

## **A influência da narrativa telenovélistica na construção histórica da sociedade brasileira<sup>1</sup>**

Ulisflávio Oliveira EVANGELISTA<sup>2</sup>  
Universidade do Estado de Mato Grosso, Alto Araguaia, MT

### **Resumo**

O presente artigo explora a construção e representação de identidades nacionais por meio da narrativa ficcional, em especial, pelo produto televisivo de maior prestígio no Brasil: as telenovelas. A investigação procura analisar, por meio de produtos retirados da ficção seriada nacional, ao longo dos anos, a influência da narrativa telenovélistica na construção histórica da sociedade brasileira. De modo mais específico, são investigados os caminhos realizados pela narrativa e pelos personagens das telenovelas na construção e representação da sociedade ao longo dos anos, sob o viés da historiografia nacional por meio da Escola dos Annales.

**Palavras-chave:** representação; telenovela; historiografia nacional; ficção seriada; escola dos annales.

### **1. INTRODUÇÃO**

A televisão brasileira foi inaugurada oficialmente no dia 18 de setembro de 1950, pela TV Tupi, em São Paulo<sup>3</sup> com a transmissão de um programa humorístico chamado *Show na taba*. De início, a programação televisiva (a exemplo de outros países) era desenvolvida sempre “ao vivo”, dando margem ao erro e ao nervosismo para quem a produzia e, possibilitava a satisfação da imagem em movimento a quem assistia. Assim nasceu a televisão, cheia de improvisos, com muita expectativa em sua programação e com a missão de informar e entreter os seus telespectadores. Dentro deste universo televisivo ainda muito novo e em constante desenvolvimento (a exemplo da implantação do sinal

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Estudos de Linguagens pela UFMS e professor efetivo do Curso de Jornalismo da UNEMAT – Universidade do Estado de Mato Grosso, email: [ulis.flavio@hotmail.com](mailto:ulis.flavio@hotmail.com).

<sup>3</sup> Na época existiam apenas duzentos aparelhos de televisão no Brasil. Ver: ALMEIDA, Mauro. **A comunicação da massa no Brasil**. Rio de Janeiro: Júpiter, 1964.

digital e da interatividade do meio) a caixa onírica formadora de imagens vem conquistando cada vez mais apreciadores, através da sua linguagem técnica, informativa, artística e cultural.

Vale ressaltar também, o prestígio que o próprio aparelho “televisão” – enquanto um eletrodoméstico – exerce na população. Esse prestígio pode ser considerado como uma espécie de soberania em sua fala, prova disso é comprovada pela autora Ondina Fachel Leal<sup>4</sup> ao ilustrar por meio de fotografias a presença do aparelho de televisão como um “ente querido”, um papel de destaque dentro do espaço doméstico. A televisão é um aparelho social decorado com portas retratos em sua superfície. Nesse estudo, a autora realiza um recorte restrito na recepção da mensagem pelos telespectadores. Leal considera dois grupos de receptores, classificados por meio de aspectos culturais e econômicos e por ela denominados como classes populares e classes dominantes. A investigação realizada pela autora consistiu em determinar recepções distintas pelas classes (populares e dominantes) através de uma mesma mensagem (telenovela *Sol de Verão*<sup>5</sup>).

No que se refere à programação televisiva, a produção direcionada ao entretenimento sempre teve espaço nesse meio. A possibilidade de fazer rir, chorar, vivenciar e imaginar situações do cotidiano por meio de uma linguagem coloquial instigava ao público. Esses foram, sem dúvida alguma, ingredientes fundamentais para a consolidação da ficção seriada no Brasil.

Seriados, mini-séries e as telenovelas fazem parte do universo da ficção seriada. Neste estudo, o recorte será dado às telenovelas. O produto telenovela é desenvolvido através da construção de um enredo, de modo que essas histórias ficcionais se confundam com as histórias vivenciadas por quem as assistem, gerando desta forma, uma identificação bastante profunda no telespectador com o desenrolar dos capítulos da trama. Desta forma, é bem natural, “enxergar” as transformações sociais, políticas, econômicas e, sobretudo, culturais da sociedade brasileira nas telenovelas, inclusive por meio da escrita da história, ou seja, por meio da historiografia brasileira, em especial, através da Escola dos Annales - um movimento historiográfico que incorpora métodos das ciências sociais à história.

---

<sup>4</sup> LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novela das oito**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1990.

<sup>5</sup> Telenovela exibida pela Rede Globo de Televisão entre os dias 11 de outubro de 1982 e 19 de março de 1983.

