

Conselho editorial

Lilia Moritz Schwarcz — *presidente do conselho e organizadora de volume*
Fernando A. Novais — *coordenador da coleção*
Laura de Mello e Souza — *organizadora de volume*
Nicolau Sevcenko — *organizador de volume*
Fernanda Carvalho — *consulora de iconografia*

HISTÓRIA
DA VIDA PRIVADA
NO BRASIL

4

*Contrastes da
intimidade contemporânea*

Coordenador-geral da coleção:
FERNANDO A. NOVAIS

Organizadora do volume:
LILIA MORITZ SCHWARCZ

2^a reimpressão

SBD-FFLCH-USP

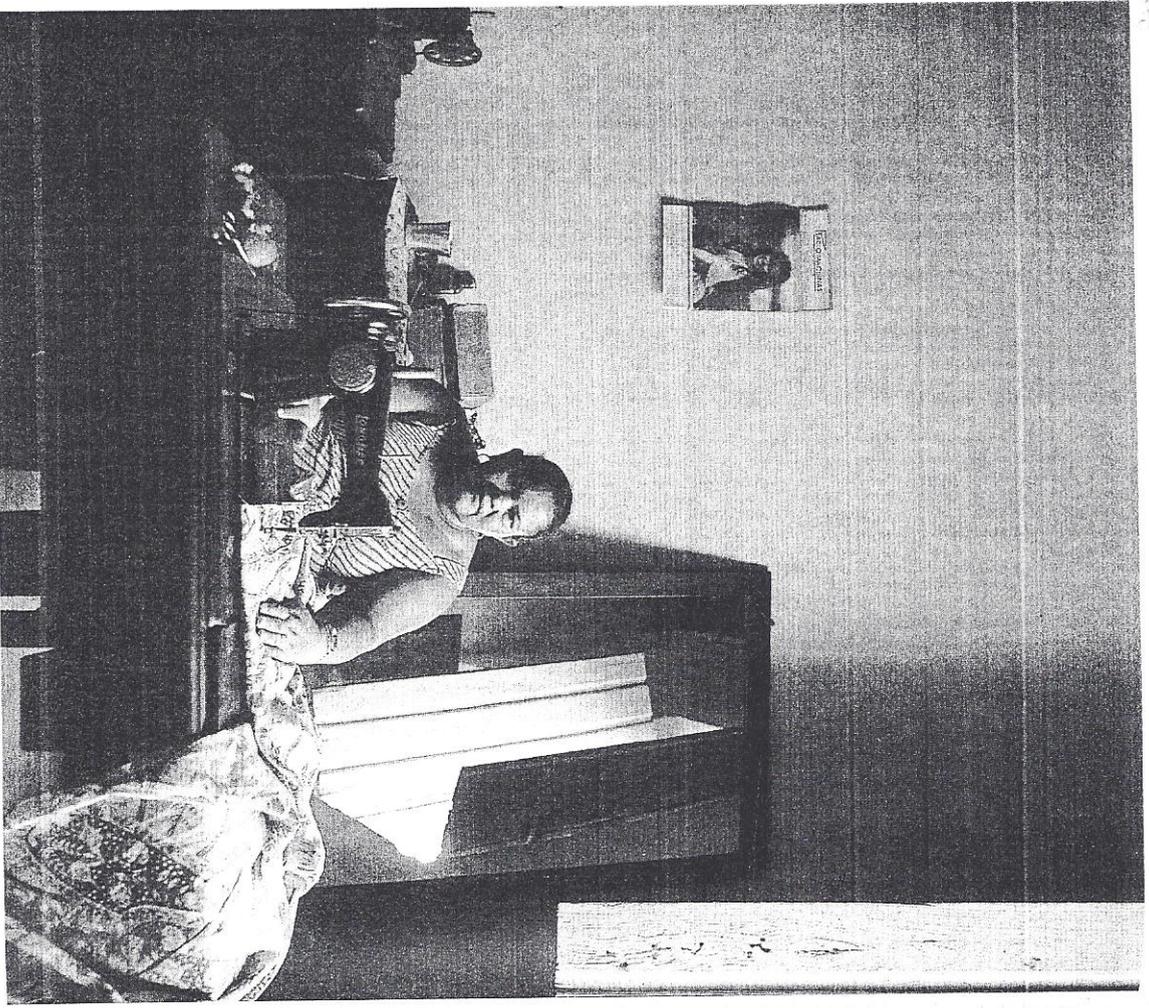
267527



Apoio cultural:

