.

Deseja-se adicionalmente esclarecer que, embora, neste estudo, tenha-se tocado nas críticas sobre inexatidões conceituais relativas à abordagem martin-barberiana das *mediações*, que revelariam certa fragilidade epistemológica, a despeito de seu valor heurístico, isso foi feito apenas por motivação de registro, porquanto este trabalho não se situa no campo do debate, da pesquisa e revisão epistemológicas, que já estão sendo desenvolvidas e que, certamente, deverão ser aprofundadas em espaços mais adequados a este gênero de embate teórico.

Contudo, uma defesa possível à formulação das *mediações* em rebate à acusação de ser uma espécie de “conceito guarda-chuva”, que tudo abriga, pode justamente ser encontrada nesta mesma potencialidade multifacetada, nestes mesmos traços de sua plasticidade superlativamente adequada à abordagem e compreensão de fenômenos transdisciplinares, como os processos comunicacionais se revelam. O que pode ser interpretado como imprecisão, carente de clareza, pode, na verdade, revelar a característica central de maleabilidade inerente ao objeto complexo. Afinal, o que pode ser mais transdisciplinar que a Comunicação? Ela está envolvida em praticamente tudo da vida humana.

No entanto, esta é uma abordagem para outro estudo, com outro recorte, e que venha a dar densidade à temática tão instigante quanto esta, que diz respeito à epistemologia e sua necessidade de gerar rigor, conceitos mais exatos, “fechados” e precisos. A *teoria das mediações* de Martín-Barbero e sua complementação das *múltiplas mediações*, por Orozco Gómez, mostraram-se satisfatórias para a análise

compreensiva que se procedeu neste trabalho, porquanto o conceito abarca uma noção de transversalidade sobremodo aplicável aos fenômenos complexos envolvidos na comunicação. E demonstraram-se extremamente competentes e adequadas na pesquisa empírica de recepção de telenovela empreendida por Maria Immacolata Vassallo de Lopes e equipe. Que outros estudos surjam para tentar solucionar as questões levantadas por seus críticos!

## 8. Referências

- ADORNO, Theodor W. *Culture Industry Reconsidered*. New German Critique nº6, outono, 1975.
- ALI, Nabil Sleiman Almeida. *Análise do Discurso Ideológico do Merchandising Social*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo. 2008. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47131/tde-05062008-143358/>  
Acesso em: fevereiro de 2010. 119p.
- ALMEIDA, Cândido José Mendes, Cláudia Macedo e Ângela Falcão (orgs). *TV ao Vivo*. Depoimentos. Fernando Barbosa Lima, Walter Clark e Homero Sanches. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- ALMEIDA, Cândido José Mendes e Maria Elisa de Araújo (orgs). *A Televisão Brasileira ao Vivo*. Depoimentos de André Mendes de Almeida, Arthur Fontes, Cláudio Torres, Euclides Marinho, Fátima Aly, Fernando Barbosa Lima, Gilberto Braga, Leonor Brassères, Luiz Fernando Carvalho, Lúcia Leme, Luiz Gleiser, Guel Arraes, Maria Teresa Souza Monteiro, Olga Curado, Otávio Florisbal, Patrício Mello, Paulo José, Ruberto Appel, Roberto Irineu Marinho, Roberto Muylaert, Sylvio Luiz. Rio de Janeiro: Imago, 1995.
- ALMEIDA, Heloísa Buarque. *Muitas Mais Cousas: Telenovela, Consumo e Gênero*. Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas – Universidade Estadual de Campinas. Tese de Doutorado, 2001.
- ANDERSON, Benedict. *Imagined Communities*. Londres: Verso, 1983.
- ARISTÓTELES. *Poética*. Tradução direta do grego, com introdução e índices de Eudoro de Souza. Lisboa: Guimarães & C.<sup>a</sup> Editores. 1951. 169p.
- BALANDIER, Georges. *O Poder em Cena (Le Pouvoir sur Scènes, original Éditions Balland, 1992)*. Trad. Ana Maria Lima. Revisão Científica: Tito Cardoso e Cunha. Coimbra: Livraria Minerva Editora. 1999. 152p.
- BALSINELLI, Paula. *Mania de roubar*. IG - Coluna Delas – O Portal da Mulher. Disponível em: [http://delas.ig.com.br/materias/319501-320000/319709/319709\\_1.html](http://delas.ig.com.br/materias/319501-320000/319709/319709_1.html). Postado em 7 de julho de 2005, às 22h19. Acesso em: 23 de julho de 2005.
- BARRERA, Adriana. *México vai exigir vistos de brasileiros*. Reuteurs. Publicado em site Yahoo! Notícias Mundo. Disponível em: [www.yahoo.com.br](http://www.yahoo.com.br). Postado e acessado em quinta-feira, 08 de setembro de 2005, às 22h39.
- BARRETTO, Gustavo. *O “merchandising social” da TV Globo e os desertos verdes*. Ciranda. Net. Domingo 5 de outubro de 2008. Disponível em: <http://www.ciranda.net/spip/article2489.html>. Acesso em: 21 de março de 2010



BARTHES, Roland. *Introduction à l'analyse structurale des récits*. In: Communications, n. 11. Paris: Le Seuil, 1968.

BASTOS, Marco Toledo de Assis. *Do sentido da mediação: às margens do pensamento de Jesús Martín-Barbero*. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 35, abril de 2008: e-papers. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/5369/4888>. Acesso em: 12 de janeiro de 2010.

BASTOS, Maria de Fátima Barretto. *Sedução do Drama – Estética do paroxismo no 'Linha Direta' da Rede Globo*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas (PPGAC). UFBA. Salvador. 2003. 360p.

BAUDRILLARD, Jean. *La fin de la modernité ou l'ère de la simulation*. IN: Encyclopaedia Universalis. Supplement, pp. 8-17. Paris: Encyclopaedia Universalis, 1980.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Trad. Plínio Dentizien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora. 2001. 258p.

\_\_\_\_\_. *Globalização – As Conseqüências Humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora.

\_\_\_\_\_. *Modernidade e Ambivalência*. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora. 1999. 334p.

\_\_\_\_\_. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. Trad. Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama. Revisão Técnica Luís Carlos Fridman. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora. 1998. 262p.

\_\_\_\_\_. *Ética Pós-Moderna*. São Paulo: Editora Paulus.

\_\_\_\_\_. *Culture as Praxis*. Sage Publications Ltd.

\_\_\_\_\_. *Life in Fragments – Essays in Postmodern Moralities*. Blackwell Publishers.

BERGSON, Henri. *O Riso. Ensaio sobre a significação do cômico*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987. (A primeira edição do original em francês é de 1900, de acordo com nota de Cleise Mendes)

BIÃO, Armindo. “Etnocenologia, uma introdução”. IN: *Etnocenologia - Textos Selecionados*. GREINER, Christine; BIÃO, Armindo (Org.). São Paulo: Ed. Annablume. 1999. 193 p.

BIÃO, Armindo, PEREIRA, Antonia, CAJAÍBA, Luis Cláudio e PITOMBO, Renata. *Temas em Contemporaneidade, Imaginário e Teatralidade*. São Paulo: Ed. Annablume. Salvador: GIPE-CIT. 2000. 364p.

\_\_\_\_\_. (org.) *Artes do Corpo e do Espetáculo: questões de etnocologia*. Salvador: P&A Editora. 2007. 492 p.

BORELLI, Silvia Helena Simões. Telenovelas: Padrão de Produção e Matrizes Populares. In: BRITTOS, V. C. & BOLAÑO, C.R.S.B. (orgs). *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

BRANDÃO, Cristina. *Novela e Merchandising*. Coluna Televisão e Cultura - Ficção, crítica, história e teatro na TV. Disponível em: <http://www.oclick.com.br/colunas/brandao87.html>  
Acesso em: 13 de fevereiro de 2010.

BROOKS, Peter. *The Melodramatic Imagination: Balzac, Henry James and the Mode of Excess*. New Haven: Yale University Press, 1976.

CALIL, Ricardo. *Tudo pelo sexual*. Sítio IG. Coluna No Mínimo Especial. Disponível em: <http://www.nominimo.ig.com.br/>. Postado e acessado em 18 de julho de 2006.

CALZO, Rose. *O Que É Telenovela*. São Paulo: Brasiliense. 1996.

CANCLINI, N.G. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

CAPARELLI, Sérgio. *Televisão e Capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CARDOSO, Ruth e Esther Império Hamburger. *Youth and the media in Brazil*. International Social Science Journal. Population: Issues and Policies, vol 141 (3), Blackwell, 1994, p 456-60.

CHAMBAT, Pierre e Alain Erhenberg. *Les Reality Shows, Nouvel Âge Televisuel?*. Esprit, Jan, 1993.

CLARK, Walter e Gabriel Piolli. *O Campeão de Audiência. Uma Autobiografia*. São Paulo: Best Seller, 1991.

COCHRANE, Richard. Simulacro. IN: EDGAR, Andrew e SEDGWICK, Peter (orgs.). *Teoria Cultural de A a Z: Conceitos-chave para entender o mundo contemporâneo*. São Paulo: Contexto. 2003. P. 306-307

COSTA, Lígia Militz da. *A Poética de Aristóteles – Mímese e verossimilhança*. São Paulo: Editora Ática S. A. 1992. 80p.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo e Comentários sobre A Sociedade do Espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto. 1997. 238p.

ECO, Umberto. *A Definição de Arte*. Trad. José Mendes Ferreira. Lisboa. Edições 70. 1986.

\_\_\_\_\_. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1970.

EDGAR, Andrew e SEDGWICK, Peter (orgs.). *Teoria Cultural de A a Z: Conceitos-chave para entender o mundo contemporâneo*. São Paulo: Contexto. 2003. 392 p.

EZABELA, Fernanda. "Novela política" diversifica audiência e muda rotina nas TVs. Agência Reuters. Uol Últimas Notícias. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/ultnot/reuters/2005/08/03/ult1928u1347.jhtm>. Postada quinta-feira, 3 de agosto de 2005, às 22h24. Acesso em: 3 de agosto de 2005.

FADUL, Anamaria. *Serial Fiction in TV: The Latin America Telenovelas*. São Paulo: ECA-USP, 1993.

FADUL, Anamaria e Emile McAnany e Ofélia Torres Morales. *As Temáticas Sócio-demográficas nas Telenovelas Brasileiras. (1980-1995)*. Trabalho apresentado na 20<sup>th</sup> *International Conference in Social Communication Research*. Sydney: Austrália, 18-22 ago, 1996.

FARIA, Vilmar E. e Joseph E. Potter. *Televisão, Telenovelas e Queda de Fecundidade no Nordeste*. Novos Estudos Cebrap nº 62, São Paulo, mar 2002, p. 21-39.

FELTRIN, Ricardo. *Para Globo, "equivoco" em novela vira merchandising social*. UOL News. 03/05/2007 - 13h04. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/uolnews/celebridades/ooops/2007/05/03/ult2548u326.jhtm> Acesso em: 27 de fevereiro de 2010. *E-paper*.

FILHO, Daniel. *O Circo Eletrônico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

FISK, John. *Television Culture*. Londres: Methuen, 1987.

GARCIA CANCLINI, Nestor. *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de la Globalización*. México. Grijalbo. 1995.

\_\_\_\_\_. *Culturas Híbridas*. México: Grijalbo. 1990.

GEORGE, David S. *The Modern Brazilian Stage*. Austin: The University of Texas Press, 1992.

GOMES, Dias. *Apenas um Subversivo*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

GUIMARÃES, Hélio. *A Presença da Literatura na Televisão*. Revista USP. Dossiê Sociedade de Massa e Identidade, nº32, dez/jan/fev 1997.

GRIBEL, Álvaro. *Rita Lee critica Zezé Di Camargo e Glória Perez*. O Dia On-Line, Editoria Cultura & Lazer. Disponível em: [http://odia.ig.com.br/cultura/htm/geral\\_5646.asp](http://odia.ig.com.br/cultura/htm/geral_5646.asp). Postada em 21 de setembro de 2005, às 18h35.

HALL, Stuart. *Encoding/Decoding*. IN: *Culture, Media, Language*. Stuart Hall et al (orgs). Londres, Hutchinson, 1986.

\_\_\_\_\_. *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Organização Liv Sovik. Tradução: Adenaine La Guardia Resende et all. Belo Horizonte: Editora da UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003. 434 p.

