Memória e valor de culto em *remakes* de telenovela - aproximações com uma TV *Cult*[1]

Clarice GRECO[2]
Universidade de São Paulo - USP

Resumo

O artigo pretende relacionar o artifício do *remake* da ficção televisiva à alimentação de uma memória coletiva da telenovela, ligada a um valor de culto, muito presente na audiência com a telenovela brasileira. O fenômeno pode ser relacionado a programas de TV chamados *cult*, que possuem apelo nostálgico e tornam-se referência, criam um mundo ficcional e comunidades que o cultuam. Buscamos aqui pensar os *remakes* de telenovelas brasileiras e associá-los ao afeto de uma memória coletiva nacional, que incita um retorno às produções originais e à emergência de um universo em torno da obra.

Palavras-chave: Telenovela; memória, TV cult, *remakes*.

Introdução

A regravação de um produto audiovisual representa a recuperação e atualização de uma produção que tenha feito sucesso ou de alguma forma marcado a sociedade. Apesar de certas críticas cinematográficas, que tomam os *remakes* por mera imitação de um roteiro original, é possível associar a estratégia, especialmente no caso da ficção televisiva, a uma recuperação da memória audiovisual e readaptação ao contexto atual, alimentando a memória coletiva da telenovela.

A estratégia pode ser pensada a partir do seu valor da memória, ligado a um valor de culto, notável na relação do público brasileiro com a telenovela. O valor de culto da telenovela existe a partir do momento em que a relação do telespectador com a ficção toma força, passa a fazer parte do cotidiano pessoal e coletivo, e permanece mesmo após o fim da transmissão. O fenômeno pode ser relacionado à chamada *TV Cult*, que está ligada ao comportamento da audiência de certos programas, que adquirem uma espécie de *aura*, por seu valor de culto e de exibição.

O termo *TV cult*, para muitos autores, parte do fenômeno de culto de um programa pela sua audiência. Entre outras características, o programa *cult* possui apelo nostálgico e torna-se presente em comunidades que o cultuam, e permanece em pauta mesmo se for raro ou não mais exibido. É o que acontece com a relação de telespectadores com algumas

[1] Trabalho submetido ao GP Ficção Seriada, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM.
[2] Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP. Bolsista FAPESP, n. Processo 2012/05000-6. Email: claricegreco@usp.br

telenovelas, que perdura mesmo após o término da ficção, concretizando-se em relação a uma memória coletiva. Assim, algumas telenovelas tornam-se "clássicas". A memória de tais produções é potencializada e alimentada a partir das novas mídias, que criam e facilitam o acesso a um acervo de memória coletiva e, com isso, contribuem para a formação de comunidades acerca da telenovela.

Valor de culto e memória: a TV *Cult*

No caso da ficção televisiva brasileira, a telenovela é uma *narrativa da nação* (LOPES, 2003) e possui um público telespectador fiel ao formato, que relembra telenovelas antigas como se relembrasse cenas da própria infância. É o principal produto cultural da televisão brasileira, pois mobiliza milhões de pessoas para acompanhar uma narrativa que estará relacionada intimamente com o afeto individual e coletivo. Reflete na tela a nacionalidade, a vida e as crenças pessoais, adquirindo valor de culto. Dessa forma, a ficção cultuada adquire valor totêmico. O totem é um símbolo que possibilita a visualização da comunidade ou de um clã sobre seus ritos e crenças, ideais e valores que lhe são característicos. O totem é capaz de captar os sentimentos coletivos, pois os membros de um grupo, ao observarem o totem, reconhecem-se nele (ANTUNES FILHO, 2012). O totem é símbolo de culto, e a partir do momento em que uma produção audiovisual adquire contornos simbólicos de representação de uma sociedade, pode ser associada a uma obra *cult.*

A ideia de *cinema cult* surgiu na década de 1980 para se referir a filmes que foram cultuados por um público, que se tornaram audiência fiel. Na década de 2000, a expressão passou a ser também associada à televisão. O termo *TV Cult* é utilizado em referência a determinados programas e séries televisivas que apresentem características específicas como estética original, narrativa inovadora ou uma legião de fãs que, como no caso dos filmes, *cultuam* a ficção de forma fiel. A obra *cult* provoca em seus espectadores uma atração que não é apenas fruto da busca por entretenimento, mas abarca também um envolvimento físico e emocional. A memória é também um dos elementos que fazem uma produção virar um *cult.* O programa adquire, assim, também valor nostálgico.

O formato telenovela é bastante cultuado no Brasil, porém nem todos os títulos apresentam alta devoção do público. Portanto, é imprescindível ressaltar que não pretendemos afirmar que toda telenovela é *cult*, muito menos insinuar que todos os *remakes*

o sejam. Antes disso, buscamos associar a influência da memória afetiva e o culto a telenovelas antigas e seus *remakes* a uma espécie de *aura* criada em torno dos programas *cult.* Para isso é necessário, primeiramente, compreender o termo *cult* e suas aplicações.

