



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UnB
INSTITUTO DE LETRAS - IL
DEPARTAMENTO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS E TRADUÇÃO - LET
CURSO DE GRADUAÇÃO LETRAS ESPANHOL LICENCIATURA

JOÃO VICTOR SILVA DE LIMA

**A RELEVÂNCIA E EFEITOS DA TELENOVELA COMO PRODUTO
SOCIOCULTURAL LATINO-AMERICANO NAS SOCIEDADES BRASILEIRA E
VENEZUELANA**

BRASÍLIA - DF

2023

JOÃO VICTOR SILVA DE LIMA

**A RELEVÂNCIA E EFEITOS DA TELENOVELA COMO PRODUTO
SOCIOCULTURAL LATINO-AMERICANO NAS SOCIEDADES BRASILEIRA E
VENEZUELANA**

Trabalho de conclusão de curso (TCC), apresentado ao curso de Língua Espanhola e Literatura Espanhola e Hispano-americana pela Universidade de Brasília (UnB).

Orientador: Professor Dr. Pedro Juan Rojas

Brasília - DF
2023

JOÃO VICTOR SILVA DE LIMA

**A RELEVÂNCIA E EFEITOS DA TELENOVELA COMO PRODUTO SOCIOCULTURAL
LATINO-AMERICANO NAS SOCIEDADES BRASILEIRA E VENEZUELANA**

Trabalho de conclusão de curso (TCC), apresentado ao curso de Língua Espanhola e Literatura Espanhola e Hispano-americana pela Universidade de Brasília (UnB).

Orientador: Professor Dr. Pedro Juan Rojas

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Pedro Juan Rojas
(Orientador)

Prof.^a Dra. Alba Elena Escalante Álvarez
(Membro)

Prof.^a Dra. Yamilka Rabasa Fernández
(Membro)

Brasília - DF

2023

“A arte deve ser uma resposta à vida, e não um mero reflexo dela.”

- Igor Stravinsky

AGRADECIMIENTOS

Sob nenhuma hipótese poderia deixar de agradecer a Deus, ao Universo e suas forças, por terem me dado forças para continuar e galgar esse degrau, mesmo passando por tantas dificuldades. Mas, acima de tudo, quero agradecer imensamente à minha mãe Juliana por sempre me apoiar e estar sempre disposta a me ouvir e ajudar. Sem ela eu jamais teria chegado até aqui, o diploma não é só meu, é nosso!

Também não poderia deixar de agradecer ao meu querido esposo Weliton por ser tão paciente e compreensivo diante de todos os desafios que enfrentei na vida acadêmica. Aos meus avós que me deram muita inspiração e à minha família venezuelana de coração *mamá* Margeri e *papá* Freyomar, que também incentivaram minha paixão pela Venezuela e sua cultura.

Agradeço a todos os meus professores da graduação que muito me ensinaram e ofereceram a oportunidade de crescer como profissional e como cidadão. A todos aqueles que me motivaram e também aos que não o fizeram. Tudo isso me incentivou a não desistir e continuar sempre lutando. E, por fim, dedico essa conquista a mim mesmo por cada sacrifício e cada lágrima de alegria e tristeza. Sei que valeu a pena cada noite acordado. Agradeço a mim mesmo por não ter parado de sonhar e sempre me levantar após as quedas.

A todos os que me acompanharam nesta trajetória, muito obrigado.

RESUMO

O objetivo desta investigação verificar os aspectos observáveis nas telenovelas em relação à sociedade, para isto, fizemos um levantamento para tentar definir conceitos de sociedade e cultura expressos na relação das telenovelas para com o público. Motivam-me as indagações do porquê essas produções são tão queridas e famosas neste continente e como isso nos afeta. A partir dessas questões, proponho-me averiguar sua relevância sociocultural. Usamos um corpus documental e a análise de duas obras audiovisuais: *Cheias de Charme* (Brasil) e *¡Válgame Dios!* (Venezuela). O intuito é observar os mecanismos e ferramentas que possibilitam o alcance e efeitos entre as relações das sociedades brasileira e venezuelana. Segundo Raymond Williams (2015), a cultura se refere a algo ordinário, que olhamos como extraordinário. Assim, compreendemos parte das telenovelas como expressões culturais artísticas; e a partir dos resultados contemplamos que esse produto funciona como um espelho, reflete seu meio, mas também o afeta. Assim, não é passivo, mas participa na construção da realidade de seu entorno. Também concluímos em análise crítica-reflexiva, que a telenovela não é puramente entretenimento, senão uma ferramenta de denúncia e reafirmações identitárias e de comunicação de massas; espelha a si e a sua própria sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: telenovela, América Latina, produto, cultura e representação identitária.

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es verificar los aspectos observables en las telenovelas en relación con la sociedad, para ello realizamos una encuesta para tratar de definir conceptos de sociedad y cultura expresados en la relación entre las telenovelas y el público. Me motivan preguntas sobre por qué estas producciones son tan queridas y famosas en este continente y cómo esto nos afecta. A partir de estas preguntas, propongo investigar su relevancia sociocultural. Se utilizó un corpus documental y el análisis de dos obras audiovisuales: *Cheias de Charme* (Brasil) y *¡Válgame Dios!* (Venezuela). El objetivo es observar los mecanismos y herramientas que posibilitan los alcances y efectos entre las relaciones de las sociedades brasileña y venezolana. Según Raymond Williams (2015), la cultura se refiere a algo ordinario, que consideramos extraordinario. Así, entendemos parte de las telenovelas como expresiones culturales artísticas; y de los resultados vemos que este producto funciona como un espejo, reflejando su entorno, pero también afectándolo. Así, no es pasivo, sino que participa en la construcción de la realidad de su entorno. También concluimos en un análisis crítico-reflexivo que la telenovela no es puramente entretenimiento, sino una herramienta de denuncia y reafirmación de la identidad y la comunicación de masas; te refleja a ti mismo y a tu propia sociedad.

PALABRAS CLAVE: telenovela, América Latina, producto, cultura y representación identitaria.

SUMARIO

INTRODUÇÃO	10
JUSTIFICATIVA.....	11
TECENDO O MARCO TEÓRICO.....	12
METODOLOGIA	14
1. PANORAMA HISTÓRICO: A ORIGEM DA TELENOVELA	16
1.1. PRIMEIRA FASE: A NOVELA POR ENTREGAS OU FOLHETINS	17
1.2. SEGUNDA FASE: A RADIONOVELA.....	19
1.3. TERCEIRA FASE: TELENOVELA, O RESULTADO ATUAL.....	20
2. CARACTERÍSTICAS GERAIS DAS TELENOVELAS LATINAS.....	22
3. “A AMÉRICA LATINA INVENTOU A TELENOVELA”: BRASIL E VENEZUELA	25
3.1. CONSIDERAÇÕES SOBRE A PRODUÇÃO DO BRASIL.....	27
3.2. CONSIDERAÇÕES SOBRE A PRODUÇÃO DA VENEZUELA.....	28
4. IMPACTO SOCIAL DAS TELENOVELAS	30
4.1. SOCIEDADE E MERCADO	36
SEÇÃO METODOLÓGICA DA ANÁLISE.....	41
DADOS DE FICHA TÉCNICA:.....	42
5. <i>CHEIAS DE CHARME E ¡VÁLGAME DIOS!</i>: UM ESTUDO COMPARADO.....	43
5.1. AS PRODUÇÕES BRASILEIRA E VENEZUELANA: UM RECORTE IDENTITÁRIO E SOCIOCULTURAL	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	56
REFÊRENCIAS	58

INTRODUÇÃO

As telenovelas sempre estiveram presentes na rotina e cultura familiar da América latina, basta perguntar a algum latino-americano para obter essa resposta. Desde sempre acompanhamos nossas mães, avós e tias assistindo-as na televisão. Valorizamos essas produções que se tornaram algo natural em nosso meio. Podemos ver que o interesse por essas produções é crescente, constante e os números de ibope¹ o comprovam facilmente. Essa inquietação ao observar o quão forte é essa relação telenovela/população, levou-me a observar como não é uma ocorrência restrita ao Brasil, as novelas formam parte do cotidiano familiar em diversos países latinos.

Devido a essa proximidade com o cotidiano, a cada capítulo de uma produção latino-americana que vemos podemos perceber diversas ideias e compreensões de mundo à medida que ganham forma e sentido combinada com aquilo que vivenciamos; experiências pessoais que interagem e se misturam com essas realidades paralelas representadas.

Esse produto cultural é um reflexo social, como diz Raymond Williams em seu ensaio *Recursos da esperança* (2015), podemos encarar a cultura como um aspecto ordinário. No entanto, gostaria de esclarecer o sentido de comum, que pode acabar sendo confundido por alguns como algo “não característico” ou sem personalidade. Contudo esta concepção não se baseia na desvalorização da cultura, senão no fato da cultura ser comum por existir em todos os grupos humanos. Ela pode ser transmitida através das tradições e modos de vida de cada sociedade, em cada país, em cada região e, por isso seria algo ordinário. Assim, a produção latino-americana de telenovelas passa pelo mesmo processo de observação e expressão artística e cultural. Por essa paixão por telenovelas, sobretudo, pela cultura, me atrevo a estudar e trabalhar esse tema.

Sobre as telenovelas como uma produção audiovisual, elas não são algo alheio ou extra à uma produção literária, carregam em si um traço dela. Assim, considero que dentre as formas de arte, a mais marcante expressão artística de um povo está em sua literatura popular, oral²— aqui me refiro não apenas à literatura no sentido de Cultura clássica, canônica, aclamada pelas escolas literárias, senão a uma forma de tradição oral que transpassa as gerações por meio dos relatos —, em suas formas de ver e compreender o mundo que nos cerca. Como parte de quem se envolve com esses produtos

¹ O termo Ibope é, na verdade, uma sigla para “Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística”. Refere-se ao valor de pesquisa quantitativa que estipula a quantidade, em tempo real, de aparelhos televisivos sincronizados no canal da emissora durante a transmissão de programas televisivos. O ibope é medido por contabilização de pontos. A contagem é feita em porcentagem, ao que 1% de Ibope representa alcance de 1% do público alvo. Em questão de valor numérico, depende da população de cada estado para a estatística, assim, contabiliza-se a porcentagem de Ibope em relação ao número de aparelhos televisivos sincronizados ao canal. Essa nomenclatura pode mudar a depender do país, Ibope é o instituto que mede a audiência brasileira, na Venezuela, este serviço é feito pelo AGB Nielson Media Research. Além disso, os pontos de Ibope são calculados de forma variável de país a país.

² A definição de literatura popular oral pode ser muito complexa ou extensa em diversos aspectos e segundo a definição de diferentes autores e instituições. No entanto, para este trabalho interpreto a definição deste aparato como uma extensão de cultura popular.

artísticos, a paixão pelas novelas me leva a querer entendê-las mais a fundo. E justamente por esse fator na produção telenovelistica, encontro nela recursos que a equiparam a uma expressão da literatura popular oral, traço que remonta a uma característica específica.

JUSTIFICATIVA

Entender a telenovela como uma produção cultural do povo latino-americano pode representar uma demarcação importante e interessante para a concepção de autoconhecimento e consciência da própria população sobre si. Conhecer os mecanismos que perpassam a tela, bem como entender o porquê dessa criação na expressão de um lugar e sua gente, têm muito a revelar sobre acultura e identidade de um povo em determinado tempo. Por isto, não há forma de escapar das inúmeras considerações que essas produções revelam sobre a arte e as formas de vida que se manifestam neste continente. A produção desse produto requer muito estudo, muita atenção à mensagem e ao que projeta alcançar. Sendo assim, o “por trás das câmeras” tende a ter uma relação intrínseca com a história e o desenvolvimento de diversificados aspectos que, conseqüentemente, geram um recorte no tempo e o “eternizam” para as próximas gerações.

A partir dessa compreensão, voltar os olhos para essas produções pode oferecer uma cosmovisão mais ampla das sociedades que formam a América Latina, bem como pode oferecer uma maior compreensão da história e dos processos sociais que formam o contexto da sua produção. Além disso podemos tentar entender como funciona a cultura de massas na região pois a telenovela é uma ferramenta que cativa com muita voracidade. Por isto, conhecer mais a fundo a trajetória da telenovela como gênero cultural bem como as ferramentas e os recursos sociais para a confecção dessas produções se fazem relevantes para este estudo como forma de entender, decifrar e expandir um autoconhecimento do povo latino-americano e das proximidades entre a comunicação estabelecida entre produto e público (consumidor).

Nesta investigação, temos delimitado como objetivo geral: observar a telenovela como um produto social e observar como ela se relaciona com o seu meio a partir da posição de produto da cultura de massas e seus efeitos nela por meio de sua relação interna.

Dos objetivos específicos:

- Levantar os conhecimentos históricos do processo de surgimento da (tele)novela
- Entender o porquê da popularidade das telenovelas na vida dos latino-americanos e o que as fazem serem tão bem recebidas e amplamente consumidas
- Averiguar de que forma elas pode influenciar e afetar o autoconhecimento do povo latino
- Analisar alguns aspectos das produções *Cheias de Charme* e *¡Válgame Dios!* para relacioná-los aos aspectos expressos no nosso objeto de estudos. Assim, tentar descobrir como tal relação se dá entre a sociedade e o produto

Quanto às perguntas que motivam e/ou viabilizam o desdobramento dos nossos objetivos, dispomos:

- Como surgiram as (tele)novelas?
- Por que é um gênero tão cativante para o público?
- Como e a quem esse produto afeta direta e/ou indiretamente no autoconhecimento do povo que as assiste?
- O que podemos observar e concluir ao fazer uma análise comparativa de duas produções de diferentes países do continente?

TECENDO O MARCO TEÓRICO

Nesta pesquisa, uma das principais ideias abordadas é a relação da cultura e a sociedade através da análise das telenovelas. Neste sentido, cabe ressaltar a importância da definição de cultura popular e cultura de massas, visto que a telenovela participa das duas. Para Raymond Williams (2003), é possível categorizar a cultura popular em um leque que vai passando por obras dirigidas a uma grande parte da população, até “o que as pessoas fazem por si mesmas”. Por isto, para Stra (2017), em síntese, vemos a cultura popular como um meio de expressão das classes

populares nos aspectos enraizados em suas tradições, práticas padronizadas e experiências do cotidiano.

Intuímos, do autor anteriormente citado, que a cultura popular é oriunda das atividades e da criatividade de pessoas comuns e se transmite através das gerações. Isto inclui uma gama de formas culturais variáveis como na produção musical, artes visuais, figuras folclóricas, festas tradicionais – também podendo serem chamadas de festas populares – e outros costumes locais. Enquanto a cultura de massas, sob um contraste na descrição por este autor pode ser entendida como uma forma de cultura produzida e difundida pelos meios de comunicação, pelas indústrias que comandam a (C)cultura. Ou seja, é uma cultura disposta pelas ferramentas de comunicação em grande escala como rádio, televisão, imprensa e mídias sociais na internet.