HAMBURGER, Esther. Diluindo Fronteiras: As Novelas no Cotidiano. IN: Lilia Schwarcz (org) *História da Vida Privada no Brasil*, vol 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

\_\_\_\_\_. *O Brasil Antenado – A Sociedade da Novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2005. 193p.

\_\_\_\_\_. Representações sobre a Reprodução em Novelas Brasileiras. IN: Maria Coleta de Oliveira e Maria Isabel Baltar (orgs). *Saúde Reprodutiva e Política na América Latina*. CampinasUnicamp, 2001, p. 279-301.

HEGEL. *Estética. Poesia*. Lisboa: Guimaraes Editores. 1964.

HEROLD, Cacilda M. *The Brazilianization Of Brazilian TV: A Critical Review*. Studies in Latin American Popular Culture, vol 7, 1988.

HERZOG, Clarice e Lea Chagas Cruz. *A Novela na Família X: A Família na Novela*. Mimeo, 1993.

HOBSON, Dorothy. *“Crossroads” : The Drama of a Soap Opera*. London: Methuen, 1982.

HUYSSSEN, Andreas. *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Post-Modernism*. Bloomington: Indiana University Press, 1986.

JABOR, Arnaldo. *Investigação sobre a Revolução Mexicana na TV*, Arnaldo Jabor entrevista Albino Castro e Marcos Wilson, diretores do *Aqui, Agora*. Folha de São Paulo, caderno 5, p.3, 22 jun 1991.

JACKS, Nilda e SOUZA, Maria Carmem Jacob de (orgs). *Mídia e Recepção: televisão, cinema e publicidade*. Salvador: Edufba. 2006. 212p.

JORDÃO, Fátima. *TV Globo Rules the Brazilian Skies*. IN: Richard Paterson (org), *TV Globo: Brazilian Television in Context*. Londres: BFI, 1982, p. 4-11.

JOST, François. *Seis lições sobre televisão*. Elizabeth Bastos Duarte e Maria Lítia Dias de Castro (orgs). Porto Alegre: Sulina, 2004. 174p.

KEHL, Maria Rita. Eu vi um Brasil na TV, IN: Maria Rita Kehl, Alcir H. da Costa e Inimá F. Simões (orgs.), *Um País No Ar: História da TV Brasileira Em Três Canais*. São Paulo/Rio de Janeiro: Brasiliense/Funarte, 1986.

KEHL, Maria Rita et al., *Anos 70: Televisão*. Rio de Janeiro: Europa, 1979.

KORNIS, Mônica Almeida. Agosto e Agostos: História na Mídia. IN: Ângela de Castro Gomes (org). *Vargas e a Crise dos Anos 50*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1994.

\_\_\_\_\_. *Uma História do Brasil Recente nas Minisséries da TV Globo*. Tese de Doutorado apresentada à ECA-USP. 2001.

LEAL, Ondina Fachel. *A Leitura Social da Novela das Oito*. Petrópolis: Vozes, 1986.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Sílvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a Telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus. 2002. 394p.

LOPES, Vera de Oliveira Nusdeo. A Lei da Selva. IN: Eugênio Bucci (org). *A TV aos 50 – Criticando a Televisão Brasileira no seu Cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, p.167-182.

LOURAU, René. *Autorreferencialidade, Monorreferencialidade, multirreferencialidade e Implicação*. Trad. Sidney Barbosa. IN: *Multirreferencialidade nas Ciências e na Educação*. São Carlos: UFScar, 1998, p. 106-118.

MAFFESOLI, Michel. *No Fundo das Aparências*. Trad. Bertha Halpern Gurovitz. Petrópolis: Vozes. 1999.

MAIO, Márcio. *Irrealidades Cotidianas - Autores se inspiram em situações reais na hora de criar as cenas de suas novelas*. TV Press. Disponível em: <http://www.correiodabahia.com.br/> Acesso em 31 de outubro de 2007. *E-paper*.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações- Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Ed.2. Rio de Janeiro: UFRJ. 2003. 369 p.

\_\_\_\_\_. e REY, Germán. *Os Exercícios do Ver: Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva*. Tradução: Jacob Gorender. 2ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo. 2004. 182p.

\_\_\_\_\_. Prefácio. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Sílvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002. p. 11-18.

MARTINS, Carina. *Culpando a janela pela paisagem*. Site Babado (link do IG), Coluna Zapeatrix 13 de julho de 2005. Disponível em: <http://babado.ig.com.br/zapeatrix/>. (carina@babado.com.br).

MATELLART, Michèle e Armand. *O Carnaval das Imagens: A ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense, 1990. 152p.

MATTOS, David José Lessa. *O Espetáculo da Cultura Paulista, Teatro e TV em São Paulo*. São Paulo: Códex, 2002.

MATTOS, Sérgio, *O Controle dos Meios de Comunicação*. Salvador: Edufba, 1996.

\_\_\_\_\_. *The Impact of the 1964 Revolution on Brazilian Television*. Santo Antônio, Texas: V. Klingensmith Independent Publissher, 1982.

\_\_\_\_\_. *Um Perfil da TV Brasileira: 40 Anos de História, 1950-1990*. Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda/ A Tarde, 1990.

MENDES, Cleise Furtado. *A Gargalhada de Ulisses*. Salvador: Fundação Gregório de Matos/ São Paulo: Perspectiva. Coleção Estudos (Dirigida por Guinsburg). 2008. 258p.

\_\_\_\_\_. *As Estratégias do Drama*. Salvador: Edufba, 1992.

MENDONÇA, Maria Luiza. *Comunicação e Cultura: um novo olhar*. p. 27-38. In: SOUZA, Mauro Wilton de (org). *Recepção Mediática e Espaço Público - Novos Olhares*. São Paulo: Paulinas, 2006, 246 p.

“Merchandising Social”. IN: *Revista da TV* (40 Anos de Sonhos - revista especial em homenagem ao aniversário da Rede Globo). Encartada IN: jornal O Globo, Domingo, 24 de abril de 2005, p. 13.

MIGUEL JÚNIOR, João. *Autor de Viver a Vida vai abordar células-tronco*. Site de A Tarde, com informações de O Estado de São Paulo. 2009. Disponível em: <http://www.atarde.com.br/cultura/noticia.jsf?id=1306145#>. Acesso em: 9 de dezembro de 2009

MORAES, Fernando. *Assis Chateaubriand: O Rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

MORIN, Edgar. Epistemologia da Complexidade. IN: Schnitman, Dora Fried (org). *Novos Paradigmas, Cultura e Subjetividade*. Porto Alegre: Artes Médicas. 1996.

MOTTER, Maria de Lurdes; JAKUBASZKO, Daniela. *Os limites do merchandising social na telenovela brasileira*. Trabalho apresentado ao NP Ficção Seriada, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa do XXIX Congresso de Ciências da Comunicação do Intercom. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0258-1.pdf>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2010.

NATANSOHN, L. Graciela. O Contrato de Leitura – uma metodologia para analisar a produção e recepção de TV, p. 100-121. IN: JACKS, Nilda e SOUZA, Maria Carmem Jacob de (orgs). *Mídia e Recepção: televisão, cinema e publicidade*. Salvador: Edufba. 2006. 212p.

- NIGHTINGALE, Virgínia. *Studying Audiences, the Shock of the Real*. Londres: Routledge, 1996.
- NOGUEIRA, Lisandro. *O Autor na Televisão*. São Paulo/Gioânia: Edup/EUFG, 2002.
- NOVAES, Adauto (org). *Rede Imaginária – Televisão e Democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.
- OROSCO, Dolores. *Especialistas avaliam ‘merchandising social’ em ‘Caminho das Índias’*. 11/09/09 - 08h03 - Atualizado em 11/09/09 - 19h51. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL1300247-7084,00-ESPECIALISTAS+AVALIAM+MERCHANDISING+SOCIAL+EM+CAMINHO+DA+S+INDIAS.html>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2010
- ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- \_\_\_\_\_. *Mundialização e Cultura*. São Paulo. Brasiliense.
- ORTIZ, Renato, Sílvia Borelli e José Mário Ramos. *Telenovela: História e Produção*. São Paulo: Brasiliense. 1988.
- OROZCO GÓMES, Guillermo. *Recepción televisiva y mediaciones: la construcción de estrategias por la audiencia. Televidencia. Cuadernos de Comunicación y praticas sociales*, México, Universidad Iberoamericana, n. 6, 1994. *E-papers*.
- \_\_\_\_\_. *Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes*. Revistes Catalanes, Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, 1993 Núm.: 15 Tendències i propostes en comunicació i periodisme. Disponível em: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41180/89138>. *E-papers*.
- “Parlamentares se sentem irritados com o senador de Vereza”, matéria de *O Estado de São Paulo*, 4 de ago 1996.
- PAVIS, Patrice. *A Análise dos Espetáculos*. São Paulo: Perspectiva. (Edição original: *L’analyse des spectacles*. Paris: Nathan, 1996).
- \_\_\_\_\_. *Dicionário de Teatro*. Tradução: J. Guinsburg e Maria Lúcia Pereira. São Paulo: Perspectiva. 2ª ed.1999. (1.ª ed. Paris: Messidor & Éditions Sociales, 1987). 483p.
- PRADIER, Jean-Marie. *Etnocenologia: A carne do espírito*. IN: Repertório Teatro & Dança nº 1 ano 1. Salvador: Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas, UFBA. 1998.
- PRADO, Rosane Manhães. *Entre tiros e transas: sobre a recepção de conteúdos televisivos*. Interseções – Revista de Estudos Interdisciplinares. Dossiê Antropologia da Comunicação de Massa. Ano 5, Número 2. p 389-415. Rio de Janeiro: Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UERJ - Departamento de Extensão. 2003.

*Projeto Memória das Organizações Globo. Dicionário da TV Globo*, vol 1. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

RABUSKE, Edvino. *Epistemologia das Ciências Humanas*. Editora Universidade de Caxias do Sul, EDUCS, 1987. 152p.

RAMOS, José Mario Ortiz. *Televisão, Publicidade e Cultura de Massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.

REIMÃO, Sandra. *Em instantes*. Notas sobre a programação na TV brasileira. 1965-1995. São Paulo, 1997. P. 43.

RIDENTI, Marcelo. *Em Busca do Povo Brasileiro: Artistas da Revolução, do CPC à Era da TV*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

RIXA. *Almanaque da TV*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

ROCHA, Marcela, BILENKY, Thais. *Direitos Humanos elogia potencial de telenovelas*. Terra Magazine. Sexta, 11 de setembro de 2009, 10h06.  
Disponível em: <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI3968976-EI6592,00-Direitos+Humanos+elogia+potencial+de+telenovelas.html>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2010.

\_\_\_\_\_. *Merchan social cresce com acordos de governo e TVs*. Terra Magazine. Sexta, 11 de setembro de 2009, 09h55. Atualizada às 11h23.  
Disponível em: <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI3968953-EI6592,00-Merchan+social+cresce+com+acordos+de+governo+e+TVs.html>  
Acesso em: 27 de fevereiro de 2010.

\_\_\_\_\_. *Muniz: "Não gosto de nichos para expor uma mazela"*. Terra Magazine. Sexta, 11 de setembro de 2009, 10h04.  
Disponível em: <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI3968956-EI6592,00-Muniz+Nao+gosto+de+nichos+para+expor+uma+mazela.html>  
Acesso em: 27 de fevereiro de 2010

RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org). *Idade Mídia*. Salvador: Edufba, 1995. 233p.

SAHLINS, Marshall. *Cultura e Razão Prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

SANTOS, Mário Víctor. “Novela e Jornalismo”, *Folha de São Paulo*, Ombudsman, 10 jan 1993.

SCHRAMM, Luanda. Comunidades interpretativas e estudos de recepção, p. 12-31. IN: JACKS, Nilda e SOUZA, Maria Carmem Jacob de (orgs). *Mídia e Recepção: televisão, cinema e publicidade*. Salvador: Edufba. 2006. 212p.



SHIAVO, Marcio Ruiz. *Merchandising Social: As Telenovelas e a Construção da Cidadania*. Trabalho apresentado no NP14 – Núcleo de Pesquisa Ficção Seriada, no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM, em Salvador/BA, de 1 a 5 de setembro de 2002. *E-papers*.

\_\_\_\_\_. Postagem no *microblog* da rede social *Twitter*, em 30 de novembro às 10h16 e 10h18, de 2009. Disponível em: <http://twitter.com/marcioschiavo>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2010.