Do ponto de vista teórico, a maior parte dos estudos sobre a TV Cult está concentrada nos Estados Unidos e Inglaterra, e os autores alegam grande dificuldade em definir o termo. Pearson (2010), após concordar sobre a tarefa árdua de expor seu significado, arrisca uma definição:

> Na mídia, em uso comum, e à vezes até mesmo na academia, o termo "cult" é frequentemente aplicado a qualquer programa televisivo que seja considerado fora do padrão ou marginalizado, que abarque um nicho específico da audiência, que tenha apelo nostálgico, que seja considerado emblemático de alguma subcultura particular ou que seja descolado. (2010: 7)[3]

Segundo a autora, o *Cult* na TV concorda com o uso do termo no cinema, que se refere: 1) a filmes marginalizados, devido ao conteúdo forte ou ofensivo, normalmente relacionado a fortes cenas de sexo ou violência; 2) por serem de difícil acesso, principalmente na era anterior à internet; ou 3) por serem consagrados por um núcleo de fãs que trabalhavam para assegurar a raridade e o valor do filme.

Para Pearson (2010), a característica comum entre as produções consideradas *Cult* não está nos textos, mas nos espectadores que demonstram alto nível de devoção. A melhor maneira de entender o *Cult*, termo derivado de um processo de *culto*, seria então não por meio da produção, mas de sua audiência. A longevidade cultural das obras é alimentada pelos fãs, que mantêm contato entre si e criam comunidades - reais, virtuais ou *imaginadas* (ANDERSON, 1983) - responsáveis pelo não desaparecimento das produções. De certa forma, também os *remakes* podem ser associados à função de impedir o esquecimento de certas telenovelas.

Em relação ao cinema, Eco (1985) sugere que para um filme ser *cult* deve cumprir três critérios: 1) deve ser apreciado por ao menos um pequeno grupo de fãs; 2) prover um mundo completo e mobiliado, para que os personagens e cenários possam ser citados pelos fãs como se estes o habitassem; e 3) ser composto de segmentos de história que possam ser lidos, vivenciados e recordados, independentes do todo. Um quarto elemento dos filmes *cult* é ressaltado por Eco, não como critério a ser cumprido, mas como característica presente

[3] "In the media, in common usage, and sometimes even in academia, "cult" is often loosely applied to any television programme that is considered offbeat or edgy, that draws a niche audience, that has a nostalgic appeal, that is considered emblematic of a particular subculture, or that is considered hip."

em filmes que já nascem com a proposta de se tornarem *cult:* as citações, ou menções de outros filmes embutidas na narrativa. Essas referências são uma estratégia para unir o público específico de audiência ao qual o *Cult* se refere, utilizando o artifício da *memória* para angariar fãs. No caso dos *remakes*, o quarto elemento é claro quando as cenas mais famosas são esperadas para comparação pela audiência que assistiu a produção antecessora. A exemplo de *Gabriela*, a cena em que a personagem principal sobre no telhado para buscar uma pipa ficou marcada na memória como um clássico, havendo expectativa sobre como seria a nova versão da cena.

Tomando-se então como ponto de partida a noção de uma ficção *cult* com base nos critérios do *apelo nostálgico*, dos elementos de construção de uma memória coletiva e do efeito de culto à obra por um público específico, pode-se dizer que o envolvimento dos telespectadores com as ficções televisivas e certos filmes concede a esta obras um poder aurático, que faz com que adquiram importância subjetiva e de contemplação afetiva.

Se, para Benjamin (1969), a obra de arte perde seu valor de culto com sua produção em massa, os filmes e séries *cult* vêm provocar uma questão reversa, um fenômeno no qual os receptores recriam um efeito de culto à produção e reúnem-se para assisti-la ou comentá-la novamente. Reforçam, assim, a noção de Canclini (1997:261), de que o poder da mídia "não está contido numa instituição, nem no Estado, nem nos meios de comunicação. Os setores populares co-participam nessas relações de força que se constroem, simultaneamente, na produção e no consumo". Esses grupos formam *comunidades imaginadas* (ANDERSON, 1983), que criam um espaço de debate provocado pela TV. No Brasil, a telenovela, enquanto *narrativa da nação* (LOPES, 2003), consegue criar tais comunidades, que assistem juntas ao programa e o comentam. Se, há alguns anos, amigos e familiares reuniam-se na sala de estar para assistirem juntos à TV, hoje, além disso, reúnem-se nas redes sociais para comentarem o que passa na tela. É por isso que a ficção *cult* adquire um público que a cultua, que reflete sobre ela numa esfera emocional e de memória afetiva.

No entanto, segundo Benjamin (1985), mesmo que a reprodução técnica não prejudique o conteúdo da obra de arte, ela desvaloriza seu *aqui e agora* (*hic et nunc*). Assim, se pode dizer que o que é atingido na obra de arte reproduzida é a sua *aura* e, com isso, as reprises e *remakes* jamais poderiam tê-la. Por outro lado, a aura da obra original, aplicável a quadros e esculturas, não se aplica às obras televisivas, dada sua essência tecnológica. A ficção televisiva se constitui de partes ensaiadas, interpretações isoladas

que irão constituir uma produção finalizada apenas no aparato midiático. A obra é constituída na e pela televisão, no momento da transmissão. Nesse sentido, Bucci (2002) chama o lugar da televisão de um *telespaço público*, que reformula os padrões de tempo e de espaço. O *aqui* está em todo lugar e o *agora* é o tempo de permanência do programa televisivo. É o *agora* da televisão.