À luz das ideias de Canclini (2008), a cultura pode ser definida como um processo em constante transformação, mobilidade e ação. Também considera que a cultura possui características e organização; ou melhor, as culturas possuem esse sistema próprio e isto é intrínseco a elas. Além disso, o autor ressalta na cultura contemporânea o valor dos signos e símbolos, sendo este último termo, “símbolos”, um aspecto de grande abrangência dentro do espectro telenovelistica. Por isto, as culturas para este autor são ou se dão em um campo de fronteira:

Todas as artes se desenvolvem em relação com outras artes: o artesanato migra do campo para a cidade; os filmes, os vídeos e canções que narram acontecimentos de um povo são intercambiados com outros. Assim as culturas perdem a relação exclusiva com seu território, mas ganham em comunicação e conhecimento. (Canclini, 2008, p.316).

Já Mary Douglas (1983) desenvolve o argumento durkheimiano de que a cultura, na forma do ritual e do símbolo, é central à produção do significado e da reprodução das relações sociais e na criação de uma identidade Du gay, Hall *et al*, (1997). Ressaltamos a importância de entender os símbolos como parte relevante para as ideias na perpetuação da significância de reafirmações e descrições identitárias dentro das telenovelas através das expressões culturais.

A língua tem sido um dos elementos centrais desse processo - a história da imposição das nações modernas coincide, em grande parte, com a história da imposição de uma língua nacional única e comum. Juntamente com a língua, é central a construção de símbolos nacionais: hinos, bandeiras, brasões. Entre esses símbolos, destacam-se os chamados

“mitos fundadores”. [...] Os mitos fundadores que tendem a fixar as identidades nacionais são, assim, um exemplo importante de essencialismo cultural. Embora aparentemente baseadas em argumentos biológicos, as tentativas de fixação da identidade que apelam para a natureza não são menos culturais. Basear a inferiorização das mulheres ou de certos grupos “raciais” ou étnicos nalguma suposta característica natural ou biológica não é simplesmente um erro “científico”, mas a demonstração da imposição de uma eloquente grade cultural sobre uma natureza que, em si mesma, é - culturalmente falando - silenciosa. As chamadas interpretações biológicas são, antes de serem biológicas, interpretações, isto é, elas não são mais do que a imposição de uma matriz de significação sobre uma matéria que, sem elas, não tem qualquer significado. Todos os essencialismos são, assim, culturais. Todos os essencialismos nascem do movimento de fixação que caracteriza o processo de produção da identidade e da diferença. (Thomas, 2009, p. 71-72)

Cabezas (2021), em uma análise da epígrafe de Martín-Barbero, diz que “o popular” seria uma noção polissêmica que se refere a diferentes contextos. Assim, segundo Barbero (2003), a cultura popular contemporânea ou moderna seria uma forma de expressão das pessoas em grande escala, e estaria emparentada com a cultura de massas e as formas de dominação por meio desta. Ou seja, seguindo essa linha de raciocínio, podemos entender que a denominação de cultura de massas não é nada mais que uma outra forma da contemporaneidade de dominar o popular.

Em suma, podemos sintetizar o conceito de cultura popular como aquela que está relacionada diretamente ao tradicional, ao estilo de expressão que surge do povo na sociedade e de forma natural, não arquitetada. Enquanto que, a cultura de massas – que não é o mesmo que cultura para massas – refere-se ao lado industrial que gera produtos a partir da cultura popular com interesses próprios do mercado e da dominação capitalista.

Esta ambiguidade entre uma produção artística que favorece a construção da identidade e um produto de mercado da cultura de massas que reproduz a dominação capitalista estará atravessando todos os processos relacionados às telenovelas na América Latina.

METODOLOGIA

Definimos como base uma metodologia de levantamento bibliográfico com foco qualitativo do tipo teórico-analítico, baseando-nos nas concepções de cultura e representação identitária de

Barbero (1998); Canclini (2008); Mariátegui (1997) e Williams (2015). Proponho a apresentar uma breve descrição histórica da (tele)novela no contexto latino-americano até chegar à atualidade das novelas analisadas (2012); especificamente sob uma ótica das relações concretas da identidade dos povos da América Latina. Num segundo momento analisaremos o caso específico de telenovelas do Brasil e da Venezuela.

Para a confecção deste trabalho foi realizada uma densa leitura dos autores citados e outros que serão nomeados no decorrer do trabalho com o intuito de exprimir uma base de conceitos que viabilizam a compreensão do nosso objeto de estudos. Na primeira parte desta investigação essas leituras visam possibilitar o entendimento da origem das telenovelas e descrever seu processo histórico bem como traçar aspectos sociais observados nelas.

As telenovelas selecionadas para nossa análise são *Cheias de Charme* (2012) e *¡Válgame Dios!* (2012). Ambas as produções não eram novidade para mim, já as conhecia de antes, porém, para a realização deste trabalho foi preciso um longo trabalho de análise, motivo pelo qual as assisti novamente durante o processo de leitura e seleção bibliográfica. Foram precisos alguns meses como “telespectador” fazendo anotações e analisando as cenas e transcrevendo-as. Assim, para a segunda parte deste trabalho, após uma reflexão sobre o percurso histórico e o levantamento de conceitos chave para contemplar o tema, o trabalho é finalizado com uma análise contrastiva das duas obras televisivas com vistas à verificação dos conteúdos abordados na primeira parte da investigação.

Para este trabalho, optamos por uma investigação de tipo teórico-analítico com paradigma qualitativo, o qual será dividido entre a parte teórica, fragmentada em três partes: (a) Origem e impactos sociais das telenovelas; (b) Características das telenovelas latinas, e; (c). A telenovela como produto de identificação sociocultural no Brasil e na Venezuela. Também, nesta última parte dividiremos a questão analítica em duas: (a) recorte temporal de ambas as sociedades e (b) análise comparativa entre as duas telenovelas: *Cheias de Charme* (produção brasileira da rede Globo, 2012) e, *¡Válgame Dios!* (produção venezuelana da emissora *Venevisión*, 2012).

1. PANORAMA HISTÓRICO: A ORIGEM DA TELENVELA

Partindo desse momento inicial ao momento atual, os próximos subcapítulos tratam de nortear uma ideia resumida sobre esses três períodos. Os dois primeiros tópicos são de cunho ilustrativo com a intenção de traçar uma ideia de como formou-se e como chegamos a nossa atual forma do objeto de estudos deste trabalho; e, o terceiro tópico, abre espaço para as reflexões que serão desenvolvidas ao longo desta investigação, visando entender o que é esse produto. Enquanto que nos capítulos seguintes, observaremos suas características e recursos, e logo, qual a sua relevância e efeitos em relação ao seu meio, a sociedade latina. Por isto, a ideia de entender as origens das novelas é tão instigante, pois elas são fruto de um contexto vivo e de constante evolução/adaptação.

Inicialmente é importante traçar uma linha diacrônica sobre este objeto de estudo para possibilitar maiores ponderações sobre o assunto abordado. Delimitando o nosso objeto estudado, destacamos a telenovela como um fator sociocultural relevante na sociedade, e, conseqüentemente, um aspecto relevante também para a sociedade latino-americana.

Porém, ao retratar este tema, cabe recordar que se remonta a uma época bem distante da nossa atualidade e, que é até inimaginável ao consenso sincrético sobre este objeto. Pode parecer, inclusive, algo inusitado ou irreal se pensarmos que o que hoje vemos por transmissões de ondas eletromagnéticas, teve sua origem séculos atrás. E que por muitos aspectos em suas características mantém boa parte de sua essência intacta mesmo após tanta evolução tecnológica e social. Por isto, é tão necessário ter em conta essa perspectiva inicial ao abordar esse assunto sobre a relevância social de uma produção espelhada/refletida de um espectro cultural.

É sabido que o processo de evolução da telenovela passou por várias fases antes de chegar ao que é hoje. Essas mudanças – muitas delas considero, precisamente, como processo de evolução – não se referem apenas à forma final de um produto, mas ao conjunto de formas, características e evolução do espectro estrutural da produção em si, mas, sobretudo, de cunho social. Ou seja, a telenovela como produto audiovisual é a forma atual de algo que existia³, é uma adaptação lúdica

³ Este é o ponto do qual assumo que a telenovela é resultado de um processo evolutivo, visto que o que hoje é telenovela, outrora era o conjunto de outros três modelos que foram evoluindo e sendo adaptados pela demanda das mudanças

que se adapta e muda de acordo com seu entorno suprindo as demandas tanto social quanto tecnológico/temporal.

Em suas origens, já podíamos entender a telenovela como uma cultura de transmissão. Esse formato vem desde o final do século XVIII e ganhou mais força no início do século seguinte - XIX -, uma data em que já podemos tomá-la como meio de comunicação de massa. Refiro-me aqui à “novela seriada”. Assim como dito anteriormente, a atual telenovela é uma evolução de dois produtos anteriores, inicialmente a novela seriada, também conhecida como “folhetim” e/ou “novela por entregas”, que depois perdeu (ou, por uma ótica mais positiva) deu lugar à radionovela e, por fim, tornou-se a telenovela mediante avanço tecnológico.

1.1. Primeira fase: a novela por entregas ou folhetins

O período em que os folhetins se estabeleceram como parte da cultura de consumo cotidiana foi entre o final do século XVIII e o início do século XIX na Europa. Segundo Romero (1976), autor versado no tema da comunicação, as novelas seriadas correspondem a uma continuação da mesma tradição oral – que podemos interpretar como a fase inicial da literatura e anterior à criação da imprensa⁴ –, e então, chegar à próxima evolução: os folhetins. Soler (2015, p. 27), no século XVIII, esses folhetins eram oferecidos e apresentados por meio de folhetinistas⁵, sendo algo que agradava o público, fosse ele analfabeto ou não. Esse processo de escrita de novelas seriadas/novela por entregas/folhetins/, era realizado por autores que vendiam suas histórias e recebiam o pagamento por número de páginas. Eram publicações frequentes em jornais para que esse produto de entretenimento chegasse à população de massa⁶, conscientemente ou não.

sociais e, sobretudo, tecnológicas. Embora sua função e essência continuem extremamente similares aos seus primórdios.

⁴ Embora a imprensa moderna tenha sido inventada ainda no século XV (por volta do ano 1440), pelo inventor alemão Johannes Gutenberg, muitas das novelas por entregas/folhetins do século XVIII foram passadas oralmente, até a popularização de sua fase seguinte, o folhetim em jornais.

⁵ Os folhetinistas, numa síntese mais comum, poderiam ser compreendidos como “porta-vozes” (profissionais masculinos). Refere-se a pessoas que faziam a leitura dos folhetins em voz alta. Eram pessoas necessárias naquele período, já que o índice de alfabetizados era muito baixo.

⁶ O conceito “massivo” é muito relevante neste trabalho, pelo fato de que tanto em seu início como atualmente, após a evolução dos folhetins, esse mesmo conceito serve bem ao ser relacionado ao público. E por “massivo” entendemos, sobretudo, a população como maioria e “necessitada” de tal produto para se comunicar e se expressar culturalmente.

Segundo a professora mexicana Valentina Trava (2016), isso foi como um presente para a população europeia – especificamente para todos aqueles que estavam à margem da sociedade, pessoas que viviam em situação de desvantagem – vindo da necessidade de dar a eles algo que pudessem vir a entender, algo que estava ao seu alcance na hora de se entreter e desviar um pouco do foco das preocupações e da complexidade que viviam nas esferas social e política da época. Por isso, assumimos que esses folhetins cumpriram uma função interessante na sociedade. Podemos entendê-los como uma das primeiras, senão a primeira ferramenta de comunicação com uma extensão massiva de entretenimento naquele século.

Essas novelas seriadas que chegavam ao público por meio dos jornais tinham algumas características próprias. Dentre elas, dispunham da localização no produto, estavam localizados na parte inferior das páginas. Outrossim, também eram divulgados escritos em folhas de baixa qualidade. Para a redação, os autores não tiveram muita preocupação com o estilo sofisticado, eram textos sem muito planejamento. Além disso, como precisavam da aceitação do público para continuar, os autores e capítulos eram muito flexíveis, portanto, podiam sofrer mudanças a cada semana. Muitas dessas novelas eram longas porque os autores cobravam pelo número de páginas que entregavam, de forma que muitos escreviam diálogos desnecessários para aumentar seu lucro.

Naquele século, foram geradas algumas histórias que ainda hoje são famosas, como por exemplo "Os Miseráveis", "Os Três Mosqueteiros" e "Madame Bovary".

Figura 1: Los Miserables de Victor Hugo. Franquismo y expedientes de censura (IV)



Fonte: Cultugrafía

1.2. Segunda fase: a radionovela

Esse formato começou a se espalhar a partir do século XX por meio de ondas que transmitem a voz através de um aparelho, o rádio. Esta foi uma evolução tecnológica que permitiu chegar a muitas pessoas sem necessidade de aglomeração, como no caso anterior dos folhetinistas e porta-vozes.

Com o advento da radionovela, segundo Pulido (2015), essa ideia da função de porta-voz continuou de forma indireta, visto que, com a tecnologia do rádio, a função deixou de existir como tal, porque o aparelho a realizava; no entanto, começam a surgir atores/narradores, pessoas que dão vida aos personagens usando suas vozes para contar as histórias e captar o interesse dos ouvintes. Em outras palavras, a tradição oral ainda é mantida, porém, renovada; uma função adaptativa é designada para cobrir essa nova demanda. Assim, a ferramenta permite outros tipos de formas de contar e explorar uma história.