SIGNATES, Luiz. Estudo sobre o conceito de mediação e sua validade como categoria de análise para os estudos de comunicação, p. 55-79. IN: SOUZA, Mauro Wilton de (org). *Recepção Mediática e Espaço Público - Novos Olhares*. São Paulo: Paulinas, 2006, 246 p.

SODRÉ, M. *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. 6. ed. Petrópolis: Vozes. 1984.

SOUZA, Maria Carmem Jacob. Amor e Felicidade em Mulheres Apaixonadas – pacto de recepção com os ideais dos telespectadores, p. 192-210. IN: JACKS, Nilda e SOUZA, Maria Carmem Jacob de (orgs). *Mídia e Recepção: televisão, cinema e publicidade*. Salvador: Edufba. 2006. 212p.

SOUZA, Mauro Wilton de (org). *Recepção Mediática e Espaço Público - Novos Olhares*. São Paulo: Paulinas, 2006, 246 p.

\_\_\_\_\_. (org). *Sujeito, o Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

STRAUBHAAR, Joseph: “Brazil”. IN: Lynne Schafer Gross (org). IN: *The International World of Eletronic Media*. Nova York: McGraw-Hill, 1995.

\_\_\_\_\_. “Brazilian Television- The Decline of American influence” IN: *Communication Research*, vol 11, abr 1984.

\_\_\_\_\_. “Estimating the Impact of Imported Versus National Television Programming in Brazil”. IN: Sari Thomas (org). *Studies in Communication*. Norwood, NJ: Ablex, 1983, p. 34-45.

\_\_\_\_\_. “The Development of the Telenovela as the Pre-eminent Form of Popular Culture in Brazil”. IN: *Studies in Latin America Popular Culture*, vol. 1, 1982, p. 138-150.

TEODORO, Johnny. *Depoimento polêmico em novela acaba na justiça*. Sítio IG. Cultura e Diversão. Disponível em: [http://minhanoticia.ig.com.br/materias/387001-387500/387166/387166\\_1.html](http://minhanoticia.ig.com.br/materias/387001-387500/387166/387166_1.html). Postada em 29 de agosto de 2006, às 19h45 e acessada em 30 de agosto de 2006.

THOMASSEAU, Jean-Marie. *El Melodrama*. (Tradução sem assinatura para o espanhol da edição francesa de título original: *La mélodrame*. Paris: Presses Universitaires de

France, 1984). México: Fondo de Cultura Económica, Encuadernación Progreso, 1990. 158p.

\_\_\_\_\_. *O Melodrama*. (Tradução e notas Claudia Braga e Jacqueline Penjon. São Paulo: Perspectiva. 2005. 142p.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. *Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Tradução: Grupo de Estudos sobre Ideologia, comunicação e representações sociais da pós-graduação do Instituto de Psicologia da PURCS. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. 427p.

TRINDADE, Eneus. *Merchandising em telenovela: a estrutura de um discurso para o consumo*. *E-papers*. Originalmente publicado em CORRÊA, Tupã Gomes, FREITAS, Sidinéia Gomes (Org.) *Comunicação, marketing, cultura: sentidos da administração do trabalho e do consumo*. São Paulo: ECA/USP; CLC, 1999. p. 154-166. Disponível em: [http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/outrasareas/publicidadeepropaganda/0080.htm#\\_edn5](http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/outrasareas/publicidadeepropaganda/0080.htm#_edn5) Acesso em: 19 de fevereiro de 2010.

UCHÔA, Alicia. *Pedofilia em 'América'*. O Dia On-line. Disponível em: <http://odia.terra.com.br/>. Postado em 4 de julho de 2005 e acessado em 23 de julho de 2005.

VALLADARES, Ricardo. *Fatuuura, peão! O merchandising em novelas cresce cada vez mais. A Globo tem altos planos para América*. Disponível em: [http://veja.abril.com.br/160305/p\\_130.html](http://veja.abril.com.br/160305/p_130.html). Acesso em: 13 de fevereiro de 2010.

VALVERDE, Monclar. *Os Limites do Jogo Poético*. In: BIÃO, Armindo et al. *Temas em Contemporaneidade, Imaginário e Teatralidade*. São Paulo: Ed. Annablume. Salvador: GIPE-CIT. 2000. p 199-209.

VARIS, Tapio. *Trends in International Television Flow*. IN: Cynthia Schneider e Brian Wallis (orgs). *Global Television*. Nova York: Wedge Press, 1988.

VINK, Nico. *The Telenovela and Emancipation: A Study on Television and Social Change in Brazil*. Amsterdã: Royal Tropical Institute, 1988.

WOTTRICH, Laura Hastenpflug; SILVA, Renata Córdova da; RONSINI, Veneza V. Mayora. *A Perspectiva das Mediações de Jesús Martín-Barbero no Estudo de Recepção da Telenovela*. Trabalho apresentado no NP Ficção Seriada do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercon – Sociedade Brasileira de estudos Interdisciplinares da Comunicação). Curitiba (PR), de 4 a 7 de setembro de 2009. 15 p. *E-papers*. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1712-1.pdf>.

XAVIER, Ismail. “Da Moral Religiosa ao Senso Comum Pós-Freudiano: Imagens da História Nacional na Televisão Brasileira”. IN: Ismael Xavier (org). *O Olhar e a Cena*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003, p. 143-160.

XEXÉO, Artur. *Janete Clair*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.

## 9. Anexos

ANEXO A .....	188
ANEXO B.....	189
ANEXO C.....	191
ANEXO D.....	192
ANEXO E.....	193
ANEXO F.....	196
ANEXO G.....	199
ANEXO H.....	200
ANEXO I.....	203
ANEXO J.....	204
ANEXO K.....	205
ANEXO L.....	206
ANEXO M.....	212
ANEXO N.....	214
ANEXO O.....	215
ANEXO P.....	220
ANEXO Q.....	223
ANEXO R.....	224

## ANEXO A

ENTRETENIMENTO | 14.09.2009 - 13H14

### **Novela da Globo estreia hoje com vilã de oito anos de idade**

Redação CORREIO | Foto: João Miguel Júnior/ TV Globo

Com a atriz Taís Araújo como protagonista e no papel de vilão uma garotinha de apenas oito anos, a nova novela da Globo vai abordar histórias de superação no amor, na saúde, no trabalho e na família.

Escrita por Manoel Carlos, 'Viver a Vida' estreia nesta segunda-feira (14), às 20h50. "Não introduzo grandes mudanças, tenho uma linha de comportamento em que trato do cotidiano, de pessoas e de relações familiares, fundamentalmente. Em minhas novelas não existe uma história central, absoluta. O que existe é um tema central que, em 'Viver a Vida', será o problema geral de superação. Na vida, não há beco sem saída, e é isso que defendo na novela. A pessoa pode perder tudo, menos a esperança", explica o autor.



*Klara Castanho, 8 anos, vai interpretar a malvada Rafaela*

Taís Araújo disse ter ficado muito satisfeita com a personagem que irá interpretar. Essa é a primeira vez que ela assume o papel de protagonista de uma novela das oito. 'Helena

me conquistou como um filho conquista a mãe. Antes mesmo de saber como seria a personagem, já estava apaixonada e encantada por ela', admite a atriz. Taís vai interpretar a Helena, uma top model que, no auge de sua carreira, se apaixona por Marcos (José Mayer).

### **Confira o elenco de 'Viver a vida':**

Para o papel de vilã, Manoel Carlos resolveu surpreender. Essa tarefa será da atriz mirim Klara Castanho, 8 anos. “Minha personagem vai aprontar muito e não será só uma pestinha. Ela fará maldades, mas não posso falar quais porque estragaria a surpresa”, diz Klara, que dividirá cenas com Giovanna Antonelli.

A obra com cenas gravadas em Israel, na Jordânia, na França, em Búzios e no Rio de Janeiro, tem direção de núcleo de Jayme Monjardim, direção geral de Fabrício Mamberti e direção de Adriano Melo, Teresa Lampreia e Maria Rodrigues.

Disponível em:

<http://correio24horas.globo.com/noticias/noticia.asp?codigo=35792&mdl=49>

Acesso em: 15 de setembro de 2009

### ANEXO B

08/10/2009 às 09:45

| ATUALIZADA EM: 08/10/2009 às 12:36 | COMENTÁRIOS (100)

### **MP notifica Manoel Carlos por criança vilã em "Viver a Vida"**

A Tarde On Line

Na trama, a atriz Klara Castanho vive Rafaela, a filha má da vilã Dora

A menos de um mês no ar, a novela "Viver a Vida", do autor Manoel Carlos, já cria polêmicas. O Ministério Público do Trabalho do Rio de Janeiro notificou o escritor da

trama global das 21h por conta do papel de vilã da personagem Rafaela, interpretada pela atriz Klara Castanho, de apenas 8 anos.

A recomendação solicita que Manoel Carlos tome cuidado com o tipo de papel designado a atores com idade inferior a 18 anos, primando pela harmonia entre o trabalho artístico desempenhado por crianças e o estabelecimento de referências que garantam a proteção da atividade feita pelas crianças.

Caso o autor não se ajuste à orientação, o MP pode entrar com ações na justiça e até mesmo solicitar o afastamento da personagem da novela da Rede Globo, que começou a ser exibida no dia 14 de setembro.

As procuradoras do MP do Rio de Janeiro, Maria Vitória Sussekind Rocha e Danielle Cramer, que fizeram a notificação, alegam que o trabalho artístico realizado por crianças tem restrições e não podem se guiar apenas por questões estabelecidas nas leis, devendo se ater também às consequências que determinado trabalho pode ter na vida desses atores mirins no futuro.

"Nem todas as manifestações artísticas são passíveis de serem exercidas por crianças e adolescentes. No caso em questão, uma criança de oito anos não tem discernimento e formação biopsicossocial para separar o que é realidade daquilo que é ficção. Isso sem contar com as eventuais manifestações de hostilidade que ela pode vir a sofrer por parte do público e não compreendê-las", informaram as procuradoras.

**Personagem** - Na trama, Rafaela é filha da personagem de Giovanna Antonelli, que interpreta Dora. Desde o dia 1º de outubro, mãe e filha entraram em "Viver a Vida" para aprontar. A principal vítima será Helena (Taís Araújo) que, após ter sido salva de um acidente de lancha por Dora, terá a sua vida infernizada pela vilã.

Após o acidente, em que Dora se jogou na água para ajudar Helena, a top model convidou a personagem interpretada por Giovanna Antonelli e a filha dela para um almoço com a intenção de agradecer a ajuda. Rafaela, então, contou para Helena sobre a situação financeira da sua mãe. A modelo acabou dando um cheque para as duas.

Disponível em: <http://www.atarde.com.br/cultura/noticia.jsf?id=1250689>

Acesso em: 8 de outubro de 2009

## ANEXO C

Mexerico - 30/08/2009 07:00

### **Vilãzinha da pesada de apenas 8 anos em Viver a vida**

Simone de Castro - Aqui



Com este rostinho angelical, dá para acreditar que Klara Castanho será uma criança extremamente manipuladora e má, em *Viver a vida*, novela que vai substituir *Caminho das Índias*, na Globo?

Aos 8 anos, ela confirmou, durante entrevista de lançamento da novela, quinta-feira, no Rio de Janeiro, que vai “aprontar bastante”, guardando, porém, segredo sobre a trama do mal que envolve sua personagem, Rafaela.

Sabe-se, no entanto, que Manoel Carlos, o autor, pretende aproveitar ao máximo o talento da garota, que fez sua primeira novela no SBT, *Revelação*, de Ísis Abravanel.

Karla terá pela frente trabalho de gente grande. Rafaela não apenas tem seus próprios



interesses, que passam longe do universo infantil, como se espelha na mãe, Dora, personagem de Giovanna Antonelli, ruim até dizer que chega.

Empenhada, a menina vai manipulá-la e incentivá-la nas maldades. Manoel Carlos não parece preocupado com a polêmica que deve cercar o papel da atriz-mirim. Para criar a personagem, que a gente não acredita existir em tamanho pequeno, ele se inspirou numa criança real.

A menina matou um coelhinho e achou muita graça do episódio. Sobre a sua criatura, ele adverte: “Rafaela é uma menina capaz de grandes crueldades no meio da inocência dela. Não existe ninguém mais cruel do que uma criança”.

