



## A Ficção Seriada Latino-Americana na Televisão Brasileira<sup>1</sup>

Kátia Alexandre<sup>2</sup>,  
Luiza Cristina Lusvarghi<sup>3</sup>  
Universidade Nove de Julho, São Paulo, SP

### Resumo

Esta pesquisa tem o objetivo de abordar a Ficção Seriada Latino-Americana na Televisão Brasileira tomando como parâmetros o conceito de estrutura de sentimentos e do materialismo histórico cultural proposto por Raymond Willians, na análise das telenovelas latino-americanas, veiculadas nas emissoras SBT, Record, Rede TV e Bandeirantes; e mensurar os reflexos de tais produções na audiência e gosto do público, analisados a partir do artigo de Maria Rita Kehl, Muito Além do Espetáculo, baseado na obra de Guy Débord. Tais produções exercem influência no comportamento e gosto do público, alimentando as diferenças culturais entre a produção nacional e a dos demais países da América Latina, reproduzindo-se enquanto mercadoria voltada para suprir novos padrões de consumo advindos do fenômeno internet e da globalização.

### Palavras-chave:

Telenovela Latino-Americana, Televisa, SBT, Record, teledramaturgia

### 1- Introdução

Este artigo tem o objetivo de investigar a apresentação e reprodução das telenovelas latino-americanas na televisão brasileira e mensurar o impacto de sua exibição junto à formação de opinião e gosto do público, refletido em mudanças de hábitos e adoção de comportamento diferenciado mediante cada nova exibição; bem como verificar os aspectos relevantes à sua origem, construção dramática, atuação, autoria, formas de produção e reverberação em novas mídias, no caso, a internet.

Quando se fala ou pensa em ficção seriada latino-americana, verifica-se que pouco tem-se falado sobre este tema no Brasil. Percebe-se aqui o efeito negativo que tais produções despertam, sempre associadas a uma imagem de produto de baixa qualidade e de pobreza e às condições socioeconômicas dos países deste continente. Outro ponto crítico é a interpretação rebuscada de seus atores, caracterizadas e ditas pejorativamente como “dramalhão mexicano”, associando-as ao dito melodrama popular.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação Audiovisual, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante do 6º semestre do Curso de Comunicação Social Jornalismo. [alekatia1@gmail.com](mailto:alekatia1@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Jornalismo Uninove – SP [luiza@uninove.br](mailto:luiza@uninove.br)



As referências culturais que temos de nossos vizinhos, países latino-americanos, são esparsas e vêm sendo construídas através fundamentalmente da mídia, em particular da mídia televisiva que como tal, obedece aos padrões de um veículo de comunicação de massa poderoso e calcado nas suas diferentes formas de produção.

*Idem:* “Raymond Willians inova ao propor à reflexão dos produtos culturais a partir de sua interpretação literária pontuando a “estrutura de sentimento“ como fator de mudança e constituição das novas formas de comunicação de massa da sociedade contemporânea, “atentando ao que hoje se pode chamar de “cultura das mídias” (CEVASCO, 2003)

A telenovela faz parte do cotidiano do brasileiro. Da programação que vemos no canal aberto, somente na rede Globo temos um total de quatro novelas de produção nacional sendo apresentadas diariamente. Todas possuem links especiais no site das emissoras que permite ao público interagir com a produção, acontecendo o mesmo com as produções do SBT, Rede Record e Bandeirantes.

Destes meios, a Ficção Seriada representada por minisséries, séries e telenovelas apresentam-se como um recurso poderoso na medida em que seu aperfeiçoamento é adequado à expansão de um mercado focado no aumento da audiência, ou ainda como propagador de uma unificação que em nosso continente obedece a critérios específicos de difusão.

A minha reflexão sobre estas obras de ficção passa então pela ‘estrutura de sentimento’ da qual nos fala Raymond Willians, referindo-se ao fator emocional, que na opinião de alguns estudiosos deveria ser deixado de lado, mas que pode neste estudo ser apontado como fator catalisador na construção da identidade latino-americana e sobre como ela é vista pelo espectador brasileiro.

As características de distanciamento da realidade e inserção no contexto de indústria cultural das telenovelas latino-americanas perpassam pela crítica de Maria Rita Kehl, reproduzida no artigo *Muito Além do Espetáculo*, onde ela disserta sobre a constatação da imagem – neste caso das telenovelas - como mercadoria, e da rarefação da consciência humana na construção da mitologia, que não é nem ao menos vazia, senão dotada de simbologias; com a função reprodutora enquanto produto cultural.

Estas nuances vê-se presente a partir da postura adotada pelas emissoras no intento de aumentar a audiência e absorver uma fatia maior de resultados econômicos que este mercado oferece. As emissoras SBT e Record há muito adotaram um estilo de produção popular o qual elas vêm refinando com a instalação inclusive de estúdio

[Digite texto]



próprio para suas produções como é o caso da Recnov da Tv Record e a constituição de um núcleo dramaturgicamente próprio pelo SBT..