A primeira radionovela⁷ foi veiculada nos Estados Unidos, e depois chegou à América Latina, com sua primeira produção originada em Cuba, que depois se espalhou internacionalmente. A primeira radionovela latino-americana foi *El Derecho de Nacer*, escrita pelo cubano Félix Benjamín Caignet. Dessa forma, a radionovela seguia a tradição da novela por entregas, era uma forma de comunicação de massa que utilizava um relato tematizado em forma de fantasia, realidade ou sua junção como base para atingir seu público. Para isso, combinaram o conteúdo e o discurso coloquial na narrativa de forma a captar a atenção dos ouvintes por meio da interação de suas emoções – isto é, relação locutor e interlocutor –. Por isso, finalizo esse parágrafo com uma frase emblemática que esse mesmo autor cubano dedicou a esse produto: “*Yo lo que hice fue aprovechar la emoción popular para sembrar algo de moral, algo de bien: en Chan Li Po, combatí la marihuana; en Ángeles de la calle protesté por la niñez desvalida, y en El derecho de nacer, contra*

⁷ “*La radionovela*”, publicado no Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín pela Prefeitura de Medellín, Colômbia. Disponível em: <https://bibliotecasmedellin.gov.co/parque-biblioteca-tomas-carrasquilla-la-quintana/2020/08/25/radionovelas-un-espacio-diferente-para-conocer-historias-y-activar-la-imaginacion/>

la discriminación racial. O sea: escribí cosas que la Revolución después llevaría adelante”.⁸

Transcrição oferecida pela *Editorial del Instituto Cubano de Radio y Televisión* (2022)

Figura 2: Félix B. Cagnet y *El derecho de nacer*: un binomio para recordar



Fonte: *editorial del instituto cubano de radio y televisión*

1.3. Terceira fase: telenovela, o resultado atual

Com a herança que recebeu desde seus primórdios como novela por entregas, a telenovela ainda pode ser compreendida como uma produção que alimenta o fenômeno das massas. Porém, agora é um produto audiovisual, cheio de efeitos e alta produção. A evolução tecnológica permitiu-nos sair da história dos “porta-vozes” – fase inicial que demandava um profissional específico – e; da imaginação auditiva – fase secundária, acompanhamento de trama na rádio – e, chegamos as imagens com movimentos e cores⁹, embora inicialmente a televisão não as tivesse. Deste modo, agora a expressão corporal e a representação de locais e interpretação das entrelinhas também contam muito nesse processo de transmissão de relatos.

⁸ “O que fiz foi aproveitar a emoção popular para semear alguma moralidade, algo de bom: em *Chan Li Po*, lutei contra a maconha; Em *Ángeles de la calle* protestei pela infância desamparada, e em *El derecho de nacer*, contra a discriminação racial. Isto é: escrevi coisas que a Revolução mais tarde levaria adiante”. (Tradução nossa)

⁹ Embora a televisão tenha surgido com uma transmissão pela primeira vez em 1927, com um escocês chamado John Logie, somente em 1930 que começaram a ocorrer as primeiras transmissões regulares. E, somente por volta da década de 50, especificamente em 1953, que ocorreram as primeiras transmissões com cores.

Portanto, após todo o percurso histórico, a telenovela é, antes de tudo, um produto artístico-televisivo, cultural. Ou seja, uma expressão do sistema social em que é gerada. É uma ferramenta utilizada para narrar de forma criativa e divertida o ambiente de uma sociedade e/ou de uma época. Contudo, segundo as definições de Canclini (1989), o valor cultural não pode se limitar apenas à representação cultural de uma sociedade, pois a mesma obra trabalha com a reelaboração das estruturas da sociedade, seja criticando-as, seja incentivando a invenção e implementação de outras.

Tal qual comentado, as telenovelas da América Latina formam parte do cotidiano de milhões de pessoas, ou seja, estão presentes em quase todas as casas por meio de um aparelho televisivo. A novela pode ser considerada hoje como um meio de entretenimento pelo qual as pessoas – isto é, familiares e amigos – se reúnem para acompanhar uma série de histórias que possuem um enredo cativante que emociona ou mexe com as sensações através de suas reviravoltas dramáticas. Talvez essa seja uma das razões pelas quais esse produto audiovisual é tão apreciado entre seu público.

No entanto, há muito mais para observar e compreender sobre as novelas. Todo o seu percurso até os dias atuais marca uma grande trajetória que passou por evoluções diversas até chegar ao que obtivemos hoje. As produções televisivas na América Latina têm um espaço importante e uma grande força na indústria com a qual lida, ou melhor definido, trabalha com as massas, pois a sociedade está envolvida com as histórias que traspassam a barreira da tela. Assim, pensando nisso, chegamos a outro ponto importante a ser observado, a relação que as novelas desenvolvem com a sociedade, sendo este um ponto de contato e representação de sua(s) cultura(s) e identidade(s). Traçando a delimitação, isto é: a relevância e o desenvolvimento deste produto nas sociedades latino-americanas. Por isto, trazemos o vislumbre de José Ignacio Cabrujas (1937-1995), um dos mais renomados dramaturgos venezuelanos: “*Nosotros podemos decir con orgullo que las telenovelas han alcanzado esa unión cultural entre los pueblos americanos*” (2002, p. 23-24).¹⁰.

¹⁰ “Podemos dizer com orgulho que as novelas conseguiram essa união cultural entre os povos americanos” Cabrujas, 2002, p. 23-24, tradução nossa).

A telenovela, é, então, uma produção audiovisual narrativa. Contudo, não podemos definir as telenovelas como um rótulo ou algo estático. Primeiro, é preciso compreender que a telenovela muda de forma a depender do seu entorno. Assim sendo, não há uma definição absoluta ou única, o conceito telenovela dependerá de que país, de que cultura e tradição estamos olhando para poder entender ao que se refere. Claro, um conceito que é geral, está voltado ao suporte de realização, a televisão e a narrativa. Não obstante, para o nosso espaço geográfico, a telenovela a partir do final do século XX e ainda durante o século XXI recebeu uma “serventia”, a denúncia do que interfere na sociedade que a produz, seja por entretenimento, seja por crítica e reflexão social ou por fins lucrativos. Na América Latina, essas produções servem à uma função, a qual desempenha uma funcionalidade múltipla que se interrelaciona com o povo.

Em síntese trazemos à baila as concepções de Soler (2015), que em sua tese afirma que hoje, sobretudo, esse tipo de produção cultural é uma recuperação da narrativa tradicional. No entanto, também é entendida como uma narrativa popular que se enquadra em uma função social para além do puro entretenimento.

Já na minha visão, a telenovela é um conector apaixonante. Esperar que dela advenha uma função não é lógica, pois essa função é externa, os seus efeitos serão sempre aqueles que nós como consumidores lhe damos. Essas produções como arte servem para serem apreciadas, mas tirar proveito delas é consequência de torna-la um recurso capitalista, ainda que por vezes sirva para o crescimento do senso crítico. Em suma, a telenovela é uma arte de muita beleza, mas como qualquer outra, é uma ferramenta de expressão e tendência de determinada geração.

2. CARACTERÍSTICAS GERAIS DAS TELENÓVELAS LATINAS

As características das telenovelas se mostram através de algumas estratégias para atingir o público, e com isto me refiro à tradição da narrativa popular a fim de criar identificação e construir um vínculo entre a identidade social e a representação dela. Por isso, muito da intenção por trás de uma telenovela é a concretização de um dispositivo/ferramenta comunicativa; além disso, por trás da comunicação também está parte do sentido do entretenimento, dado seu caráter de produto da cultura de massas, que contribui para perpetuar modelos de consumo dentro do mercado. Uma das

estratégias mais fortes neste sentido é a de retratar a vida sentimental dos personagens. Aqueles personagens que conquistam a atenção e carinho do telespectador tende a expandir as tendências daquilo que veste e seu modo de vida e modo de expressão. Esse recurso é extremamente característico por atingir diretamente as emoções e sensações – aspectos sensoriais ou pseudo-sensoriais¹¹– do telespectador.

Como já vimos podemos observar nas telenovelas tradições e reflexos da sociedade aplicados à realidade nacional: algo que gera identificação. E sim, até certo ponto é bem característico das produções nacionais até com o intuito de ser um produto consumido no mercado nacional.

Como produto da cultura de massas a telenovela pode ser classificada da seguinte forma: (i) a telenovela “rosa”, segundo a RAE (2020) é uma produção romântica em cenários de adversidades com foco no amor vencendo desafios. Geralmente essas produções tendem a enfatizar elementos dramáticos. Também costumam estar centrados em tramas e reviravoltas amorosas, conflitos familiares, e reviravoltas emocionais; (ii) a telenovela “temática internacional”: podem se referir a produções que incorporam elementos culturais, locações e histórias de diferentes países. Ou seja, envolvem tramas e temas que ocorrem em ambientes internacionais:

Rede Globo, la televisora más importante de Brasil y segunda en el mundo, es considerada la cuna de este tipo de telenovelas, ya que cuenta con muchas producciones de este tipo: El sheik de Agadir de 1966 (Arabia), La sombra de Rebecca de 1967 (Japón), El clon de 2001 (Marruecos), Esperança de 2002 (Italia), América de 2005 (Estados Unidos), Negocio de China de 2008 (China), India, una historia de amor de 2009 (India) y Salve Jorge de 2013 (Turquía). (Wikipedia la enciclopedia libre, 2023).¹²

(iii) telenovela “globalizada”: são aquelas que incorporam elementos de diferentes culturas e buscam atrair audiências além das fronteiras nacionais. Esse estilo de telenovela é similar ao

¹¹ Essa terminologia, a uso para fazer referência a sensações induzidas através da imaginação, sendo que não são verídicas, senão simuladas ou impulsionadas pelo imaginário a partir da indução narrativa e estimulante pela ferramenta audiovisual. “Pseudo” porque imita, se parece à; e, “sensorial” porque afeta o lado sensorial do público.

¹² Rede Globo, a emissora mais importante do Brasil e a segunda no mundo, é considerada o berço desse tipo de telenovelas, pois possui muitas produções desse gênero: "O Sheik de Agadir" de 1966 (Arábia), "A Sombra de Rebeca" de 1967 (Japão), "O Clone" de 2001 (Marrocos), "Esperança" de 2002 (Itália), "América" de 2005 (Estados Unidos), "Negócio da China" de 2008 (China), "India, Uma História de Amor" de 2009 (Índia) e "Salve Jorge" de 2013 (Turquia). (Tradução nossa).

internacional, mas, é sobre tudo, uma questão de “um modo ambivalente, conhecimento e poder” (Rocío, 2009, p. 1). Assim, esse estilo é mais uma tendência comercial e de viés político em contraste do mundo globalizado em si. Essas produções podem ser influenciadas por tendências globais bem como os enredos podem retratar questões que transcendem as fronteiras nacionais.

Em resumo, vemos no caso da novela rosa, a principal característica está nos altíssimos níveis de relações amorosas junto com o drama como mecanismos de sequências clichês que envolvem o espectador, porém, esse estilo é muito mais direcionado e aceito por um público específico – nicho tendenciosamente feminino. Segundo Ana M. López (1995) a telenovela rosa realmente funciona como um artefato de entretenimento; contudo, em suas diversas manifestações tem servido ao público feminino como uma forma de empoderamento das mulheres latino-americanas a partir da representatividade de personagens fortes e independentes, característica, a meu ver, muito positiva. Enquanto isso, o estilo temático internacional trabalha fortemente para o mercado. Esse gênero está mais preocupado em fazer-se vender. Segundo o autor José Carlos Lozano Rendón (2012), quem escreveu um artigo interessante sobre o tema, destaca que a telenovela de temática internacional é uma produção que está destinada a infiltrar-se no cenário internacional. Tipicamente, essas produções são as que têm maior investimento orçamentário, são aquelas que não tem esforços poupados e buscam o objetivo de ser amplamente difundida. Uma de suas maiores características é vinculada a temas universais: política, questões humanitárias, crimes internacionais, etc.

Já no último tópico entra uma novidade, a temática “globalizada”. Nesse estilo globalizado, segundo Armand Mattelart, em seu livro *La mundialización de la comunicación* (2002, p. 92), a estrutura tem um viés nacional muito menos específico – ainda que possa haver alguma representação expressão identitária de determinado país –, ou seja, menos regional de determinado lugar (seja país, estado/província ou cidade), e com um nível de narrativa mais aberta sendo mais flexível e adaptável segundo as culturas e contextos diversos dos telespectadores que a consumirão. Esse modelo de produção tem se tornado cada vez mais popular entre migrantes hispanos que residem nos Estados Unidos, sobretudo em Miami, sendo este formato um modelo que foca mais numa história e seu enredo do que na sua exposição cultural ou identitária. É ainda mais voltado para o entretenimento do que os outros dois tipos expostos, pois, os cenários poderiam ser em

qualquer lugar sem muita preocupação com relação ao contexto social externo ao mundo fictício da produção.

Podemos assumir que até certo ponto, essas duas primeiras divisões ajudam no surgimento das características – a qual também creio pertinente denominar “estilo” – de produção em cada país hispano-americano, sobretudo a primeira, que tem um público alvo mais bem definido e segue, inda que possa ser não premeditado, um objetivo que interfere/afeta diretamente nas camadas sociais. Partindo dessa premissa de características relativa a cada um dos países, há cinco países latinos que despontam como os principais produtores de conteúdo e entretenimento televisivo: Argentina, Brasil Colômbia, México e Venezuela. Contudo, para este trabalho vamos focar a atenção apenas no caso das produções brasileiras e venezuelanas.

Por último, vale a pena ressaltar uma das características mais marcantes da telenovela, a qual está diretamente ligada a geração de emoções e reflexão que as telenovelas podem gera. Essa característica possibilita “tocar” o telespectador, e é uma das características mais bonitas da arte. É aquela que faz o público sorrir, chorar, sentir raiva ou amor por um personagem, bem como aprender com ele e sua história. Ampliando essa concepção, trata-se de uma característica em que há uma conversa entre emissor e receptor que se relacionam, inspiram-se, proporcionam identificação pelo recurso de autorreconhecimento como catalisador do envolvimento emocional. Assim como a alta capacidade reflexiva sobre a realidade de um povo e/ou local dentro de uma obra ficcional, obtemos, então, uma gama de transmissão de: valores, crenças, tradições e senso comum e/ou crítico como um retorno de comunicação massiva. Podemos, inclusive, concluir uma função catártica nas telenovelas¹³.

3. “A AMÉRICA LATINA INVENTOU A TELENOVELA”: BRASIL E VENEZUELA

¹³ O termo “catarse”, descrito e considerado pelo filósofo grego Aristóteles, é definido como um processo de purificação das emoções que ocorre no espectador diante de uma obra de arte. Para sua época, era especialmente descrito na relação do teatro. O objetivo da tragédia era provocar a emoção do medo e da piedade no público, levando-o a identificar-se com os personagens e a refletir sobre a condição humana. Através dessa identificação, o espectador vivenciaria uma espécie de “purificação” emocional, sentindo-se renovado após a experiência. A catarse, portanto, seria uma espécie de terapia emocional proporcionada pela arte, que levaria o espectador a uma compreensão mais profunda da vida e de si mesmo.

Do ponto de vista da produção industrial de telenovelas para a cultura de massas alguns países são potências no contexto latino-americano. Observarei suas características e cenários abordando três tópicos específicos que retratarão dois países, superficialmente, apenas com a intenção de informar o impacto industrial na nossa região.

Para alguns autores como o mexicano Álvaro Cueva, quem por muito tempo se dedicou a refletir e escrever sobre as telenovelas na cultura latina, México e Colômbia são os países latinos que produzem as melhores telenovelas. Cueva compartilha opinião quanto a esses países com Mario Vargas Llosa, especialmente sobre as telenovelas mexicanas, enquanto outros autores como Roberto Reyes Tarazona, Ángela Becerra e Emilio García destacam e abordam o mesmo tema com relação aos países Argentina, Brasil e Venezuela.