Disponível em: [http://www.new.divirta-se.uai.com.br/html/sessao\\_9/2009/08/30/ficha\\_mexerico/id\\_sessao=9&id\\_noticia=14935/ficha\\_mexerico.shtml](http://www.new.divirta-se.uai.com.br/html/sessao_9/2009/08/30/ficha_mexerico/id_sessao=9&id_noticia=14935/ficha_mexerico.shtml)

Acesso em: 30 de agosto de 2009

## ANEXO D

### **Justiça notifica Manoel Carlos contra a pequena vilã de 8 anos em 'Viver a Vida'**

*Redação SRZD | Televisão | 07/10/2009 16:57*



O Ministério Público do Trabalho no Rio de Janeiro encaminhou notificação recomendatória ao escritor Manoel Carlos, responsável pela novela 'Viver a Vida', da Rede Globo. Na trama, a atriz Klara Castanho, de 8 anos, interpreta uma vilã. As procuradoras do Trabalho Maria Vitória Sussekind Rocha e Danielle Cramer defendem que o trabalho infantil artístico deve ser comedido, observando não só os aspectos legais, mas principalmente eventuais reflexos que determinado personagem pode provocar no desenvolvimento da criança.

"Nem todas as manifestações artísticas são passíveis de serem exercidas por crianças e

adolescentes. No caso em questão, uma criança de oito anos não tem discernimento e formação biopsicossocial para separar o que é realidade daquilo que é ficção. Isso sem contar com as eventuais manifestações de hostilidade que ela pode vir a sofrer por parte do público e não compreendê-las", avaliam as procuradoras.

Disponível em:

<http://www.sidneyrezende.com/noticia/59227+justica+notifica+manoel+carlos+contra+a+pequena+vila+de+8+anos+em+viver+a+vida>

Acesso em: 7 de outubro de 2009

## ANEXO E

### **VIVER A VIDA**

#### **O que os olhos não veem**

#### **Por Washington Araújo em 16/2/2010**

Não há nada melhor que viver a vida neste meu Brasil brasileiro onde o coqueiro dá coco. Ao menos na teoria, viver a vida é bom. Ora, ninguém pode afirmar que o bom é viver a morte, e se existe vida há que se viver. Nada mais óbvio. Marca do novelista global Manoel Carlos, a obra em andamento conta também com histórias reais de superação e tudo contado na eternidade dos 60 segundos logo após o último bloco do capítulo diário de *Viver a vida*, a novela.

Em breve a novela seguirá para seu fim e até o momento quase nada tem sido escrito por especialistas da mídia sobre as aberrações que o folhetim apresenta. Mau-caratismo, traição, adultério, ciúme, inveja, alcoolismo e uso de drogas se apresentam no horário nobre toda santa noite como aperitivo antes do desbunde geral em que se transformou o que já não era bom, o famigerado *Big Brother Brasil*.

As "vinhetas de superação" trazendo ao horário nobre gente sofrida, abandonada, envolvida nas drogas ou no crime, pessoas portadoras de necessidades especiais e vítimas de todo tipo de violência, testemunham como foi bom ter dado a volta por cima. Porque nesse horário somente essas pessoas sabem como é viver a vida, enfrentar os desafios, superar as debilidades. Na novela tudo é caricato, tosco e apelativo.

Personagens quando choram parecem estar gargalhando por dentro, e quando falam de

amor optam pelo desamor, focam as decepções e nossas pequenas tragédias humanas. A realidade no folhetim é absolutamente virtual. Basta ver a favela de *Viver a vida*. Tem até jantar à luz de velas. Balas perdidas? Existe isso? Onde? Quem? O hospital do Dr. Moretti é imenso pátio de diversões onde os médicos estão sempre na lanchonete, colocando em dia seus problemas amorosos e nunca incomodados por pacientes alquebrados, gente entre a vida e a morte como é tão comum e mesmo rotineiro em hospitais. A pousada de Búzios tem clima de Copacabana Palace. Tudo na pousada é muito limpo, decoração de primeira, natureza exuberante, ninguém parece trabalhar mas tudo está sempre nos trinques e hóspedes que é bom, se existem, não dão as caras. Faltou a Manoel Carlos a vivência de um feriadão em pousada de Salvador, Porto Seguro, Natal ou Florianópolis.

### **Trabalho infantil**

*Viver a vida* é um vale de lágrimas do início ao fim. As pessoas choram sem parcimônia. E com gosto. Há aquela que chora porque não consegue parar de beber. Há aquela outra que chora porque está tetraplégica. Outra chora porque não consegue consumir o adultério. Há quem chore porque é abandonada pelo noivo há poucas horas do casamento. Outra chora porque o marido não aceita conviver em harmonia com os enteados, filhos do primeiro casamento. Tem quem chore porque a irmã tetraplégica recebe mais atenção da mãe e das irmãs. Há quem chore porque os filhos gêmeos estão apaixonados pela mesma pessoa. Tem quem chore por acreditar que uma pessoa tetraplégica não pode fazer ninguém feliz. É o folhetim dos vilões-*fashion*, gente descolada, rica e que prefere viver a vida na base de quanto mais fútil for a vida, melhor.

Até aqui nada de muito novo. O que não entendo é as autoridades responsáveis pela proteção da infância e da adolescência deixarem uma graciosa menina de apenas 8 anos de idade interpretar uma vilã. É o que acontece com a Rafaela interpretada pela espertíssima Klara Castanho. Vemos todas as noites sua infância sendo roubada. Assistimos impassíveis ao seqüestro de uma inocência que deveria ser preservada, inicialmente por seus pais, depois por esse veículo de comunicação que é uma concessão pública chamada televisão e depois pelo pessoal do judiciário, das tais varas da Criança e do Adolescente.

Rafaela se pinta com as cores da vida adulta, se veste insinuante como é comum aos jovens, é a cara do consumo-mirim sempre instigando sua mãe a comprar isso e aquilo

mesmo que não tenha rendimento para tal. O pior nem é isso. O pior é o retrato de criança manipuladora e sensual, chantagista e dona de opinião sobre assuntos bem complexos para mente em formação como é o caso de aborto, mãe esperando segundo filho, vida de mãe solteira e testemunha de tórrida cena de adultério.

Será que ninguém observa nada disso? Será que ninguém vai trazer à mesa a discussão sobre trabalho infantil em programas para público adulto como é uma novela das oito? Será que toda e qualquer manifestação artística é passível de ser exercida por crianças e adolescentes? Pelo andar da carruagem não me causará espanto se em capítulo futuro a pequena Rafaela se transformar em psicopata-mirim.

### **Mercado e audiência**

É que ninguém está nem aí para colocar em prática dispositivos como o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei 8.069, de 13/7/1990), calhamaço que conta com impressionantes 267 artigos. Destes faço questão de enunciar apenas seu Artigo 3º:

"A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade."

A caracterização dada à personagem Rafaela faculta à atriz-mirim Klara Castanho seu desenvolvimento "mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade"? A meu ver, se dá exatamente o contrário. Rafaela é tratada como coisa a ser transportada na vida cheia de peripécias de sua mãe Dora; interpõe-se com protagonismo principal na relação de sua mãe com quem poderia ser seu bisavô, o romântico Maradona, dono da pousada; os diálogos de Dora com Rafaela se sustentam em mentiras escancaradas e em meias verdades; os olhares de "brinquedo assassino" de Rafaela ao iniciar sua precoce carreira de chantagista mirim com a principal protagonista do folhetim, Helena, não deixam dúvidas que coisa muito mais escabrosa vem pela frente.

Enquanto a trama se desenrola, Rafaela passa a freqüentar com maior insistência o imaginário de milhões de crianças da mesma idade vindo a se tornar um modelo infantil a ser seguido com toda sua carga de manipulação e astúcia poucas vezes vista em personagens adultas. E não encontramos contraponto. Isso acontece porque levantar qualquer bandeira que vise proteger a integridade moral e a dignidade de uma criança

explorada por um folhetim global é quase cometer crime de lesa-pátria. E não faltarão pessoas a torcerem o nariz para esse meu texto sob o pretexto de que seria incitação à censura. Nada mais ridículo que isso.

O ponto é que enquanto o Deus-Audiência estiver em seu trono nada poderá mudar. Nem que preceitos constitucionais sejam violados e que sejam arquivadas no baú das coisas imprestáveis imagens de crianças inocentes, bondosas, cheias de compaixão, educadas, inteligentes, respeitadoras dos mais velhos... e tantos outros predicados do tempo em que andar a pé era novidade.

Disponível em:

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=577TVQ001#>

Acesso em: 17 de fevereiro de 2010

## ANEXO F

### Dias de Glória

**Glória Perez, a mais polêmica novelista brasileira, fala sobre TV e como superar a morte**

**GLÓRIA PEREZ PERDEU SUA MESTRA NA TV PARA UM CÂNCER, SUA FILHA PARA DOIS ASSASSINOS E UM DE SEUS FILHOS PARA UMA SÍNDROME RARA. NESTE ANO, DESCOBRIU E RETIROU UM LINFOMA NA TIREOIDE. NUNCA ENTREGOU OS PONTOS, NUNCA PAROU DE TRABALHAR. EM MEIO AOS CAPÍTULOS FINAIS DE CAMINHO DAS ÍNDIAS, A MAIS POLÊMICA NOVELISTA BRASILEIRA DIZ QUE QUIMIOTERAPIA NÃO É UM BICHO DE SETE CABEÇAS E QUE CONTINUA COM TESÃO PELA VIDA**

Personagens que vão do Rio de Janeiro ao Marrocos, aos Estados Unidos, à Índia e a Dubai como se pegassem a ponte aérea para São Paulo. Que são entendidos em português em qualquer parte do mundo. Que saem dançando sem motivo aparente. Cigano Igor, dona Jura, boi Bandido, Murilo Benício clonado, Márcio Garcia dalit, inshalás e are babas.

Em tempo de novela de Glória Perez, o Brasil parece se dividir em dois grupos: os que se viciam em suas invenções e os que desdenham seus delírios (muitos destes, é bem verdade, não perdem um capítulo). Se você faz parte da turma que acha a obra da novelista absolutamente inverossímil, prepare-se para uma surpresa: a vida de Glória é muito mais.

**Glória Maria Ferrante Perez** nasceu em 1948 em uma Rio Branco (AC) que ela define como “uma clareira em meio à floresta amazônica”, povoada por gente que era filha do boto, apanhava do caboclinho da mata e via nas ruas os contorcionismos da menina borracha. Uma cidade quase isolada que fertilizou sua imaginação para toda uma vida, ao lado dos livros que devorava na biblioteca do pai, juiz federal e escritor. “Tudo que é extraordinário para os outros sempre foi natural para mim”, explica. A autora de novelas como *O Clone*, *América* e *Caminho das Índias*, vista diariamente por mais de 50 milhões de brasileiros, só foi conhecer um aparelho de televisão com 16 anos, quando se mudou para Brasília com a família em 1963. Foram necessários outros 20 anos para que ela – já casada e com três filhos, formada em história e morando no Rio – começasse a escrever seu primeiro folhetim para a TV. Glória nunca tinha assistido a uma telenovela inteira, mas foi convidada para ser colaboradora de Janete Clair em *Eu prometo*, em 1983; com a morte da rainha do gênero antes do fim, terminou a obra sozinha, em uma passagem de cetro involuntária.

Depois de outras novelas de sucesso na Manchete (*Carmem*) e na Globo (*Barriga de aluguel*), veio o momento mais trágico e absurdo de sua vida – e esse ninguém desconhece. Em meio às gravações da novela *De corpo e alma* (1992), Daniella Perez, filha de Glória que interpretava Yasmin, foi assassinada aos 22 anos a golpes de tesoura por Guilherme de Pádua, seu par em cena, e pela mulher deste, Paula Thomaz.

"A JANETE CLAIR ME DISSE: 'VOU TE DAR MAIS RESPONSABILIDADE PORQUE NÃO SEI SE VOU CHEGAR AO FIM DESSA NOVELA, MAS QUERO QUE ELA CHEGUE AO FIM'"

Como se não bastasse enfrentar publicamente a maior dor que pode ser infligida a um ser humano – a perda repentina e brutal de um filho –, Glória teve que lidar com lances de surrealismo bem brasileiros. De um lado, o cardeal dom Lucas Moreira Neves veio a público insinuar que Glória era coautora do crime, por escrever para um meio que

demoliu “os mais autênticos e inalienáveis valores morais”. Do outro, uma facção criminosa lhe escreveu uma carta prometendo eliminar os assassinos da filha assim que ela falasse uma palavra específica em qualquer entrevista para a TV.