Este estudo, em especial, busca compreender na narrativa ficcional das telenovelas (enquanto representação da sociedade e cultura brasileira) como mais uma fonte na construção histórica nacional, conforme atesta Lopes (2009):

Falar hoje de cultura no Brasil é falar necessariamente da “telenovela brasileira”. Quarenta e seis anos após a sua introdução, é possível afirmar que a telenovela conquistou reconhecimento público como produto estético e cultural, convertendo-se em figura central da cultura e da identidade do País. (LOPES, 2009, p. 22).

Partindo desta identificação (representação cultural e social), Esther Hamburger<sup>6</sup> ressalta em seus trabalhos, sobretudo, o aspecto *modernizante das telenovelas*. Isto é, as representações que compunham uma matriz imaginária capaz de sintetizar a sociedade brasileira em seu movimento modernizador.

Tal visão também é compartilhada por Lopes (2009, p.22), ao afirmar que a telenovela:

[...] pode ser considerada um dos fenômenos mais representativos da modernidade brasileira, por combinar o arcaico com o moderno, por fundir dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários modernos e por ter a sua história fortemente marcada pela dialética nacionalidade-mediatização.

Em outras palavras, é possível afirmar e compreender o produto telenovela como um produto que dialoga fortemente numa espécie de “semiose cultural, social e histórica”, criando, portanto, verdadeira representação entre a realidade nacional e a ficção.

Com base numa tentativa de periodização da telenovela brasileira em três fases: sentimental (1950-1967), realista (1968-1990) e naturalista (desde 1990), minha hipótese é que ao dar ênfase a este último estilo de linguagem, a telenovela passa a tratar os temas com uma forte representação “naturalista”, em que o discurso é identificado pela própria realidade/verdade [...] (LOPES, 2009, p. 37).

Os elementos empregados na narrativa telenovelística busca essa representação por meio da identificação entre enredo e público. Cabe ao ator ou atriz que dão vida ao personagem servir de referencial ao telespectador. Tudo é pensado para conseguir essa

---

<sup>6</sup> HAMBURGER, Esther. 1998. “Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano”. In: SCHWARCZ, Lilia Mortiz (org.). **História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea**. São Paulo: Companhia das Letras.

identificação. Pequenos detalhes ganham destaque, a vestimenta pode virar moda, um estilo musical que embala o par romântico na trama pode estourar nas rádios, seu linguajar é copiado, jargões conquistam espaço na sociedade. As peripécias vivenciadas pelos personagens são também vivenciadas por seu público, cada vez mais cativante, mais misterioso, angustiado para saber o desenrolar da história. A dúvida gerada pelas tramas ganha as ruas. Nessas conversas é possível perceber as diferentes opiniões na busca de uma única resposta: qual e como será o final dessa história?

A proposta deste trabalho se dá em justamente identificar essa representação social e cultural nacional por meio de exemplos retirados da ficção seriada (telenovelas) e com isso, estabelecer uma construção dessa representação na constituição histórica da cultura e sociedade brasileira. Ou seja, busca-se analisar a influência da narrativa telenovelistica enquanto formação histórica da sociedade brasileira.

## 2. TELEVISÃO E SUA REPRESENTAÇÃO

Diante de nós temos a televisão e sua representação. A intenção é a de perceber essa representação através dos signos<sup>7</sup> empregados, compreendendo sua linguagem<sup>8</sup> e, finalmente, decifrando a mensagem<sup>9</sup>. Umberto Eco destaca a mensagem televisiva enquanto sistema de signos:

Como acontece com todos os sistemas de signos, os signos e suas correlações são encarados em relação ao *remetente* e a um *receptor*; fixados a um *código* que se supõe comum a ambos; inseridos num *contexto* comunicacional [...] um sistema de signos não é apenas um sistema de significantes mas também de significados (ECO, 2001, p. 366).

---

<sup>7</sup> “Signo é uma coisa que está em lugar de outra, sob algum aspecto”. (PEIRCE, 1977 *apud* ARANHA e MARTINS, 1995, p. 29).

<sup>8</sup> Para Aranha e Martins (1995, p. 28), linguagem é um sistema simbólico. O homem é o único animal capaz de criar símbolos, isto é, signos arbitrários em relação ao objeto que representam e, por isso mesmo, convencionais, ou seja, dependentes de aceitação social.

<sup>9</sup> Segundo Eco (2001, p. 371), mensagem é, antes de mais nada, um *objeto sígnico* em que a primeira realidade verificável é constituída pelos significantes enquanto relações entre impulsos luminosos sobre o vídeo. A relação entre esses impulsos poderiam exaurir a noção da mensagem sob o aspecto puramente quantitativo de uma “teoria da informação” [...] a mensagem é um complexo objetivo dos significantes, enquanto elaborada com base em um mais códigos para transmitir certos significados e, enquanto interpretada ou interpretável com base nos mesmos códigos ou em outros.