Vale esclarecer que o tema é extremamente amplo e entra em outras vertentes que desviariam o foco desta investigação, tais como as histórias pessoais, internas e externas das emissoras e demais indústrias que participam na produção das telenovelas. Atenho-me a comentar, primordialmente, características nas produções desses países supracitados devido à grande repercussão deles na produção televisiva de novelas. Por isso, não poderia deixar de citar esses potentes polos industriais do entretenimento, de forma a observar essa esfera em perspectiva mais macro reflexiva, pelo lado das características mais sociais e menos específico quanto ao micro.

Embora no início da seção do capítulo tenhamos exposto que não entraremos detalhadamente nas questões internas dos produtores, é importante pontuar que há uma base de características que são variáveis segundo as emissoras que produzem novelas. Isso é notável para qualquer que seja o telespectador; isto é, se olharmos as produções brasileiras da Rede Globo e contrastá-las com as emissoras Rede Record e SBT, visivelmente o formato de produção é divergente em vários aspectos. Em contrapartida, se compararmos as telenovelas das últimas duas emissoras citadas, elas têm mais semelhanças relacionadas à nível estilístico em comparação à primeira. E, o mesmo ocorre nos demais países nomeados nesta seção.

Além disso, cada emissora tem um público alvo a quem se dedicam fortemente para conquistar e envolver no imaginário da ficção que produzem. Esses objetivos podem ficar implícitos ou explícitos em suas produções. Ou seja, as novelas possuem características específicas segundo a função social, ideal apoiado pelo produtor – emissora – e segundo a necessidade para a

qual foram feitas. Esse polo industrial é o responsável pelo desempenho do produto, seja positivo ou negativo.

Segundo o estudo publicado por Nora Mazziotti (2008)¹⁴, no artigo *La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica*, acerca das emissoras e as telenovelas de maior relevância dentro desses países, é notório que também estão geralmente vinculadas a uma indústria de maior força aquisitiva e de controle de massas. Neste caso, para o México, a Televisa; para o Brasil, a Rede Globo; para a Venezuela, RCTV e/ou Venevisión – sobre a Colômbia e a Argentina a autora não especifica emissora, embora uma das emissoras mais fortes da Argentina seja a *Telefe* e, na Colômbia, *Caracol Televisión*. Além dessa abordagem mais específica da autora, ela foca nas características mais marcantes de cada um dos estilos de produção desses polos industriais ao apresentar telenovelas ao público.

3.1. Considerações sobre a produção do Brasil

Um dos modelos mais influentes e que segue em constante evolução é, seguramente, o estilo brasileiro, pois está continuamente mantendo sua força produtiva. Segundo o site oficial Agência Brasil EBC (2022), a principal emissora brasileira de televisão é a Rede Globo, sendo a principal produtora de telenovelas no país. A maioria das produções brasileiras que chegaram a ser exportadas são de responsabilidade dessa emissora. Além disso, o retorno da sociedade em relação às produções é, quase sempre, positivo.

Em questão de características de produções, destaca-se fortemente o lado explícito no horário nobre – novelas que vão ao ar em torno das 21h – e, com tarja de indicação para maiores de dezesseis ou dezoito anos em algumas novelas do horário da pré-madrugada: vão ao ar às 23h. Mazziotti (2006) define essas produções como um modelo “permissivo”. Dentro desse panorama explicitado a fluidez da sexualidade, o disfrute do carnal e a apreciação dos corpos, da vingança, da criminalidade são expressões, de certa forma, “naturalizadas”.

¹⁴ Fragmentos consultados na revista da Editora peruana La mirada de Telemo, Nº 1.

Contudo, a autora citada também ressalta o cuidado e empenho com a elaboração estética bem como o bom desenvolvimento tecnológico por trás da confecção desses audiovisuais na expansão de possibilidades para narrar de forma mais eficaz e dinâmica os relatos produzidos.

Dentre diversas outras características que incumbem a forte estabilidade na indústria fonográfica brasileira, cabe enfatizar o aporte de Mazziotti (2006):

En Brasil la novela forma opinión, impone una agenda. Lo que ocurre en la novela se discute en la misma TV, en la radio, en los periódicos, en la calle. Importa todo lo que ocurre en la novela, no se trata solo de una historia de amor. A causa de su relevancia social, ha sido tomada como vehículo apto para la información sobre salud y ciudadanía, por ejemplo. (Mazziotti, 2006, p. 5.)¹⁵

Em resumo, as produções brasileiras, em especial as de responsabilidade da Rede Globo, trazem um combo de características próprias que a distinguem das demais, ainda que em essência haja uma comunicação específica de funcionalidade do produto. Não obstante, seu impacto é indiscutivelmente notável na esfera social e na relação produto-sociedade. As telenovelas globais¹⁶ são uma ferramenta poderosa e de vasto alcance nacional e internacional em tratar-se de ir além da função entretenimento.

3.2. Considerações sobre a produção da Venezuela

As produções venezuelanas de telenovelas são uma das mais consideráveis no cenário latino-americano. Muitas telenovelas desse país foram exportadas para outros do continente. Além disso, para a própria população venezuelana esse é um produto de consumo em peso, sendo assim, uma grande ferramenta de entretenimento e comunicação para essa sociedade. Não obstante, o cenário nacional passa por uma questão similar ao contexto de “descontinuidade” que também ocorreu na Argentina. Com base nas considerações de Mazziotti, a quem recorreremos com

¹⁵ No Brasil, o romance forma opinião, impõe uma pauta. O que acontece na novela é discutido na mesma TV, no rádio, nos jornais, na rua. Tudo o que acontece na novela importa, não é apenas uma história de amor. Por sua relevância social, tem sido considerado um veículo adequado para informações sobre saúde e cidadania, por exemplo. Daí o papel desempenhado pelo merchandising social, ao qual me referi em outros trabalhos. Mazziotti, 2006, p.5 (tradução nossa).

¹⁶ Este termo “global(ais)” é utilizado para fazer referência às telenovelas e atores oriundos da emissora Rede Globo.

frequência neste capítulo, o caso da Venezuela é intitulado “descontinuidade”. Essa descontinuidade se refere à ausência de novas produções oriundas de cunho contemporâneo e se deve, principalmente, à crise econômica que assola o país.

Assim, podemos considerar um período venezuelano de estabilidade, anterior à crise, e um segundo período durante a crise. Por isso, não somente em relação ao momento de ocorrência, mas, a distinção no caso da Venezuela também é marcada pela estabilidade e concretização da indústria televisiva nacional que, no cenário de outros países latinos, como o caso da televisão argentina no século XX que não era tão estável.

Las novelas venezolanas fueron pioneras en la venta continental, y también en la apertura al mercado europeo de la década del 90. Novelas rosas de las décadas del 80-90, como Topacio, Cristal, La dama de rosa, Leonela, Kassandra, se dieron en decenas de países, y se ubican en el “estilo Delia Fiallo”, que desarrollan el plot cenicienta y la pintura de heroínas débiles y sufridas. (Mazziotti, 2008, p. 3)¹⁷

Sintetizando a afirmação da autora, podemos dizer sobre as considerações acerca dessas produções, que o cenário industrial obteve sua potencialidade máxima nas décadas entre os anos 80 e 90. Dentre as obras destacadas, uma das principais e que mais são lembradas como importação venezuelana é *Kassandra*, uma novela estereotipadamente conhecida nos países hispanos como produção da Venezuela. Ainda sobre os apontamentos de Mazziotti, também há uma corrente realista, na qual *Por Estas Calles* seria o melhor exemplo que abordou os acontecimentos políticos e sociais do país e que mostrou a corrupção, a violência e a delinquência na nação.

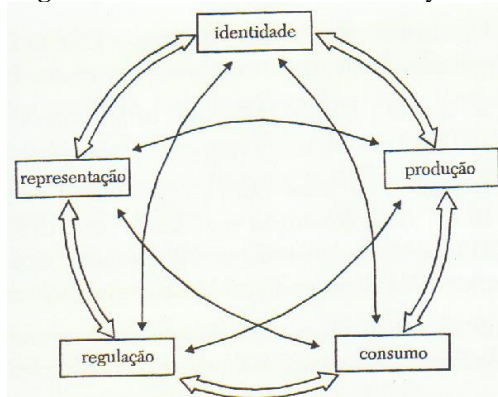
Em outras palavras, essas produções também demonstram em suas características o relacionamento entre o social e o cultural da nação como forma de comunicação entre si. Já em questões estéticas, a Venezuela sempre teve presente o fator relativamente cotidiano e de contraste entre classe média, burgueses e indivíduos humildes, mas, destaca-se sempre a relação de humor em vários personagens que lançam bordões icônicos e se tornam incrivelmente populares entre os telespectadores.

¹⁷ Os romances venezuelanos foram pioneiros nas vendas continentais e também na abertura ao mercado europeu na década de 90. Romances rosa dos anos 80-90, como Topacio, Cristal, La dama de rosa, Leonela, Kassandra, foram produzidos em dezenas de países, e se situam no “estilo Delia Fiallo”, que desenvolve a trama da Cinderela e a pintura de heroínas fracas e sofridas. (Mazziotti, 2008, p. 3), (Tradução nossa)

4. IMPACTO SOCIAL DAS TELENVELAS

Os impactos das novelas televisivas tanto do ponto de vista da construção da identidade/ representação de identidade social quanto aos efeitos da cultura de massas são muito importantes¹⁸. Sobre os conceitos de identidade, parte fundamental deste trabalho, podemos vislumbrar a ideia de Hall (2014), quem divide três concepções de identidade: sujeito do Iluminismo, sujeito sociológico e, sujeito pós-moderno. Sob essas três concepções podemos definir o sujeito do Iluminismo como aquele que se baseava em uma ideia de pessoa humana como indivíduo totalmente centrado e unificado onde consistia em um núcleo interior, o centro essencial desse “eu” era a identidade de uma pessoa, uma concepção individualizada (Hall, 2006, p. 10-11). Já sobre o sujeito sociológico, para Hall (2006), ele se referia a uma reflexão da crescente complexidade do mundo moderno. Nesse conceito, o sujeito ainda possui um eu interno, isto é, um núcleo ao qual pode ser visto como o “eu real”, contudo, esse “eu” é formado e modificado em uma conversa contínua com os mundos culturais, ou seja, seus arredores, seus exteriores. E, por fim, o conceito de identidade pós-moderna é um sujeito com uma identidade não fixa, não essencial ou não permanente. A identidade pós-moderna é contínua, na definição: “A identidade torna-se uma ‘Celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpretado nos sistemas culturais que nos rodeiam” (Hall, 2014, p. 13).

Figura 3: O Cículo da cultura – Du Gay 1997.



Fonte: ResearchGate

¹⁸ Vale a pena ressaltar que estes impactos são ainda maiores ao estendermos o panorama as demais produções culturais de âmbito audiovisual como filmes, séries e programas de TV que, buscam alguns dos mesmos objetivos que as telenovelas. No entanto, não aprofundaremos neste quesito em vista do objeto de análise neste trabalho ser a telenovela.

De antemão, ressalto o fato de que a telenovela é – em partes – um produto comercial voltado à um grande público, desde o seu início. Isto é, desde sua origem como folhetins e radionovelas – embora seja notável o quão é mais fortemente relacionado ao aspecto sociocultural nos dias de hoje – essa característica é uma herança histórica. Segundo (Gomes, 2003), sabemos que a função da televisão e também da telenovela é oferecer diversas informações e saberes apresentando modelos sociais, estratégias de vida e papéis alternativos à sociedade, assim, podemos, até considerar a telenovela como uma espécie de “mundo alternativo” onde encontramos a temática da identificação popular e, a denúncia social como elementos fortes da realidade que se refletem em sua trama.

Mas, a partir de quais recursos é alcançada essa identificação? Pois bem, vejamos, então, um exemplo explícito na telenovela *Cheias de Charme*. Vemos a representação de três mulheres protagonistas que trabalham como empregadas domésticas e mostram a vivência e dificuldades do dia a dia dessa profissão. Além do mais, as três respondem pelo nome “Maria”¹⁹, o que faz uma grande referência à representação de “qualquer” mulher brasileira. Ou seja, esse mecanismo da representação de símbolos identitários alcança uma recepção com o intuito de gerar autorreconhecimento para com o público. No caso da telenovela *¡Válgame Dios!*, o mesmo ocorre, mas na simbologia de representação de comportamentos nacionais, como a fala de uma aluna, Lígia Helena, que afirma que todas as mulheres venezuelanas assistem telenovelas, o que coloca essa atividade como uma possível característica identitária de mulheres venezuelanas.

É importante responder também a uma indagação referente ao termo “denúncia”, pois esse é um outro mecanismo que podemos definir como recurso gerador de identificação. Quem denuncia, denuncia algo ou alguém a outro alguém. Mas, a quem a telenovela faz suas denúncias? É preciso esclarecer que com denúncia não nos referimos a uma queixa legal concretizada em delegacias ou outra instituição, senão a uma evidenciação dos fatos de um tempo e povo. Ou seja, a denúncia, a meu ver, nada mais é do que a apresentação e/ou exposição de fatos sob um ou mais pontos de vista em relação a situações cotidianas e problemáticas da esfera social. Por isto, trata-se de uma apresentação a ser refletida e discutida sobre algo do entorno de determinada sociedade.

¹⁹ O cantor e compositor brasileiro Milton Nascimento é um dos artistas que utilizou esse recurso em uma canção intitulada “Maria Maria”. Temática que faz referência as mulheres trabalhadoras e batalhadoras da sociedade brasileira.

Retomando a ideia sobre a relação com a sociedade, especialmente no que tange aos impactos, os aspectos já citados ao decorrer desta investigação ditam um comportamento existente e também abrem espaço para outros comportamentos que podem ser adotados pela “moda”, pelo que agrada e cativa seu público. De modo que esse aspecto de entretenimento e identificação é parte inicial dos impactos que essas produções podem causar.

Para começar a nortear o sentido dos impactos, um dos principais impactos não é artístico e sim de mercado. Como produto da cultura de massas, observa-se notoriamente a força comercial que essas produções têm; este impacto é tendenciosamente prejudicial. Em outras palavras, esse fator não é somente uma espécie de “impacto”, senão um propulsor para a perpetuação do círculo de produção deste produto. Isso significa que continuam produzindo não apenas porque o público gosta, mas, é porque o público gosta que se geram lucros e por isso o fazem. Esse tipo de impacto de lançamento de tendências gera uma subdivisão de camadas na sociedade, e o questionamento é muito profundo quando se observa a que tipo de público aquele produto se destina. Por isso é um indicador de aquisição de cultura popular, porque movimenta as massas mediante o estabelecimento de uma comunicação premeditada.

Inicialmente, no marco teórico comentamos a perspectiva de Martín-Barbero sobre essa relação de aquisição entre culturas. Essa massa que tanto se identifica também identifica o que vende²⁰, ou seja, para o contexto contemporâneo, a cultura de massas detém o popular; o que funciona e o que vai continuar mudando e se adaptando.