Em vez de ceder à vingança ou à prostração, Glória mergulhou no trabalho, voltando a escrever sozinha a novela dois dias depois do assassinato, e na luta contra a impunidade, iniciando uma campanha que transformou o homicídio em crime hediondo. Seu ex-marido Luiz Carlos Saupiquet Perez, pai de Daniella, nunca conseguiu sair do luto: morreu de leucemia dois anos depois da filha. “Ele não aguentou a dor da morte da Dany. Definiu.”

A perda de Daniella não seria a última vez que a ordem natural da vida – os pais morrerem antes dos filhos – se inverteria na trajetória da novelista. Em 2002, seu caçula, Rafael, que nasceu com uma síndrome raríssima que dificultava sua fala e seus movimentos, morreu aos 25 anos com uma infecção. “Dor não se compara, mas há uma diferença grande em perder um filho por causas naturais ou porque dois psicopatas decidiram assim”, afirma Glória, mãe de mais um filho, Rodrigo.

Neste ano, Glória teve de encarar mais uma vez a ideia da finitude – desta vez, porém, olhando no espelho. Em abril, ela passou por uma cirurgia de urgência na tireoide para a retirada de um linfoma, do mesmo tipo do que acometeu a ministra Dilma Rousseff. A doença não se espalhou pelo corpo, mas o médico da novelista preferiu recomendar seis sessões de quimioterapia preventiva.

Como na época da morte de Daniella, Glória decidiu não parar de trabalhar. Continuou escrevendo sozinha os capítulos de *Caminho das Índias*, inclusive no consultório do médico, em dia de sessão. Até o dia 11 de setembro, quando a novela termina, os telespectadores terão garantidas suas doses diárias do estilo Glória Perez, a mais controversa novelista brasileira em atividade.

Entre os capítulos da novela e as sessões de quimioterapia, Glória arranjou tempo para responder a uma série de perguntas da *Trip* por e-mail e para um encontro ao vivo em seu escritório com janelas abertas para Copacabana, fotos de Daniella na tela do computador e uma frase de Nelson Rodrigues afixada junto a sua mesa de trabalho: “Só os imbecis têm medo do ridículo”.

Aos 61 anos, solteira, Glória fala com a franqueza de quem já perdeu muito e tem pouco a esconder. Com uma peruca que adotou depois do início do tratamento, ela fez apenas um pedido ao fotógrafo: “Quero aparecer sorrindo, não quero nada triste. Estou numa

fase boa. A novela está fazendo sucesso, e o susto inicial com o linfoma passou. Não quero que ninguém associe quimioterapia com morte. Ela não é o bicho de sete cabeças que eu pensava”. Para Glória, não é sua obra e sua vida que soam inverossímeis neste momento, e sim a morte.

Disponível em: <http://revistatrip.uol.com.br/paginas-negras/dias-de-gloria.html#28>

Acesso em: 16 de agosto de 2009

## ANEXO G

13/08/2009 - 19:29

### **Entrevistando Glória Perez**

Os jornalistas que se revezam entre a reportagem e a crítica acabam enfrentando várias saias justas ao longo da carreira. Como, por exemplo, entrevistar pessoas cujo trabalho havia criticado anteriormente. O problema não é tanto como os outros reagem (quase todos se comportam de maneira elegante, muitos nem ficam sabendo das críticas), mas sim como você se sente antes, durante e depois do encontro.

Eu me deparei mais uma vez com essa situação ao entrevistar Glória Perez, autora de “Caminho das Índias”, para as Páginas Negras da revista “Trip” deste mês. Já escrevi algumas vezes sobre o trabalho de Glória neste blog, com um misto de admiração, ironia e perplexidade diante da imaginação febril da autora. Mas não sabia muito o que esperar de um encontro ao vivo.

Bom, o resultado você já pode ver no site da revista. Glória falou com uma franqueza bastante impressionante sobre temas bastante difíceis, como a luta contra um linfoma e o assassinato da filha Daniella Perez (numa declaração que vem circulando em jornais e revistas, ela conta que uma facção criminosa se ofereceu para matar os assassinos de Daniella se Glória dissesse uma palavra específica em qualquer entrevista para a TV). Para um blog de cinema e televisão como este, talvez interesse mais sua defesa de seu estilo como romancista: “A vida das pessoas implica essa fantasia, os sonhos, os devaneios. Por isso elas se reconhecem no fantasioso. E o fantasioso, na novela, é uma forma de mostrar o real. A imaginação é uma característica do folhetim. Acho engraçado quando algumas pessoas, até com ar acadêmico, acusam minhas novelas de ter muito gancho, muita imaginação. Mas folhetim é isso. Você dizer que uma novela



peca por ter muito rocambole é como condenar o soneto por ter rima. Você lê o Balzac, tem aquela descrição psicológica divina, mas daí a mocinha é raptada pelo pirata. Você acha que ele fazia por quê? Porque tinha que vender o jornal no dia seguinte. E eu tenho que vender o capítulo do dia seguinte. O folhetim exige por definição que o sensacional se sobreponha à coerência.”

Ao final do encontro com Glória, aconteceu algo imprevisto: comecei não só a gostar dela, como a entender melhor - e a gostar mais de - seu trabalho. Como acontece frequentemente nesses casos, o pessoal e o profissional começaram a se confundir. Portanto, não acredite muito no que eu escrever sobre “Caminho das Índias” daqui em diante. Já não sou mais imparcial. De qualquer forma, a novela nunca me pareceu tão boa e fez tanto sentido quanto agora.

**Enviado por:** ricardo calil

Disponível em: <http://colunistas.ig.com.br/ricardocalil/2009/08/13/entrevistando-gloria-perez/>

Acesso em: 16 de agosto de 2009

Último Segundo - Blogs e Opiniões do IG - Coluna Olha Só

Por Ricardo Kalil

ANEXO H

**Televisão**

**Fatuuura, peão!**

**O merchandising em novelas cresce cada vez mais. A Globo tem altos planos para *América***

.....

Ricardo Valladares

Divulgação/TV Globo



**O potencial dos protagonistas da novela *América*  
para o merchandising:**

**SOL (Deborah Secco) - redes de fast-food,  
operadoras de telefonia, jeans e alimentos**

**TIÃO (Murilo Benício) - refrigerantes, cartões de  
crédito, tratores e fertilizantes**

Meses antes da estreia da nova novela das oito nesta segunda-feira, o departamento comercial da Rede Globo e a autora Glória Perez já se debruçavam sobre uma questão: como transformar os personagens de *América* em garotos-propaganda? A emissora produziu um panfleto em que chama atenção para as potencialidades da trama (que tem como temas principais os rodeios e a imigração para os Estados Unidos) e do elenco. Tião, por exemplo, o peão interpretado por Murilo Benício, seria no início da trama o garoto-propaganda ideal para refrigerantes, cartões de crédito e produtos ligados ao agronegócio. Mais tarde, ao enriquecer, poderia ter sua imagem associada a carros e bens de luxo. A imigrante Sol, papel de Deborah Secco, é descrita como um "elo entre os produtos e serviços americanos e nacionais" – perfeita para a publicidade de redes de fast-food e operadoras de telefonia. A lista não pára por aí. Há dezenas de produtos cujos fabricantes são visados pelo panfleto da novela. Não é à toa. As ações de merchandising pagaram metade dos 50 milhões de reais de custo da novela *Senhora do Destino*, antecessora de *América*. Além disso, o merchandising, juntamente com os direitos autorais decorrentes da venda da novela para o exterior, é um modo de atores, diretores e autores faturarem um bom dinheiro para além de seus salários.

O merchandising em novelas remonta aos anos 50. Os contra-regras foram os primeiros a

ganhar com ele. As empresas os recompensavam se eles dessem um jeitinho de mostrar seus produtos em cena. Com o tempo, a prática institucionalizou-se. "No começo, os artistas de esquerda chiavam. Mas, depois que viam a cor do dinheiro, eles topavam até cantar a *Internacional Comunista* tomando Coca-Cola", diz Jorge Adib, criador de uma empresa pioneira no ramo. Hoje, as novelas de todas as faixas de horário da Globo têm esse tipo de publicidade. A cada ação de merchandising, a emissora fatura até 550.000 reais. Uma fração desse dinheiro vai para o autor do folhetim. Durante o tempo em que *Senhora do Destino* ficou no ar, o roteirista Aginaldo Silva embolsou em torno de 200.000 reais ao mês com o merchandising. No caso dos atores é mais complicado. Dois fatores determinam quanto um ator pode ganhar fazendo propaganda em cena. Um deles é o horário da novela de que participa. O folhetim das oito é o mais rentável, pois ali se concentram as campanhas publicitárias e se pagam os melhores cachês. Um exemplo eloqüente é a atriz Suzana Vieira. Pelo fato de sua personagem em *Senhora do Destino*, Maria do Carmo, ser uma heroína, ela já seria uma garota-propaganda e tanto. Não bastasse isso, a personagem ainda era dona de uma loja de materiais de construção. Ao longo da trama, Maria do Carmo fez cerca de noventa propagandas, o que rendeu mais de 600.000 reais à atriz. "Foi ótimo para meu ego saber que as empresas confiam em mim", diz Suzana. Num folhetim das sete, além de o valor do cachê cair pela metade, o número de ações de merchandising é três vezes menor. Na novela das seis, o volume e o valor da publicidade caem ainda mais. A novelinha *Malhação*, por fim, é a menos aquinhoadada com esses recursos.

O segundo fator que influi nos ganhos dos atores é o tipo de personagem que eles interpretam. Os vilões são sempre micados em matéria de merchandising. Isso vale tanto para um malfeitor apagado como o empresário interpretado por Henri Castelli na novela das seis quanto para Nazaré, a megera com que Renata Sorrah roubou a cena em *Senhora do Destino*. Outra situação comum é a do papel que parece bom, mas por algum detalhe que surge ao longo da trama perde seu atrativo para os anunciantes. Na novela *O Rei do Gado* (1996), uma campanha publicitária foi armada para vender chapéus de boiadeiro iguais aos do protagonista, vivido por Antonio Fagundes. No meio da história, o personagem foi traído pela mulher. Os compradores em potencial não gostaram, as vendas despencaram e os anunciantes bateram em retirada.

As novelas de época são o tótem do merchandising, já que é difícil inserir propaganda em suas tramas. Em compensação, são altamente exportáveis. O roteirista Benedito Ruy

Barbosa comprou uma casa de 500.000 reais em São Paulo com a venda do folhetim *Sinhá Moça* para 63 países. Para os atores, os ganhos são proporcionais ao salário na novela. Ainda não se sabe como será o desempenho internacional de *América*, mas o fato de a trama lidar com o tema da imigração ilegal para os Estados Unidos cria altas expectativas. O mesmo vale para o merchandising, que já conta com aqueles planos detalhados. Deve-se registrar, contudo, que o departamento comercial da Globo não tem autorização para interferir nos rumos de uma novela. "Nós também não podemos exigir que um ator faça um comercial a contragosto", diz o diretor comercial da Globo, Willy Haas. Mas será que precisa?

Disponível em: [http://veja.abril.com.br/160305/p\\_130.html](http://veja.abril.com.br/160305/p_130.html)

Acesso em: 13 de fevereiro de 2010

#### ANEXO I:

18/02/2010 às 16:00

#### **Personagem de Alinne Moraes na TV ganha blog próprio**

Agência Estado

Há 11 dias, Luciana, personagem de Alinne Moraes em *Viver a Vida*, migrou da TV para as páginas da internet, sob encomenda do diretor Jayme Monjardim. No blog *Sonhos de Luciana* ([especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana](http://especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana)), a modelo ganhou a tarefa de promover a inclusão de deficientes e, claro, aproximar os internautas do folhetim que tem batido a rasa média de 30 pontos no Ibope.

Mesmo sem um reflexo estrondoso na audiência, Maneco faz um balanço positivo do portal e tem planos de levar, na próxima semana, algum comentário da rede para a trama de *Viver a Vida*. "Como gosto de inserir elementos de realidade nas minhas novelas, achei que seria uma ótima ideia", explica.

Ainda não existe um balanço oficial do número de visitantes, mas a quantidade de comentários no portal é significativa. No primeiro *post* da página, no qual Luciana aparece num ensaio fotográfico, o blog recebeu 226 recados.