As ficções seriadas latino-americanas aqui analisadas são produzidas pelas três maiores redes de televisão da América Latina, a mexicana Televisa, a argentina Telefe e a colombiana RCN. Além de comentadas a *Àzteca* e a Telemundo. Os comentários das telenovelas, objeto desta pesquisa, estão voltados para as produções que tiveram repercussão nos anos 90 e 2000, não tendo sido necessariamente gravadas neste período, citando como exemplo, “Os Ricos Também Choram” (SBT, 1982) da qual foram reproduzidos *remakes* (“Maria do Bairro” 1997 e 2007) e a regravação em versão nacional (1997), e de “Bela a Feia” exibida a partir de 2002 sob variadas e diferentes versões em canal aberto e a cabo, entre outras obras, ilustrando-as dentro dos objetivos aqui propostos.

#### **A telenovela latino-americana recontada:**

A ficção seriada aqui entendida como as telenovelas são as que mais se aproximam da vida cotidiana do brasileiro. E isto se deve em grande parte, ao aperfeiçoamento dramaturgicamente e recursos cênicos utilizados tais como reprodução próxima ao cotidiano nacional, ambientação da trama a períodos históricos, cenários externos e geograficamente diversificados, enredo constituído por capítulos curtos que deixam sempre ao final uma situação de suspense ou conflito a ser solucionado no próximo episódio, personagens que transitam entre o típico cidadão popular ao mais aristocrático, variando em conjunto entre vilão (ã) e mocinho (a), protagonistas e antagonistas, num duelo eterno entre o Bem e o Mal.

“É importante perceber que antes mesmo da trajetória das novelas pela mídia radiofônicas e televisivas, este produto cultural tem suas origens bem mais remotas, ou seja, no século XIX, por meio da impressão de romanescos folhetins franceses, e só no século XX, passa a ter características próximas do produto atual por meio das radionovelas latino-americanas.” (POSTIGO, 2008, pág. 316)

Das ficções seriadas (entendendo aqui os seriados de Tv e as telenovelas atuais) diz-se estarem construídas com base nos gêneros literários. Quanto ao formato em si diferenciam-se do texto impresso uma vez que apresentam características próprias como a atribuição de imagens ao enredo, o que aponta para a constituição de um gênero próprio ou em gestação, considerando as suas peculiaridades tais como características regionais de sua produção, partindo dos pressupostos de Raymond Williams sobre o



materialismo histórico cultural. “Preocupado principalmente com a questão do estabelecimento de uma teoria literária marxista, Willians partiu dos conceitos da teoria cultural marxista, como era entendida em sua época. No entanto, fez uma revisão desse conceito e se afirmou não como marxista, mas sim como um teórico do materialismo cultural que, segundo ele, era “uma teoria das especificidades de produção cultural e literária material, dentro do materialismo histórico” (LIMA, Apud CEVASCO, 2003, pág.8)

Se por um lado questiona-se a baixa qualidade da telenovela latino-americana, por outro é interessante observar que em estrutura, ela obedece a uma lógica de mercado semelhante, para não dizer igual às produções nacionais, diferenciando-se no caso, no hábito desenvolvido no público de acompanhar as tramas com situações e características culturais brasileiras; e também por pensar-se o Brasil como uma cultura à parte, não inserida na realidade latinoamericana da qual peculiarmente consta apenas geograficamente. Esta idéia de não acreditar-se enquanto um país pertencente, incluso e hereditário de uma mesma matriz ibero americana (diferenciada apenas em lusófona e hispânica) para cá transplantada para colonizar uma terra essencialmente habitada por índios, acaba por nos diferenciar enquanto nação essencialmente semelhante aos nossos países vizinhos.

“No final do século XIX e início do XX, ou seja, na segunda onda modernizadora, vieram da Europa não só os imigrantes mas também as idéias que postulavam a inferioridade dos mestiços em relação às raças puras, e dos negros ante os brancos. Parcelas da intelectualidade brasileira, sob influência destas doutrinas, passaram a valorizar o lado biológico (racial) das relações sociais. O Brasil passou a ser visto como uma sociedade atrasada e doente, já que era formada por um grande contingente de raças consideradas inferiores e por uma imensa população miscigenada, ambas identificadas como obstáculos ao progresso e à harmonia social. A grande onda migratória de população originária principalmente da Europa pretendeu não resolver, mas minimizar esta condição através da chamada “teoria do branqueamento”. O Brasil, vale lembrar, é uma nação em que tanto as elites quanto o povo vieram de fora – as elites, do sul da Europa e o povo, predominantemente da África. Os índios, antigos habitantes da terra, quase desapareceram, ainda que estejam presentes na herança genética, o que nos diferencia dos países andinos e do México, onde a presença indígena é visível a olho nu.” (OLIVEIRA, 2005, pág.114)

No Brasil está sediada uma das maiores produtoras e exportadora de telenovelas do mundo, o que nos faz associar a este fato a idéia de que a isto corresponda um

[Digite texto]



diferencial em termos de qualidade e originalidade de criação. De fato, a qualidade da produção alcançada, especialmente no que tange aos recursos tecnológicos (câmeras e instalações) avançados difere das demais produções nacionais e estrangeiras, entretanto, a especificidade com as quais são construídos os enredos, muito assemelham-se e tem em “comum” ao que é feito no restante do continente.