 **WHITE MARTINS**
PRAXAIR INC


COMPANHIA DAS LETRAS



1. (Sem título, Cristiano Mascuro)

DILUINDO FRONTEIRAS:
A TELEVISÃO E AS NOVELAS
NO COTIDIANO

Esther Hamburger

Não acredito em novela realista. O que gosto é de fantasia, quanto mais delirante melhor. Gosto do gênero do velho folhetim. Se eu pudesse todas as novelas seriam Conde de Montecristo, Memórias de Médico, A Morta Virgem, etc. Inclusive o nosso mau gosto também é filho de Deus e é preciso que ele tenha a sua colher de chá.

Nelson Rodrigues, *Opinião*, 28/8-3/9/73

A penetração intensa da televisão no Brasil está inscrita na paisagem urbana e rural, nas páginas de revista, na profusão de aparelhos nos interiores das casas, nas mansões de alto luxo, nos barracos das favelas das cidades grandes, nas casas modestas e nas praças públicas de cidades pequenas. Os recortes nas vendas de televisores se explicam pela presença de diversos aparelhos por domicílio, cuidadosamente dispostos em vários cômodos das residências, às vezes em meio a altares domésticos. As inúmeras antenas parabólicas, com seus imensos discos redondos voltados para o céu, instaladas em muitos telhados de residências em favelas como a Rocinha, no Rio de Janeiro, em distantes sítios nas zonas rurais, em vilarejos da selva amazônica, no alto dos edifícios urbanos, são emblemáticas, quase falam por si só. Esse aparato tecnológico dissemina por todo o território nacional imagens acuradas emitidas por uma variedade de canais, eliminando nesse contexto algumas barreiras sociais e geográficas.

A presença maciça da televisão em um país situado na periferia do mundo ocidental poderia ser descrita como mais



1. A televisão bem no centro da sala faz parte de um altar doméstico. Favela de Heliópolis, São Paulo. (Juca Martins/Pulsar)

um paradoxo de uma nação que ao longo de sua história foi representada reiteradamente como uma sociedade de contrastes, riqueza e pobreza, modernidade e arcaísmo, sul e norte, litoral e interior etc. E, de fato, a televisão está implicada na reprodução de representações que perpetuam diversos matizes de desigualdade e discriminação.¹ A super-representação de brancos em relação a negros e mulatos consiste em um exemplo gritante da maneira como, por omissão, os mais diversos programas televisivos contribuíram para a reprodução da discriminação racial.²

O meio televisivo, porém, deriva sua penetração intensa na sociedade brasileira de uma capacidade peculiar de acenar exatamente o contrário. A tv capta, expressa e constantemente atualiza representações de uma comunidade nacional imaginária.³ Longe de prover interpretações consensuais, ela fornece um repertório comum por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexo e regiões diferentes se posicionam, se situam umas em relação às outras. Ao tornar um

repertório comum acessível a cidadãos os mais diversos, a TV sinaliza a possibilidade, ainda que sempre adiada, da integração plena. Ela como que alimenta cotidianamente uma disputa simbólica, uma corrida pelo domínio das informações necessárias, um jogo de inclusão e exclusão social.⁴