E o intuito da equipe de Maneco é levar cada vez mais elementos do cotidiano da personagem para a internet. A produção não quer fazer do espaço uma extensão dos depoimentos de superação que encerram, diariamente, o folhetim do autor.

Quem não assiste à novela também consegue entender o drama de Luciana por meio do blog. Em seu perfil, a modelo explica que ficou tetraplégica após um acidente de ônibus, na Jordânia. Na sequência, aparecem os tópicos fisioterapia, maquiagem e namoro. Itens que, para Manoel Carlos, devem ser mais visitados na próxima semana.

O diretor Jayme Monjardim planeja repetir o formato do blog com o personagem de Thiago Lacerda, Bruno, para contar sua busca por boas fotos. As informações são do **Jornal da Tarde**.

Disponível em: <http://www.atarde.com.br/cultura/noticia.jsf?id=1388850>

Acesso em: 19 de fevereiro de 2010

#### ANEXO J:

#### **Dia 17 – Dividindo experiências**

qui, 25/02/10 por TV Globo | categoria [Blogs bacanas](#) | tags [Blogs bacanas](#)

Estou muito, muito feliz com as mensagens que vocês me enviam por aqui, no blog. Fico emocionada com cada palavrinha que leio... É bom poder dividir experiências e sentir a força e o incentivo de cada um de vocês. Isso me estimula a continuar lutando e escrevendo. Sinto como se fôssemos grandes amigos, de verdade!

Por conta do meu blog, acabei dando uma pesquisada na rede sobre outros blogueiros. Não é que me deparei com um monte de gente boa dividindo suas histórias? Tábata, Jairo, Flávia, Eduardo, Bianca, Cris, Nickolas e tantos outros. Então, resolvi começar a divulgar aos pouquinhos os endereços de alguns blogs legais. Vale à pena conhecer. Como vão ser muitos, vou colocar os links bem no cantinho esquerdo da página. É só vocês clicarem para entrar, tá? Não deixem de visitar cada um deles e voltar depois,

porque vão aparecer outros mais. São blogs diferentes uns dos outros, mas todos muito bons. Entrem lá e me digam o que acharam!!!

Beijos, beijos, beijos.

Disponível em: <http://especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana/tag/blogs-bacanas/>

Acesso em: 26 de fevereiro de 2010

## ANEXO K:

### **Dia 7 – Página virada**

*Ter 16/02/10, por Luciana |categoria Uncategorized| tags Cadeira de rodas*



Como eu senti medo de sentar numa cadeira de rodas pela primeira vez... Lembro da Larissa e do Miguel me convencendo que eu tinha perfeitas condições de sair do hospital de cadeira de rodas, mas eu tinha verdadeiro pânico! Passei dias internada, achei que sairia de lá andando, com minhas próprias pernas. Era demais para mim. A primeira cadeira que eu tive que usar era medonha, gente, assustadora!!!

Só depois, quando eu já estava mais adaptada, pude sentar no meu possante, feito especialmente para mim! Quando foi tirar minhas medidas, a Grazie disse: “É como número de calça jeans, se você veste 38, sua cadeira tem que ser 38”. É isso mesmo, minha gente, ela é perfeita para o meu corpinho e já não tenho mais crises com isso!

Ah, e é roxa, que eu escolhi por ser a cor da transformação.

Disponível em: <http://especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana/tag/cadeira-de-rodas/>

Acesso em: 26 de fevereiro de 2010

ANEXO L: (sic)<sup>80</sup>

*Lindomar:*

**26 fevereiro, 2010 as 10:45 am**

Ola lu sou deficiente, e vejo sua historia alias que historia parece conto de fada, as coisas p vc tudo acontece .gostaria de saber porq que autor nao mostra as dificuldades que temos para atreversar uma rua , os buracos nas calçadas ,e o principal o tratamento kd o tratamento neste Brasil de sonhos ....me ajuda ai a entender melhor Lu ou melhor faça as pessoas enchergar de verdade que a realidade é tao dificil ou melhor o que fazemos ?

MARCIA:

**26 fevereiro, 2010 as 10:55 am**

OI !

NOSSA É ADMIRAVÉL COMO VC MESMO EM UMA CADEIRA DE RODAS E MESMO ASSIM É UMA PESSOA MUITO ALEGRE E FELIZ, TENHO UM FILHO DE 7 ANOS QUE NASCEU COM HIDROCEFALIA E AINDA NÃO ANDA MAS TENHO MUITA FE DELE ANDAR ...

*Rosane:*

**26 fevereiro, 2010 as 10:55 am**

Lu,

Nossa que lição de vida heim menina... Vc tem sido exemplo de força e coragem pra muita gente.

---

<sup>80</sup> Há muitos erros ortográficos, de concordância e de todos os tipos nestas postagens e colocar “sic” após cada um deles tornaria a leitura mais difícil e enfadonha. Optou-se, então por “sic” abrangente a todos os textos, levando em consideração, inclusive, que há em circulação um alternativo “dialeto de internautas”.

Saiba que to na torcida por vc!

Ah! Agarra logo o Miguel, deixa escapar nao...muito gato!!! rrsr

Felicidades. Bjsss

*Gilmara:*

**26 fevereiro, 2010 as 10:56 am**

Estou gostando muito como está encarando tudo isso.

Por favor menina, dá logo uma chance para o simpático do Miguel

Ele merece né!!!!

Deixa o Jorge pra lá.

*Jéssica:*

**26 fevereiro, 2010 as 10:57 am**

Luh

Você é uma lição de vida pra muitas pessoas...não deixou os fatos da vida te derrubar e esta sempre pra cima com muito sorriso no rosto...vivendo a vida como se não tivesse acontecido nada... torço muito por vc!!!!

E OH FICA LOGO COM O MIGUEL ADORO VER VOCÊS DOIS JUNTOS ....É MUITO DIVERTIDO!!!

BJOS E ABRAÇOS E TUDO DE BOM PRA VOCÊ

ADOREI O SEU BLOG!!!!

*adri:*

**26 fevereiro, 2010 as 11:01 am**

Ola Luciana! tudo bem?nossa muito 10 o seu blog.Nossa tadinho do seu ex vc judiou dele em,mas é verdad nao vale a pena fikar com uma pessoa se nao estamos mais nos sentindo bem perto dela.

e sua irma,fala serio ela nao e normal,tudo o q vem na pequena mente maldosa dela ela solta.

Mas tudo bem,fika com Deus! Ha e manda um beijo pro gato do Miguel rrsrs

*Elizangela:*

**26 fevereiro, 2010 as 12:50 pm**



Força, coragem e determinação:) Mta gente reclama de tudo que tem, e quem não tem, pq não reclama??!!! Exemplo social e de vida:) Parabéns:)

Mta luz sempre:)

Bjsss e energia positiva:)

*amanda santos:*

**26 fevereiro, 2010 as 12:51 pm**

lu desejo tudo de bom te adoro muito ta bjsss a sua família

*Patty:*

**26 fevereiro, 2010 as 12:52 pm**

TO BEGE! ã que é o blog existe mesmo???

“Lu” fica logo com o Miguel!!! torcida tá grande...amando a novela,vc Aline se supera a cada dia!

bjs

*luna:*

**26 fevereiro, 2010 as 12:52 pm**

Vou resumir oq penso sobre vc em apenas uma palavra:

ESPETACULAR!

Parabens pelo belíssimo trabalho.

bjus!

sua fã de Vitória...E.S.

*Aline:*

**26 fevereiro, 2010 as 12:56 pm**

Luciana, gostaria de deixar aqui algumas palavras.... Parabéns pelo belo papel que recebeu e exemplo que vc está dando pra muita gente... Isso que vc esta interpretando não é problema só para cadeirantes não, tem muita gente sem nenhum tipo de deficiência física que se prende a uma cadeira de rodas imaginária e esquece de viver, esquece a vida que tem, os amigos , a familia e acaba ficando amargo, triste, solitário. Acho que as pessoas estão esquecendo de viver o hoje, eu sou uma delas, toda vez que assisto a novela, no final com os depoimentos sempre choro, fico imaginando quando

tempo perdemos com bobeira, briga com as irmãs, com amigos, com a mãe, pai, etc....  
Realmente é uma lição de vida, vivendo e aprendendo mesmo...Parabéns vc é muito linda, talentosa, a cada novela que faz se supera, eu sei que já deve estar cansada de ouvir e ler isso, mas francamente eu a admiro..

Ahhhh ja ia me esquecendo, nossa já esta na hora de rolar alguma coisa entre vc e o Miguel, vcs formam um belo casal, lindo, romantico, alegre, divertido, parabénssssssss  
Beijos

Aline

Ribeirão Preto/SP

*Fernanda Carreri Moreira:*

**26 fevereiro, 2010 as 12:57 pm**

Oi Lú...

Eu sou muito sua fã, muito mesmo.

Com este seu papel está mostrando os obstaculos que os cadeirante passam. Vc está sendo um exemplo.

Minha irmã sofre de Esclerose Multipla, é uma doença não muito falada mais existe e é horrivel, ela vive em uma cadeira de roda e depende da gente pra tudo, e a sua força de vontade ajuda muito ela sabe, estou achando muito legal esse papel.

Você é demais!!!

Adoro você!

Beijos fica com Deus.

*Vanessa:*

**26 fevereiro, 2010 as 12:58 pm**

Lu, uma frase que tenho sempre em minha vida é:

“Nunca diga a Deus que você tem um problema, diga sempre ao seu problema que você tem um grande Deus.”

bjs e parabéns pela sua interpretação!

*Thayna Ferraz:*

**26 fevereiro, 2010 as 12:59 pm**

Lu torço muito por vc  
 Vc é uma guerreira...adoroo vcc  
 Bjs para todoss

*Amanda!!!:*

**26 fevereiro, 2010 as 1:05 pm**

Oiee Lú!!

Tudo bem!!!

Adoro muito vc!!!

Torço muito por vc, és uma lutadora!

E a cada dia encontrando uma maneira melhor de Viver a Vida, que afinal é uma só!

Temos que aproveitá-la ao máximo!

E vc é o puro exemplo de vida, que está aprendendo e nos ensinando cada dia mais!

Boa Sorte em tudo, que consiga atingir todos seus objetivos!!!!

Mil Beijoss!!!

Amanda!!!!

Obs: Sua fã número 1!!!!

hehe bjãooo LINDA s2

*Natália Franke Machado:*

**26 fevereiro, 2010 as 1:07 pm**

Oi Lu!!!

Eu estou amando vc!!!!

Vc me passa uma coisa tão boa q não consigo explicar, me sinto outra pessoa depois q conheci a sua vida, seus dias, sua luta!

As vezes me desanimo muito com a vida, acho q tenho muitos problemas, muitas dificuldades, mas agora sei q não...

Tenho filhos lindossss, cheios de saúde e de vida, consigo ir onde quero, pude ser mãe, e tenho certeza q pessoas como vc, Deus guarda coisas muito Boas e Lindas!

Admiro muito como vc supera todo esse problema, essa dificuldade, q pra vc hoje ja não chega a ser mais dificuldade, e sim sua nova VIDA!

Mas vc esta viva e lindaaaaaaa, e voltará a andar eu tenho certeza, choro com vc, sorrio

com vc, vivo com vc cada segundo da sua recuperação...

Bjaum amada

*willian:*

**26 fevereiro, 2010 as 1:07 pm**

Parabens por esta iniciativa maravilhosa, li todas as sua mensagens e acredite, fiquei emocionado, da gosto de ver a sua disposição pra viver, superar as dificuldades... bjos. adoro vc!

*Monika:*

**26 fevereiro, 2010 as 1:08 pm**

Oi Lu, amo o seu blog... vc eh exemplo de superacao... vou te dar uma dica, por que vc nao pede ao seu pai para lhe comprar uma cadeira de rodas eletrica ???? iria facilitar tanto a sua vida...

Um beijo cheio de carinho para voce...

*Juliana:*

**26 fevereiro, 2010 as 1:08 pm**

Lú...vc é simplesmente um exemplo...

Motivação, Vontade de viver...

torço muito por sua recuperação...

Beijoss =) ♥

*leilane:*

**26 fevereiro, 2010 as 1:09 pm**

estou adorando seu trabalho .vc está emocionado o Brasil com a sua força de vontade continue dando tudo de si para o personagem...bjos

*Carla Karoline Borges Alves:*

**26 fevereiro, 2010 as 1:10 pm**

Oiii Lu...