E este espaço “comum” se dá na medida em que as novas produções importadas de países vizinhos da América Latina, são adaptadas à realidade brasileira com a produção utilizando-se de mão de obra nacional. E esta constatação, por si só, remete a uma brecha numa aceitação melhor destes folhetins que curiosamente continuam a utilizar-se dos mesmos elementos dramáticos e cênicos em suas composições.<sup>4</sup>

A citação “dramalhão mexicano”, muito utilizada para referir-se, à estas produções soa então preconceituosa, uma vez que a novela tem origem nos modelos importados a princípio por Ivani Ribeiro, de Cuba<sup>5</sup> e da radionovela argentina<sup>6</sup>, de onde originou-se a expressão de “telenovela como novelo de histórias a serem contadas.”

## **2- Da Dramaturgia e dos Direitos Autorais:**

- **“Os Ricos Também Choram”** (1979) foi a primeira telenovela importada de um país vizinho, o México, a estrear no Brasil em 1982 junto com “Destino”; frutos da parceria do SBT com a Televisa.

Com autoria da dramaturga cubana Inés Rodena, o folhetim foi muito bem recebido pelo público brasileiro, ameaçando pela primeira vez os altos índices de

---

<sup>4</sup> O drama apresenta como base uma pessoa moral. Os acontecimentos parecem nascer da vontade interior e do caráter das personagens. (HEGEL Apud PALOTTINI pág 8)

<sup>5</sup> “A radionovela chega ao Brasil somente em 1941, ano em que são lançadas *A predestinada* pela Rádio São Paulo e *Em Busca da Felicidade* pela Rádio Nacional. Nos dois casos os traços latino-americanos podem ser observados. Os depoimentos dos radialistas da época são concordantes; Oduvaldo Viana, diretor artístico da rádio São Paulo, “descobre” o gênero em sua viagem à Argentina e, seduzido por esta forma de contar uma história a “implanta” no Brasil. Sintomaticamente a radionovela é financiada pela Colgate-Palmolive. Os acontecimentos no Rio de Janeiro são análogos. Em busca da Felicidade é uma novela do cubano Leandro Blanco, traduzida e produzida pela Standard Propaganda, agência de publicidade que administrava a conta da Colgate.” (ORTIZ, pág.25)

<sup>6</sup> A telenovela (ao estilo) folhetim foi descoberta na Argentina, por Edson Leite, diretor artístico da TV Excelsior, que importou um original de Tito Miglio, adaptando-o para exibição diária, em 1963, no Canal 9 de São Paulo e Canal 2 do Rio de Janeiro. Não por acaso denominava-se *2-5499 Ocupado (...)* (CAMPEDELLI, Pag. 23)



audiência da Rede Globo de Televisão, até então, líder absoluta neste segmento que decidiu articular-se na concorrência pelo gosto do público.

A mesma versão da novela foi regravada mais duas vezes, sendo que a última versão teve autoria de Aimar Labaki, Conchi e Gustavo Reiz, este último posteriormente atuou e dirigiu “Sansão e Dalila”, seriado de 40 capítulos que foi ao ar pela Record ainda neste ano (janeiro de 2011).

Para a regravação de “Os Ricos Também Choram” o SBT contratou Doc Comparato, um dos pioneiros na arte e técnica de escrever para cinema e televisão, e que foi um dos fundadores do Centro de Criação da Rede Globo, núcleo responsável pela produção dramaturgica daquela emissora, de onde saíram Walter Avancini, Walter Negrão entre outros. A trama teria ambientação na década de 20 e teria como pano de fundo os movimentos sociais e culturais da época abordando a Semana da Arte Moderna.

Mas, por desentendimentos na forma de direcionar a produção, o coordenador e diretor deste projeto, deixou-o abrindo espaço para a tentativa com novos diretores. A mudança de direção para a nova dupla feita pelo SBT, recorrendo ao núcleo recentemente formado na casa, composto por Marcos Lazarini, Conchi além de Aimar Labaki e Gustavo Reiz. A trama foi então ambientada nos anos 30 e a história se passaria numa fazenda de café.

A passagem de Doc Comparato pelo SBT é significativa, pois a partir de então, estava quebrada a hegemonia da Rede Globo em produção dramaturgica e o que se viu foi a abertura para novas formas de produção, autoria, dramaturgia, contratação de elenco diversificado e a absorção de um modelo de mercado televisivo já comum neste meio midiático no continente.

Também gerou discussões quanto a autoria de uma trama, se do autor, diretor ou equipe técnica, o que evidenciou a produção destes folhetins enquanto produto cultural sujeito as leis do mercado e suas formas de produção.

A reformulação do contexto de abordagem da trama suscitou ainda a peculiaridade de um padrão de criação e recriação de nossa realidade, calcada no retrato de diferentes classes sociais, já que Mariana, a protagonista da trama, nasceu de uma família rica, foi criada por uma família humilde e apaixonou-se pelo herdeiro de sua própria fortuna. A inversão da heroína como uma personagem identificada pelo público majoritário que assistia a novela é apontada como a fórmula que cativou o público e a



explicação de sua grande aceitação por parte deste, na reprodução de uma receita constantemente usada por este tipo de ficção.

As telenovelas “Maria Mercedes” (SBT, 1992) e “Maria do Bairro” (SBT, 1995) são tidas como *remakes* de “Os Ricos Também Choram” (SBT, 1982), reproduzidas e apresentadas por diferentes emissoras latino-americanas.