Sendo este o *hic et nunc* da telenovela, ela possui, em seu momento de exibição, sua aura. Essa aura está relacionada ao valor de exposição da obra e ao seu valor de culto. Portanto, não é desta mesma aura de Benjamin que falamos, mas da aura construída em relação ao momento de recepção, reflexão e fruição que a obra televisiva causa no telespectador, que a recebe em seu individualismo e a cultua coletivamente.

Ainda, no caso da telenovela, por muito tempo, uma vez transmitida ela não podia mais ser revista. Apenas em 2011 a Globo passou a disponibilizar os capítulos de suas telenovelas na internet e a lançar CDs de algumas tramas reduzidas. Antes disso, as cenas tinham seu lugar apenas na memória, individual e coletiva, ou à mercê de programas de reprise, escolhidas pela emissora. Com isso sua raridade concedia ainda mais valor de culto, pois era um culto pessoal, afetivo, mais do que *olhar* a obra. Até que ela é reexibida. É nesse momento, da reexibição após sua consolidação como artefato da memória nacional afetiva, que ela se torna um *cult.* Foi o que aconteceu com *Vale tudo* (1988). Ao ser reprisadas no canal Viva inaugurado pela Rede Globo em 2011, tornou-se uma obra *cult*, adquiriu valor de exposição e de culto, a partir da recuperação de seu conteúdo e do *aqui e agora*, restaurado na televisão. Para Benjamin (1969), o *aqui e agora* da obra, sua originalidade, adquire valor à medida que passa o tempo, devido ao seu *valor de exposição*. No caso dos *remakes*, o mundo ficcional, a diegese e o cânone da telenovela antiga adquirem um *valor de reexibição*. É este o principal elemento que recria a ideia de aura em torno das ficções *cult.*

Os *remakes* mais recentes, de *O Astro*, *Gabriela*, *Saramandaia* tratam de telenovelas que, desde sua primeira exibição, fixaram-se na memória do público. Ao serem recuperadas e readaptadas, fortaleceram o original, que apareceu em vídeos no *Youtube*, em textos sobre a comparação entre o original e a regravação e nos termos de busca. Aumenta a curiosidade dos jovens pela telenovela em questão, e o afeto daqueles que assistiram a versão original e querem relembrá-la. Portanto, não é a ficção regravada, ou necessariamente a versão anterior que se tornam *cult.* Forma-se o que Eco (1985) se referia em seu segundo critério para uma ficção *cult:* um universo mobiliado, que envolve a

adaptação literária, a primeira, segunda ou demais versões de uma obra. Todo o universo, o cânone, adquire valor totêmico como se os telespectadores o mirassem para se reconhecer, ou mesmo habitassem esse mundo.

Remake como artifício de memória

A telenovela, por representar o imaginário coletivo, torna-se parte do cotidiano. Após anos de convivência diária e duradoura, as ficções televisivas passam a integrar as memórias afetivas dos telespectadores, tornando-se forte representação de lembranças pessoais. Essa afetividade, no caso da televisão, adquire proporções coletivas. Os mesmos programas, cultuados por milhares de telespectadores, permanecem vivos, cada um à sua maneira, na memória daqueles que os assistiram. Relembrar uma telenovela é também relembrar uma época da vida.

Conforme defende Ferro (1976), as mídias proporcionam um retorno ao passado e alimentam um repertório de história e memória coletivos, no qual bebem os sujeitos para alimentar suas memórias individuais. Segundo Nora (1993), enquanto a história é a representação do passado, a memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente. Quando a memória renasce em figura coletiva, isso só acontece porque uma consciência individual tomou a decisão de fazê-lo. O autor ressalta ainda que, antes de tudo, "é preciso ter vontade de memória" (1993, p. 22). Essa vontade de memória é cristalizada pelas emissoras de televisão por meio de duas principais formas: as reprises e os *remakes*.

As reprises e as regravações de uma ficção televisiva, ou *remakes*, são artifícios utilizados por algumas emissoras de TV para angariar audiência por meio da recuperação de uma produção que obteve sucesso. No entanto, diferentemente das reprises, que são a retransmissão direta de um programa original já exibido, os *remakes* se tratam de uma atualização da ficção. Nas palavras de Balogh e Mungioli, "não trata de apresentar o mesmo do mesmo, mas sim de atualizar e tornar mais palatável o produto dentro do gosto da contemporaneidade." (2009, p.343). Algumas características atualizam a ficção, como atores recentes, que causam mais familiaridade ao público jovem, ao contrário de rever uma telenovela antiga em que reconhecem os atores já mais velhos, com rostos jovens e cortes de cabelo antiquados. A regravação pode também mudar personagens, de acordo com as demandas da época.

Conforme alertam Motter e Mungioli (2006), comumente esse tipo de ficção é apontado com desprestígio, como significado de falta de criatividade e busca por lucro fácil.