Ainda que tenhamos levantado uma ideia negativa sobre o tema, também há um impacto “benéfico” que tenta trazer a sociedade para dentro da tela, de forma que o público possa refletir sobre ela e contribui, neste sentido, à formação de uma certa identidade. As denúncias sobre injustiças, uma das características mais recorrentes que pude observar nas telenovelas do século fim do século XX, estendendo-se ao séc. XXI, sobretudo, nas últimas duas décadas vem ganhando

²⁰ Sobre essa questão, recomendo fortemente a gravação de um evento virtual onde a convidada e arte-educadora Rita Von Hunty discorre acerca da arte no ensino em sala de aula. Em sua fala, ela comenta o fator da arte como uma subserviência para o entorno e, sobretudo, para nosso contexto de investigação neste capítulo, ela define a arte como uma área em campo de disputa. Ou seja, uma zona de domínio que escolhe e define (também podemos definir isto como, quem a normatiza) o que é a arte, a que serve a arte, como se faz a arte e o que será transmitido para a sociedade como arte. (Título: Arte e cultura na sala de aula, setembro de 2022: <https://www.youtube.com/watch?v=FXGqW-ZvL64&t=2220s>).

espaço nelas. Essa funcionalidade é extremamente explorada na América Latina: funciona como um recurso que “atravessa” a tela e toca o público. Alcança essa façanha porque todas essas problemáticas partem inicialmente de uma inspiração da própria atualidade²¹.

Essas produções então estabelecem uma relação de “mão dupla” com o público ao mesmo tempo como produto de entretenimento da indústria cultural e espaço de reflexão e formação de opinião crítica e de produção de uma identidade.

Um efeito forte neste segundo sentido é a reafirmação ou propagação de crenças e valores. Sobre as telenovelas, Mastrini (2003), diz que podemos considera-las um meio eficaz de transmissão de valores e comportamentos. Em outras palavras, a indústria que lucra com essas produções é a mesma que comanda o sistema; é a responsável por escolher quais temas serão priorizados, quais conteúdos serão entregues para a população. Desta forma, essa indústria produtora é a “dona” da moda, da influência do senso comum, da crítica e da denúncia, caso seja de seu interesse e objetivo.

Qualquer cidadão latino que possua um aparelho televisivo em sua casa, pode facilmente acompanhar a evolução do espectro social nas produções artísticas que vão ao ar. Não obstante, essas características de interesse industrial dependem muito da “serventia”²² designada para cada telenovela específica. Ou seja, muitas produções tem finalidades mais voltadas ao entretenimento, enquanto outras, são propostas de um assunto que está em alta; estas são as que tendem a ter um lucro em vista, são as famosas “superproduções.

Ainda segundo a perspectiva de Mastrini (2003), as produções televisivas na América Latina são consideradas, por muitas vezes, como uma ferramenta de conscientização da população para com as questões sociais. Segundo ele, podemos intuir que as telenovelas transmitem

²¹ Um bom exemplo disso é destacado sobre a telenovela venezuelana *Mi prima Ciela*. Nesta produção audiovisual, fez-se uma história de denúncia social e política (e insisto, esta não foi a única telenovela que cumpriu essa função). Essa produção venezuelana foi tão impactante para essa sociedade que, Laura Soler (2015), dedicou, em sua tese, um capítulo inteiro somente à análise dessa telenovela.

²² Com o uso recorrente do termo “serventia”, considero importante retificar que, por tratar-se de uma abordagem sociocultural não nos referimos a uma servidão ou servilismo no sentido literal, mas sim, a uma função que lhe é dada à telenovela segundo os objetivos que desempenhará para atingir as metas dos seus produtores, ou seja, extrapola o âmbito social, e abrange ao valor financeiro de retorno ao produtor. Assim como no âmbito social estaria referida a um “serviço” de denúncia, reflexão, compartilhamento de crenças, ideias, tendências, entretenimento, etc.

mensagens sobre a vida, a justiça, a solidariedade, a luta contra a corrupção, entre outros temas relevantes para a construção de uma sociedade, idealizadamente, mais justa e democrática.

Pois bem, podemos então, sobre esse aspecto, considerar a telenovela como um produto “fornecido” pela sociedade, mas, este impacto sempre volta como um efeito de “ricochete”. Ou seja, é um reflexo da sociedade que o produz, mas precisa que esse reflexo seja aceito para que siga estável em seu posto. Os impactos dessas produções podem ser, então, divididos em duas vertentes: a) uma que se relaciona com o lado da população; o público que consome e que o motiva e b) lado do produtor; quem geralmente espera um retorno de boa recepção e de rendimento lucrativo pela produção.

Neste viés de impactos, o último e, uma das mais cruciais questões desses efeitos, refere-se à identidade. Esse tópico merece uma abordagem especial. Não porque os outros aspectos sejam inferiores, senão, porque neste trabalho o ponto chave está nos aspectos reflexivos e antropológicos do assunto.

O tema identidade é, além de crucial nesta investigação, um dos temas mais amplos e complexos de trabalhar visto que é um conteúdo extremamente discutido. Contudo, inicialmente, vale a pena ressaltar a necessidade de respaldo com base no povo para que o produto seja aceito por eles. Sobre isto Melo (2015), diz que as telenovelas apresentam uma visão de mundo que é própria da cultura local, e que reflete os valores, crenças e tradições da região.

Desde o começo, usamos a terminologia “reflexo”; pois bem, este é um dos pontos chave. As telenovelas, como qualquer outro produto artístico que é produzido, provém de algum lugar e é produzido para alguém que, igualmente, pertence a algum meio. Pode-se dizer que a produção partirá de um ponto de vista: o produtor. E precisa ser aceito e compreendido por alguém: público em massa. Para isso, é necessária a comunicação efetiva, por meio dos símbolos, o que equivale a “falar a mesma língua” do público. Neste aspecto da reprodução social, o que podemos observar é a representação de características do povo e suas origens através de personagens que os representam.

A nível de exemplificação, podemos visualizar em quase todo e qualquer capítulo de telenovelas das últimas décadas – desde as anteriores, mas, sobretudo as mais atuais – celebrações e outras tradições que são reproduzidas em cadeia nacional. Pode parecer pouco ou, algo sem muita

importância, porém, esse recurso de reprodução identitária constrói um elo entre o público e o produto, pois, o público se sente aconchegado à história contada. Esse tipo de recurso gera um fenômeno de familiaridade com o entorno das nossas vivências. Por exemplo, as imagens de transições de cenas são sempre compostas por vídeos curtíssimos, *GIF*, que mostram ruas, praças, pontes, pontos turísticos, multidões em representação da classe operária, prédios e outras paisagens que remetem à localidade nacional/regional onde ocorre a trama.

Porém, e ainda sobre o conceito anterior, embora possa até parecer algo muito positivo, não são gerados somente esses impactos de identificação plena e verossímil na sociedade, e se o fosse, seria totalmente positivo. Há um outro lado da moeda que pode ser perigoso. Segundo outra autora latina, Lopes (2006), as telenovelas podem perpetuar imagens estereotipadas de gênero, raça, etnia e classe social, que acabam por reproduzir desigualdades e discriminações na sociedade.

Podemos exemplificar essa questão estereotipada em ambas as produções selecionadas para análise. No caso da telenovela brasileira *Cheias de Charme*, esse marco está em uma das vilãs: Chayene, uma mulher originária do Piauí, um estado da região nordeste do país –estado geralmente pouco comentado nas produções nacionais. Além dela há outros personagens extremamente estereotipados oriundos da mesma cidade de Chayene, como os irmãos Socorro e Ivonaldo e a mãe de ambos. Já no caso da telenovela venezuelana *¡Válgame Dios!*, há apenas um personagem de uma origem diferente à Caracas, capital. O famoso *Chúo*. Um homem vindo de Maracaibo, quem também, em diversos momentos ressalta sua terra natal. Além disso, o personagem é conhecido por ser um “*gaitero*”, pessoa que canta/ toca *las gaitas*, um estilo marcante para os *maracuchos*. Em diversos momentos e capítulos outros personagens se referem a ele como “*el gaitero*” em forma de vulgo. Ressalto também que, por vezes, o fizeram de forma pejorativa. O fato é que, em certo ponto, essa identificação é positiva e abrange as expressões culturais em âmbito nacional e atrai o público, mas, pelo lado negativo expande ideias errôneas da forma de agir, falar e expressar a identidade de determinado local, ainda mais porque muitos desses atores sequer são realmente do estado de origem de seus personagens.

Retomando as considerações a partir da reflexão de Lopes (2006), podemos também considerar que as representações estereotipadas de tribos e outros grupos específicos da sociedade, principalmente os que estão às margens dessa sociedade são impactados pelas produções. Isto é,

como são as minorias, o impacto é um dos mais negativos. A perpetuação de ideologias preconceituosas e, até mesmo, que fazem uma problemática social ser tratada como cômica, quando na realidade, atacam e oprimem a liberdade de expressão da identidade de determinados grupos é, na verdade um grande desserviço para as diversas lutas que promovem o respeito e a diversidade. Ou seja, uma faca de dois gumes. Pelo lado positivo, esses grupos passam a ganhar maior visibilidade para suas vivências e problemáticas; como no caso da classe de empregadas domésticas disposta a telenovela brasileira analisada aqui. Em contrapartida, pelo lado negativo, também há uma desvalorização desses grupos por meio das estereotípias comportamentais na má representação dessas figuras.

Em suma, os impactos sociais a partir das telenovelas são diversos e com muitos aspectos a serem trabalhados. Por isso, seus efeitos podem ser observados a partir de quatro vertentes: a indústria produtora, o artista, a sociedade e o contexto. Não obstante, esta primeira vertente não forma parte do nosso interesse primeiro, que visa observar as relações do produto com a sociedade. Então, qual é a importância da ponderação sobre artista, sociedade e contexto? Na realidade, há muita relevância para o debate deste tema. Isto é, a relação intrínseca do fator meio e fator resultado, neste caso, o resultado como obra telenovela. Não há como separar artista do meio e vice-versa, pois todo aquele que observa, expressa e recebe uma mensagem o faz a partir algum lugar, e neste lugar há o mesmo artifício: condição de contexto daquele que o produziu, ainda que seja um contexto próprio e subjetivo.

4.1. Sociedade e mercado

A partir de uma breve reflexão sobre a sociedade latino-americana e sua relação com o mercado. Para Eduardo Galeano “a sociedade latino-americana é uma sociedade que tem lutado por sua identidade e independência desde que os europeus chegaram às suas costas há mais de quinhentos anos” (Galeano, 1965, p. 23). Refletindo sobre isto, trazendo à baila a colonização do continente americano, assim como a grande diversidade étnica nessas terras, temos o consenso sobre o que possibilitou tamanha mistura de raças e etnias, culturas e expressões do ser.

Também, por isto, nossas sociedades passaram e passam por inúmeros processos de construção e reformas sociais. Ainda nas palavras de Galeano (2018, p. 33): “a sociedade latino-americana é uma sociedade de contrastes: a riqueza e a pobreza, a modernidade e a tradição, o desenvolvimento e o subdesenvolvimento, o poder e a impotência”. Ou seja, uma realidade presente é sempre vinculada aos dois lados da moeda. Uma forma, digamos que, sempre segregada. Baseados nessa concepção, podemos associar este aspecto como uma relação direta para com a ideia de produzir a reprodução – de forma artística – do povo que a consome. Ou seja, uma recriação da realidade dessa sociedade específica.

Seguindo para a definição de outro estudioso vemos: “a sociedade latino-americana é caracterizada pela desigualdade social, pela exclusão e marginalização da população” (Dussel, 2000, p.53). Essa definição caminha um pouco mais de mãos dadas com a definição do autor supracitado, pois olha para o lado da sociedade em que o contraste é extremamente dicotômico, dois termos dependentes para a subsistência ao qual um lado pende sempre para o desigual e injusto.

A diversidade de definições é extensa e abrange vários aspectos do coletivo. A depender do ponto de vista, do contexto em que o autor está imerso e, dentre outros aspectos a serem considerados, as definições continuam variando. Por isto, vamos nos ater às definições inicialmente expostas e, as descritas por Paz (2011, p. 33 - 37). Nessas páginas, podemos, ricamente, observar as ideias de que a sociedade é um conjunto de regras preestabelecidas pelos homens entre si para uma consonância – isto é, um senso ou fluxo comum – de ações. Tal como uma realidade histórica que tem sua origem na evolução de si mesma, Paz (2011, p.37), define que a sociedade é um espaço de comunicação humana, de linguagem e de cultura.

Retomando um aspecto do capítulo anterior, precisamos observar a telenovela como uma produção artística de um meio. O que, conseqüentemente, significa dizer que ao ser produzida, há uma mente humana por trás, e isso também significa que esse artista tem uma responsabilidade com ela. Por isto, e finalmente, sobre a ideia de relação sociedade/artista, consideramos muito pertinente destacar a seguinte contribuição²³: “*Pienso que no es posible apprehender en una teoría el entero panorama del mundo contemporáneo. Que no es posible, sobre todo, fijar en una teoría*

²³ Este conceito é descrito pelo autor peruano José Carlos Mariátegui em seu livro *Escena Contemporánea*.

su movimiento. Tenemos que explorarlo y conocerlo, episodio por episodio, faceta por faceta” (Mariátegui, 1998, p. 11)²⁴.

Pois bem, considerando o que para Mariátegui representa que o homem está sempre inserido no seu tempo e no espírito do seu tempo, podemos concluir também, ainda segundo este autor, que só assim um artista terá acesso à verdade. Portanto, os temas deverão partir da realidade e o artista deverá sentir seu mundo; não poderá dar as costas para a realidade. Assim sendo, em sua compreensão de mundo, apresenta-se a conceitualização de que a expressão artística depende da apreensão do homem que está inserido em seu tempo e no espírito dele.

Em seguida o autor prossegue: “[...] *El arte es una evasión cuando el artista no puede aceptar ni traducir la época y la realidad que le tocan. [...] Estos artistas maduran y florecen extraños y contrarios al penoso áspero trabajo de crecimiento de sus pueblos* (Ibid, p. 302)²⁵”. Com isto, compreendemos que o artista precisa traduzir a época e a realidade dela, pois só assim o indivíduo – quem, para esta investigação, também pode ser considerado como autor(es), ator(es) e diretor(es) que produzem e participam na criação das telenovelas – terá acesso à verdade/realidade, e se isto não ocorre, os artistas terão seu amadurecimento indiferente ao de seu povo²⁶. Mariátegui (1925): “*El artista que no siente las agitaciones, las inquietudes, las ansias de su pueblo y de su época, es un artista de sensibilidad mediocre, de comprensión anémica. Por eso, el grande artista no fue nunca apolítico, no fue nunca un ente vegetativo y conformista*”.²⁷

Em suma, nas ideias do autor, o artista – quem deve produzir a arte – é responsável pela compreensão de uma época, a qual vive, para, a partir dela, produzir a arte; neste caso específico, a telenovela.