Em “Chocolate com Pimenta” (Globo, 2003) podemos comentar uma característica da produção de ficção seriada televisiva latino-americana. Enquanto estrutura dramática e tema, este *plot* muito assemelha-se à produção originalmente colombiana de “Betty a Feia” (Rede TV, 2002), “A Feia Mais Bela” (SBT, 2005) e “Bela, A Feia” (Rede Record, 2009). A trama conta a história de uma moça ‘feia’ que apaixonou-se por um moço bonito de classe social diferenciada e no final da trama acaba por conquistá-lo ‘transformando-se’ numa moça belíssima.

- **“Betty, A Feia”** ou **“Yo Soy Bete, La Fea”** (1999) é uma telenovela de origem colombiana produzida pela RCN, maior rede de televisão da Colômbia. e foi escrita por Fernando Gaitán - mesmo autor de “Café Com Aroma de Mulher” (RCN, 1994), que fez grande sucesso no continente por mudar o estilo de produção de telenovelas ao abordar e ‘denunciar’ as mazelas envolvidas na produção e exportação cafeeira a princípio da Colômbia, país onde foi gravada pela primeira vez. Já “Yo Soy Betty, La Fea”, teve seus direitos vendidos à Televisa, que produziu “La Fea Más Bella” (2006). A partir de então o que vimos foi a propagação desta através da revenda de direitos autorais transformando-a numa espécie de franquia.

A novela conta com um enredo simples que caracterizam os folhetins latino-americanos, entretanto, a aceitação do público foi muito grande e com a venda de seus direitos autorais, semelhante à prática teatral, ela foi reproduzida em muitos países como a Índia, Israel, Turquia, Alemanha, Rússia, México, Holanda, Espanha, Estados Unidos, Bélgica, Grécia, Croácia, Vietnã, República Tcheca, Croácia, Filipinas, Polônia e no Brasil. Em cada localidade recebeu as características culturais locais o que resultou numa das produções mais difundidas da história da Tv.

No Brasil, ela foi ao ar pela primeira vez pela Rede Tv em 2002, sendo reprisada em 2004. No SBT ela foi veiculada ainda como “Ugly Betty” (2005), reproduzindo a versão produzida pela *Sony Entertainment Television*, veiculada nos Estados Unidos em canal fechado. Já na TV Record, “Bela a Feia” (2009), marcou o início da parceria de produção dramática brasileira com a Televisa, que havia adquirido os direitos sobre a obra, contratando um elenco brasileiro para a produção além de estabelecer parceria

[Digite texto]





com atores e autores latino de folhetins. Este fato se deu após o rompimento do contrato entre a Televisa e o SBT e os sucessivos boatos de parceria com esta outra emissora.

Deu-se então com o crescimento no Brasil da diversificação de autores de telenovelas e de propostas por novas emissoras o incentivo ao estudo e a aplicação de diferentes recursos atrativos nas telenovelas globais, usando-se de forma mais acentuada o “merchandising social”.

- **Rebelde Way** Normalmente a negociação dos direitos autorais se dá através do segmento da tv que cuida das consultorias técnicas destas holdings. Consta que Cris Moreno, autora da trama, desentendeu-se com a Telefe por conta da criação e exploração de um jogo de perguntas e resposta (*quizz*) sem que ela soubesse. São recolhidos os direitos através da exploração destes *cross media* - CDs, grupos musicais, bonecas, álbuns de figurinhas, *quizzes*, concursos via celular e todo e qualquer produto que tenham impressos a marca ou logomarca da criação/telenovela. Quando da exportação à outros países, deve observar-se o tipo de contrato. O fato de obter-se os direitos de exibição, não significa necessariamente o recolhimento dos direitos autorais ou sob os *cross media* dele resultante. Somente recentemente, a Televisa assinou contrato com a Record que prevê a ‘parceria’ entre diretores e autores brasileiros e o recrutamento de elenco nacional; a parceria nas produções já havia sido feita anteriormente com “Bela a Feia” (2005) que foi a primeira novela em HDTV produzida no Brasil, seguida de “Caras e Bocas” (2009) da Rede Globo.

### **3 - Da Dramatização**

Com a tendência da segmentação das telenovelas, o que se observa é a ausência de uma preparação adequada para o ator televisivo, cada vez mais exigido em performances e diversidade de habilidades para vivenciar as tramas. Em “Floribella” (Bandeirantes, 2009), a atriz Juliana Silveira que passou pela escola de atores da Globo, teve que aprender a cantar e dançar tango para gravar as canções na versão nacional e os videoclipes, que tornaram-se atrativos ao entrecortar os capítulos do folhetim recheando o enredo de um tom mais fantasioso. A atuação destes atores de modo geral é ditada pelos padrões estéticos e pelo ambiente cultural da emissora o que constitui uma barreira quando da necessidade de atuação em diferentes emissoras.

Desta forma podemos observar que o ambiente proporcionado à criação transpassa e reproduz-se na gravação da imagem, numa encenação naturalista que remete à realidade, sem entretanto, questioná-la mais profundamente. Tratando numa outra abordagem, pudemos recentemente assistir um ator representando um drogado numa

[Digite texto]





telenovela líder de audiência na Rede Globo, com toda a carga dramática necessária, entretanto, sem que fosse possível identificar em nenhum momento qual o tipo de psicotrópico usado por ele, o que por outras vias, o distancia da representação naturalista do drama aproximando-o do melodrama popular.