Há também a crítica em relação à audiência, que supostamente aceita tudo o que lhe é ofertado, mesmo que já tenha sido transmitido. De fato é um recurso vantajoso para a emissora, que investe em uma narrativa já existente com grande probabilidade de repetição do sucesso. Entretanto, as autoras afirmam que o público não só recebe bem as repetições como, muitas vezes, espera por ela. Isso porque a repetição, e por consequência o *remake*, representam um retorno à memória ficcional e afetiva dos telespectadores, de maneira coletiva.

Halbwachs (2006) associa a memória do indivíduo à memória do grupo, e esta à memória coletiva de sua sociedade. Segundo o sociólogo, as lembranças são moldadas pelo grupo. Quando o indivíduo busca no *youtube* cenas inesquecíveis de seus filmes ou telenovelas prediletas, elas fazem parte de um arquivo ao mesmo tempo pessoal e coletivo, e como tal são retratadas e reproduzidas pela mídia a fim de eternizá-las. À medida em que surgem novos *remakes*, a versão original das telenovelas retorna à pauta cotidiana, surgem vídeos de cenas antigas e comparações entre as representações do mesmo personagem por atores diferentes. Assim alimenta-se um repertório ficcional coletivo, que faz dialogar o presente e o passado, vívido na memória e na história de vida do telespectador.

Remakes de telenovelas brasileiras

Segundo levantamento histórico inicial, a televisão brasileira deu origem a *remakes* de 41 telenovelas[4]: uma na década de 1970, nove na década de 1980, quatorze na década de 1990, dez na década de 2000 e, no primeiro terço da década de 2010 esse número já alcança nove regravações. Confirma-se assim a longevidade desse recurso e uma possível tendência de aumento. Considerando, ainda, que alguns títulos brasileiros foram regravados mais de uma vez, temos um total de 46 regravações.

Tabela 1 - Relação de telenovelas brasileiras e seus *remakes*

1970-1979	**1990 -1999**	**2000-2009**	**2010-2013**
A Moreninha (1965/1975)	*Eu compro essa mulher* (1965/1990)*	*O Direito de Nascer (1964/1978/1982*/2001)*	*Vende-se um véu de noiva (1969/2010)*
	Lua Cheia de Amor (1977/1990)	*Vale Tudo* (1988/ 2002)*	*Uma rosa com amor (1972/ 2010)*
1980-1989	*Mulheres de Areia (1973/1993)*	*A Escrava Isaura (1976/ 2004)*	*O clone* (2001/ 2010)*
A Deusa Vencida (1965/1980)	*As Pupilas do Senhor Reitor(1970/1994)*	*Cabocla (1979/ 2004)*	*Louco amor* (1983/2010)*
O sexo dos anjos	*Éramos Seis (1958/1967/1977/1994)*	*Essas mulheres (1975/2005)*	*Ti ti ti (1985/ 2010)*

[4] Não foram considerados títulos de telenovela que deram origem a outros formatos, (ex: *A Muralha* foi uma telenovela e depois uma minissérie, algumas viraram filmes, etc). O foco é apenas em telenovelas.

(1968/1989)			
Antônio Maria (1968/1985)	*A Viagem (1975/1994)*	*Bicho do Mato (1972/ 2006)*	*O Astro (1977/ 2011)*
Hipertensão (1971/1986)	*Sangue do Meu Sangue (1969/1995)*	*O Profeta (1977/ 2006)*	*Dancin' Days* (1978/ 2012)*
Amor com amor se paga (1972/1984)	*Irmãos Coragem (1970/1995)*	*Sinhá Moça (1986/ 2006)*	*Guerra dos Sexos (1983/2012)*
Selva de Pedra (1972/1986)	*Razão de Viver (1984/1996)*	*Ciranda de Pedra (1981/ 2008)*	*Gabriela (1960/ 1975/2012)*
A gata comeu (1974/1985)	*Ossos do Barão (1973/1997)*	*Paraíso (1982/ 2009)*	*Saramandaia (1976/2013)*
Helena (1975/1987)	*Anjo Mau (1976/1997)*		
	Pecado Capital (1976/1998)		
	Meu Pé de Laranja Lima (1970/1980/1998)		
	Louca Paixão (1963/1999)		
9	**14**	**9**	**10**

Fonte: Blog Super TV Mais – dez 2012

Dos 42 títulos cujos *remakes* foram produzidos, 24 (57%) são de telenovelas que fizeram sucesso nos anos 1970.[5] O dado reafirma a importância da década, marcada por mudanças políticas e culturais retratadas nas telenovelas. Os aparelhos televisores invadiam as casas, o "horário da novela" foi fixado e a ficção começava a fazer parte do cotidiano da família brasileira.

As telenovelas com maior número de *remakes* são *Éramos Seis* e *O Direito de Nascer*, com quatro versões para a TV. A primeira versão de *Éramos Seis* foi exibida na Record em 1958 e as duas primeiras regravações foram realizada pela Tupi, em 1967 e 1977, esta última atingindo maior sucesso. Em 1994 a telenovela foi regravada pelo SBT. O *Direito de Nascer*, adaptação da radionovela de Félix Caignet, teve seu primeiro *remake* feito pela Tupi em 1978, mas não alcançou o sucesso da original, exibida pela mesma emissora em 1964. Em 1982 recebeu uma versão mexicana pela Televisa e 2001 o SBT produziu um novo *remake* da telenovela.