Eco alerta também que uma pesquisa sobre a mensagem TV, considerando-a como um sistema de signos, não visa unicamente enfatizar aspectos formais dos processos de comunicação. Por trás de toda essa representação, a mensagem chega aos lares fortalecendo essa comunicação de massa. E a respeito da influência do crescimento dos veículos de comunicação de massa, Lúcia Santaella (1996, p. 31), destaca que a “multiplicação das mídias [televisão] tende a acelerar a dinâmica dos intercâmbios entre formas eruditas e populares, eruditas e de massa, populares e de massa, tradicionais e modernas”, favorecendo assim a transmissão da telenovela, que é um produto popular, ou seja, de massa. Lopes (2009) destaca o poder de penetração da televisão na sociedade brasileira, sobretudo a sua capacidade peculiar de criar e alimentar um repertório comum, onde pessoas de classes sociais, gerações, sexo, raça e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas as outras.

A televisão enquanto *mass media* utiliza-se de ferramentas na construção de sua linguagem. Para Décio Pignatari (s.d., p. 14) “as formas audiovisuais e suas articulações no espaço e no tempo montam a sintaxe da linguagem televisual”, assim, se numa tomada fechada (close) da parte da asa de um avião, a imagem (mensagem) pode subtender-se como uma viagem esperada (lazer, negócios) ou como um trabalho cotidiano (piloto, comissários) o significado não é o mesmo para todas as pessoas ou grupos humanos. Este fator determinante de significados é o repertório do receptor, que é formado por experiências, cultura vivida e recebida (que depende de outros fatores como faixa sócio-econômica), ideologias entre outros. Desta forma, uma mesma mensagem (signos) poderá ser interpretada de diferentes maneiras pelos seus receptores.

Isto se supõe que a mensagem visual – código icônico<sup>10</sup> – e sonora – código sonoro<sup>11</sup> – enquanto linguagem pode influenciar nas crenças e nos comportamentos de quem as recebem, incidindo indistintamente sobre sua razão ou sobre suas emoções, e que

---

<sup>10</sup> Baseia-se nos processos de percepção visual (os quais também se desenvolvem com base num código, se a percepção for como aqui admitimos não o registro fotográfico de uma suposta realidade preconfigurada, mas uma interação entre os estímulos de um dado campo e os esquemas perceptivos, adquiridos por aprendizagem e propostos pelo sujeito). De qualquer maneira, uma vez percebida no vídeo, com base no comum processo perceptivo, uma forma pode ser entendida como *denotadora de si mesma* ou como *denotadora de outra forma* que o receptor reconhece como elemento da realidade física e cultural. Eco (2001, p. 375).

<sup>11</sup> Compreende os sons da escala musical e as regras combinatórias da gramática tonal; os ruídos enquanto distintos dos sons e enquanto referíveis ironicamente a ruídos já conhecidos. Os sons denotam apenas a si mesmos (não têm espessura semântica), ao passo que os ruídos podem ter valor imitativo (imitação de ruídos já conhecidos). Também os timbres podem ter valor imitativo (timbre de campainha, de tambor). Nesse caso, ruídos e timbres são imagens sonoras que denotam ruídos e timbres já ouvidos na realidade. Eco (2001, p. 378).

estas, por sua vez, estão condicionadas tanto por fatores cognitivos como emotivos. Nessas condições, a comunicação é vista como “aquele mecanismo por meio do qual se exerce poder sobre outro” (LÓPEZ-YARTO, 1988 *apud* FERRÉS, 1998, p. 38).

Esse poder pode ser manifestado através de seu potencial socializador na utilização de mecanismos de sedução na mensagem. Esse poder não trabalha com a argumentação e com a obrigatoriedade do convencimento, mas, sim, com o fascínio e a capacidade de seduzir, explorando as barreiras do inconsciente emotivo.

Pode-se dizer que a sedução representa o triunfo da metonímia, no sentido de que consiste em conseguir a adesão total para uma pessoa ou coisa a partir da adesão de apenas uma parte dela. Joan Ferrés (1998) aponta o caráter soporífero da sedução:

A força da sedução está, principalmente, numa hipertrofia da emoção, e se sabe que as emoções intensas ofuscam, até o ponto de adormecer toda a capacidade reflexiva, analítica e crítica [...], talvez por este caráter soporífero o termo seduzir aparece em todos os dicionários vinculados a conceitos tão negativos [...], seduzir supõe levar o outro a um certo grau de perturbação, de loucura e alienação (FÉRRES, 1998, p. 66).