(...) “não devemos nos esquecer que uma das maneiras características da modernidade, que se exacerbou em nossa hipermodernidade, é justamente o fato de que diferentes temporalidades, marcadas por diferentes modos de inserção dos indivíduos no laço social – recursos materiais, formações ideológicas, referências culturais, etc - convivem sem se anular. Essa imensa tolerância das sociedades hipermodernas não é, como parece, uma abertura para o novo, e sim prova do triunfo do individualismo do mercado” (KEHL, 2003)

Quando da inclusão de atores oriundos de uma classe popular menos abastada, numa tentativa de ligação da realidade com a fantasia proposta pela ficção seriada, tanto pior, pois geralmente esta se dá vinculada a vida pessoal destes, seguido dos padrões previamente já impostos pela indústria cultural, e o discurso e tentativas de inclusão servem também como merchandising social, já que estes atores não são contratados com prévio treinamento e formação adequada, constituindo inclusive, o abarcamento psicológico destes na confusão entre a realidade e a ilusão longamente proposta ao público e da qual se constitui e caracteriza a telenovela.

#### **4 - Do Ator à Encenação e ao Público**

##### **Fatos a serem considerados sob a perspectiva da encenação:**

O corpo é um veículo de expressão e matéria prima fundamental e da maior importância para o ator. Ele é seu instrumento, juntamente com os seus recursos sonoros (texto, canto, sonorizações), habilidades diversas (dança ou arte circense – malabarismo por exemplo) e digamos acessórios agregados, como o tocar um instrumento musical ou o domínio da confecção de adereços, figurinos e cenário (apesar de ter-se convencionado que estes itens tem processos de criação paralelos, faz-se necessário considerar que se o ator não adapta-se a tais propostas não há espetáculo).

No ser humano e no seu processo de evolução em sociedade é comum observar-se a mudança de costumes, hábitos e comportamentos - ou ritos. O primeiro lugar onde estas mudanças são observadas e refletidas em primeira instância é no corpo, ainda que para a grande maioria, estas alterações mitológicas, por vezes tão sutis, passem quase despercebidas. “A mitologia tem muito a ver com os estágios da vida, as cerimônias de iniciação, quando você passa da infância para as responsabilidades do adulto, da

[Digite texto]



condição de solteiro para a de casado. Todos esses rituais são ritos mitológicos.” (CAMPPBELL, 1991, pág. 25) e *Idem* “A mitologia é a música. É a música da imaginação, inspirada nas energias do corpo.” (CAMPBELL, 1991, pág. 36).

O corpo reflete o que o ser humano pensa, o que não acontece necessariamente de maneira inversa. Fosse assim, quem se candidatasse a representar uma personagem trágica como Macbeth, em toda sua magnitude, o faria sem que fossem percebidas diferenças de atuações de ator para ator, o que nos aponta para o que poderíamos chamar de unicidade ou individualidade, que caracteriza cada ator e também aos seres humanos de uma forma geral.

E este processo ocorre também porque estamos ligados ao nosso ser mitológico revivido constantemente através dos ritos ou rituais, presente em todas as civilizações nas mais variadas e diferentes formas.

“Os mitos são metáforas da potencialidade espiritual do ser humano, e os mesmos poderes que animam nossa vida animam a vida do mundo. Mas há também mitos e deuses que têm a ver com sociedades específicas ou com as deidades tutelares da sociedade. Em outras palavras, há duas espécies totalmente diferentes de mitologia. Há a mitologia que relaciona você com sua própria natureza e com o mundo natural, de que você é parte. E há a mitologia estritamente sociológica, que liga você a uma sociedade em particular. Você não é apenas um homem natural, é membro de um grupo particular.” (CAMPBELL, 1991, pág. 36)

A televisão preconiza e sustenta uma forma de representação naturalista e como tal, causa no espectador a sensação de estar vivenciando a realidade.<sup>7</sup> Entretanto, esta forma de representação que nasceu com o ator e diretor teatral russo Constantin Stanislávsky, foi difundida em especial pelo cinema hollywoodiano com a criação de heróis, galãs e musas, propagados como forma de representação ideal desde os tempos da *american way of life*.

Como sabemos, o processo de aprendizagem utilizados pelos meios de comunicação como instrumento para atingir determinado público, surte um efeito rápido, maior e paralisante quando trata-se da utilização de imagens. É comum por exemplo, ouvirmos nas ruas expressões como “agora eu vou para a Medina”, utilizada na novela “O Clone” (Globo, 2001), ou ainda, “tô certo ou to errado” usado pela

---

<sup>7</sup> Em sua esmagadora maioria, telenovelas, minisséries, seriados e demais formas narrativas televisuais são elaboradas de forma naturalista. (PUCCI JR, 2001)



personagem Sinhozinho Malta, acompanhado do chocalhar de um relógio que representa o coronelismo nordestino na novela “Roque Santeiro”(Globo, 1985), sendo repetidos nas ruas sem nem ao menos ter-se consciência do seu real significado.

Os *reality shows*, novo fenômeno presente atualmente nas diversas redes televisivas, são outro exemplo da invasão e indistinção dos espaços entre cotidiano, realidade e o imaginário, alavancados pela linguagem naturalista televisiva. O público cita os participantes como se fossem velhos conhecidos e dialogam com estes como se de fato os conhecessem.

