



## **Pantanal: A Reinvenção da Telenovela<sup>1</sup>**

Beatriz BECKER<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Arlindo MACHADO<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, SP

### **Resumo**

Reflexão crítica sobre o sucesso de *Pantanal* (TV Manchete, 1990), telenovela ligada a um movimento de renovação da ficção seriada brasileira. *Pantanal* é a primeira a utilizar sistematicamente a natureza como recurso cenográfico, rompendo com o esquema fácil da novela de estúdio. Chamou a atenção de profissionais e espectadores para a necessidade de discutir a identidade do país e buscar uma iconografia brasileira para a telenovela. Colocou também no ar um Brasil rural, pouco conhecido da maioria dos brasileiros, o da região pantaneira. Desmistificou um padrão pasteurizado de teledramaturgia, baseado em cenários, figurinos e situações canônicas, quase sempre ligados a uma história urbana de ascensão social. Por fim, provou que índices de audiência expressivos não precisam estar vinculados apenas a produtos padronizados e estereotípicos, mas podem provir também de propostas de inovação e de desenlaxamento das rotinas.

### **Palavras-chave**

*Pantanal*; televisão de qualidade; telenovela; linguagem audiovisual; audiência

### **Corpo do trabalho**

#### **1. Introdução**

Quando *Pantanal* estreou, em março de 1990, o programa apenas repetiu a audiência de *Kananga do Japão* (1989), telenovela anterior da Rede Manchete. O índice de audiência na época era de 14 pontos, o que pode ser considerado razoável para uma rede iniciante como a Manchete e ainda mais no horário nobre das 9:30 da noite.

Inesperadamente, a audiência começou a crescer, até chegar ao auge de 44 pontos.

Como um fenômeno desses pôde acontecer? Arnaldo Bichucher, ex-diretor executivo de programação da Manchete, nos apresentou a seguinte hipótese. No mesmo mês em que *Pantanal* estava estreando, o presidente Fernando Collor meteu a mão nas cadernetas de poupança de toda a população do país, deixando todos os brasileiros literalmente pobres

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na NP Ficção Seriada, do VIII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Docente do Dept. de Expressão e Linguagens e do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da ECO-UFRJ, email: beatrizbecker@uol.com.br

<sup>3</sup> Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, email: arlimach@uol.com.br



da noite para o dia. A poupança, na época, representava a promessa de se poder realizar um dia o sonho da casa própria, do automóvel próprio, do aparelho eletrônico, da viagem de férias, do curso de aperfeiçoamento etc. Não foi, portanto, apenas um dinheiro que Collor tirou das mãos dos brasileiros, mas também todos os seus sonhos relacionados com as idéias de liberdade e modernidade, de pertencimento ao mundo urbano, de felicidade através do consumo, de todos esses valores que a Rede Globo celebrava nas suas telenovelas e que a publicidade vendia nos intervalos. *Pantanal* surge justamente nesse momento em que os brasileiros ficaram sem as suas economias e as suas aspirações, escoadas pelo ralo. Mas, por uma feliz coincidência, ela falava de um outro mundo, de um mundo rural, selvagem e distante, que só se podia ver na televisão aos domingos às sete da manhã, em programas destinados ao homem do campo. Então, o sonho de um paraíso urbano, liberal, hiper-moderno e baseado no poder de consumo começa a ser substituído pela idéia de um outro paraíso, um paraíso perdido e recuperado, baseado na simplicidade da vida e naquilo que o dinheiro já não podia mais necessariamente comprar. *Pantanal* parecia prometer a devolução dos sonhos que Collor confiscou e as fantasias de um dia poder viver no paraíso, num lugar mágico, bonito, sensual, livre de toda a turbulência do mundo urbano, onde os homens poderiam existir em comunhão com a natureza. Desse modo, a telenovela resgatou algo da identidade rural da sociedade brasileira, negligenciada e silenciada durante o processo de modernização do país.