Acho vc uma lutadora... Pra ser sincera, no começo nao gostei muito de voce nao, te achava muitooooo mimada... rrsrsrs

Mas agora, voce se mostra uma menina, mulher, amiga, filha muitooo especial e nao mais uma menina rica mimada. Sao as coisas da vida!

Moro na Inglaterra a quase 3 anos, e ainda nao estive no Brasil. Espero ir em breve! Sonhei com essa liberdade tambem. Estar sozinha, cuidar de mim mesma, conquistar meus objetivos e conhecer lugar, idiomas... Xiii e muitoo mais.

Hoje essa liberdade que eu tanto procurava ja nao me interresa mais. o que eu aprendi com a distacia de familia e amigos, principalmente da minha familia, essa “tao sonhada liberdade” ja se foi. Hoje vendo voce com todo esse carinho com a sua mae e ela com voce, choro de saudades da minha e conto os segundos para poder dar um forte abraço ou ate mesmo um simples banho; assim como vejo voce e sua mae. E muito emocionante pra mim.

Mas, quero te desejar tudo de melhor. Tenho certeza que um futuro lindo Deus reserva pra voce!

Um beijoo grande!

**(sic em todas as postagens)**

Disponível em: <http://especial.viveravida.globo.com/sonhos-de-luciana/>

Acesso em: 26 de fevereiro de 2010

#### ANEXO M:

09/12/2009 às 08:57

| ATUALIZADA às 15:07 | COMENTÁRIO (0)

**Autor de Viver a Vida vai abordar células-tronco**

Agência Estado  
TV Globo | João Miguel Júnior



Manoel Carlos quer passar a imagem que é possível viver bem em uma cadeira de rodas

Se Luciana (Alinne Moraes) sair dando piruetas de bailarina nos próximos dias em "Viver a Vida", não será a primeira vez que um personagem de novela conseguirá se livrar da cadeira de rodas. Mas, apesar dos boatos, não há, por enquanto, grande chance de isso acontecer na novela, avisa o autor, Manoel Carlos. "Ainda mantenho a posição anterior, de que ela não voltará a andar", disse ele. Ele considera muito importante que Luciana passe a mensagem de que é possível viver bem em sua nova condição.

A expectativa da recuperação da personagem ganhou força quando se soube que Maneco decidiu tratar do tema polêmico das pesquisas com células-tronco na trama - teve até clínica oferecendo especialistas para falar sobre o assunto com a imprensa, já usando a novela como exemplo. "Realmente estou procurando mais informações sobre esse procedimento, pois quero pôr a novela discutindo a questão", admite o autor, que encomendou um levantamento do tema às pesquisadoras de sua equipe.

As pesquisas sobre células-tronco, entretanto, não devem envolver o bebê que Helena (Taís Araújo) espera de Marcos (José Mayer), pai de Luciana. A protagonista sofrerá um aborto espontâneo nos próximos capítulos. Discussão semelhante já foi levantada por Manoel Carlos em "Laços de Família" (2000), quando Helena (Vera Fischer) gerou um filho para salvar a vida de sua filha, Camila (Carolina Dieckman), que sofria de leucemia.

O autor conta ainda que muita gente lhe pede que amenize o sofrimento da modelo, que

ficou tetraplégica após um acidente. "Os pedidos que me chegam para que ela ande são muitos, mas não em maior número do que os que querem que ela não ande. O jogo está empatado por enquanto." As informações são do jornal **O Estado de S. Paulo**.

Disponível em: <http://www.atarde.com.br/cultura/noticia.jsf?id=1306145#>

Acesso em: 09 de dezembro de 2009

## ANEXO N

### **Questionamentos sobre as células-tronco**

#### **Tereza pergunta a Moretti se há esperança para Luciana voltar a andar**



Tereza e Marcos visitam o doutor Moretti pra checar informações que leram a respeito da pesquisa de células-tronco. Eles ainda não conseguiram entender bem o assunto, mas perceberam que ali há muita esperança. “Nada me tira da cabeça que possa existir um jeito de fazer a Luciana andar”, diz Tereza, cheia de fé numa cura milagrosa pra Luciana. Mas o médico, ao lado do seu assistente, Miguel, é bem mais cético.



“É preciso cautela pra falar de célula-tronco”, diz Moretti. Ele explica que, de fato, as células-tronco embrionárias são capazes de se transformar em tecidos de qualquer parte do corpo e que, na teoria, elas seriam capazes de reconectar os circuitos interrompidos quando Luciana se lesionou.

Diz ainda que o Brasil, um dos países mais avançados nessas pesquisas, é uma referência na área internacionalmente e tem uma legislação favorável, mas...



Mas os cientistas ainda não têm controle sobre como transformar essas células nos tecidos certos. Portanto, não há como criar falsas expectativas: “Existe uma luz no fim do túnel, mas há que se percorrer esse túnel”. E ele pode ser longo.

Marcos e Tereza saem de lá um tanto desapontados, mas não há que se perder a esperanças. Ela nunca morre.

Disponível em:

<http://viveravida.globo.com/Novela/Viveravida/Fiquepordentro/0,,AA1708754-17526,00.html>

Acesso em: 17 de março de 2010

ANEXO O:

**O “merchandising social” da TV Globo e os desertos verdes**

*domingo 5 de outubro de 2008*



É curioso que a TV Globo faça uma campanha semelhante às campanhas das empresas Aracruz Celulose e Stora Enso, líderes no mercado da indústria de celulose

Gustavo Barreto



O “merchandising social” da TV Globo e os desertos verdes Por Gustavo Barreto (\*)

Foi o professor Arlindo Machado, pelo que me lembro, que conceituou de forma brilhante a importância de analisarmos a televisão não como um meio em si - tal como Adorno ou McLuhan, para se odiar ou venerar a tevê -, mas pelo conteúdo dos seus programas. Os brasileiros preocupados com os rumos democráticos da nossa Nação precisam ficar atentos ao conteúdo específico de cada programa de grande repercussão e rediscuti-los urgentemente, a julgar pelo que se passou na novela “A Favorita”, da TV Globo, neste sábado (4/10).

Entrou em pauta neste dia o tema da celulose e o respeito ao meio ambiente, de forma explícita, na fala entre a personagem Donatela (interpretada por Claudia Raia) e Augusto César (interpretado por José Mayer). Contextualizando: Donatela é uma mulher que está atualmente do lado do “bem” no imaginário simbólico dos telespectadores (que “torcem” por ela), buscando justiça contra sua adversária Flora (Patrícia Pillar), uma criminosa da pior estirpe (capaz de seqüestrar a própria filha por dinheiro).

Donatela vive atualmente escondida de todos, ao lado de Augusto César, “um homem bonito, atraente, romântico e delirante”, segundo a descrição no site oficial da novela. Segue um breve relato sobre Augusto: “É ufólogo atuante e realiza encontros para meditação. Ganhou fama de doido quando resolveu largar o rock para se tornar um

eremita à espera de um disco voador. Acredita que a mulher Rosana Costa foi abduzida por alienígenas há 13 anos e ainda vai retornar ao planeta para viver junto dele e do meio-filho, Shiva Lénin.” Atualmente, ele efetivamente pensa - fruto de seu delírio - que Donatela é a tal esposa abduzida.

### **O “debate” sobre o meio ambiente**

Este lunático tentou convencer sua “esposa” que não deveria vender seu lote de terra para a exploração de eucalipto, em benefício de uma grande empresa comandada por Gonçalo Fontini (Mauro Mendonça).

Gonçalo, este grande empresário, é estrategicamente posicionado no roteiro: “É um homem inteligente, culto, íntegro e dedicado à família. Sua autoridade é imposta naturalmente. Quando jovem, Gonçalo tinha ideias comunistas, mas, ao longo da vida, traiu seus ideais e tornou-se um homem riquíssimo. Apesar disso, é discreto e não gosta de ostentação nem de bajuladores. Gonçalo é muito apegado à neta Lara e sofre com o assassinato de seu filho único Marcelo.” Sendo inteligente e culto, na percepção dos autores, faz algum sentido que - de acordo com a ideologia da emissora - tenha “traído” seus ideais e se tornado “riquíssimo”.

Voltando à cena em questão, Donatela argumenta com Augusto (o “delirante”) que ele deveria vender suas terras. Augusto se defende com dois argumentos: construiu sua vida ali, naquela terra, ao lado da esposa (a que foi “abduzida”, que ele pensa ser a Donatela) e acredita que “esse pessoal só pensa em lucrar”.

Donatela (a justiceira, do “bem”), por sua vez, deu outros dois argumentos: “Quê que tem? Todo mundo precisa de papel” e “Pelo que sei, é tudo 100% reflorestado”. É curioso que a TV Globo faça uma campanha semelhante - para não dizer igual - às campanhas, por exemplo, das empresas Aracruz Celulose e Stora Enso, líderes no mercado da indústria de celulose. Teria sido mais um exemplo do “merchandising social” - uma espécie de inserção de temas sociais para debate público no conteúdo de mídia - ou uma propaganda política?

Desinformação a serviço das grandes empresas Os telespectadores não conhecem, pelas mãos da mesma emissora e do seu departamento de jornalismo, o gigantesco conflito

político que, aos olhos dos autores da novela, soa como um agradável bate papo para discutir se precisamos ou não de papel.

No Rio Grande do Sul, por exemplo, cinco organizações ambientais se uniram no mês passado em uma ação judicial contra a presidente da Fundação Estadual de Proteção Ambiental (Fepam), Ana Maria Pellini, a quem acusam de praticar assédio moral ao pressionar seus funcionários em processos de interesse do setor papelero. A denúncia, segundo reportagem da agência internacional de notícias IPS [1], se refere a ameaças e transferências injustificadas de técnicos que se negaram a modificar critérios de Zoneamento Ambiental da Silvicultura, na licença para construção de represas e para ampliação que quadruplicará a fábrica de celulose Aracruz, maior empresa brasileira do setor, controlada pelos grupos familiares Lorentzen, de origem norueguesa, e Safra, do Líbano. As ações judiciais neste Estado se encaminham principalmente a irregularidades em licenças ambientais e acordos para que sejam feitos estudos e informes de impacto ambiental. “Exigimos mais restrições, porque o Zoneamento Ambiental, recentemente aprovado, oferece baixa proteção”, explicou Annelise Steigleder, fiscal de Meio Ambiente de Porto Alegre.

Em outro Estado o quadro é parecido, ainda de acordo com o relato da IPS: “Na Bahia, a promotoria estadual pediu à justiça que anule licenças ambientais para plantio de eucalipto, obtidas pela empresa Veracel, criada por uma associação (Joint venture) entre Aracruz e a sueco-finlandesa Stora Enso. A firma “usou meios ilícitos, desde corrupção de funcionários de órgãos vinculados às licenças até subornos de prefeitos e vereadores”, disse João da Silva Neto, coordenador da Promotoria em Eunápolis, município do sul baiano. “Também foram obtidos de forma irregular certificados de qualidade para garantir exportações”, acrescentou.”

O que as personagens Donatela e Augusto “esqueceram” de falar é que, em junho deste ano, a Justiça Federal brasileira condenou a Veracel (Aracruz e Stora Enso) a restaurar, com vegetação nativa, todas suas áreas compreendidas nas licenças de plantio de eucalipto que foram liberadas entre 1993 e 1996 neste mesmo município [2]. Significa que uma área de 96 mil hectares, coberta por eucaliptais da empresa, deverá ser reflorestada por árvores da mata atlântica, um dos biomas mais diversos do planeta e, ao mesmo tempo, mais ameaçados do mundo. A empresa também foi condenada a pagar

uma multa de R\$ 20 milhões (US\$ 12,5 milhões) pelo desmatamento da mata atlântica, com tratores e correntão, ocorrido nos seus primeiros anos de funcionamento (1991-1993).

Este é o tipo de reflorestamento - à força, via Justiça Federal - que as empresas de eucalipto promovem. Depois de muita destruição.

No Espírito Santo, a Aracruz invadiu terras indígenas - reconhecidas legalmente pelo Governo Federal como de posse permanente das comunidades originárias - e devastou boa parte do Estado.

Em quatro estados (RJ, MG, BA e ES), os problemas são acompanhados de perto pela Rede Alerta contra o Deserto Verde, uma ampla rede da sociedade civil composta por mais de 100 entidades, movimentos, comunidades locais, sindicatos, igrejas e cidadãos, preocupados com a contínua expansão das plantações de eucalipto na sua região, assim como a venda de “créditos de carbono”.