Algumas telenovelas ganharam mais de um *remake*, devido a sucesso anterior. É o caso de *Gabriela*, que teve sua versão de maior sucesso exibida pela Globo em 1975. Porém poucos se lembram da primeira adaptação da trama de Jorge Amado, exibida em 1960 pela TV Tupi, com Janete Vollu no papel da protagonista Gabriela. Em 2012, a Globo reproduziu a ficção, escrita por Walcyr Carrasco.

Outra telenovela que recebeu mais de uma nova versão foi *Meu pé de Laranja Lima.* A primeira versão do livro de José Mauro de Vasconcelos foi escrita por Ivani Ribeiro e

[5] O *remake* de *O Direito de nascer* de 1978 não foi considerado nessa contagem, já que a versão que fez mais sucesso de público foi a de 1964.

exibida na Tupi em 1970 e na Bandeirantes em 1980, pela mesma autora. A emissora produziu outro *remake* em 1998, fracasso de audiência.

Houve, ainda, *remakes* com mudança de título. Exibida em 1963, *25499-Ocupado* foi regravada em 1999 sob o nome de *Louca Paixão*. A regravação de *O Terceiro Pecado* (1968), exibida na Excelsior recebeu da mesma autora, Ivani Ribeiro, o nome de *Sexo dos Anjos* em 1989 na Globo. O grande sucesso de Janete Clair *Véu de Noiva*, na Globo, ganhou um *remake* pelo SBT, em 2010, chamado *Vende-se um véu de noiva.* Ainda, algumas telenovelas da Tupi receberam novos títulos ao serem regravadas pela Globo. Foi o caso de *Nossa Filha Gabriela* (1971), que recebeu o título de *Hipertensão* (1986); *Camomila e Bem-me-quer* (1972) passou a se chamar *Amor com Amos se Paga* (1984) e *A Barba Azul* (1974), de Ivani Ribeiro, fez sucesso na Globo como *A Gata Comeu* (1985).

Outro sucesso da década de 1970 foi *Dona Xepa* (1977), de Gilberto Braga, exibida na Globo. O *remake* de *Dona Xepa* se chamou *Lua Cheia de Amor* (1990), foi exibida também na Globo, porém sofreu algumas mudanças de enredo. Por fim, a telenovela *Meus Filhos, minha Vida* (1984) foi produzida pelo SBT e teve nova versão, chamada *Razão de Viver* (1996), sem muito sucesso. A telenovela *Senhora*, baseada no romance de José de Alencar foi exibida em 1975; em 2005, a Record reuniu a história aos romances *Lucíola* e *Diva*, do mesmo autor, e produziu *Essas Mulheres.*

Destacam-se da relação exposta, ainda, seis telenovelas cujos *remakes* não foram produzidos para exibição no Brasil, mas sim no exterior: *Eu Compro essa Mulher* (1990), *O Direito de Nascer* (1982); *Vale tudo* (2002), *O Clone* (2010), *Louco Amor* (2010 e *Dancin' Days* (2012). O fato é marcante pois, apesar de a principal marca das telenovelas brasileiras ser a "brasilidade", é conhecido seu sucesso no exterior. As ficções brasileiras são campeãs de exportação para inúmeros países, principalmente em sua versão original, dublada pelo país comprador. Porém, nesses três casos, os países investiram em regravações das telenovelas para adaptação local, com supervisão da Globo.

O primeiro *remake* internacional de uma telenovela brasileira foi de *O Direito de Nascer*, em 1981, produzida no México pela Televisa e exibida no Brasil pelo SBT. Anos depois, *Eu Compro essa Mulher*, telenovela escrita por Glória Magadan na Globo, foi regravada em 1990 pela Televisa no México. A nova versão foi exibida no Brasil também pelo SBT.

Mais recentemente, foi produzida *Vale todo* (2002), regravação de *Vale tudo*, de Yves Dumont (Globo, 1988) co-produzida pela Globo e pela Telemundo, braço americano

da NBC norte-americana, voltada ao público hispânico. Foi a primeira parceria de co-produção entre a TV Globo e a Telemundo. A produção foi rodada nos estúdios do Projac da Rede Globo e não obteve grande audiência. O elenco reuniu atores mexicanos, peruanos, brasileiros, argentinos, cubanos, colombianos e venezuelanos. A trilha sonora apresentou a mesma sorte de compositores, e a narrativa foi acusada de resultar descontextualizada, sem traços de nacionalidade.

A segunda parceria entre Globo e Telemundo foi para a produção colombiana *El Clon* (2010), regravação de *O Clone* (2001), de Glória Perez. Foi gravada em Miami e Marrocos, onde se passava a trama, e foi exibida com legendas em inglês. A autora e o diretor Jayme Monjardim participaram da regravação, que já foi vendida para mais de 50 países.[6] De acordo com Marcos Santana, presidente da *Telemundo Internacional*, a razão da escolha de *O Clone* para esse projeto foi o potencial de receptividade da novela no mercado hispânico norte-americano. A versão original, exibida pela *Telemundo* em 2002, foi o maior sucesso de audiência de todos os tempos do canal no horário das 22h, e também um dos maiores sucessos nacionais e internacionais da TV Globo, vendida para mais de 90 países.[7] Ainda em 2010, a telenovela *Louco Amor* (1983), de Gilberto Braga, ganhou um *remake* mexicano chamado *Entre El Amor Y El Deseo*. A versão foi produzida pela Globo em parceria com a TV Azteca e exibida no México no mesmo ano.