²⁴ Acho que não é possível apreender em uma teoria todo o panorama do mundo contemporâneo. Que não é possível, sobretudo, fixar seu movimento em uma teoria. Temos que explorá-lo e conhecê-lo, episódio por episódio, faceta por faceta.” (Mariátegui, 1988, p. 11, tradução nossa)

²⁵ “A arte é uma evasão quando o artista não consegue aceitar ou traduzir os tempos e a realidade que os corresponde. [...] Esses artistas amadurecem e florescem de forma estranha e contrária ao penoso trabalho de crescimento de seus povos.” (Ibid. p. 302, tradução nossa).

²⁶ Sinónimo semântico interessante para o contexto do termo “verdade”: a realidade do entorno em que se vive e se baseia para produzir a arte (neste caso, as telenovelas).

²⁷ Mariátegui (1925): “O artista que não sente as agitações, as preocupações, as ansiedades do seu povo e do seu tempo, é um artista de sensibilidade medíocre, de compreensão anémica. Por isso, o grande artista nunca foi apolítico, nunca foi uma entidade vegetativa e conformista”. (Tradução nossa).

Ao refletir sobre o produto telenovela para com a sociedade, desde os primórdios delas, vemos que as produções de entretenimento serviam a um público com o intuito de cativá-los para divertir e distrair do cotidiano. De forma que não podemos deixar de notar, que, ainda antes da evolução tecnológica – com isto me refiro à ausência dos artifícios audiovisuais que temos na atualidade – já era gerado um material que comunicava uma ideia para atingir uma grande massa. Tão relevante era a sua potencialidade, que os autores precisavam estar abertos a flexibilizar os capítulos para manter o enredo dentro de uma aprovação do gosto popular.

Esse fator foi perpetuado em sua sucessora, a radionovela e, permeia até os dias atuais na forma mais recente dessas produções. Por que é importante ressaltar esse aspecto de “servir” a um público e de que eles são o ponto crucial que motiva essas produções? Em resposta, podemos dizer que, de fato, o público motiva essas produções, mas há uma via de mão dupla que não pode ser ignorada; isto é, não só o público é o motivo das produções audiovisuais, mas, as indústrias esforçam-se para cativar essa audiência e obter a partir dela um retorno econômico (oferta e demanda) que os motiva triplamente mais do que o simples interesse desse público. Além disso, como levantado por Martín-Barbero, na contemporaneidade, o controle da comunicação de massas é um dos motivadores.

Um grande exemplo disto, podia ser observado nas próprias transmissões televisivas, nas quais durante a transmissão dos capítulos começaram a surgir no canto superior ou inferior da tela, as famosas *hashtags* com o nome da telenovela (abro parêntesis para retificar que essa ferramenta de *hashtags*²⁸ não foi usada apenas no Brasil, mas em todos os cinco países de potência televisiva anteriormente nomeados no capítulo três). Este recurso servia para promover a repercussão das telenovelas nas redes sociais.

É imprescindível mencionar um marco na evolução tecnológica que interatua diretamente com a televisão expandindo sua repercussão: a internet como ferramenta de ampla comunicação em tempo real. Assim, as telenovelas, em sua flexível adaptabilidade, receberam um reforço no suporte: as *hashtags* usadas na internet. Essa nova ferramenta serve para quantificar a ressonância

²⁸ As *hashtags* são graficamente representadas pelo seguinte símbolo: #. Símbolo, também conhecido por muitos, como “jogo da velha”. Contudo no âmbito das redes sociais este símbolo assume outra funcionabilidade.

desse produto televisivo na sociedade; para verificar o quão difundido estava e quais lugares sua comunicação e entretenimento chegavam.

Nos dias ainda mais atuais, especificamente iniciando em 2020, estendendo-se ao ano atual, 2023 – mas não somente este ano, senão os anos anteriores, principalmente durante e pós pandemia – houve um crescimento assombroso de usuários do aplicativo TikTok. Esse aplicativo representa um marco para o entretenimento de rede social. Com este recurso, as telenovelas alcançaram um patamar de repercussão gigantesco. Através dele, são publicados – além de conteúdos diversos – inumeráveis recortes de cenas que rendem muitos comentários. Além disso, um dos aspectos mais relevantes para esta investigação, é o fato de que muitas dessas cenas de recorte são, quase sempre de críticas ou denúncias sociais nas telenovelas. Principalmente, nas produções brasileiras da rede Globo.

A respeito do mencionado aspecto industrial da produção de telenovelas, o ponto chave é que, independentemente do motivo que leve a concretização dessas obras, interessa-nos muito a questão do que é feito a partir disso. Com isto, devemos ter em mente e levar em consideração o produto final como um reflexo do seu meio e não somente como algo que é feito à base de uma alienação ou exploração das massas²⁹. Canclini, quando faz essa crítica a que a mídia e o mercado não determinam tudo: “Desde os anos 70, essa conceitualização do popular como entidade subordinada, passiva e reflexa é questionada teórica e empiricamente [...] os chamados setores populares coparticipam nessas relações de força [...]” (Canclini, 2019, p. 261).

A evolução tecnológica e social não para, então a arte, ainda que não deva possuir uma função específica, ao ser industrializada e/ou privatizada, passa a ter e/ou receber uma serventia para a sociedade. Para iniciar essa questão, nos pautamos sob a ótica do mexicano Orozco Gómez:

La ‘telenovela’ está burlando al género de ficción para acercarse a la vida misma [...] la producción, transmisión y recepción de la telenovela ha significado en las culturas latinas un acontecimiento de importancia en la vida cotidiana de sus audiencias, en la construcción de imaginarios individuales y colectivos, en la validación de creencias y

²⁹ Esse tema faz-se muito complexo a nível de discussão e reflexão. Pois, essas produções tem um teor muito grande de mensagens almeçadas por um produtor, e isto, leva para as questões até mesmo das elites e da “segregação” nas camadas sociais. Contudo, esse não é o foco que almejamos neste texto, especificamente, o que aqui nos propusemos é a avaliar, observar e analisar a questão desse produto em relação a um reflexo sociocultural. Por tanto, discutir sobre o âmbito da indústria e seus lucros não entra na essência desta investigação.

expectativas y en la reconfiguración reiterada de esas identidades volátiles, que no obstante dejan sedimentos que perduran por décadas y afloran en los sentires y en los modos de relacionarse unos con otros en los países latinoamericanos. (Gómez, 2006, p. 12)³⁰

Essa ponderação de Gómez, retoma uma ideia levantada em 1992 por Martín-Barbero³¹, quem inicialmente comentou essa ideia de que a telenovela burla o gênero ficção. Este fragmento é riquíssimo em uma tese que abre grande espaço para considerações nesta reflexão. Em outras palavras, o fato de a telenovela burlar, passar ou, ultrapassar e, quem sabe até compreendê-la como um engano ao gênero ficção, significa dizer que ela se incorpora à noção de realidade social. Isto é, essa produção que buscamos decifrar tem se aproximado cada vez mais da vida em si e, já não pode mais ser definida como um mero entretenimento ou, romance clichê que segue uma “fórmula de bolo”.

Por isto, inclusive, acreditamos que o fator de acercamento à realidade do público e os personagens fictícios que representam as vivências e os costumes dos telespectadores sejam um dos segredos que engloba o relacionamento tão afetivo entre produto e consumidor. Ou seja, a característica de autorreconhecimento, as críticas misturadas ao humor e à sátira causam um aconchego, um afago emocional. Essas formas de expressar a vida de maneira tão lúdica, cativam e, talvez, esse seja o porquê de tamanho sucesso.

SEÇÃO METODOLÓGICA DA ANÁLISE

Para trabalhar a nossa última parte desta investigação finalizaremos com uma análise contrastiva entre duas telenovelas do ano de 2012: *Cheias de Charme* (Rede Globo, Brasil) e *¡Válgame Dios!* (Venevisión, Venezuela), para verificar mecanismos de representação identitária e

³⁰ A 'telenovela' está burlando ao gênero ficção para se aproximar da própria vida [...] e imaginários coletivos, na validação de crenças e expectativas e na reconfiguração repetida dessas identidades voláteis, que, no entanto, deixam sedimentos que perduram por décadas e emergem nos sentimentos e nas formas de se relacionar nos países latino-americanos. (Gómez, 2006, p. 12, tradução nossa)

³¹ Jesús Martín-Barbero foi um teórico da área de Comunicação e cultura, de nacionalidade espanhola, nascido em 1937, que residiu na Colômbia desde 1963 até seu falecimento causado pela COVID-19 em 2021

cultural, bem como recursos de autorreconhecimento e reafirmações/compartilhamento de crenças nacionais como ferramenta de comunicação entre as telenovelas e a sociedade.

Para essa análise foram assistidos diversos capítulos de ambas as telenovelas e realizadas transcrições de cenas específicas para as devidas descrições e ponderações. Os temas em comum entre as duas novelas selecionadas estão voltados para a reflexão sobre a presença paterna e os efeitos que essa ausência pode causar, contudo, as temáticas de ambas as telenovelas são diferentes e o contraste não é centrado em uma comparação temática, mas sim de relação para com o público.

Dados de ficha técnica:

- A telenovela brasileira *Cheias de Charme* foi produzida pela emissora Rede Globo. Dirigida pelos diretores Carlos Araujo e Denise Saraceni, escrita por: Felipe Miguez e Izabel de Oliveira. Interpretada pelo elenco principal: Taís Araujo, Leandra Leal, Isabelle Drummond, Cláudia Abreu e Ricardo Tozzi. Foi ao ar no horário das 19h de segunda-feira à sábado. Ao todo, contou com 143 capítulos. Para verificação como espectador, é possível encontrar os capítulos completos no App Globoplay, ao qual não disponibiliza o acesso totalmente grátis, somente fragmentos, para acompanhar essa telenovela é preciso assinar um pacote mensal.
- A telenovela venezuelana *¡Válgame Dios!* foi produzida pela emissora Venevisión. Dirigida pelo diretor José Alcalde, escrita pela dramaturga Mónica Montañés. Interpretada pelo elenco principal: Sabrian Seara, Eduardo Orozco, Ricardo Álamo, Carlota Sosa, Flavia Gleske e Raquel Yáñez. Foi ao ar a partir de 13 de março do ano de 2012 a três de outubro do mesmo ano, no horário das 14h de segunda-feira à sábado. Ao todo, contou com 144 capítulos. Para a verificação como espectador, é possível encontrar os capítulos completos no YouTube, no canal da própria emissora. Ou, através do aplicativo Novelísima, onde também estão disponibilizados de forma gratuita.

Figura 4: Cheias de Charme (2012)

Fonte: br.pinterest.com

Figura 5: Válgame Dios (TV series 2012)

Fonte: imdb.com

Destacamos que ambas as telenovelas não foram exibidas em horário nobre. Isto é, horário de maior visibilidade e prestígio da televisão – que coincidentemente no Brasil e na Venezuela seria o horário das 21h – visto que é um período em que toda ou quase toda a classe trabalhadora e massiva já está em casa. Porém, ainda que fora do horário nobre, essas duas produções conseguiram alcançar um público muito grande. Foram duas telenovelas de êxito mesmo fora do horário de prestígio: Segundo dados da *AGB Nielsen* (2012), a produção *¡Válgame Dios!* manteve seu ritmo de audiência estável com um *share* de 60% em quinze semanas consecutivas. E nos dados de IBOPE, segundo a UOL (2012), *Cheias de Charme* cravou 36 pontos nesta segunda, com 59% de participação.

5. CHEIAS DE CHARME E ¡VÁLGAME DIOS!: UM ESTUDO COMPARADO

A telenovela, dentro da perspectiva que vemos aqui, refere-se a um reflexo duplo. Como já mencionado anteriormente, é feita como produto artístico e nesse sentido reflete uma sociedade e contribui para criar uma identidade nacional e por outro lado se oferece para ser consumido como entretenimento. Nesta parte vamos a analisar duas telenovelas latino-americanas tomando a primeira perspectiva, como um fator identitário e social: identitário porque usa dessa ferramenta que visa familiarizar o público com o produto, fazendo-os se sentir representados nela. Bem como

social, porque transmite problemáticas, gostos, opiniões e situações advindas do meio em que o público vive.

Com esta afirmação, pretendo desenvolver este tema à fim de ponderar sobre o seu fator efeito e o seu fator relevância. Deste modo, esta é, provavelmente, a seção mais densa e, também a mais esclarecedora desta investigação. Sobretudo, em consideração ao tópico central deste assunto trabalhado, portanto, reafirmo que talvez este subcapítulo seja o de maior interesse ao receptor que o leia.

Pois bem, sabemos que a telenovela é um produto que se relaciona diretamente com a(s) sociedade(s) e sua(s) cultura(s).

Toda produção latino-americana recorre às ferramentas de viés identitário, isto é extremamente característico ao ponto de evadir o estilo “globalizado”, que prioriza mais a ficção do que o entorno. Ou seja, as produções televisivas latinas não são neutras quanto à contextualização que se entrelaça com a ficção apresentada. Isto quer dizer que, ainda que seja um produto de exportação, sempre constam fortes traços de identidade do meio que representa. Visamos observar os traços apresentados e/ou representados nas sociedades brasileira; a partir da novela *Cheias de Charme*, 2012, e venezuelana; a partir da novela *¡Válgame Dios!*, 2012. Seguiremos uma análise com vista a aspectos de representação identitária.

Alguns elementos a considerar com respeito a relação entre estas telenovelas e o reflexo da sociedade retratada. Por exemplo, em vários capítulos da telenovela brasileira *Cheias de Charme* foram apresentados cenários claramente típicos da vivência dos brasileiros como: quadras de futebol, favelas, interior do nordeste, praia, etc. E, o mesmo acontece com a telenovela venezuelana *¡Válgame Dios!* que, também apresenta vários diálogos com recurso de símbolos para identificação.

Agora, cabe ressaltar que o estilo desse recurso não é totalmente igual em ambos países, ainda que funcione e sirva ao mesmo propósito. No caso do audiovisual brasileiro citado temos, no capítulo 70, o contexto de festividades. Esse tipo de evento é muito forte no Brasil, todo mês praticamente, podemos ver alguma celebração de festival, seja nacional ou local. Nesse capítulo, temos a imagem de um festival de São João, mais conhecido como festa junina. Bem como em outros capítulos em que cenas de transição são sempre marcadas pelas protagonistas ou

coadjuvantes caminhando por praças ou quadras onde crianças e adultos praticam esportes nas comunidades/favelas.