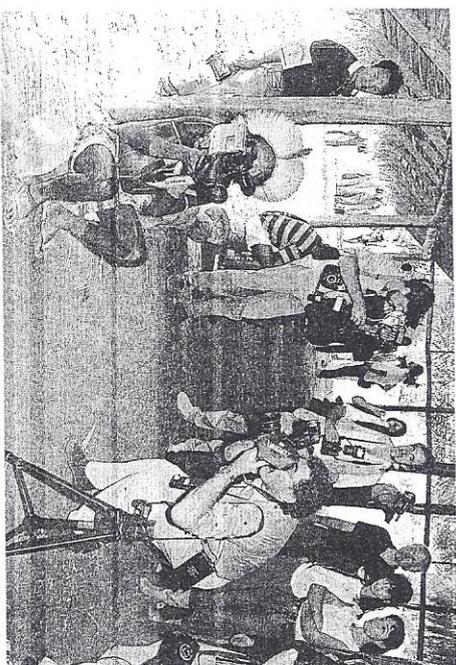
A televisão oferece a difusão de informações acessíveis a todos sem distinção de pertencimento social, classe social ou região geográfica. Ao fazê-lo, ela torna disponíveis repertórios anteriormente da alçada privilegiada de certas instituições socializadoras tradicionais como a escola, a família, a Igreja, o partido político, a agência estatal.⁵ A televisão dissemina a propaganda e orienta o consumo que inspira a formação de identidades. Nesse sentido, a televisão, e a telenovela em particular, é emblemática do surgimento de um novo espaço público, no qual o controle da formação e dos repertórios disponíveis mudou de mãos, deixou de ser monopólio dos intelectuais, políticos e governantes titulares dos postos de comando nas diversas instituições estatais.⁶

Ironicamente esse espaço público surge sob a égide da vida privada. Não por coincidência, o programa de maior popularidade e lucratividade da televisão brasileira é a telenovela. Esses autênticos folhetins eletrônicos, produzidos inicialmente por indústrias norte-americanas de artigos de limpeza e higiene pessoal, como a Colgate-Palmolive e a Gessy Lever, tendo como público-alvo a mulher dona-de-casa, consumidora por excelência desses produtos, ao longo dos anos extrapolaram os limites estreitos e despreziosos do gênero e dominaram o horário nobre da televisão no Brasil. As novelas se mantêm fiéis à estrutura básica do melodrama, com sua narrativa fortemente calcada nas aventuras e desventuras amorosas de personagens movidos por oposições binárias como bem e mal, lealdade e traição, honestidade e desonestidade.⁷ Situam suas tramas em um Brasil contemporâneo construído de acordo com certas convenções de representação geradas no eixo Rio de Janeiro—São Paulo, onde se concentra a indústria televisiva, e tendo o público das grandes cidades brasileiras como alvo. As novelas difundem, por todo o país, o que os emissores imaginam como o universo glamoroso das classes médias urbanas, com suas inquietações subjetivas, sua ânsia de modernização, sua identidade construída em torno de uma atualidade sempre renovada e exibi-

da por meio do consumo de últimos lançamentos eletrônicos, de decoração e vestuário. Nesse mundo da ficção, a desigualdade social se resolve em geral pela ascensão social, muitas vezes via casamento.

A moda, a gíria e a música que cada novela lança transmitem uma certa noção do que é ser contemporâneo. Personagens usam telefones sem fio, celulares, faxes, computadores, trens, helicópteros, aviões, meios de comunicação e de transporte que atualizam de modo recorrente os padrões do que significa ser moderno. Os modelos de homem e mulher, de namoro e casamento, de organização familiar, divulgados pela novela e sucessivamente atualizados, amplifgam para todo o território nacional as angústias privatizadas das famílias de classe média urbana do Rio de Janeiro e de São Paulo. A novela estabelece padrões com os quais os telespectadores não necessariamente concordam mas que servem como referência legítima para que eles se posicionem. A novela dá visibilidade a certos assuntos, comportamentos, produtos e não a outros; ela define uma certa pauta que regula as interseções entre a vida pública e a vida privada.

A partir do início da década de 70 e por cerca de vinte anos, as novelas transmitidas pela Rede Globo demonstraram alto potencial lucrativo. Elas atingiram um público diversificado, em média de 40% a 60% dos domicílios com televisão, composto de homens e mulheres de todas as classes sociais e