A sexta regravação internacional de uma telenovela brasileira foi *Dancin' Days*. A telenovela, escrita por Gilberto Braga, foi produzida e exibida pela primeira vez no Brasil entre julho de 1978 e janeiro de 1979. Em Portugal, foi exibida pela RTP, em 1979. Em 2012, após 34 anos, a SIC produziu e exibiu o *remake* adaptado para os portugueses, deixando a ficção mais adequada a seu público e época. Foi a segunda parceria entre Globo e SIC. A primeira aconteceu em 2011, para a produção da telenovela *Laços de Sangue*, exibida apenas em Portugal, que conquistou o Emmy Internacional de Melhor Telenovela em novembro de 2011.

Todos esses *remakes*, ou a grande maioria deles, foram realizados porque se tornaram fruto da memória dos telespectadores. A escolha do título a ser regravado parte do sucesso da obra original e da permanência do produto na memória coletiva. A emissora recuperou a ficção para que ela seja, em outro contexto, novamente cultuada, mesmo que nem sempre isso aconteça. Porém, as telenovelas que já têm lugar na memória do público

[6] O Globo. *Sucessos nacionais como 'Dancin days' e 'Fina estampa' ganham remakes no exterior*. Natalia Castro. 09.09.2012. Acessado em 29.04.2013.
7Fonte: Memória Globo. *O Clone.*

apresentam maior possibilidade de recuperação do valor de culto, pelo seu valor de *reexibição*. O mesmo acontece com as reprises, como comprova o canal Viva, criado em 201 pela Globo. As telenovelas de maior sucesso são retransmitidas e, com isso, renovam o sentimento da época em que foram originalmente exibidas, resgatando a memória ficcional da nação e a possibilidade de culto à telenovela.

Os *remakes* brasileiros nas redes sociais

Na atualidade, é fundamental compreender a TV como lugar de processo produtor de significações e não de mero espaço de circulação de informações. Tal acepção impõe considerar o receptor não mais como um mero decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas, sim, como um produtor. O desafio apresentado pela indústria cultural aparece com toda a sua densidade no cruzamento dessas duas linhas de renovação que inscrevem a questão cultural no interior do político e a comunicação na cultura.

As novas mídias criam e facilitam o acesso a um acervo de memória coletiva e, com isso, contribuem para a formação de comunidades acerca da ficção televisiva. As produções de TV têm buscado adaptar-se à imensidão de estímulos do atual ecossistema midiático, que demanda mais velocidade e assertividade, devido à competição cada dia mais acirrada de conteúdos televisivos e transmidiáticos. Angelini e Booy (2010) afirmam que a TV *Cult* atualmente surge como uma resposta dos produtores às exigências da "geração Y", ou adolescentes que cresceram no ambiente multiplataforma. Hoje, se caracteriza como estratégia de marketing da era transmidiática. Desse modo, compreender o caráter *cult* dentro do atual cenário da comunicação torna-se de grande importância teórica e prática.

O conhecido horário da telenovela, da Globo, sempre apresentava três títulos: a novela das seis; a novela das sete e a novela das oito, que mais recentemente passou a ser chamada de novela das nove, horário quando de fato se inicia. Em 2011, a Globo criou o quarto horário de novela, às 23h, para exibir *remakes* de telenovelas que fizeram sucesso no passado. Foram até 2013 exibidos *O Astro* (2011); *Gabriela* (2012) e *Saramandaia* (2013). São bons exemplos para observarmos o comportamento dos fãs dessas novelas nas redes sociais, o surgimento de manifestações e comunidades a respeito dessas produções. Sem o intuito de uma análise aprofundada, as demonstrações aqui presentes constituem um esforço inicial, de caráter basicamente quantitativo, para fertilizar a análise desses títulos como formadores de um universo cultuado, que pode adquirir status *cult*.

O primeiro índice de análise parte da audiência. De acordo com dados prévios do Ibope divulgados pelo portal IG, *Saramandaia* em sua estreia registrou média de 27 pontos, *O Astro*, 28 e *Gabriela* média de 30 pontos.[8] Vejamos a presença dessas três produções nas redes sociais.