Além desse inesperado acerto histórico, *Pantanal* acertou também num outro plano: o da própria linguagem da telenovela. Por ser uma espécie de carro-chefe das redes de grande porte e ao mesmo tempo um formato de custos bastante elevados, onde se concentram interesses econômicos e políticos, a telenovela não pode falhar, sobretudo no item mais estratégico: índice de audiência. O medo do insucesso faz com que os produtores repitam até à exaustão modelos e fórmulas já testadas e aprovadas, evitando, tanto quanto possível, os arroubos de criatividade, a experimentação de novas formas ou intromissão em temas demasiado polêmicos. Com isso, criam-se rotinas de produção que acabam por se mumificar com o abuso da repetição e que tornam o produto altamente previsível em termos de linguagem, desenvolvimento de enredo, temáticas, inserção de *merchandising* etc. Já se sabe que a cada dois minutos e meio (ou menos) é preciso acontecer alguma coisa muito emocionante, forte ou grave, como um tiro, um flagrante de adultério, uma declaração de amor, um estupro ou a revelação de um segredo, pois se imagina que do contrário o espectador pode entediarse e mudar de



canal. A edição precisa ser muito rápida, com planos curtos e fechados, muita ação o tempo todo, de modo a manter o espectador permanentemente motivado e interessado na trama.

De repente, surge uma telenovela que nitidamente foge dos padrões. Ela traz um outro andamento, um outro tempo, um outro ritmo, assumidamente mais lento, com planos contemplativos de longa duração, focalizando mais paisagens que protagonistas, com tratamento plástico mais elaborado e marcante presença da música. Contrariando as normas, os planos agora são bastante abertos, deixando sempre presente uma larga margem de cenário. Há uma intriga, ou várias delas que se embaralham, mas o personagem principal permanece sempre a natureza, que parece seguir sua vocação de eternidade, quase indiferente aos dramas humanos que acontecem aqui e ali. Alguns personagens, como o Velho do Rio e Juma Marruá, se misturam com a própria natureza, são místicos e selvagens, expressam a força e os mistérios dos ciclos da vida, sugerindo, inclusive, um olhar diferente sobre a espiritualidade. Longas seqüências de pura contemplação, focalizando o sol se pondo ou o vôo de seiscentas espécies de pássaros saudando a manhã, são intercaladas entre os planos que costuram a trama com os personagens humanos. A ecologia surge não apenas como um foco no plano temático, mas a telenovela, ela própria, parece querer praticar uma intervenção ecológica no seio da televisão. Depois da metralhadora dos cortes, da edição rápida e sincopada, dos diálogos curtos e dos gritos de histeria dos personagens, que até então marcavam a telenovela brasileira, *Pantanal* nos traz a serenidade, o tempo da meditação, a aceitação das coisas como pura duração, como sabedoria para reconhecer o valor da vida, com suas perdas e ganhos.

*Pantanal* pratica também uma intervenção ecológica no campo da política. Ela foi lançada no Ano Internacional do Meio Ambiente, contribuindo para popularizar tanto o discurso quanto a luta pela preservação da natureza. Em 1992, a telenovela foi novamente reapresentada pela Rede Manchete em um novo horário e com um número menor de capítulos, precedendo a realização da Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, no Rio de Janeiro, a RIO 92, que reuniu autoridades de todos os países do mundo interessados em estabelecer uma nova ordem econômica, baseada no equilíbrio entre o desenvolvimento e a preservação da natureza. *Pantanal* antecipou, portanto, o debate sobre o tema no país, estimulando ações políticas e movimentos sociais. Ecologia, ONGs, preservação do meio ambiente, globalização e desenvolvimento sustentado foram alguns dos conceitos e idéias de que uma grande



parcela da população brasileira tomou conhecimento pela primeira vez através da telenovela.

*Pantanal* é, enfim, um fenômeno de comunicação de massa que merece análise e avaliação. Mesmo depois de quase vinte anos de sua primeira aparição, a telenovela da extinta Rede Manchete não deixa de ser constantemente citada e referida como um dos exemplos mais singulares de como podem conviver, na televisão, mesmo que com conflitos, inovação e audiência de massa, investimento industrial e ousadia formal e temática.