2. Os índios utilizam o vídeo para elaborar suas próprias comunidades imaginárias. O índio que manipula a câmara é atração para a mídia ocidental. (Ricardo Azouvy/Pulsar)

recantos do país, feito raro para um programa de televisão comercial.⁸ Nos anos 90, a diversificação do mercado com a introdução da tv a cabo, a difusão de aparelhos de vídeo e o aumento da concorrência entre as emissoras de sinal aberto leva a uma queda dos índices de audiência das novelas. É sabido que entre 1990 e 1993 a audiência das novelas do horário das sete e das oito da Rede Globo caiu aproximadamente onze pontos.⁹ Entre 1989 e 1997, a média anual de audiência da novela das sete em São Paulo decresceu de 60% para 35%.¹⁰ Durante seu período áureo, as novelas se estruturaram em torno de determinadas convenções formais, que de alguma maneira compunham uma matriz capaz de sintetizar a formação social brasileira em seu movimento “modernizante”. Com a diversificação da estrutura da televisão e com as modificações sociais e políticas em curso na década de 90, essa força de síntese do gênero se diluiu em novas representações que questionam as representações modernizantes anteriores.

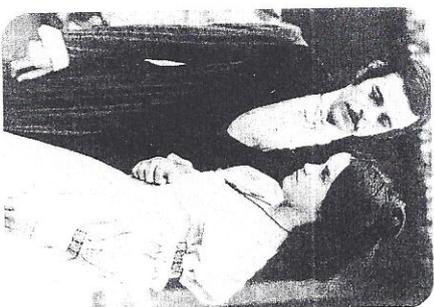
A CONSOLIDAÇÃO DE UMA INDÚSTRIA TELEVISIVA DE PROPORÇÕES NACIONAIS

Em 1950, Assis Chateaubriand, proprietário dos Diários Associados, inaugurou a primeira emissora de televisão no Brasil, a Tupi de São Paulo.¹¹ No início a emissora pioneira contou com a assessoria de técnicos americanos da rca Victor e com profissionais oriundos da rede do rádio. A Tupi logo expande seu raio de alcance criando as Emissoras Associadas com afiliadas em outras capitais. Em 1955 a rede já possuía estações no Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Campina Grande, Fortaleza, São Luís, Belém, Goiânia e Belo Horizonte. Nos primeiros vinte anos de história, a rede de Chateaubriand liderou o mercado de televisão, porém enfrentou a concorrência de outras emissoras praticamente desde o início da empreitada. Em 1952 surge a TV Paulista, em 1953 a Record, em 1954 a TV Rio, em 1956 a TV Itacolomi de Belo Horizonte, em 1958 a TV Cultura de São Paulo (também pertencente às Associadas). Mas, apesar da proliferação inicial de emissoras na região sudeste, é somente a partir dos anos 70 que a indústria de comunicação eletrônica se consolida, e, seja por sua forte presença no cotidiano

dos telespectadores, seja por suas peculiaridades no cenário internacional, a televisão brasileira vem merecendo a atenção de estudos brasileiros e estrangeiros.¹²

Entre as oito nações que concentram três quartos da audiência de televisão mundial, o Brasil é o único país que não pertence ao hemisfério norte; os outros países citados são Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Japão, Austrália, Alemanha e França.¹³ O Brasil é o quarto país em número de aparelhos televisivos — eletrodoméstico que nos anos 90 lidera a lista dos mais vendidos —, ficando atrás somente dos Estados Unidos, Japão e Reino Unido.¹⁴ A importância dos investimentos publicitários na televisão quando comparada à dos feitos em outros meios de comunicação, como o rádio e o jornal, também é maior no Brasil que em outros países.¹⁵ A televisão brasileira é citada ainda pela baixa porcentagem de programação importada exibida em horário nobre. Em 1983 apenas 23% da programação exibida era importada, época em que somente Estados Unidos, França, Itália e Inglaterra apresentavam índices tão baixos. Em 1991 essa proporção era de 19%.¹⁶ Em seu livro sobre *Dallas*, Ien Ang menciona o Brasil e o Japão como os únicos dois países onde o seriado norte-americano não foi um sucesso absoluto.¹⁷ A televisão brasileira invertiu a direção dos circuitos internacionais de mídia exportando novelas para países em todos os continentes, a começar, em 1975, por Portugal, a ex-Metrópole. A Rede Globo é apontada como um dos poucos conglomerados de comunicações que estariam a ameaçar a heterogeneidade cultural e a autodeterminação dos povos.¹⁸