Tabela 2 – Panorama dos *remakes* das 23h da Globo nas redes sociais[9]

Telenovela	Youtube		Facebook		Twitter		
	nº vídeos	nº *views*[10]	nº *fan pages*	nº likes total	nº perfis	*Tweets*	seguidores
O Astro	10.000	1.318.634	10	42.030	5	**283**	387
Gabriela	**43.200**	**3.657.676**	**27**	**278.571**	**10**	253	**1945**
Saramandaia	3.120	620.314	22	73.580	1	5	181

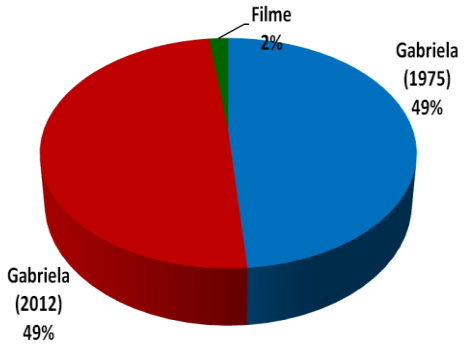
A tabela mostra o panorama geral das telenovelas nas redes sociais, a partir do número de páginas no *facebook*, de vídeos no *Youtube* e de perfis sobre a telenovela no *Twitter*. Os números indicam a presença de material que remete às produções, especialmente por parte dos fãs, que criam páginas, perfis e postam vídeos. Nas duas últimas plataformas a Globo não se faz presente oficialmente sobre as telenovelas. Apenas no *Facebook* a emissora criou uma *fanpage* de *Gabriela*, concomitante à estreia da telenovela.

Nota-se claramente que, em todas as redes, a produção com maior presença foi *Gabriela*, que também obteve a maior audiência entre as três. O resultado demonstrado na tabela levou à busca de mais vídeos sobre *Gabriela*, para observar a movimentação dos telespectadores. A busca se voltou especialmente à versão de 1975, para investigar a hipótese de que a primeira versão da obra volta a ser cultuada a partir do momento em que o *remake* chega à TV. A escolha da plataforma *Youtube* se dá pelo caráter documental que ele proporciona, maior que das outras redes sociais. No twitter, e no *facebook* a interação é majoritariamente instantânea. À medida que notícias sobre as ficções são postadas, os seguidores as recebem em sua página. Os leitores as leem em tempo real, raramente utilizando as plataformas para recordar ou retornar a posts anteriores. O uso do *Youtube* é diferente, partindo não de um recebimento instantâneo do conteúdo, mas sim de um lugar de arquivo e de memória, onde buscam o que querem recordar. Por isso, a plataforma

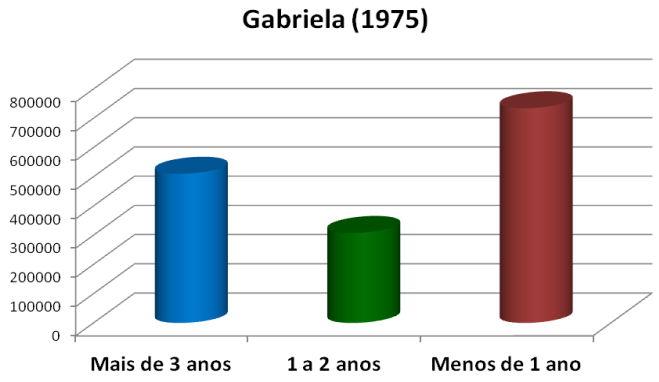
[8] Portal IG. *'Saramandaia' estreia com audiência inferior às antecessoras e equívocos de direção.* 25.06.2013.
[9] Dados de 11.07.2013
[10] O número de *views* representa a soma do número de visualizações dos dez vídeos mais vistos de cada telenovela, buscada pelo termo "novela (título)".

parece a mais adequada para uma análise quantitativa do conteúdo, por ser utilizada como repertório compartilhado e biblioteca de uma memória coletiva.

Foram contabilizados 200 videos no *Youtube*, a partir da palavra chave "novela Gabriela 1975", nas dez primeiras páginas ordenadas por relevância[11]. Desses vídeos, 50 não tinham relação com a telenovela, levando a uma amostra de 150 vídeos a respeito da obra. Três eram relacionados ao filme *Gabriela, Cravo e Canela;* 74 relacionados ao *remake* e 73 sobre a versão de 1975. Cenas antigas, comparações entre as duas versões, personagens e trilha sonora fazem parte desse universo amplo de recordações arquivadas.



Foi interessante notar que, dos 74 vídeos sobre a antiga *Gabriela*, 48 foram postados durante ou após a produção do *remake*, o que comprova o retorno da obra original à medida que uma nova versão surge. Amplia-se o mundo ficcional criado pela obra ao todo, trazendo novamente o telespectador para habitá-lo. Abaixo, a proporção de visualizações dos vídeos.



Os vídeos da telenovela de 1975 ultrapassam, juntos, a marca de um milhão e seiscentas visualizações (1.620.003). Somente os 48 vídeos postados após o *remake*, tiveram 734.416 visualizações. Já os vídeos da nova versão alcançam quase dois milhões de visualizações (1.916.780). Em relação aos vídeos mais vistos, o sexto mais assistido (pelo

[11] A ordem de relevância automática do *Youtube* é baseada na ligação dos termos buscados com o título, palavras-chave e descrição dos vídeos.

termo de busca 'novela Gabriela') é uma comparação entre elenco da versão anterior e elenco da versão atual (380.585 visualizações). Em décimo lugar encontra-se um vídeo com uma compilação comparativa entre Sônia Braga e Juliana Paes no papel da personagem principal. Ao ordenar os vídeos por número de visualizações a partir do termo de busca 'novela Gabriela 1975' a comparação entre os elencos fica em primeiro lugar. Nota-se, portanto, grande interesse do público nas comparações entre uma produção e outra.