Este trabalho sobre *Pantanal* está inserido num debate mais amplo sobre o conceito de *televisão de qualidade*. Não se trata, evidentemente, de uma questão de consenso. Estudos sobre o tema apontam definições distintas. Muitos se referem à qualidade como uma abordagem inovadora da linguagem televisiva, seja do ponto de vista técnico ou estético. Outros vinculam a qualidade em televisão a questões conjunturais de recepção e participação da audiência. A qualidade também pode ser entendida como vetor para a construção de valores sociais, tais como a cidadania, a solidariedade, os interesses coletivos ou a expressão de minorias excluídas. Ou ainda a qualidade pode ser uma forma mais aberta de pensar e fazer televisão, como forma de estimular a diversidade e a oferta de diferentes experiências multiculturais. Aqui, o conceito de qualidade está inserido num conjunto de investigações acadêmicas relevantes no campo do audiovisual, que se processam desde a segunda metade da década de 1980, principalmente nos Estados Unidos, Europa e América Latina. Neste debate, contribuições como as de MACHADO (2003, pp. 7-30), RINCÓN (2004, pp. 114/5) e THOMPSON (1991, pp. 11/7) são relevantes para indicar como uma produção televisiva de qualidade pode quebrar determinadas regras discursivas e temáticas, transformando e mesclando gêneros, inserindo novos pontos de vista e estimulando novas possibilidades de estruturas dramáticas. A discussão da qualidade em televisão permite investigar o modo como a televisão intervém, através da sua mediação, em diferentes dimensões do cotidiano nacional, no comportamento, nos negócios e na agenda política da nação e como um produto cultural criado no interior de uma indústria da comunicação pode ser esteticamente inovador, a ponto de gerar novos modos de perceber o Brasil e o mundo. O pesquisa, portanto, aponta para uma compreensão dos processos midiáticos como fenômenos artísticos e práticas sociais, sugerindo novas formas de interpretação e de apropriação dos meios e das linguagens, contribuindo assim para a



promoção da diversidade de representações, a pluralidade de expressões e a democratização dos meios.

## **2.Linguagem**

*Pantanal* está indubitavelmente ligada a um movimento de renovação da telenovela brasileira. Ela é a primeira a utilizar sistematicamente a natureza como recurso cenográfico, rompendo com o esquema fácil da novela de estúdio. Chamou a atenção de profissionais e espectadores para a necessidade de discutir a identidade do país e buscar uma iconografia brasileira para a telenovela. Colocou também no ar um Brasil rural, pouco conhecido da maioria dos brasileiros, o Brasil da região pantaneira, tão bem expresso na poesia de Manoel de Barros. Desmistificou um padrão pasteurizado de teledramaturgia, baseado em cenários, figurinos e situações canônicas, quase sempre ligados a uma história urbana de ascensão social. Por fim, provou que índices de audiência expressivos não precisam estar vinculados apenas a produtos padronizados e estereotípicos, mas podem provir também de propostas de inovação e de desenlçamento das rotinas.

Como se sabe, o modelo novelístico que se desenvolveu na televisão brasileira deriva do rádio. Foram as radionovelas que estabeleceram os padrões básicos de ficção seriada que, a partir de meados dos anos 1950, seriam transportados para a televisão. As primeiras telenovelas mostradas no Brasil eram versões para o português de roteiros importados de outros países latino-americanos, principalmente da Argentina, México e Cuba, ou então eram textos produzidos em português, mas por empresas de publicidade norte-americanas. Eram narrativas de absoluta fantasia, baseadas em situações prototípicas e praticamente sem nenhuma referência ao país ou ao seu povo. Como no rádio, essas ficções eram diretamente concebidas por seus patrocinadores (que, inclusive, colocavam seus próprios nomes no título do programa), ou por suas agências publicitárias e, por isso, havia pouco investimento em dramaturgia. É a partir dos anos 1960 que o Brasil começa a deixar de traduzir originais mexicanos ou cubanos e passa a gravar sistematicamente novelas escritas por novelistas brasileiros, embora ainda reproduzindo os mesmos esquemas das importadas. O salto de qualidade acontece quando a televisão vai buscar os seus autores no teatro, lugar onde a dramaturgia brasileira já havia conhecido um notável desenvolvimento em termos de texto e fabulação. Os enredos se tornaram então mais imaginativos, os personagens mais convincentes, os diálogos mais próximos da fala cotidiana e as situações mais



condizentes com a realidade vivida pelo povo. Dias Gomes, Jorge Andrade, Oduvaldo Viana e Cassiano Gabus Mendes foram os principais nomes do grupo renovador da telenovela brasileira, culminando com Bráulio Pedroso, que modernizou a linguagem da ficção televisiva e introduziu a figura do anti-herói com seu ousado *Beto Rockfeller* (1968/69).