A televisão utiliza-se com grande frequência do recurso da sedução. Por meio de uma linguagem própria e dinâmica, percebe-se o movimento das imagens através de algumas técnicas, podemos citar, por exemplo: os planos e movimentos de câmera, a velocidade ou lentidão na transição das imagens, na mistura das cores e formas, nas trilhas sonoras que embalam as falas, no cenário (real ou virtual<sup>12</sup>), no figurino, na iluminação, no diálogo, no enredo, enfim, na obra. A telenovela, assim como outros gêneros televisivos, também está inserida nessa linguagem sedutora, sua narrativa que é construída através do processo de roteirização que proporciona essa linguagem, os gestos e falas dos atores, a intensidade e ritmo da voz, a cor do cabelo, um decote, uma tatuagem, tudo isso em sintonia na busca de um único objetivo: a sedução.

### **3. ESCOLA DOS ANNALES – TELENVELA – CONSTRUÇÃO HISTÓRICA DA SOCIEDADE BRASILEIRA**

---

<sup>12</sup> O cenário virtual em televisão pode ser feito através do chroma-key.

A chamada escola dos annales é um movimento historiográfico que se constituiu em torno do periódico acadêmico francês *Annales d'histoire économique et sociale*. Seu destaque se dá pelo fato de incorporar métodos das ciências sociais à história. Fundada por Lucien Febvre e Marc Bloch, em 1929, com uma visão bastante positivista da história como crônica dos acontecimentos. A proposta era uma escrita da história que privilegiasse o econômico e o social em detrimento do político. Opõe-se diretamente à produção historiográfica predominante no século XIX, com isso, a revista ganha notoriedade com seu movimento de vanguarda na renovação do método de investigação histórica, que usa a interdisciplinaridade como estratégia para se chegar ao conhecimento histórico.

O estudo da telenovela faz parte de uma nova linha de estudos e preocupações da história, sobretudo com os *Annales*, na década de 1980 ao tratar da “nova história”, ou o que Peter Burke (1992) chama de “terceira geração dos annales”. Nele há a multiplicação de fontes e temas, estudos interdisciplinares, transdisciplinares, em suma, há uma abertura no processo e com isso, existe um interesse histórico nos estudos comunicacionais e, em especial, com as telenovelas. Neste estudo, as telenovelas passam pelo suporte metodológico da historiografia brasileira, visto contribuir de maneira representativa, com o seu suporte audiovisual, a história brasileira.

As telenovelas surgiram praticamente junto com a televisão no Brasil, conforme destaca Esther Hamburger<sup>13</sup> (2011):

Com raiz nas radionovelas, populares na América Latina, especialmente em Cuba pré-revolucionária, a telenovela [...] está presente na programação da TV Brasileira desde a sua inauguração, em 1950. Inicialmente feita ao vivo, não era diária, não ocupava o horário nobre, não era o programa mais lucrativo ou aquele em que as emissoras investiam maiores recursos. (HAMBURGER, 2011, p. 67)

Principalmente por influência das radionovelas e seu potencial sonoro – sobretudo por meio da sensorialidade (capacidade de criar imagens por meio dos sons) a narrativa conquistava o público. A primeira radionovela no Brasil foi radiofonizada em 1941. Glenda Chaves (2007) destaca os detalhes da radionovela *Em busca da Felicidade*:

---

<sup>13</sup> No texto **Telenovelas e interpretações do Brasil** (2011). Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ln/n82/a04n82.pdf>.

Em 05 de junho desse ano, foi ao ar a novela cubana “Em Busca da Felicidade”, de Leandro Blanco, adaptada por Gilberto Martins, no horário de 10h30min, radiofonizada às segundas, quartas e sextas-feiras pela Rádio Nacional. Sucesso instantâneo na programação, ela foi transmitida em 284 capítulos até maio de 1943, sob patrocínio de Colgate-Palmolive, através da agência Standard Propaganda, que tornou a publicidade nacional da década de 30 em multinacional. (CHAVES, 2007, p. 31).

Porém foi com a radionovela *O Direito de Nascer* também transmitida pela Rádio Nacional, em 1951, que o seu sucesso atingiu o grande público. O texto original era de Felix Cagnet com tradução e adaptação de Eurico Silva. No ar em 08 de janeiro de 1951 permaneceu por quase três anos com 314 capítulos e alto índice de audiência.

A era da novela<sup>14</sup> em televisão – telenovela – teve início com transmissão não-diária. A TV Tupi de São Paulo inaugura com a produção e exibição da telenovela *Sua vida me pertence* que foi ao ar entre 21 de dezembro de 1951 até 02 de fevereiro de 1952, às 20 horas, com apenas 15 capítulos. Foi escrita e dirigida por Wálter Gerhard Foster.