Já no estilo venezuelano, essas representações identitárias não se vinculam tanto à imagem propriamente dita, mas sim ao simbolismo no discurso das personagens que elevam os valores dessa sociedade, as reafirmações do povo e as definições do ser venezuelano. Por exemplo, no capítulo 139 (minutos 13:05 a 13:20) em que um crítico de culinária vai ao restaurante “*Caserito*” do personagem Remígio, comenta sobre o menu ser inteiramente de comidas venezuelanas:

Guto: Así que el menú de hoy es: asado negro con arroz y tajadas, ensalada de gallina y como postre, torta de queso criollo. ¡Ay, caramba! Pero todo aquí es venezolano.

*Remigio: Sí, sí. Bueno, es que esa es una característica del Caserito. Nosotros creemos que nuestra comida es tan buena como la de cualquier parte del mundo.*³²

Frente a isso, o cozinheiro argumenta que no restaurante eles seguem o conceito de homenagear a comida venezuelana pois, creem que ela é tão saborosa quanto qualquer outra culinária do mundo. Outra representação no discurso, também, sobre representatividade e valorização dos símbolos nacionais:

“*¡Válgame Dios!*”, capítulo 128 (minutos 29:11 a 29:27):

Mariela: Menos mal que ya va a terminar el año escolar. ¿Tú sabes a dónde me gustaría ir, Cayo?

Cayo: No. ¿Adónde?

Mariela: A Choróní.

³² Guto: Então quer dizer que o cardápio de hoje é: assado negro, arroz, *tajadas* (banana da terra frita), salada de frango e de sobremesa, torta de queijo Criolo. Ah, caramba! Tudo por aqui é venezuelano.
Remigio: Sim, sim. Bom, é que essa é uma característica do Caserito. Nós acreditamos que nossa comida é tão boa quanto a de qualquer outro lugar do mundo. (tradução nossa).

*Cayo: ¿Sí? Pues te va a gustar. Porque Choroní es uno de esos lugares que tiene Venezuela hermosísimos.*³³

Neste caso, os personagens Cayo Castillo e Mariela, durante um almoço, conversam e Mariela comenta sobre a vontade de ir à Choroní nas férias, então, Cayo ressalta que ela irá amar conhecer esse lugar pois é uma das várias paisagens maravilhosas que o país tem. E estes não são os únicos exemplos de representação de expressão identitária no discurso simbólico. Também há outros vários como na cena a seguir, na qual há uma afirmação sobre uma pequena parte da identidade venezuelana, do ser pertencente a essa nacionalidade.

“*¡Válgame Dios!*”, capítulo 20 (minutos 05:05 a 05:33)

Ligia Elena: El taxista la vio bien mansita y a hora se cree el rey del arroz con pollo. Y lo peor de todo es que la va a hacer sufrir.

Eduvigis: ¿Y por qué tú dices eso?

Ligia Elena: Ay, porque todos son iguales. “¡Hombre no es gente!” ¿Usted no vio esa novela?

Eduvigis: No, ¿qué novela es esa?

Ligia Elena: Ay, es que definitivamente usted es la única venezolana que no ve novelas ni sabe de baseball.

*Eduvigis: Sí, claro. Soy la primera, la única mujer venezolana viejísima que invita por primera vez a un hombre a su casa y resulta que la deja embarcada.*³⁴

³³ Mariela: Menos mal que o ano letivo já vai acabar. Você sabe para onde eu gostaria de ir?

Cayo: Não. Pra onde?

³⁴ Nesta cena, a professora Eduvigis e sua aluna Ligia Elena conversam sobre o enredo amoroso da professora com um taxista. No meio da conversa a aluna faz referência a uma frase icônica da telenovela “voltea pa’ que te enamores” e, a professora não a entende pois não acompanha novelas, então, Ligia Elena comenta que ela deve ser a única mulher venezuelana que não assiste telenovelas.

Em resumo, podemos então, constatar a caracterização de duas sociedades latino-americanas de formas diferentes. Em um estilo (o brasileiro) a imagem como tal é o veículo de comunicação, é extremamente visual, os cenários e vestuários são a forma de expressão. Está baseado na memória que desperta a emoção do telespectador, gerado pela associação visual.

Enquanto que no segundo caso, produção venezuelana, o recurso é produzido a partir de imagens induzidas pela oralidade. É concretizada por símbolos produzidos no discurso como um catalizador que possibilita oferecer essa representação levando a comoção do imaginário através da audição. Contudo, independentemente de qual seja o recurso sensorial usado, o caminho é o mesmo para causar o envolvimento do público com a autoidentificação para com a obra.

Inclusive, porque ainda que uma característica de recurso seja maiormente utilizada no estilo de um país, não significa que será sempre um recurso estático. Por exemplo, na citada produção brasileira, há um recurso de oralidade pela vilã Chayene, quem sempre faz menção a forma de falar coloquialmente no Piauí através da frase “como diz na terra de minha mãe...”, da mesma forma, na produção venezuelana, em um dos capítulos dois personagens, Remberto e Gumercinda, foram a um estádio de basebol assistir um jogo (sendo este o esporte nacional), demonstrando o recurso de reprodução cultural com recurso de imagem, não somente de símbolos imaginários.

Inicialmente pudemos traçar uma linha – ainda que rasa – sobre a ideia de identidade cultural apresentadas nesses produtos. E logo, estabelecer uma linha sobre a cultura que se entrelaça com a sociedade dentro das telenovelas como produções audiovisuais sob a premissa de dialogar com o público.

5.1. As produções brasileira e venezuelana: um recorte identitário e sociocultural

Este subcapítulo tem, para mim, não somente um grande valor sentimental, senão uma grande admiração pelo trabalho desenvolvido nas produções que continuarão a ser retratadas. A intenção é observar a relação entre a sociedade brasileira e venezuelana para com as suas produções televisivas no período da segunda década do século XXI, especificamente no ano de 2012.

Cabe antes apresentar um contexto histórico em que as duas novelas apareceram em seus respectivos países. Começando pela sociedade brasileira no ano de 2012, período em que se iniciava a segunda década do nosso século. Naquele contexto a sociedade brasileira estava atravessando um momento breve de estabilidade política e se desenvolvia como um país emergente. Porém, não podemos jamais esquecer que a instabilidade voltada as desigualdades sociais sempre estiveram extremamente presentes. Além disso, não há como ignorar fatores de instabilidade social.

Sobre esse assunto, e sob as considerações do sociólogo Jessé Souza, expostas em seu livro "A Tolice da Inteligência Brasileira", publicado em 2015, havia uma "mistificação" em torno do desenvolvimento brasileiro da época. Em suas palavras: "Há uma mistificação em curso que tenta construir a ideia de que estamos vivendo uma nova era de progresso social, quando, na verdade, continuamos a ser um país profundamente desigual e injusto". Essa máxima representa uma realidade muito recorrente que atravessou a história do Brasil, bem como outros autores o afirmaram e foram citados em capítulos anteriores.

Utilizando essa definição específica trazida por Souza, inicio uma introdução ao enredo principal da telenovela *Cheias de Charme*. Essa novela foi produzida pela Rede Globo em 2012 e apresentava a vida de três protagonistas: Maria do Rosário, Maria da Penha e Maria Aparecida. As três personagens representavam a vida cotidiana e laboral de empregadas domésticas. O cenário trabalhou com representação de duas camadas da sociedade: um lado de pessoas financeiramente mais carentes e o lado dos patrões, pessoas financeiramente muito abastardas. Esse é um dos pontos chave desse grande sucesso. O Brasil parava para acompanhar a história tão comum para grande parte da população e, esse recurso identitário e de denuncia possibilitou o êxito desta obra audiovisual.

Mas essa tolice da qual fala Jessé Souza, na sociedade brasileira que tende a fechar os olhos e acreditar em uma “era de progressão social”. Obviamente, muitos direitos foram conquistados sob muita luta e reivindicações. Contudo, a batalha não estava e não está encerrada. Precisamente nesse ano, foi aprovada no Brasil a PEC 66/2012 pelo Senado Federal. Nela abordam a ampliação dos direitos para as empregadas domésticas, correspondente a mesma profissão exercida pelas três protagonistas da novela *Cheias de Charme*.

As três personagens, também conhecidas como “empreguetes”, cumpriram um importantíssimo papel de colaboração com o senso crítico nas diversas denúncias realizadas ao longo da trama. Foram abordados temas como a humilhação às quais empregadas domésticas são submetidas e a luta de classes evidenciando a discrepância entre burgueses e classe operária.

Essa questão sobre a relação de poder e submissão por parte de patrões e empregadas domésticas foi abordado como denúncia em diversos capítulos. Dos mais marcantes, ocorrem no início da novela, onde a personagem Chayene maltrata Maria da Penha e inclusive joga um prato de sopa contra ela. Em outro capítulo, a mesma patroa maltrata Maria do Rosário. Essas cenas são de extrema relevância ao mostrar como muitas empregadas são tratadas, mas também leva a refletir sobre o que não pode haver na relação empregador/empregado.

Expor esse conteúdo para um público repleto de empregadas domésticas ajuda a conscientizar o que é inaceitável para elas. Além disso, o incumprimento das leis trabalhistas, a exploração da força de trabalho, o preconceito e a xenofobia dentre outros diversos focos de reflexão foram abordados nessa telenovela. Um dos temas que é sempre presente na sociedade brasileira é o racismo e a discriminação entre classes. Nesse aspecto, uma das cenas de *Cheias de Charme* denunciam preconceito de uma classe sobre a outra ocasionado pelo uso de elevador social versus elevador de serviço para funcionários.

“*Cheias de Charme*”, capítulo 60:

Maria da Penha: Vocês estão falando de elevador social por minha causa?

Branca: Pois eu acho um absurdo eu ter que usar o mesmo elevador que uma doméstica. Pronto, falei.

Maria da Penha: Mas eu não me incomodo de usar o mesmo elevador que a senhora não. Sabia? Quer dizer! Eu posso até me incomodar, mas eu não vou reclamar porque eu tenho educação.

[...]

Logo após o personagem Otto, um advogado influente chega à cena:

Otto: Penha? [...] O que é que está acontecendo aqui?

Maslova: Otto, meu genro, nada de grave. Foi só um mal entendido.

[...] Branca se apresenta à Otto.

Maria da Penha: Mal entendido um escambau, né doutor Otto. O que tá acontecendo aqui é o seguinte: essas duas aí não gostaram porque eu peguei o elevador social. Pode?!

Otto: Claro que não pode! Isso é crime previsto em lei.

Maslova: Otto, meu genro, não agrave mais ainda a situação. O que aconteceu foi...

Otto: Ela pode muito bem lhe processar, se quiser. Aliás, Penha, se você quiser, os meus advogados estão a sua disposição.

Maria da Penha: Ah, doutor Otto, obrigada, mas o meu irmão, o Elano é advogado. Inclusive ele já até ganhou uma causa contra uma patroa abusiva.

O valor lúdico e didático desse tipo de cena é apresentado diversas vezes no decorrer dessa telenovela e em diversos momentos e situações diferentes a qual uma injúria ou discriminação ocorre. Mas, sempre, com algum personagem que em vez de abaixar a cabeça mediante o abuso, fala contra e demonstra que não devemos ser uma sociedade passiva ou que consente o abuso e discriminação. Sendo assim, esse enredo cumpre uma função social imensamente relevante que possibilita levar ao debate do tema entre as diversas camadas sociais, além de conversar com outras empregadas domésticas que acompanharam a novela. O que para muitas, serve como material didático para demonstrar o que é ou não permitido segundo a lei e os direitos humanos.

Agora, sobre o segundo país abordado e seguindo a linha descritiva deste subcapítulo, devemos considerar que na sociedade venezuelana em 2012, há a caracterização de um período muito complexo e conturbado para a sociedade. O presidente Hugo Chávez vinha passando por uma degradação em sua saúde, a instabilidade política era enorme e tinham aproximação do período eleitoral. A crise e escassez de diversos produtos já começava a ser intensificada e o cenário político estava bastante polarizado.

Esse campo político não era, porém, o único problema enfrentado pela sociedade venezuelana. Trazendo à baila um relatório do Programa das Nações Unidas para o

Desenvolvimento (PNUD, 2013), traz a relação de problemas familiares relacionados a ausência, principalmente o desafio familiar vinculado a imigração fragmentada de membros da família. Há um artigo sob a intitulação: "*El padre: ¿La figura ausente en América Latina?*" (O pai: a figura ausente na América Latina?), publicado em (2022): "a família venezuelana enfrenta desafios significativos, incluindo a pobreza, o desemprego, a violência e a migração, que afetam sua estabilidade e coesão".

Naquele ano, uma das produções televisivas de maior sucesso foi a telenovela *¡Válgame Dios!*, produzida pela emissora Venevisión, a qual não houve nenhum foco de crítica partidária política, denúncia de corrupção e afins. O enredo dessa novela foi voltado para um aspecto social de nível crítico: o resultado negativo da ausência paterna na vida dos dois protagonistas Yamilet e Ignacio. Essa produção retratou uma ampla reflexão sobre a problemática na desestruturação familiar, e, esse é um problema tão presente na sociedade venezuelana que foi descrita por vários jornais do país como por exemplo El Nacional (jornal no qual há mais de uma matéria que o comenta), Diario 2001 e a Revista de los Andes.

Inclusive, segundo uma compreensão a partir do informe do ano seguinte ao mesmo documento anterior, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Humano (PNUD, 2013) podemos concluir que, o fenômeno da ausência paterna é um dos principais problemas enfrentados pelas famílias venezuelanas. A falta da figura paterna presente pode ter um impacto negativo no desenvolvimento emocional e psicológico das crianças e jovens, podendo levar à perda de valores e princípios que são transmitidos no seio familiar. Além disso, essa ausência pode gerar dificuldades econômicas e emocionais para as mães e demais familiares que assumem papéis adicionais na criação e sustento do lar por meio de desvio de função parental.

Da mesma forma que este tema é relevante e ponderado na produção venezuelana como uma forma de denúncia social e ferramenta de reflexão sobre o assunto, podemos retomar a ideia levantada por Cabrujas (2002)³⁵ sobre um ponto de encontro entre as sociedades latino-americanas. A ausência paterna não é um problema isolado que ocorre exclusivamente na Venezuela, mas,

³⁵ Livro "*Y Latinoamérica inventó la telenovela*", um livro póstumo de 2002, visto que Cabrujas faleceu em 1995.

também no Brasil e no restante da região. Assim como Cabrujas, Souza também comenta esse ponto de contato entre nossas vivências sociais:

Desde a publicação do livro *A modernização seletiva*, defendi a tese de que a interpretação da realidade social brasileira que se tornou dominante no século XX – certamente generalizável a diversas sociedades latino-americanas – envolve, na verdade, a articulação das noções de personalismo/patrimonialismo de modo a justificar uma suposta singularidade cultural e social pré-moderna entre nós. Essa “pré-modernidade” é o núcleo, nunca explicitado [...]. (Souza, 2015, p. 7).