A partir de meados dos anos 1970, em busca de ampliação de mercado, as redes brasileiras, principalmente a Globo, expandem a sua produção de ficção televisiva para os seriados e minisséries, que já faziam sucesso através dos produtos importados. Seriados como *Plantão de Polícia* (1979/81), *Malu Mulher* (1979/81), *Carga Pesada* (1979/81), *Armação Ilimitada* (1985/88) e muitos outros permitiram experimentar novas possibilidades narrativas e temáticas, sobretudo porque a faixa de horário em que eram exibidos os deixava menos submissos às censuras externa e interna. A minissérie, particularmente, que deu os resultados mais qualitativos em termos dramaturgicos na televisão brasileira, era um formato mais enxuto, com 20 capítulos no máximo (enquanto a média da telenovela é de 170 capítulos) e possibilitava elaborar um produto mais sofisticado, com uma discussão mais concentrada de temas emergentes, sem as concessões ao *merchandising* que outros programas não podiam evitar. Os seriados e as minisséries introduzem também a utilização do equipamento portátil de vídeo, até então restrito ao telejornalismo e ao documentário. Ao que parece, foi o especial *Morte e Vida Severina* (1981), dirigido por Walter Avancini, que utilizou pela primeira vez esse equipamento no campo da ficção televisiva, pelo menos em termos de Brasil. Tal equipamento possibilitou fazer teledramaturgia em locação, isto é, fora do estúdio e, com isso, os seriados ganharam as ruas e as minisséries passaram a explorar temáticas regionais.

*Pantanal* teve a esperteza de tirar proveito de um movimento de renovação da telenovela que vinha desde *Beto Rockfeller* e de trazer para o domínio desse formato resultados que já haviam sido conquistados nos campos do seriado e da minissérie. Além disso, tirou proveito máximo do equipamento portátil e da gravação em exteriores. A telenovela da Manchete representou também um investimento num trabalho mais demorado e mais cuidadoso, até então estranho às rotinas de produção de novelas e restrito apenas às minisséries. E conseguiu manter um padrão de qualidade até justamente os 173 primeiros capítulos previstos. Mas em função do sucesso e dos interesses comerciais, a novela se estendeu até o 214º capítulo, o que resultou num certo afrouxamento da proposta e numa queda de interesse por parte do público. Mesmo



assim, a telenovela se constituiu numa referência para a teledramaturgia brasileira, especialmente por causa da renovação do *timing* e da iconografia da narrativa, de um aproveitamento diferenciado do elenco e do modo como representou o amor e a natureza.

Jayme Monjardim, diretor geral de *Pantanal*, trouxe à televisão uma noção de tempo que até então era mais própria do cinema, um tempo de suspensão, contemplação, espera, que se pode experimentar em filmes como os de Bresson, Antonioni, Bergman e Tarkóvski. Pelo próprio fato de cada segundo, na televisão, custar preços astronômicos, a publicidade havia conseguido impor à tela pequena um tempo concentrado, sincopado, acelerado, de difícil assimilação à narrativa, sobretudo à narrativa de filiação melodramática, base da telenovela. A rápida sucessão das imagens dava como resultado aquilo que muitos críticos chamavam de “editite”: edição muito rápida, tomadas muito curtas, dispostas de modo a produzir artificialmente emoções muito fortes. O ritmo da televisão passou a ser ditado pela metralhadora de cortes dos *spots* publicitários. Observações não-sistemáticas à época de exibição de *Pantanal* demonstraram que a duração de cerca de 80% dos planos das telenovelas brasileiras era de 20 a 80 segundos. Os planos de 60 a 80 segundos correspondiam a menos de um terço de todas as cenas. Somente 20% dos planos ultrapassavam esse patamar. Em *Pantanal*, o tempo de duração dos planos foi pensado de forma diferente, mais próximo das caracterizações do teatro. A cada cena foi dada a possibilidade de representação do ambiente, do silêncio, da reflexão e do fixar o outro de forma despreocupada. Houve espaço para o vagar desinteressado, para o respirar e apreciar as mudanças das cenas com lentidão, principalmente porque o objetivo buscado pelo autor e pelo diretor geral era captar o tempo pantaneiro, que Manoel de BARROS (1990, p. 238) descreve assim: “*As coisas que acontecem aqui, acontecem paradas. Acontecem porque não foram movidas. Ou então, melhor dizendo: desacontecem.*”

A maioria das cenas de *Pantanal* era longa. Tinha em média um minuto e meio de duração. Houve, portanto, uma quebra das expectativas habituais e isso seduziu o telespectador. Às nove e vinte da noite, de segunda a sexta, o público descobriu que podia girar o botão de seu aparelho para acompanhar uma nova proposta de telenovela. O *timing* lento, suave, sem cortes sucessivos e sem estímulos visuais recorrentes cativaram o público, provavelmente enfasiado da linguagem visual picotada que a televisão lhe impunha. Na Rede Globo, recomendavam a Monjardim não fazer planos gerais, não fazer planos longos, recheiar a ação de *closes* e cenas rápidas. Com a



liberdade que teve na Manchete, o diretor pôde inserir a televisão na grande tradição da linguagem cinematográfica que vai de Rossellini a Antonioni, onde se tem a dilatação do tempo, a lentidão das falas, os grandes espaços naturais, cenas de interior gravadas em ambientes autênticos, longe da tirania do estúdio e de seus tripés com rodas. A interrupção do *plot* narrativo para a inserção de tomadas da natureza até certo ponto alheias à narrativa vem da grande tradição do cinema japonês, sobretudo de Yasujiro Ozu, o inventor daquilo que Donald RICHIE (1977, pp. 173/4) chama de “*empty scenes*” (cenas vazias).