Fato mesmo é que esta forma de produção de imagens impacta no público de maneira a distanciá-lo de sua verdadeira existência e a forma mais direta de se ver e comprovar este fato são nas mudanças de comportamento refletidos em primeira instância nos movimentos corporais.

(...) o gozo que o espetáculo nos oferece não nos pertence; ele é cedido (alegremente!) à lógica que rege a acumulação do capital. O espetáculo e a positivação desse acontecimento do abstrato (fase invisível do poder) que é a acumulação de capital. Ele torna o engajamento subjetivo e é cada vez mais consistente na medida em que é cada vez mais inconsciente. (KEHL, 2003)

Estas alterações corporais absorvem uma massa inconsciente de formação de público apta à novidade e, conseqüentemente, apta a absorver valores sociais, políticos e econômicos propostos quando não com a finalidade de formação educacional/cultural, como formadora de julgamento de valores construídos anteriormente pelo próprio veículo em si junto ao um público, que reproduz estes valores traduzidos em comportamento social.

## **5- Das Emissoras às Telenovelas**

A Televisa (Televisão Via Satélite ou Grupo Televisa) não é uma emissora mexicana mas sim, uma holding que surgiu da fusão do Telesistema Mexicano, fundada por empresário em telecomunicação *Emilio Azcárraga Vidaurreta* e a *Televisión Independiente do México* pertencente ao Grupo Visa que reuniu quatro canais (Canal de Las Estrellas, Canal 5, 4TV e Galavisión). Os dois primeiros tem transmissão nacional e internacional. O terceiro é local e o quarto é semi-nacional, correspondendo aos canais 2,5,4 e 9.

Ela se constitui na quinta maior rede de televisão do mundo atrás da ABC (propriedade do grupo Walt Disney –EUA), CBS (propriedade da Sony - EUA), Rede

[Digite texto]



Globo (Organizações Globo – Brasil) e NBC (propriedade da General Electric-EUA). Exibe e exporta suas produções também para o México, Estados Unidos, Américas Central e do Sul, Europa Ocidental e Norte da África. Mais recentemente para a França e a Rússia.

Assim como em alguns países como o Brasil e Uruguai, a tv mexicana nasce com forte apelo comercial e também apoio político. A *Televisión Independiente de México* antes de fundir-se e formar a Televisa era sabidamente apoiada pela PRI, partido político que permaneceu por cinquenta anos no poder, tendo somente recentemente (ano 2000) perdido a eleição para a presidência. Hoje, além de ser a maior rede de televisão hispânica, pertence ao grupo a Televisa Network (que representa o canal pago), o Estádio Àzteca e três times de futebol mexicanos, o Esmas.com (maior portal de Internet do México), a editora Televisa Editorial (a maior da língua espanhola em nosso continente) entre outros.

“No México, no Brasil e no Uruguai elas nasceram como empreendimentos comerciais; na Argentina, na Colômbia e na Bolívia foram os governos federais que as implantaram. (...) no Chile a televisão resultou das experiências realizadas por instituições de ensino superior, tendo os três primeiros canais inaugurados em 1959 sido os da Universidade do Chile, da Universidade Católica do Chile e da Universidade Católica de Valparaíso.” (REIMÃO, 2001, pág 58)

No seu discurso de comemoração de 50 anos da Televisa, Pépe Bastón, um dos apresentadores do canal, fez questão de frisar o trabalho da emissora que “ao longo deste período inovou com a criação de novelas educativas, musicais, de conveniência, de ficções policial e infantil.” Ele fala ainda da dedicação à inovação do gênero que para eles é o mais importante e vai continuar crescendo, e justifica a audiência cativa por conta da qualidade de seus produtos e que estas, são responsáveis pela criação de hábitos na vida das pessoas e por isto “tornaram-se uma grande arma de promoção e divulgação para qualquer canal do mundo”. Que confirma o comentário de REIMÃO (2001), (...) “se há algo que agrada às populações dos países pesquisados, são as telenovelas. Originadas internamente ou vindas do Exterior, não importa, elas são campeãs de audiência.” (REIMÃO, 2001, pág. 60)



E cada canal tem suas características. A telenovela “Camaleão” (SBT, 2009), exibida atualmente pelo SBT, mesmo após os boatos de rompimento com a Televisa, tem produção do Canal das Estrelas, considerado o canal família da Televisa, com programação voltada para a preservação da moral e bons costumes.

Outra grande produtora de telenovelas latinoamericana é a argentina Telefe, pertencente atualmente ao grupo da Telefonica. Originalmente criada em 1960 ela foi nacionalizada pelo governo de Juan Domingo Perón em 1970 e posteriormente novamente privatizada - o que caracteriza seu nascimento vinculado ao Estado. No caso da Argentina, a televisão é tida com forte credibilidade pela população.

Cristina Baccin (Apud REIMÃO, 2007, p. 38), referindo-se à televisão argentina, afirma que ela é, entre os meios de comunicação social, “a instituição de maior credibilidade na opinião pública: para reclamações de justiça, qualidade de vida, trabalho e para informar-se sobre os aspectos políticos.”