A introdução do *videotape* em 1962 facilitou a produção de novelas diárias. Em 1963, a Excelsior transmite a primeira novela diária: *2-5499 Ocupado*, importada da Argentina e estrelada por Glória Menezes e Tarcísio Meira – um casal paradigmático na história das telenovelas. Porém, sua consolidação se deu em 1964, com o sucesso *O direito de nascer*, (originalmente uma radionovela), do cubano Felix Cagnet, com 160 capítulos. A telenovela foi adaptada por Teixeira Filho e Thalma de Oliveira e o resultado foi bastante expressivo, demonstrado através da audiência na extinta tevê Tupi. A telenovela *O direito de nascer* foi o primeiro grande clássico da teledramaturgia brasileira. Na época o país contava com 598 mil aparelhos de televisão. Seu sucesso apontava para a década de 1970, que as telenovelas se tornariam o mais popular e lucrativo gênero da televisão brasileira.

A consolidação da telenovela como gênero mais popular e lucrativo da televisão está fortemente vinculada a mudança de linguagem realizada por autores brasileiros a partir do trabalho acumulado no rádio e no cinema [...] A partir do final dos anos 1960 e seguindo modelo proposto pela TV Tupi as novelas da Globo se contrapuseram ao estilo “sentimental” que dominava a produção anterior, propondo uma alternativa “realista”. (LOPES, 2009, p. 25)

---

<sup>14</sup> Narração, usualmente curta, ordenada e completa, de fatos humanos fictícios, mas, em regra, verossímeis. Obra de ficção com apresentação seriada pelo rádio (radionovela) ou pela televisão (telenovela).

A telenovela sabe muito bem aproveitar a riqueza cultural no Brasil, ela explora e cria histórias de situações corriqueiras e cotidianas. As falas são desenvolvidas através de ações vivenciadas pelo público, que, aliás, serve não só de inspiração para as tramas, como também de “termômetro” de audiência<sup>15</sup>. Desta forma, a telenovela pertence a um universo de significação, intervenção, discussão e introdução de hábitos e consumo, que influencia e é influenciada pelos receptores (públicos), os quais participam ativamente no processo de recepção, questionando e discutindo os assuntos apresentados pela telenovela ao longo da exibição de seus capítulos.

Hamburger (1998) destaca a relação de influência social, em termos públicos e privados:

A televisão, principalmente por meio das novelas, capta, expressa e alimenta as angústias e ambivalências que caracterizam essas mudanças, se constituindo em veículo privilegiado da imaginação nacional, capaz de propiciar a expressão de dramas privados em termos públicos e dramas públicos em termos privados. (HAMBURGER, 1998, p. 458).

Lopes (2009) reforça essa relação “público e privado” nas telenovelas como um dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, indo da intimidade privada aos problemas sociais.

Essa capacidade *sui generis* de sintetizar o público e o privado, o político e o doméstico, a notícia e a ficção, o masculino e o feminino, está inscrita na narrativa das novelas que combina convenções formais do documentário e do melodrama televisivo. É isso o que, ao meu ver, tipifica a telenovela brasileira e que cria quase paradoxo de se “ver” o Brasil mais nessa narrativa ficcional do que no telejornal. (LOPES, 2009, p. 26).

Diante desta perspectiva favorável na construção histórica da sociedade e cultura nacional, e pela forma onipresente que se apresenta à televisão e, em especial, a telenovela, que oferece uma mensagem que é facilmente compreendida pela população, Wolton diz que “a televisão é um fator de identidade cultural e de integração social, devido à dupla condição de ser uma televisão assistida por todas as classes sociais e de ser um espelho da identidade social” (WOLTON, 1996, p. 157).

O processo que envolve a construção de uma história ficcional, composta também, é claro, pela construção de personagens, se dá por meio de um roteiro ou *script*. Autores desta

---

<sup>15</sup> Medido pelo IBOPE – Instituto brasileiro de opinião pública e estatística.

prática, a exemplo de Syd Fiel<sup>16</sup>, Doc Comparato<sup>17</sup>, Rey Marcos<sup>18</sup> e Jackson Saboya<sup>19</sup>, ilustram de maneira muito clara que, este processo só é possível de ser realizado, se o autor-roteirista utilizar enquanto princípios, pelo menos, três fontes para a obtenção de uma história ficcional. As fontes, ora listadas pelos autores são: leitura (pesquisa), vivência (pelo próprio autor ou por outras pessoas) e por fim, imaginação (que é tratada pelos autores como uma fonte não tão confiável).