“*Mas não se trata de cinema na televisão – observa Gustavo DAHL (1990) a propósito de Pantanal –, da mesma forma que quando os filmes expressionistas alemães dos anos 1920 incorporavam as invenções de iluminação ou de encenação do teatro de Max Reinhardt não estavam fazendo teatro. Simplesmente rompe-se o jogo preconceituoso de uma linguagem de televisão que, dissociada de seu objeto narrativo, quer se impor como dogma supremo.*”

Outro segredo do sucesso de *Pantanal* são as suas cores, resultado de uma sutil dosagem das luzes. Inútil perguntar a Francisco Carvalho em que estética ele se inspirou para fazer a fotografia de *Kananga do Japão*, *Pantanal* e *A História de Ana Raio e Zé Trovão*. Negro, ex-lavrador, Carvalho só estudou o suficiente para completar o segundo grau. No entanto, ele foi o primeiro profissional de telenovela a ostentar o título de *diretor de fotografia*, até então reservado apenas a profissionais do cinema e de algumas minisséries mais sofisticadas. Em geral, ele gosta de trabalhar mais com a luz natural. Em *Pantanal*, preferia gravar na tapera de Juma Marruá, que não tinha luz elétrica porque ficava longe da fazenda. Sem os refletores, ele trabalhava só com espelhos, rebatedores e a imaginação, tirando o máximo partido da luz externa. Essa opção por imagens externas teve como um de seus precursores Walter Avancini, que desenvolveu o mesmo trabalho na Globo, em especiais como *Morte e Vida Severina* e em minisséries como *Grande Sertão: Veredas* (1985). Mas foi o surgimento de um equipamento mais leve, portátil, que facilitou o trabalho de gravação externa, criando novos caminhos para a televisão, tanto no telejornalismo quanto na linha dramática.

Ao contrário da grande maioria das outras telenovelas, em *Pantanal* se dava um destaque e uma promoção excepcional às ambientações e aos coadjuvantes (pontas), o que permitia relativizar um pouco o papel dos personagens principais. Isto acontecia porque o próprio *Pantanal* era o protagonista principal da novela. Não sem motivo, as





cenar quase nunca eram filmadas em *close-up*. Aqui acontece uma outra ruptura. Desde Marshall McLuhan (1971, PP. 346-379), aprendemos que o plano mais adequado à televisão é o plano aproximado (primeiro plano, plano de conjunto), devido à baixa definição da imagem eletrônica. Na maioria das vezes, a televisão levou esse cânone à risca, mas *Pantanal* arriscou navegar na contramão e propor uma televisão onde predominam os planos mais abertos, como no cinema. O plano geral, na telenovela da Manchete, é quase sempre utilizado para caracterizar de fato o geral, ou seja, o ambiente em si, o conjunto, o contexto e não um meio para a projeção individual do personagem na cena. Os diretores queriam que o telespectador percebesse a diferença visual do *Pantanal* imediatamente.

O som e a música também tiveram uma função muito importante nesse processo. Normalmente, a música de fundo, que vez por outra assume a relevância do diálogo e até mesmo o ultrapassa, serve nas outras telenovelas mais para a promoção mercadológica de produtos fonográficos e também como linguagem acessória ao texto, uma espécie de “acompanhamento”, somando-se assim à redundância das falas. Em *Pantanal*, Monjardim procurou inovar. Empregou o som direto do *Pantanal* e a sinfonia de ruídos da região traduzida nas músicas de Marcus Viana para o grupo Sagrado Coração da Terra, encomendadas especialmente para a novela. O silêncio, considerado quase que um sacrilégio na televisão mais vulgar, foi incorporado sem problemas, permitindo longas e líricas cenas de pura contemplação, sem palavras e sem música, às vezes só com os ruídos naturais da região. As composições de Sérgio Reis e Almir Satter foram responsáveis pelos bons momentos de roda de viola entre a “peãozada”. Os dois compositores e cantores foram integrados à narrativa como personagens, nos papéis respectivamente do administrador da fazenda de Leôncio e de Xeréu Trindade, o peão que vendeu a alma ao demônio. Isso permitia que a música entrasse naturalmente na trama, de forma diegética, como um elemento do cenário. Reis e Satter são músicos que jamais aderiram à modernização dos sintetizadores ou à eletrificação da viola e do violão e tampouco se travestiram com adereços e roupas extravagantes, como acontece com uma certa iconografia “sertaneja” contaminada pelo *country* norte-americano. O figurino, aliás, não deixou por menos. Os figurinistas tiveram o cuidado de mandar tingir os tecidos das roupas dos atores para não entrarem em choque com a cor natural do *Pantanal*.