Esses números apontam dois fatores. O primeiro é que os 25 vídeos sobre *Gabriela* postados antes de sua regravação demonstram que a telenovela já era cultuada por um grupo de telespectadores, o que explica também a razão da escolha do título para o próximo *remake* da Globo. Reforça que as telenovelas regravadas o são não apenas por terem feito sucesso à época de sua exibição, mas também porque existe o desejo do público de revê-la. Pauta-se aqui a estratégia de mercado.

O segundo fator importante é a comprovação de que, ao levar ao ar a atualização de uma telenovela cultuada, sua versão original, ou de sucesso anterior, ela volta à pauta e ganha valor de culto. Recria-se sobre a telenovela uma espécie de aura pelo seu valor de *reexibição*, o que faz com que se torne um *cult*.

Considerações finais

O *remake* de uma telenovela traz elementos de memória afetiva, memória coletiva (HALBWACHS, 2006) e de lugares entre memória e história (NORA, 1993). Esses elementos auxiliam a criação de um valor de culto à ficção e dão abertura a um novo gênero híbrido que coleciona fatores relevantes da nossa memória e da história nacional. Com isso as telenovelas regravadas não são mais uma obra só, elas criam um *mundo* em torno da ficção, que se torna um *cult*.

Se, para Benjamin (1969), a partir do momento em que a reprodução técnica amplia a facilidade de acesso à obra, esta perde valor de exposição, podemos contrapor que, no caso das telenovelas, elas adquirem um valor de *reexibição*. Esse valor está ligado à memória social e afetiva que as ficções criam no público telespectador brasileiro. Ainda assim, as adaptações de telenovelas que fizeram sucesso apresentam maior força de adesão ao público por representarem o país em um novo contexto, retomando as lembranças das produções originais que fizeram parte do cotidiano de muitos e incitando a curiosidade dos que não tiveram acesso à obra. Esse movimento pode contribuir para aumentar o culto à

telenovela e ao repertório compartilhado da memória coletiva nacional, aproximando-se do status de um programa *cult*.

Referências Bibliográficas

ANDERSON, B. *Imagined communities: reflexions on the origins and spread of nationalism.* London: Verso, 1983.

ANTUNES FILHO, E. A emoção religiosa nos estudos de Émile Durkheim e Marcel Mauss. *Estudos de Religião*, vol. 26, nº 42, 2012.

ANGELINI, S; BOOY, M. (org.). Members only: Cult TV from margins to mainstream. In: ABBOT, Stacey (Ed.). *The Cult TV book:* from *Star Trek* to *Dexter*, new approaches to TV outside the box. New York: Soft Skull Press, 2010.

BALOGH, A. M. e MUNGIOLI, M. C. (2009). Adaptações e remakes: entrando no jardim dos caminhos que se cruzam. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo. *Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas.* São Paulo: Globo Universidade.

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. Trad. José Lino Grünewald. In: GRÜNEWALD, José Lino. *A idéia do cinema*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1969, p. 55-95.

BENJAMIN, W. Teses sobre a filosofia da história – Tese II. *In*: KOTHE, Flávio R (org). *Benjamin, Walter. Sociologia***.** São Paulo: Ática, 1985. Cap. 4. Pgs 153- 164.

BRECHT, B. *Teoria de la radio.* 1927-1932

BUCCI, E. *Televisão Objeto: A crítica e suas questões de método*. Tese de doutorado apresentada ao programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2002.

CANCLINI, N.G. *Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade***.** São Paulo: EDUSP, 1997.

COLI, J. *O que é arte?*.São Paulo: Brasiliense, 2000.

ECO, U. "Casablanca": Cult Movies and Intertextual Collage**.** *SubStance*, Vol. 14, No. 2, Issue 47: In Search of Eco's Roses. (1985), pp. 3-12.

FERRO, M. O filme: uma contra-análise da sociedade? In: LE GOFF, Jacques e NORA, Pierre. *História: Novos Objetos.* Tradução de Terezinha Marinho. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976.

HALBWACHS, M. *A memória coletiva.* São Paulo: Centauro Editora, 2006.

HILLS, M. Mainstream Cult. In: ABBOT, Stacey (Ed.). *The Cult TV book:* from *Star Trek* to *Dexter*, new approaches to TV outside the box. New York: Soft Skull Press, 2010.

LOPES, M.I.V. A telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, v.26. São Paulo, jan/abr, 2003.

LUKÁCS, G. *Estética*, v. I, Barcelona, Ed. Grijalbo,1974

MOTTER, M. L. MUNGIOLI, M. C.. *Ficção Seriada: o prazer de re-conhecer e pré-ver.* Anais da Intercom. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília: UnB, 2006

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História.* Revista do Programa de Estudos Pós-graduados em história e do Departamento de História. PUC/SP. N° 10. Dezembro/1993.

PEARSON, R. Observations on Cult television. In: ABBOT, Stacey (Ed). *The Cult TV book:* from *Star Trek* to *Dexter*, new approaches to TV outside the box. New York: Soft Skull Press, 2010.