A Telefe é a quarta maior distribuidora de conteúdo latino-americana, ficando atrás da Rede Record, Rede Globo e Televisa. As telenovelas “Quase Anjos” (Bandeirantes, 2010) e “Rebeldes” (Rede Record, 2011) além dos programas jornalísticos “CQCs”, que na versão argentina tem o nome de *Caiga Quien Caiga*, são produções desta emissora. Ela é detentora de oito estações televisivas que lideram a audiência no interior do país, são os sinais de Canal 8 de Córdoba, Canal 13 de Santa Fé, Canal 5 de Rosario, Canal 11 de Salta, Canal 8 de Tucumán, Canal 7 de Neuquen, Canal 8 de Mar del Plata, Canal 9 de Mendoza, Canal 13 de Río Cuarto e Canal 9 de Bahía Blanca, também de estações de rádio além de segmentos nas áreas cinematográficas, música, teatro e prestação de serviços de consultoria técnica. Transmite ainda via satélite para cerca de 80 países do mundo.

Cristina Moreno destacou-se nesta emissora onde ficou até o ano de 2001. Criadora e responsável pelo sucesso das telenovela “Chiquititas” (SBT, 2006), por desacordos comerciais rompeu com a emissora criando a Cris Morena Group. Ela ainda é a criadora da ficção seriada “Rebeldes”, atualmente sendo exibida pela rede Record com elenco, dramaturgia e direção brasileira, formalizando a parceria da emissora na produção das novelas da Televisa, para quem Cristina Morena disponibilizou os direitos autorais para sua reprodução.

[Digite texto]



Das outras emissoras latino-americanas podemos destacar ainda a colombiana RCN, e a Azteca América, que apesar de ter sua sede nos Estados Unidos, produz conteúdo exclusivo para a América Hispânica, sendo a maior concorrente da Televisa Mexicana. A Azteca tem ainda acordos de produção e distribuição com as Organizações Globo brasileira, com quem produziu os folhetins “Louco Amor” (1983), “Anjo Mau”(1997) e “Caminho das Índias”(2009).

A Telemundo é uma emissora que tem sua origem em Porto Rico e produziu muitos sucessos como “Café com Aroma de Mulher”, além de ser a primeira emissora a criar e transmitir os *reality shows*.

## **6- Cross Media e Internet**

Uma das fatias mais rentáveis para as emissoras e produtoras de telenovelas são os *cross media* resultantes destas produções. A novela *Chiquititas* foi campeã no Brasil em produtos comercializados a partir de sua exibição. Cds com a trilha sonora, Dvds com capítulos da trama, ou produzidos sob a forma de minisséries dos capítulos já apresentados, álbum de figurinhas, brinquedos (bonecas, jogos), são exemplos de reprodução comercial estendida da telenovela.

É interessante ressaltar que este fenômeno foi acentuado especialmente pela Telefe e a produtora Cristina Group com as telenovelas “*Chiquititas*” e “*Rebeldes*”(entre outras). As músicas dos Cds foram produzidas especialmente para cada personagem e viram *hits*, e não referem-se apenas a temas conceituais da trama. A utilização do musical é recurso muito utilizado para alavancar o gosto e identificação do público com uma personagem. A telenovela “*Floribella*” (2005) exibida pela Bandeirantes produziu um Cd com clipes musicados e a cada capítulo da trama introduzia primeiro o clipe musical cantando pela personagem protagonista, introduzindo o capítulo que seria narrado na trama. Note-se que este recurso é bastante utilizado, como definiu em tipologia Pepe Bastón da Televisa, na telenovela infantil. Entretanto, o mesmo estende-se aos outros tipos de produção.

O repasse de direitos autorais está veiculado a reprodução do *Cross Media* que apresenta-se como alternativa altamente rentável no trâmite entre as emissoras que adquirem o direito de transmissão destes folhetins, pois ele apresenta-se como



alternativa de ganho resultante e agregada ao possível sucesso de sua veiculação. As grandes emissoras latinas criaram recentemente um departamento específico de consultoria para a veiculação de *cross media*. A Televisa é pioneira nesta iniciativa através da Televisa Licencias.

### **Conclusão:**

A telenovela está consolidada enquanto gênero audiovisual formador de opinião que apresenta características peculiares que diferem do cinema e do teatro presente em sua forma de produção, difusão e distribuição voltadas para o naturalismo e continuísmo da indústria cultural. Este continuísmo percebe-se na singularidade de sua dramaturgia, voltada para a adequação ao gosto do público obedecendo a funções que abrangem a elucubração de gosto e hábitos, que refletem-se no comportamento social e posicionamento político do espectador.

A popularização da telenovela latino-americana importada de nossos países vizinhos não é sinônimo de baixa qualidade, uma vez que é notória a adoção de elenco, diretores e dramaturgos brasileiros para realizar tais adaptações. Tal comportamento reflete um tardio estreitamento de laços presente na origem da novela nascida em Cuba e que tinham como característica o melodrama, gênero adaptado para o gosto brasileiro considerando a sua realidade, estilo este que por aqui foi consagrado pelos folhetins de Janete Clair.

A contratação de elenco obedece a critérios de mercado e não necessariamente às qualidades artísticas ou de talento de seus componentes e a encenação pode caracterizar-se enquanto melodrama, mesmo quando está associada ao naturalismo proposto pela televisão. Ela não suscita a aproximação e envolvimento do público através das personagens, senão cria um ambiente ideal à reprodução de seu tema e proposta de encenação, carecendo de aprofundamento e apresentação de soluções plausíveis a qual o meio se propõe.