Souza traz uma perspectiva de relação ao social e definição de realidade social. Isto é, uma forma de reafirmação para as problemáticas na noção da singularidade cultural entre nós. Ou seja, se o expandimos para o âmbito da latinidade podemos dizer que a questão social é certamente generalizável entre as multifaces do povo latino-americano. Assim, as problemáticas como fatores de desigualdades e questões políticas, dentre outros tipos de expressões e questões que nos envolvem também têm muito a ver umas com as outras. Com a ressalva de aspectos individuais de cada sociedade, de cada situação envolvida, advinda também do entorno.

Precisamente por isto, a escolha dessas duas telenovelas, pois contemplam bem a proposta deste trabalho. Ambas são produções televisivas do mesmo ano, 2012. Além do mais, em determinados momentos as duas produções e sociedades representadas poderiam conversar entre si sobre os problemas sociais abordados. Por exemplo, o tema “ausência paterna”, em que tanto *¡Válgame Dios!* quanto *Cheias de Charme* trazem mais de uma cena na qual essa questão social é abordada, ainda que em dois ângulos diferentes. Para compreendermos melhor, vamos reproduzir a transcrição de uma cena exibida nessa telenovela venezuelana.

“*¡Válgame Dios!*” - Capítulo 126 (11:00 a 11:26):

(Ignacio acompanha o padre Efraín até sua casa e conversam na sala).

Ignacio: Bueno, y usted nos dirá pecadores porque usted sabe que somos hijos del mismo sin vergüenza.

Padre Efraín: Que buena broma con los irresponsables. Ese es el peor problema que tiene este país, lo que generan es dolor. ¿Tú sabes cuántos

delinquentes salen de esos hogares humildes? ¿Tú sabes la causa? La falta de la presencia paterna.

Ignacio: Así es, así es.³⁶

Nesse capítulo 126, o padre Efraín conversa com Ignacio sobre o fato dele e Yamilet estarem apaixonados mesmo sendo meios-irmãos. O fato é que ambos não tinham consciência da relação consanguínea quando se apaixonaram. Essa mulher amada é fruto de um romance extraconjugal que o pai de ambos teve em sua juventude e ele não a assumiu como filha. Então, nesse diálogo observamos a reflexão dos personagens sobre as consequências negativas que podem haver no desenvolvimento emocional e social de uma criança ou adolescente ao crescer sem um bom e saudável exemplo paterno.

Agora, para complementar o diálogo entre sociedades, vejamos uma transcrição de uma cena da produção brasileira, na qual o assunto é o mesmo: a ausência paterna. Porém, a perspectiva difere. Observaremos o fragmento:

“*Cheias de Charme*” - Capítulo 74 (03:06 a 03:58):

(Elano revela a Otto a verdadeira índole de seu filho, Conrado).

Elano: O Conrado tentou comprar meu silêncio.

Otto: O seu pai deve ter muito orgulho de você, não é?

Elano: Eu nem conheço o meu pai, nem sei quem ele é direito.

Otto: Eu sempre acreditei na educação, no exemplo. Que mostrar aos filhos, aos jovens, que uma vida descente compensa. Será que eu estava enganado esse tempo todo? Será que ao contrário do que eu pensava existe índole? Será que as pessoas nascem boas ou más e não se pode fazer nada?

Será que alguém... Olha, me desculpe Elano, mas alguém que não tem pai

³⁶ Ignacio: Bom, o senhor nos chamará de pecadores, porque o senhor sabe que somos filho do mesmo sem vergonha. Padre Efraín: Que brincadeira de mal gosto dos dois irresponsáveis. Este é o pior problema que temos neste país, o que gera é só dor. Você sabe quantos delinquentes saem desses lares humildes? Você sabe a causa? A falta da presença paterna. Ignacio: É, pois é! (capítulo 126, tradução nossa).

pode ter um caráter melhor do que o outro cujo pai tentou ensinar a vida inteira a ser direito?

O contexto dessa cena exprime a decepção e a frustração de um pai que se esmerou em ser mais presente na vida do filho, contudo, esse filho teve uma postura de “delinquência” como foi descrito pelo padre no caso da produção venezuelana. O assunto de ambas as cenas é o mesmo, uma reflexão sobre os resultados de uma ausência paterna, não obstante, o contraste é forte devido ao resultado contrário à uma criação na qual a figura paterna é presente. A reflexão do padre Efraín destaca uma visão de que a ausência paterna gera delinquência, instabilidade emocional, falta de caráter e de princípios. Já na reflexão dessa novela brasileira, Otto se questiona se há uma índole de nascença, visto que ele tentou ser um pai presente para seu filho e ele, diferentemente de Elano, que sequer conheceu seu pai, demonstram um caráter diferente. Elano, mesmo tendo crescido em uma favela sem a figura paterna optou pela honestidade enquanto Conrado (filho do Otto) que teve todas as oportunidades e estabilidade financeira demonstrou um caráter desonesto e atitudes corruptas.

Outro caso de denuncia que podemos ver em ambas as telenovelas aqui abordadas, é ainda sobre a ausência paterna, contudo, voltada para o abandono da mulher grávida. No caso da telenovela venezuelana, a personagem Lígia Helena é mãe solteira e tem um filho ainda pequeno. Essa jovem é uma estudante de ensino médio que mora em uma zona periférica de Caracas e que só pode contar com o auxílio da mãe, pois o pai nunca se encarregou de suas funções, ao contrário, fugiu.

No caso da telenovela brasileira, também vemos uma personagem que é abandonada grávida pelo pai de seu filho. A questão aqui, também é estendida ao fator de que a personagem Brunessa, uma empregada doméstica que engravida, não sabe exatamente quem é o pai de seu filho. Ao contar que está grávida para o grafiteiro Rodinei, a atitude do rapaz é não acreditar que o filho seja seu, simplesmente vai embora do local. O mesmo ocorre com um dos patrões da casa em que trabalha. O homem em questão é Humberto, um advogado casado que traiu a esposa com a empregada, e tampouco quer assumir o filho extraconjugal. Além disso, a representação da

personagem Brunessa envolve a disseminação da imagem pejorativa de “perigete”, a mulher “fácil”, que não tem pudor e é hiper sexualizada.

Esse recorte, o fizemos com o intuito de refletir sobre aspectos sociais que geram problemas e dificuldades no desenvolvimento do povo. Com isto, podemos ver também que, as telenovelas são parte desse processo de reflexão de longo alcance massivo. Compartilhar crenças, pensamentos e ideologias a partir de cenas que relatam vivências corriqueiras na vida da população forma uma atividade didática para que sejam debatidos.

Por fim, como considerações gerais para esta investigação, assumimos algumas concepções sobre a relevância da telenovela como uma ferramenta de expansão de ideias, de senso crítico e reflexivo. Mas sobretudo, uma forma de se comunicar com o público e gerar neles uma comoção por meio do entretenimento. Também, como forma de interagir com seu alvo, oferece e/ou impõem tendências na moda e estilos de falar, como em bordões e frases que se tornam populares, formas de se vestir e de compreender o entorno e parte da realidade social. Ou seja, partilha formas de educar a sociedade com relação àquilo que é aceitável ou não perante a evolução social do meio. Assim, também podemos dizer que a telenovela se relaciona de forma direta movimentando o processo de crescimento crítico e cultural, sendo também, uma ferramenta de participação ativa na perpetuação da identidade e da cultura local por meio de legitimação, bem como na formação desses aspectos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observar as telenovelas como um produto social e cultural é extremamente complexo devido a sua amplitude e, principalmente, devido aos múltiplos contextos que as envolvem. Visto que essas produções possuem diversas características que mudam de sociedade para sociedade, não há formas de dizer que a telenovela é algo específico sob um consenso. Por isto, nesta pesquisa, optamos por uma observação teórica e histórica da origem da (tele)novela como forma de entender o processo de desenvolvimento dessas produções na América Latina. A partir desse conhecimento levantado, fazer uma verificação das características delas e como funciona seu relacionamento para com a sociedade, logo, averiguar essa relação por meio de uma análise contrastiva entre duas produções televisivas de dois países latinos: Brasil e Venezuela.

Podemos observar, tanto através do levantamento teórico quanto pelas análises das telenovelas, que há uma relação extremamente próxima entre essas produções e a sociedade. Assim, vemos que é produto flexível e de comunicação constante com seu público. Por isso, mediante as perguntas propostas para nossos objetivos, julgamos coerente dizer que há uma relevância social, crítica e de entretenimento que torna as telenovelas uma ferramenta de múltiplas funções. Essas diversas possibilidades fazem com que as telenovelas sejam tão queridas no continente, pois desempenham diversas funções como o puro entretenimento, mas também um processo de identificação social por meio da representação identitária. Além disso, trabalha com o compartilhamento de crenças, ideologias, críticas e reflexões do entorno, usando o entretenimento como meio de ponderações, lançamento de tendências e, em maiores efeitos, desempenhando a catarse.

Por fim, ainda que grande parte das nossas perguntas tenham sido, direta ou indiretamente respondidas, as telenovelas formam um processo de retroalimentação social constante em suas relações com seu meio. Assim, este trabalho não poderá ser finalizado de forma fixa, pois, cada acontecimento na sociedade latina pode se tornar em um gerador de conteúdo, bem como as telenovelas são uma ferramenta flexível, podem sofrer alterações e adaptações com o desenvolvimento e evolução social e tecnológico. Desta forma, contemplamos um parêntesis que pode e deve ser completado sempre que algo novo surgir. Dentro deste trabalho o que fica inegável

é a relevância dessas produções na sociedade latina em suas diversas camadas, funcionalidades e possibilidades.

Assim, concluímos que a relevância das telenovelas, a partir do vislumbre desta investigação, está na relação que se estabelece entre: produto e seu meio, produto e o público e, produto e produtor. Ou seja, as dimensões das camadas sociais representadas e a didática no compartilhamento de crenças e propagação das formas de vida em contrastes, juntamente à mescla da função entretenimento e humor são partes dos recursos finais na concretização das telenovelas. Isto é, a relevância e efeitos positivos e negativos desses produtos socioculturais da América Latina nas sociedades brasileira e venezuelana.

REFÊRENCIAS

Agência Brasileira EBC - Brasília. **TV Brasil avança e já é a 5ª emissora mais assistida do país.** Brasília-DF, 2022. Acessado: 15/07/2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-01/tv-brasil-avanca-e-ja-e-5a-emissora-mais-assistida-do-pais>

AZORÍN, Laura Soler. **Teoría y evolución de la telenovela latinoamericana.** Espanha: Alicante, 2015.

BORELLI, Mauro. **A telenovela: entre a literatura e a televisão.** Annablume Editora, 2008.

BRITO, Daniela. El padre: ¿La figura ausente en América Latina? Mundour, Caracas, 2022. Disponível em: <https://mundour.com/2002/06/17/el-padre-la-figura-ausente-em-america-latina/> . Acessado: 11/03/2023.

CABEZAS, María del Carmen; GAY, Eugenia. **Lo popular en Jesús Martín-Barbero.** Revista Improntas, Universidad Nacional La Plata, 2021.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad.** México: Cidade do México, 1989.

DOUGLAS, Mary; WILDAVSKY, Aaron. **Risk and culture: an essay on the selection of technological and environmental dangers.** Berkeley: University of California, 1983.

DU GAY. **O Círculo da cultura.** 1997. Disponível em: https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-O-circulo-da-cultura-DU-GAY-1997_fig1_307648922 . Acessado: 20/01/2023 às 17h11.

DUSSEL, Enrique. **Ética da Libertação na Idade da Globalização e da Exclusão.** Ed. Paulus, 2000.

GALEANO, Eduardo. **As veias abertas da América Latina.** Ed. Paz e Terra, 2018.

GALVÃO, Marcelo. **A telenovela e a narrativa seriada: História da televisão brasileira (Vol. 3).** Editora UNESP, 2011.

GOMES, Márcia. **Telenovelas: papéis sociais, identidade cultural e socialização.** Congresso Anual em Ciência da Comunicação, INTERCOM At: Belo Horizonte, 2003.

GOMÉZ, Guillermo Orozco. **La Telenovela en México.**2006, México: Guadalajara.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 11. Ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, Stuart. **Signification, representation and ideology: Althusser and the poststructuralist debates, Critical Studies in Mass Communication,** 1985.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Raça e História.** Ed. Cosac Naify, 2015.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. **As telenovelas e o imaginário social latino-americano.** 2006.

MARIATEGUI, José Carlos. **Escena contemporánea.** Perú: Lima, 1988.

MASTRINI, GUILLERMO e BECERRA, Martín. **Concentración de los medios en América Latina: Tendencias de un nuevo siglo**. UNQ, Argentina, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Editora UFRJ, 1997.

MAZZIOTTI, Nora. **La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica**. Ed. La Mirada de Telemo, Peru, edição N.º 1, setembro de 2008. Acessado: 03/03/2023 às 16h. Disponível em: <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/20259/pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

PAZ, Octavio. **O labirinto da Solidão e Outros Ensaio**s. Ed. Paz e Terra, 1965.

PAZ, Octavio. **Os Filhos do Barro**. Ed. Siciliano, 1984.

Real Academia Española. «**novela rosa**». Diccionario de la lengua española (23.^a edición). Acessado: 02/03/2023 às 20h. Disponível em:

ROCÍO, Quispe-Agnoli. **La telenovela latinoamericana frente a la globalización: roles genéricos, estereotipos y mercado**. 2 ed. Repositorio PUPC, 2009.

RUEDA, Carlos. **Teledramaturgia: a arte da narrativa televisiva**. Summus Editorial, 2012.

SOUZA, Jessé. **A tolice da inteligência brasileira: ou como o país se deixa manipular pela elite**. São Paulo: LeYa, 2015.

MELO, José Marques. **Televisão brasileira: 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção.** Coedição UNESP, São Paulo, 2010.

TRAVA, Valentina. **¿Qué son las novelas por entregas?** 2016. Disponible en: <https://queleerlibros.com/que-son-las-novelas-por-entregas/>. Acessado: 22/01/2023 às 18h.

Wikipedia la enciclopedia libre. **Telenovela.** Acessado: 07/03 de 2023. Disponível em: <https://es.wikipedia.org/wiki/Telenovela>

WILLIAMS, Raymond. **Recursos da esperança.** 1. ed. Editora Uesp, 2015.

WILLIAMS, Raymond. **Palabras clave un vocabulario de la cultura y la sociedad.** editora Nueva Visión, 2003.

THOMAS, Kathryn Woodward. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** 3ª edição, Editora Vozes, 2009.

MONTAÑÉS, Mónica. **¡Válgame Dios!** Venevisión, Caracas – Venezuela, 2012.

MIGUEZ, Felipe; LINHARES, Ricardo et al. **Cheias de Charme.** Rede Globo, Brasil, 2012.