As novelas da Globo sempre lançaram pelo menos uma ou duas carinhas novas, mas o jovem ator era deixado para o segundo plano. *Rainha da Sucata*, por exemplo, que



concorria com *Pantanal* em parte do horário, tinha um elenco milionário, mas era constituído de atores que já haviam aparecido em várias novelas anteriores e em papéis quase sempre similares, o que determinava um certo desgaste das figuras novelescas globais. Depois de *Pantanal*, o ator novo passou a ser mais valorizado. Agora já não se vê a mesma heroína com o mesmo galã nas telenovelas por muito tempo. A nova geração traz a inquietação, a busca de meios diferenciados de expressão e tenta se posicionar contra a pasteurização das interpretações, que a televisão (mas também o teatro) promoveu durante um certo tempo. Até onde se pode investir no talento dramático das novas gerações é uma decisão difícil, mas *Pantanal* provou ser possível usar caras desconhecidas para induzir paixões no público, detonando um processo que abalou velhas crenças estabelecidas na rede concorrente e acabou por abrir uma verdadeira temporada de caça aos novatos, como a valorização dos atores Cristiane Oliveira e Paulo Gorgulho.

A trama de *Pantanal* remete ao chamado *realismo mágico*, tão celebrado na literatura latino-americana desde Gabriel García Márquez, mas de escassa repercussão em nossa televisão. Os capítulos de *Pantanal* se desenvolvem mostrando o conflito entre o selvagem e o moderno, entre a vida telúrica e a urbana. A novela foi dividida em três fases distintas que se sucedem em saltos programados, com as respectivas mudanças no elenco. O choque entre o urbano e o selvagem está na essência da paixão de Juma e Jove. Ao encontrar Juma, uma pantaneira valente, para quem o “bicho homem” é o único perigo real (seus pais e irmãos foram assassinados em conflitos de terras), Jove tenta encontrar a felicidade dos opostos, que seus pais não conseguiram. Como em qualquer outra telenovela, o amor ocupa em *Pantanal* um papel central, mas ele não era a principal busca da maioria dos personagens, interpretados por jovens atores que foram lançados pela primeira vez na televisão brasileira.

### **3. A natureza e o amor em Pantanal**

Não foi por acaso que a Manchete decidiu investir em *Pantanal* justamente em 1990. Esse foi o Ano Internacional da Ecologia e já se previa que o tema estaria em grande evidência nas agendas da mídia. A ecologia advoga a defesa do meio ambiente e da qualidade de vida, rende dividendos políticos, ocupa pautas da ONU e de importantes reuniões internacionais e dá visibilidade a ideologias de diferentes grupos. Ao mesmo tempo, estimula a venda de produtos, agrega o valor da responsabilidade social a distintas empresas e marcas e mobiliza cifras milionárias em publicidade. Em outras



palavras, ecologia também dá lucro e foi um dos principais motivos que conduziram a Rede Manchete a investir sete milhões de dólares na telenovela *Pantanal*. 75% das cenas do programa foram gravadas no interior do Mato Grosso do Sul.

Mas a Manchete conhecia muito bem os problemas de filmar no Pantanal: a telenovela corria o risco de se transformar num programa sobre o mundo animal, desses que se pode ver a qualquer hora em canais como National Geographic ou Discovery, mostrando a luta pela sobrevivência de piranhas, jacarés, tuiuiús, onças e cobras. O risco também poderia estar em transformar a telenovela num panfleto político sobre a missão ecológica de salvar o Pantanal. A fauna e a flora estão lá, mas a trama se restringe mesmo aos problemas humanos, como em qualquer outra telenovela. O discurso preservacionista foi cuidadosamente diluído ao longo dos capítulos. *Pantanal* não é exatamente uma novela-denúncia, não discute a fundo os crimes ecológicos. Mas também é preciso considerar que, até a novela ir ao ar, o discurso ecológico estava reservado às elites pensantes e aos movimentos organizados de preservação do meio ambiente. Através das imagens da região e do drama dos personagens pantaneiros, os telespectadores despertaram para a importância de temas como a preservação de áreas naturais, o equilíbrio do ecossistema, a qualidade de vida.