O produto ficcional (como é o caso das telenovelas) procura justamente através dessas fontes, retratar ou representar, por meio de uma narrativa contada, situações efetivamente vividas pela população. Pelo menos, através de um retrospecto realizado pelas telenovelas brasileiras, pode-se perceber que, temas ou assuntos que marcaram situações no País viram frequentemente, histórias ficcionais, conforme aponta Lopes (2009):

A encenação de fatos e temáticas sociais e políticas remetem às menções feitas sobre o caráter “naturalista” das novelas e as referências explícitas à vida da nação. Avancei a hipótese da novela exercer a função *agenda setting* tal é seu poder de pautar uma agenda temática que é acompanhada e discutida pelo País no decorrer de seus oito meses de duração. (LOPES, 2009, p. 27).

De certa forma, embora o produto telenovela seja enquadrado ou classificado como um produto ficcional, dentro de um gênero maior – ficção seriada ou teleficcionalidade – se faz necessário admitir que, o sucesso provocado por este tipo de mensagem, é justamente pela maneira – quase real – de se retratar uma situação. Há uma identificação muito forte por parte dos telespectadores pelas tramas, os autores-roteiristas utilizam então, ingredientes que dão veracidade a um produto ficcional (telenovelas) com uma finalidade bastante específica: cativar aos telespectadores através de histórias que foram ou podem ser vivenciadas por eles.

Nesse contexto, personagens ficcionais se confundem com pessoas reais. O processo utilizado para uma construção mais específica se baseia justamente em elementos vivenciados pela população em situações normais e cotidianas. Essa característica de

---

<sup>16</sup> Livros como: Manual do roteiro, Os exercícios do roteirista, Quatro roteiros: estudo dos roteiros americanos.

<sup>17</sup> COMPARATTO, Doc. **Da criação ao roteiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

<sup>18</sup> REY, Marcos. **O roteirista profissional**. São Paulo: Ática, 1997.

<sup>19</sup> SABOYA, Jackson. **Manual do autor roteirista: técnicas de roteirização para a TV**. Rio de Janeiro: Record, 1992.

“veracidade ficcional” que as telenovelas, em muitas vezes exibem, fazem com que o público se torne cada vez mais fiel, acompanhando o desfecho das histórias, os personagens e seus caminhos durante o percurso narrativo. A oposição clara e constante utilizada na dramaturgia ficcional entre personagens julgados pelo público como “bonzinhos” ou “maldosos” assegura o sucesso de audiência das telenovelas, garantido inclusive, uma referência em qualidade enquanto produto televisivo.

Essa distinção clara entre o bem e o mal, o vilão e o mocinho estão presentes nas telenovelas, suas personagens ganham vida no imaginário popular, suas realizações, suas ideias, seus pensamentos, suas falas passam a serem representações do povo, que fica passivo e estonteante diante das imagens, que se formam e ganham vida, através das formas e das cores. A trama é audível, o som construído por uma trilha musical desempenha o seu papel, permanecendo viva na memória do telespectador, através de cantorias, ora aqui, ora acolá.

As gírias e maneirismos usados por certos personagens são incorporados rapidamente na linguagem do dia a dia; nomes de personagens entram em moda e crianças são batizados com eles; padarias e lojas ostentam títulos de novelas em suas fachadas [...] (LOPES, 2009, p. 30).

Tudo isso começou com a vinda de Janete Clair para a Rede Globo. A estratégia era justamente conceber cenários e histórias contemporâneas, nacionais. A veracidade das narrativas ganha maior credibilidade com gravações externas (ou seja, fora do estúdio) e, principalmente com o uso de uma linguagem coloquial. Essas características empregadas é o que Lopes (2009) chama de “recurso comunicativo da telenovela brasileira” e que foi sendo construída a partir da novela *Beto Rockfeller* conforme também aponta Hamburger (1998).

[A novela] *Beto Rockfeller* trouxe as novelas para o universo contemporâneo das cidades grandes brasileiras. Introduziu a linguagem coloquial, o humor inteligente e certa ambiguidade [...] Ao mesmo tempo, a novela sintonizou também as ansiedades liberalizantes de um público jovem, tanto masculino quanto feminino, recém-chegado à metrópole em busca de instrução e integração nos polos de modernização. (HAMBURGER, 1998, p. 464)

Deste momento em diante, as telenovelas passam a representar, construir e contar, por meio de suas narrativas e peripécias de seus personagens a história da sociedade brasileira. Seus sonhos, ilusões, desejos, angústias, tudo virá narrativa, tudo virá história.