As telenovelas latino-americanas apresentadas nos canais de televisão brasileiros têm a tendência de produção em massa e padronizada. Ao absorver o modelo de distribuição e produção que vem caracterizando as grandes emissoras exportadoras destas produções de nossos países vizinhos como é o caso da Televisa, Telefe, Azteca





América, Telemundo e incluindo também a nacional Rede Globo, elas inovam apresentando entretanto uma ambiguação característica do modernismo quando da reflexão na formação de uma padronização cultural, advinda e proposta a partir da globalização e do fenômeno Internet.

Os direitos autorais caracterizam-se pela adoção de semelhante legislação aplicada ao audiovisual, da qual a telenovela constitui-se enquanto gênero derivado no seu formato de produção, não obedecendo no entanto, a aplicação desta legislação, visto que o autor divide a sua participação com a produtora, no caso a emissora, por vezes não recebendo os *royalties* referentes a sua difusão e a produtos *cross media* resultantes deste processo, ficando este item direcionado à emissora por quem foi comprado o direito autorais (Cris Moreno apresenta-se como exceção, uma vez que ela criou a sua própria produtora).

A diferenciação de uma produção nacional em termos de criação, se constatada sustenta a premissa que requer a anulação do que se produz em matéria de ficção seriada no restante do continente, o que alimentaria e motivaria uma segregação infundada, vista às coincidências e semelhanças de suas criações, encenações, dramaturgias e produções de telenovelas.

## Referências:

- ÁVILA ARAÚJO, Carlos Alberto, André Luiz de Castro Silva e Morgana Garcia Carvalho (2001). **A TV e o superpopular. "Gente comum" na programação da TV aberta brasileira**, trabalho apresentado no VIII SIPEC, Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, promovido pela Universidade Federal do Espírito Santo. Observatório da Imprensa, seção Diretório Acadêmico. Acesso em 13 de novembro de 2010, 18:48h. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/da040420013.htm>.
- ÁVILA, Carlos Rodolfo Amêndola (1980). **A teleinvasão: a participação da televisão estrangeira no Brasil**. Piracicaba: Ed. Cortez/Universidade Metodista de Piracicaba.
- BARBOSA, Alexandre, **A Solidão da América Latina na Grande Imprensa**, Cenários da Comunicação, São Paulo. V.6, n.1, p.21-29, 2007
- CAMPBELL, Joseph. **O Poder do Mito**, Palas Athenas, 2ª. edição, São Paulo, 1991
- CASTRO, Cosette, **A Produção de Sentido da Telenovela Chiquititas entre os Televidentes Mirins Brasileiros**, comunicação apresentada no Alaic Edição 1999, ECA/USP.
- CEVASCO, Maria Elisa, **Para ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.



- BORGES, Luan. Especial: **Teledramaturgia mexicana comemora 50 anos, em 17/10/2007**. <http://bloginternacional.wordpress.com/2007/10/17/especial-teledramaturgia-mexicana-comemora-50-anos/>. Acesso em 13/11/2010 às 12:18hs.
- LIMA, Raquel Sousa. **O conceito de cultura em Raymond Williams e Edward P. Thompson: breve apresentação das idéias de materialismo cultural e experiência**. Revista Cantareira, 8ª. Edição Online, ISSN 1677 7794.
- LUSVARGHI, Luiza. **Cinema Nacional e World Cinema**, 1. Cinema Brasileiro I. Título, 22ª. edição, Muiraquitã, Manaus, 2010
- MAIO, Marco, **Emissoras Apostam no Uso de Internet Para Atrair Audiência**, <http://buscador.terra.com.br/default.aspx?source=Search>, consultado em 11/06/2011 às 18.59hs.
- MOTTA, Fernanda Gosser, Além da Maquiagem Carregada. **O sucesso das telenovelas mexicanas no Brasil - A visão dos telespectadores**, Faculdades Integradas São Pedro, FAESA, 2006.
- ORTIZ, Pedro, BORELLI, Silvia Helena Simões, RAMOS, José Mario Ortiz, **Telenovela História e Produção**, Editora Brasiliense, 2ª. edição, São Paulo, 1991.
- PALLOTTINI, Renata, **Dramaturgia de Televisão**. São Paulo: Moderna, 1998.
- PUCCI JR, Dr. Renato Luiz, **A Questão do Naturalismo na Interface Pós-Moderna de Cinema e TV**. Trabalho enviado para o NP 07- Comunicação Audiovisual, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2001.
- POSTIGO, Vanderlei, **A questão da autoria em telenovelas brasileiras**. Artigo publicado no Anuário de Produção Acadêmica Docente vol. XII, no. 2, ano 2008 – Centro Universitário de Santo André.
- REIMÃO, Sandra, **Televisão na América Latina, sete estudos. Cátedra da Unesco – Unesp de Comunicação, São Bernardo do Campo**, Editora Unesp, 2000. Resenha publicada em <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/res%20livros%209-2.html>.
- SILVA, Nilce; FRIDMAN, Patrícia Cláudia da Costa. **Diário de Um Cucaracha\*\***: **O Estigma da Lusofonia Retratado na Literatura Brasileira de Henfil\*\*\***, Análise Social, vol. XLII (184), 2007, págs. 719 a 732.
- WILLIAMS, Raymond. **Television. Technology and Cultural Forms**, 1996. Routledge, Inglaterra.