O modo ousado como explorou as cenas de nudez e sexo ao longo de toda sua duração, propondo um erotismo lírico de rara presença na televisão aberta foi, efetivamente, um dos aspectos mais polêmicos de *Pantanal*. Pela primeira vez, pelo menos em termos de televisão brasileira, certos limites implícitos ou explícitos foram ultrapassados de forma sistemática e deliberada. *Pantanal* oferecia uma oportunidade de experimentar o apelo das cenas de sexo na televisão, através de uma estética e de uma temática diferenciadas das telenovelas urbanas e num contexto político em que parecia soprar uma brisa democrática. A chamada “síndrome do Pantanal” começa a acontecer em abril, um mês depois da novela estrear, quando os melhores índices do Ibope começam a migrar da Globo para a Manchete. A novela investiu na espontaneidade do amor ingênuo e despojado. Bastou a provocante intervenção de *Pantanal* para o país descobrir que a linguagem da sedução também é falada nos idiomas da ternura e do afeto. Os espectadores descobrem um Pantanal matogrossense transfigurado pelo erotismo e pelos corpos nus, mas que celebrava o amor e a natureza, provocando êxtase e polêmica. O sucesso de *Pantanal* desencadeou uma onda de erotização no vídeo e a intervenção do governo federal. Para a imensa massa de telespectadores que vivia num meio urbano poluído, fechado, policiado, marcado pelo medo e solidão, chegar em casa



à noite e defrontar-se com aquelas paisagens amplas e diferenciadas, aqueles personagens naturais, aquela liberdade e transparência, já representava, pelo menos, a promessa de que alguma forma de redenção e romantismo ainda era possível.

Saindo da clandestinidade e da vitrine de produtos de luxo, o amor brotou mais natural, mais espontâneo e vigoroso, sem o medo das palavras, do olhar alheio censor ou do estigma do pecado. Certo, às vezes, o erotismo de *Pantanal* pode vir também associado a mitos indígenas e pantaneiros sobre a força do telúrico, como é o caso das mulheres-onça (Maria e Juma Marruá) e da onça da vinheta de abertura, que se transforma em mulher, “*em uma versão computadorizada do clichê que associa mulheres a feras selvagens, perigo e fascinação.*”(HAMBÚRGER, 2005, p. 126)”  
Comentando justamente essa famosa e polêmica abertura, Esther HAMBÚRGER (2005, p. 126) observa:

*“A mudança de identidade moça-animal aparece como uma troca de pele, uma mudança de textura. Em seguida um plano geral da paisagem, rio e árvores, ao qual se sobrepõe um close do rosto lindo da mulher, como se ela fosse um espírito selvagem da floresta. O corpo dela então se lança para frente e ela nada em águas límpidas, exibindo o corpo nu. Uma câmera subaquática capta seu movimento em direção a um outro corpo, supostamente masculino. O enlace encerra a seqüência. A exibição, que em outros contextos culturais poderia ser considerada semi-pornográfica, aqui se justifica como alusão à natureza pura e exuberante do Pantanal.”*

A exuberância da vegetação e o canto dos pássaros compõem um cenário romântico, que pode parecer piegas ou funcionar como clichê para alguns, mas no contexto excessivamente modernoso e urbanista da televisão dos 1980 para os 1990 aparece como contraponto necessário de desrecalque e humanização.

#### 4. Considerações finais

Para o mercado nacional de teledramaturgia, *Pantanal* representou um fato significativo em termos de questionamento de um longo monopólio global. O rápido sucesso de *Pantanal* começou a incomodar a Rede Globo, que preferiu, num primeiro momento, negar a utilização de qualquer estratégia para neutralizar os altos índices de audiência da novela. Mas a programação da emissora de Roberto Marinho foi alterada várias vezes e a guerra de audiência deflagrada. Em plena comemoração dos seus 25 anos, a Rede Globo sentiu, pela primeira vez, o peso da concorrência, tudo por causa de uma novela rural que ninguém dava muito por ela. A novela da Rede Manchete criou também um horário novo de telenovelas, quebrou a hegemonia da Globo, pelo menos naquele momento, e fez os roteiristas repensarem suas obras de ficção. Mas isso



aconteceu justamente num momento em que a telenovela de um determinado padrão começou a mostrar sinais de esgotamento como arma principal da programação.