A partir da década de 70 as convenções de representação pelas novelas, especialmente, as da rede Globo (que se tornam referência do gênero mundialmente – seguindo modelo proposto pela TV Tupi<sup>20</sup>) introduzem em suas tramas alguma “novidade”, capaz de provocar um interesse, um comentário, enfim, algo que a diferenciasses de suas antecessoras. A ideia era representar uma contemporaneidade. Contemporaneidade esta que, dialoga com o reflexo social e cultural brasileiro. “Essa ênfase em representar a contemporaneidade é visível na moda, tecnologia e, sobretudo, nos transportes e comunicações [...] Mas é visível também na maneira como o amor, o romance, a mulher foram representadas nas novelas a partir da década de 1970.” (HAMBURGER, 1998, p. 466).

Alguns exemplos: Na telenovela *Irmãos Coragens* (1970) o telegrama anuncia a chegada do campeão de futebol, Duda Coragem à sua cidade natal no interior de Minas Gerais no capítulo inicial da novela. O telegrama aqui representa o contexto de moderno, diferente, e então, o recurso tecnológico nas comunicações brasileiras.

Causas políticas e econômicas do cenário nacional também foram representadas pelas telenovelas. *Verão Vermelho* (1969) e o *Reio do Gado* (1996) se propuseram em sua narrativa a discussão e debate da Reforma Agrária. Condição de poder por meio do coronialismo foi discutida nas narrativas de *Gabriela* (1975), *Saramandaia* (1976) – e com *remake* e transmissão atualmente pela rede Globo, *O Bem Amado* (1973) e *Roque Santeiro* (1985).

Corrupção política foram temas recorrentes das novelas *Que Rei Sou Eu* (1989), *Deus nos Acuda* (1992) e *Vale Tudo* (1988). Esta última, relacionado com o julgamento de condutas desprovidas de éticas – remetiam a comportamentos considerados típicos em um Brasil decepcionado com a nova República. *Vale Tudo* (1988), problematizou publicamente, pela primeira vez, algo que viria se tornar um tema recorrente na política brasileira até culminar com o *impeachment* do primeiro presidente eleito após o Regime Militar.

O *merchandising social*, isto é, a divulgação de uma informação – sem fins lucrativos – na estrutura narrativa como forma de auxílio há algum problema social vigente no País. Na novela *Explode Coração* (1995), durante a exibição diária da narrativa, existia

---

<sup>20</sup> Segundo Lopes (2009, p.25), a TV Tupi marcou época como a pioneira nos caminhos de uma dramaturgia própria da televisão com base em temas e personagens brasileiros. Com sua falência nos anos de 1970 inicia-se a hegemonia da TV Globo.

um espaço para a “divulgação” dos apelos de mães com suas crianças desaparecidas, por meio de cartazes.

As novelas também contribuíram, especialmente após a década de 1970, nas temáticas amorosas, sexuais e da identidade feminina. A mulher, as relações amorosas e familiares também são destaques na obra e ganham uma nova representação. Sai à figura da mulher submissa, “do lar”, presa ao casamento único para uma mulher independente e despojada. O modelo de família tradicional aos poucos se rompe. É presente a separação e o divórcio, adoção de filhos, relações homo afetivas, oportunidade de um novo amor e outra relação pós-matrimônio. O beijo que inicialmente era a demonstração máxima e símbolo de carinho e amor hoje representa apenas o início de uma paixão que ganha uma nova roupagem, cada vez mais sensual e erótica.

Adentrando num contexto mais delicado e polêmico, a novela *Amor e Revolução* (2011-2012), do SBT, exibiu no horário nobre o primeiro beijo gay na história da teledramaturgia brasileira, dado pelas personagens Marcela (Luciana Vendramini) e Marina (Giselle Tigre). Escrita por Tiago Santiago, a narrativa tem como foco principal o período da ditadura militar no país, entre os anos 1960 e final de 1980. O longo beijo – com 40 segundos de duração – marca também o reconhecimento da união estável homo afetiva julgada pelo STF – Supremo Tribunal de Justiça.

Também podem ser destacados três projetos de lei cujas aprovações estão diretamente relacionadas às situações abordadas pela ficção: Em *Mulheres apaixonadas* (2003), duas personagens protagonizaram situações que colaboraram para o consenso em torno de duas causas sociais. A aprovação do “estatuto do idoso” que consigna direitos a pessoas da terceira idade, quando aprovado pelo Senado Federal, reconheceu a importância dessa telenovela cuja personagem Dóris dispensava tratamento hostil aos Flora e Leopoldo; e a aprovação do “estatuto do desarmamento” para a qual concorreu uma passeata de 20 mil pessoas no Rio de Janeiro contra a violência e da qual participou o elenco de “Mulheres apaixonadas” (2003) em cuja trama uma personagem morria na rua atingida por bala perdida. Finalmente, a aprovação da “lei Maria da Penha”, de combate à violência doméstica e contra a mulher, são temas recorrentes em muitas novelas. (LOPES, 2009, p. 31).