Basicamente, a Rede chama atenção para o desastre sócio-ambiental causado nos últimos 35 anos pela monocultura de eucalipto e pinus, integrado aos complexos siderúrgico e de celulose, atingindo diversos ecossistemas e populações do território brasileiro, empobrecendo nossa diversidade biológica, social e cultural, e causando expropriação, desemprego, êxodo rural e fome. Mas também tenta mostrar a viabilidade de modelos alternativos de desenvolvimento que têm sido implementados localmente por vários movimentos e comunidades que participam da Rede.

### **Grito abafado**

Didaticamente: estes 100 movimentos sociais gritam e reivindicam que monoculturas não são florestas. Portanto, não podem ser destruídas e depois “reflorestadas”, pelo sem-número de conseqüências que trazem para o meio ambiente e para as comunidades locais.

De que adianta o clamor da sociedade civil? A justiceira da novela fala para milhões, argumentando com um homem delirante que “pelo que sei, é tudo 100% reflorestado” e

que “todo mundo precisa de papel”. O homem delirante é “ufólogo” (com todo o respeito à categoria).

O empresário responsável pela monocultura criminosa é “inteligente, culto e íntegro” e sugeriu a um negociador, ainda durante a novela de hoje, que dobre o preço pela terra, “que é muito importante”.

Com estas referências - a julgar pelo conteúdo desta novela da TV Globo, as únicas referências que milhões de pessoas receberão -, de que “lado” você ficaria?

(\*) Gustavo Barreto é co-editor nos meios independentes Consciência.Net e Fazendo Media.

REFERÊNCIAS [1] Clarinha Glock. "Armas judiciais contra fábricas de papel no Brasil". Agência Envolverde/Terramérica. 08 Ago. 2008.

[<http://www.jornaldiadia.com.br/noticia.php?id=24857>] [2] Comissão Pastoral da Terra Nordeste. "Stora Enso e Aracruz são condenadas por crime ambiental". 01 Ago. 2008.

[<http://www.cptpe.org.br/modules.php?name=News&file=article&sid=1502>]

Disponível em: <http://www.ciranda.net/spip/article2489.html>

Acesso em: 21 de março de 2010

#### ANEXO P:

Sexta, 11 de setembro de 2009, 10h06

#### **Direitos Humanos elogia potencial de telenovelas**

**Marcela Rocha e Thais Bilenky**

A presidente da Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa com Deficiência (Corde) da Secretaria Especial de Direitos Humanos, Isabel Major, enfatiza, em entrevista a **Terra Magazine**, a importância de telenovelas no que considera ser "mudanças culturais" do país.

**Terra Magazine - Qual é a importância das telenovelas na integração de pessoas portadoras de deficiências no Brasil?**

**Isabel Maior** - Novela é uma das manias brasileiras, arrisco dizer que tanto quanto futebol. Portanto, acredito que seja também uma das maneiras de a sociedade tomar contato com coisas que ficam escondidas e tidas como tabus. A novela é, portanto, uma das formas de se alcançar uma mudança cultural. Isto é de grande importância para a diversidade como um todo, seja discussão sobre cor, drogas, ou sobre grupos comunidades como a dos quilombolas. Cada vez mais, os autores têm procurado conhecer e incluir de maneira muito mais correta do que já foi feita no passado.

### **Na rádio-novela, por exemplo?**

Teve uma novela chamada *Direito de nascer*. Nas novelas, as pessoas ruins eram castigadas e habitualmente era através da morte ou se tornando pessoas com deficiências. Isto deseduca, era colocado dentro da cabeça das pessoas. Anteriormente a situação era quase que oposta a de hoje. Na maior parte das novelas que tinham o tema, o personagem com a deficiência a perdia ao final da novela, como um prêmio se fosse uma pessoa boazinha. Isso era ainda mais visível nas novelas. Não é obrigatório que a pessoa não tenha mais a deficiência porque chegou ao final da novela. Isso é uma visão incorreta e de maneira nenhuma ajudam a desenvolver a consciência correta.

### **E ultimamente, os autores têm inserido mais a temática?**

Nessa esteira de responsabilidade social proeminente das novelas, é que estão abordando de uma maneira mais condizente com a realidade. A pessoa com deficiência faz parte da sociedade. A novela das sete tem uma personagem com deficiência visual e a própria atriz é deficiente visual.

### **As pessoas com deficiência se sentem bem "representadas", ficam incomodadas?**

Tenho visto movimentos de pessoas com deficiências, entidades e organizações não governamentais e a própria Secretaria Especial dos Direitos Humanos observamos com admiração, pois o tema está sendo tratado de forma correta e sob orientação das próprias pessoas com deficiência. Autores e atores fazem consulta às pessoas com deficiência, existe interação entre as novelas e os setores com deficiência.

### **E o que a senhora acha de artistas com deficiência estarem desempenhando seus papéis em novelas?**

Isso é uma situação muito nova e mais interessante ainda. A atriz interpreta tão bem uma personagem cega por ser naturalmente cega. Nos primórdios, para que as

personagens fossem negras, os atores brancos eram pintados de preto. Até agora, a maior parte de pessoas com deficiência em novelas tem sido interpretado por pessoas que não as têm. E agora, com a atriz cega, vemos uma forma de aprimoramento. É claro, se abordagem for incorreta, o efeito será inverso e reforçará os preconceitos.

**De maneira geral, não especificamente nas novelas, a senhora acredita que a abordagem da temática é feita de maneira a evitar o preconceito?**

Recentemente recebemos uma denúncia. Não em relação às pessoas com deficiência, mas em relação ao LGBT. Há uma série de locutores de televisão, de programas de variedades, que usam de maneira pejorativa e absolutamente desrespeitosa a imagem de pessoas desse grupo. Isto reforça o preconceito e discriminação é crime. Novelas, mini-séries, filmes e seriados geralmente têm mais cuidado. Mas esse tipo de programa de auditório e variedades é muito descuidado.

**Tem algum tema sob uma das deficiências, sejam elas intelectuais ou físicas, que não consigam ser abordados?**

Surpreendentemente, até mesmo a deficiência intelectual foi bem retratada. Numa novela em que a Regina Duarte adotou uma filha com síndrome de Down. Ela realmente passou pela mesma via-crúcis que uma mãe ainda tem que passar: a falta de aceitação das matrículas nas escolas de crianças com algum tipo de deficiência. A definição de política de educação é a inclusiva, ou seja, a novela retratou esse momento de transição, em que se discutia esse assunto.

**A senhora, então, não acredita que haja um tema que não seja "abordável"?**

Eu sinto um pouco de falta de ser contada a vida, o dia-a-dia, de uma pessoa com deficiência auditiva, ou o uso da língua brasileira de sinais. É um conjunto de pessoas que tem dificuldade de se comunicar através da oralidade.

**Como é a comunicação com as emissoras de televisão e autores de novelas?**

Não temos canal formal de interlocução. Normalmente atuamos, como instância de governo, prestamos qualquer tipo de consultoria solicitada. A própria sociedade civil se representa. Aconteceu muito na novela *América*, em que Marcos Frota fez o papel de uma pessoa cega. Naquela ocasião o presidente do Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa Portadora de Deficiência, Adilson Ventura, é uma pessoa cega, então ele próprio muitas vezes transmite sua experiência. Prefiro em especial que a própria sociedade

civil se manifeste. Não procuramos (autores). Não há esse canal de procura de autores. Há uma disponibilidade para autores, escritores, todos. O ministro Vannuchi fala por toda a área. A Corde não interfere diretamente.

Disponível em: <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI3968976-EI6592,00-Direitos+Humanos+elogia+potencial+de+telenovelas.html>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2010

#### ANEXO Q:

**28/02/2010 às 11:12**

| **COMENTÁRIO (0)**

#### **Brasil e OEA discutem criação de índice de acessibilidade para deficientes**

Agência Brasil

Brasília – Nesta segunda e terça-feira (1 e 2), em Brasília, a Secretaria Especial dos Direitos Humanos (SEDH) e a Organização dos Estados Americanos (OEA) promovem uma reunião técnica com países do Cone Sul para discutir a criação de um índice de inclusividade, que servirá para medir a qualidade de atendimento e a acessibilidade de pessoas com deficiência.

O índice será formado a partir de informações sobre emprego e matrículas nas escolas para pessoas com deficiência, condições de trabalho, acessibilidade urbana, funcionamento de centros de reabilitação e fornecimento de órteses (materiais e equipamentos para uso provisório) e próteses (materiais que substituição definitivamente órgãos e partes do corpo humano) na rede pública de saúde.

“Esses indicadores são muito importantes. Já temos políticas e ações para pessoas com deficiência. Falta medir a implementação e o impacto disso”, explica Izabel Maior, subsecretária nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência da SEDH. Na opinião de Izabel Maior, o Brasil tem os “piores exemplos” de disponibilidade de infraestrutura urbana para pessoas com deficiência. Ela chama a atenção que ainda falta sensibilidade e educação às pessoas, que não respeitam, por exemplo, as vagas para carros que conduzem deficientes. “Isso não é uma regalia”, lembra a subsecretária. Mas Izabel Maior também cita bons exemplos de iniciativa no país que melhoraram a acessibilidade, como é o caso da cidade de Socorro, no interior paulista, que está 100%



adaptada a pessoas com deficiência. “O investimento da rede hoteleira da cidade já deu retorno”, disse. Segundo a subsecretária, Socorro transformou-se em cidade muito visitada por pessoas portadoras de deficiência e idosos.

Disponível em: <http://www.atarde.com.br/brasil/noticia.jsf?id=1399718>

Acesso em: 28 de fevereiro de 2010

## ANEXO R:

### **Normas de regulamentação são discutidas**

TÁXI

**MEIRE OLIVEIRA**

Após 18 anos sob uma legislação que já não atende à demanda atual, Salvador está mais perto de implementar novas normas para regulamentar o serviço de táxi na cidade. Garantir a acessibilidade de usuários com deficiência e demandas antigas dos profissionais fizeram parte da lista de reivindicações na primeira audiência pública convocada pela Comissão de Transporte, Trânsito e Serviços Municipais da Câmara de Vereadores, ocorrida na manhã de ontem.

As discussões que visam finalizar as atualizações do Regulamento dos Serviços de Táxi e Transportes Especiais de Passageiros do Município de Salvador, de 1992, não têm prazo para conclusão. De acordo com o subsecretário dos Transportes e Infraestrutura, Jorge Halla, a dinâmica vai depender do resultado do próximo encontro.

Questionamentos sobre a mudança do termo permissão para autorização que se refere à licença de atuação e taxistas clandestinos, não foram respondidos pela Setin.

O subsecretário alegou que como a discussão ainda está em aberto, alterações devem acontecer. Em Salvador e RMS são 13 mil permissionários e auxiliares, com 7.266 táxis.

**TAXISTAS E PREFEITURA VOLTAM A SE REUNIR** O próximo encontro para discussão das atualizações do regulamento do serviço de táxi em Salvador está previsto para o próximo dia 11, às 9 horas, na sede da Transalvador.

#### **Acessibilidade em discussão**

-

Há três anos, cinco táxis adaptados e motoristas qualificados estão esperando para atuar. De acordo com Cledson Cruz, presidente da Associação Municipal e Metropolitana de Pessoas com Deficiência, Salvador é a primeira capital do País a instituir um decreto sobre táxi especial. Na próxima semana, em reunião no Ministério Público Estadual (MPE), deve ser formulado um Termo de Ajuste de Conduta (TAC) para estabelecer responsabilidades e prazos dos envolvidos com a promotora Rita Tourinho.

#### **Veículo adaptado não pode circular**

-

Enquanto a situação não é resolvida, o veículo comprado por Itamar Mendes, 47 anos, já está com pontos de ferrugem. Com os custos de adaptação como plataforma elevatória, valor do veículo e curso de qualificação profissional foram gastos pelo menos R\$ 50 mil, que teve parte financiada. “Dei entrada de R\$ 12 mil com o fundo de garantia e estou devendo o restante, pois não posso trabalhar para pagar. Nem fiz o emplacamento”, disse.

Além de cadeirantes, o veículo é preparado para atender pacientes pós-cirúrgico, obesos e gestantes.

Disponível em: <http://atarde.ideavalley.com.br/flip/>

Acesso em: 6 de março de 2010