A televisão brasileira, diferentemente da européia e a de alguns países latino-americanos, adotou, desde o início, o modelo norte-americano de sustentação, baseado na iniciativa privada e com escassa participação econômica do Estado. Essa é a razão porque a propaganda sempre foi a principal base de sustentação econômica da nossa televisão, ainda que o Estado possa aparecer também, em algumas conjunturas políticas, como um anunciante de peso. Para entender melhor o contexto da propaganda na época em que *Pantanal* foi ao ar, procedemos a uma revisão de alguns dados referentes ao ano de 1990, que revelam como foram distribuídas as verbas de publicidade entre os diferentes veículos. A telenovela começou a minar um monopólio estabelecido há longo tempo e apontou para a possibilidade de uma divisão mais equilibrada do mercado, através da quebra do monopólio global, saudável para o mercado e, especialmente, para a qualidade da programação. Como numa partida de xadrez, todos os lances foram importantes: horários mudados, chamadas de programação cuidadosamente inseridas, cancelamentos, suspensões, trocas de programas e toda a atenção dirigida às oscilações do Ibope, aos monitores ligados em todos os canais e à monitoração dos sinais do satélite. Mas o grande responsável por este fenômeno foi o telespectador, o que significa que a audiência tem um peso importante, ainda que a relação entre a produção e a recepção seja assimétrica. Ao bater o índice de audiência da Rede Globo em São Paulo, *Pantanal* conquistou dupla vitória. Desbravou o maior e mais cobiçado mercado publicitário do país e provou que propostas televisivas inovadoras podem ser reconhecidas e valorizadas.

## 5. Referências Bibliográficas

- BALOGH, Anna Maria. “A Guerra de Audiência na TV Brasileira no Início dos Anos 90.” **Sujeito, o Lado Oculto do Receptor**. Mauro Wilton de Sousa, org. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- BARROS, Manoel de. **Gramática Expositiva no Chão. Poesia Quase Toda**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1990.
- BECKER, Beatriz. **O Sucesso da Telenovela Pantanal: um Fenômeno de Mídia**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Univ. Federal do Rio de Janeiro/ Escola de Comunicação, 1992.



- BETTO, Frei. “Rasteiras Dadas pela História”. **Jornal do Brasil**, Idéias/Ensaio,  
15.07.1990.
- BORELLI, Sílvia e Gabriel PRIOLLI (orgs.). **A Deusa Ferida**. São Paulo: Summus,  
2000.
- DAHL, Gustavo. “Em Torno de uma Estética da Lentidão.” **Jornal do Brasil**,  
Idéia/Ensaio, 20.05.1990.
- FREIRE, Jurandir. “O Governo dos Sexos” (1990). **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro,  
Caderno Idéias/Ensaio, 11.11.1990.
- HAMBÚRGER, Esther. **O Brasil Antenado. A Sociedade da Novela**. Rio de Janeiro:  
Jorge Zahar, 2005.
- MACEDO, Cláudia, Ângela Falcão e Cândido José de Almeida (orgs.). **TV ao Vivo:  
Depoimentos**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Ed. do Senac, 2000.
- MARCONDES Filho, Ciro. **Quem Manipula Quem? Poder e Massas na Indústria  
da Cultura e Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1986.
- MARTIN-BARBERO, Jesús y Germán REY. **Os Exercícios do Ver. Hegemonia  
Audiovisual e Ficção Televisiva**. São Paulo: Ed. Senac, 2000.
- McLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São  
Paulo: Cultrix, 1971.
- MOREIRA Alves, Márcio. “Os Negócios da Ecologia”. **Jornal do Brasil**, Caderno  
Opinião, 08.04.1991.
- MURARO, Rose Maria. “Transgressão ou Apelação”. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro,  
02.08.1990.
- NASCIMENTO e Silva, Geraldo Eulálio do. “As Áreas Úmidas no Direito  
Internacional”. **Jornal do Brasil**, Caderno Opinião, 08.04.1991.
- RICHIE, Donald. **Ozu**. Berkeley: University of Califórnia Press, 1977.
- RINCÓN, Omar . “Lutando por uma Televisão Melhor”. Entrevista a João Freire Filho.  
**Eco-Pós**, Rio de Janeiro, vol. 7, n. 1, 2004.
- SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da Fala. Função e Linguagem da Televisão no Brasil**.  
Petrópolis: Vozes, 1977.
- THOMPSON, Robert. **Television’s Second Golden Age**. Syracuse: Syracuse  
University Press, 1996.