Na tevê Globo, a novela *Amor à vida* (2013-2014), folhetim escrito por Walcyr Carrasco, contou com o primeiro beijo gay masculino. No último capítulo, exibido no dia 31 de janeiro deste ano, os personagens Niko (Thiago Fragoso) e Félix (Mateus Solano) encenaram o beijo já esperado pelo público. Em entrevista dada ao Gshow (portal da

emissora), o autor comemorou após o fim da novela “um marco em termo de quebra de paradigmas, de abertura para a sociedade e uma demonstração da convivência de diferentes. O mundo é para todos. E acho que a novela conseguiu fazer isso”.

Na mesma emissora, a telenovela *Em família* (ainda no ar) escrita por Manoel Carlos já exibiu um beijo gay, desta vez entre as personagens Marina (Tainá Müller) e Clara (Giovanna Antonelli). A cena, ao contrário do final apoteótico de *Amor à vida* foi mais discreta, sem causar tanto alarde.

Esses são apenas alguns exemplos que ajudam a contar a história do Brasil pelas telinhas. Ao longo destes pouco mais de cinquenta anos do folhetim eletrônico, muitos acontecimentos puderam ser registrados e representados pelas telenovelas, servindo indiscutivelmente como uma fonte histórica dos acontecimentos sociais, políticos, econômicos e culturais vivenciados em nosso país.

A novela brasileira talvez seja um exemplo único de como um sistema de mídia televisiva pode ser um dos fatores a contribuir para a emergência de um espaço público peculiar que nos anos atuais se apresenta como uma nova forma de construção de cidadania. A novela, enfim, parece ter conseguido permeabilizar o espaço público brasileiro à atualização e à problematização da identidade nacional em um período de profundas e aceleradas transformações globais. (LOPES, 2009, p. 32).

Definitivamente, a história da sociedade brasileira com suas lutas, conquistas e transformações podem ser enxergadas, interpretadas e representadas nas telenovelas, bastando pra isso, apenas ligar a tevê.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Mauro. **A comunicação da massa no Brasil**. Rio de Janeiro: Júpiter, 1964.
- ALMEIDA PRADO, Décio de. **O Triunfo do Melodrama**. São Paulo: Perspectiva, 1972.
- \_\_\_\_\_. **A personagem de ficção**. São Paulo: Perspectiva, 1968.
- ARANHA, M. L. de, MARTINS, M. H. P. **Filosofando: introdução a filosofia**. São Paulo: Moderna, 1995.
- BURKE, Peter. **A escrita da história: novas perspectivas**. São Paulo, Unesp, 1992.
- CAMPEDELLI, Samira Youssef. **A telenovela**. São Paulo: Ática, 2001.
- CANDIDO, Antonio. **Sob o Signo do Folhetim**. São Paulo: Martins, 1969.
- CHAVES, Glenda Rose Gonçalves. **A radionovela no Brasil: um estudo de Odette Machado Alamy (1913-1999)** [dissertação de mestrado]. Belo Horizonte: Faculdade de Letras, 2007.

- COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectivas, 2001.
- FÉRRERES, Joan. **Televisão Subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre: Artmed, 1998.
- HAMBURGER, Esther. “Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano”. In:  
SCHWARCZ, Lilia Mortiz (org.). **História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- HAMBURGER, Esther. **Telenovelas e interpretações do Brasil**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ln/n82/a04n82.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2014.
- LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novela das oito**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1990.
- LOPES, Maria Immacolato Vassallo. **Telenovela como recurso comunicativo**. Matrizes, v. 3, nº 1, 2009. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/127/207>. Acesso em: 30 jul. 2014.
- LOPES, M. I. V., BORELLI, S. H. S, RESENDE, V. da R. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.
- LÓPEZ-YARTO, L. **Claves para una comunicación auténtica**. [S.l.:s.n.], 1988.
- PIGNATARI, Décio. **Signagem da Televisão**. São Paulo: Brasiliense, [s.d.].
- REBOUÇAS, Roberta de Almeida e. **Telenovela, história, curiosidades e sua função social**. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/7o-encontro-2009-1/Telenovela-%20historia-%20curiosidades%20e%20sua%20funcao%20social.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2014.
- REY, Marcos. **O roteirista profissional**. São Paulo: Ática, 1997.
- SABOYA, Jackson. **Manual do autor roteirista: técnicas de roteirização para a TV**. Rio de Janeiro: Record, 1992.
- SANTAELLA, Lucia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.
- TONON, J. B. **Telenovelas e representações sociais em estudo de caso sobre as “mulheres apaixonadas”**. [s.l.:s.n.:s.d.]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 20 ago. 2013.
- VALVERDE, M. (org.). **As formas do sentido**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- WOLTON, D. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.