Guardadas as transformações técnicas ocorridas, as diferenças entre os primeiros vinte anos de história da televisão, dominados pela Tupi, e os vinte anos seguintes, dominados pela Rede Globo, se expressam de maneira sintética nos logotipos — marcas que procuram vender a imagem escolhida pelas empresas — das duas emissoras-líderes. Apesar de sua intensa militância antinacionalista, o que, à época, o situava ao lado dos setores do espectro político considerados mais conservadores, e que se reuniram em torno do golpe militar de 1964, Chateaubriand adotou o desenho de um índio de olhos ocidentalizados e antenas televisivas, em vez de penas, no cocar, para simbolizar uma rede cujo nome remeteria ao idioma dominante entre os índios, habitantes nativos



3. A novela *A Escrava Isaura*, adaptada do romance do século XIX de autoria de Bernardo Guimarães, e estrelada por Lucélia Santos e Rubens de Fátima, foi exportada para mais de cem países. (Agência Estado)

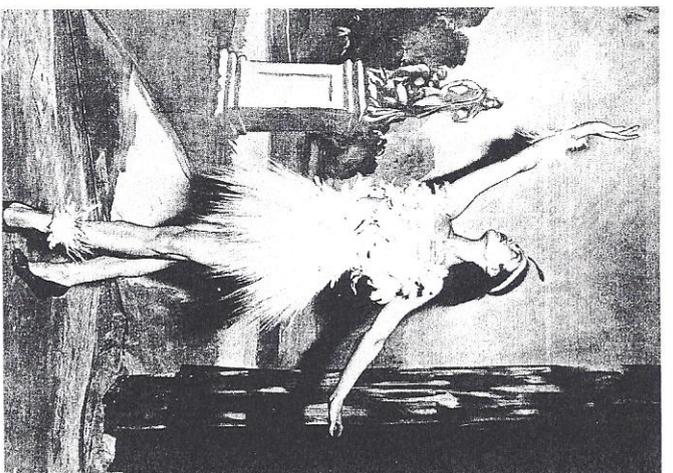
Em 2 de junho de 1939 ocorreu a primeira demonstração de televisão no Brasil. Realizada na Feira de Amostras que ocorreu no Rio de Janeiro, a exibição contou com a participação de cantores de rádio e aparelhagem trazida da Alemanha. Onze anos após a demonstração inaugural, foi ao ar a primeira imagem de emissora de televisão brasileira. Na TV Tupi de São Paulo, a 4 de julho de 1950, a apresentação do cantor e ex-ator mexicano José de Guadalupe Mojica foi acompanhada pelo público, que se juntou no saguão do edifício dos Diários Associados e em outros pontos distribuídos pela cidade. Finalmente, a 18 de setembro do mesmo ano, a TV Tupi transmitia o seu primeiro programa: Show na Tabca. Estava no ar a primeira estação de televisão da América do Sul, a PRF-3 TV Tupi-Difusora de São Paulo.



4. Apresentação de Frei Mojica. (Arquivo Iconographia)



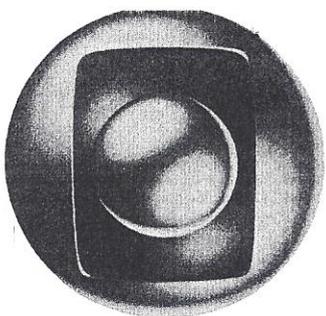
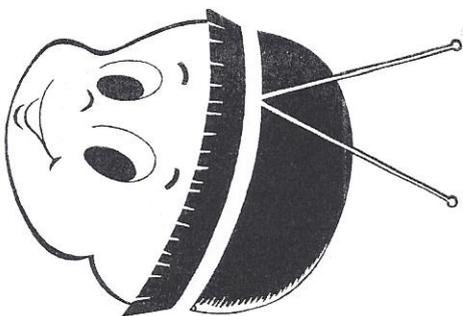
5. Cantores de rádio se apresentam na primeira demonstração da televisão no Brasil. (Arquivo Nacional)



6. Lia Marques se apresenta em Show na Tabca, primeiro programa da televisão brasileira. (Arquivo Iconographia)



7. Público assiste à primeira transmissão da TV Tupi, 4/7/50. (Arquivo Iconographia)



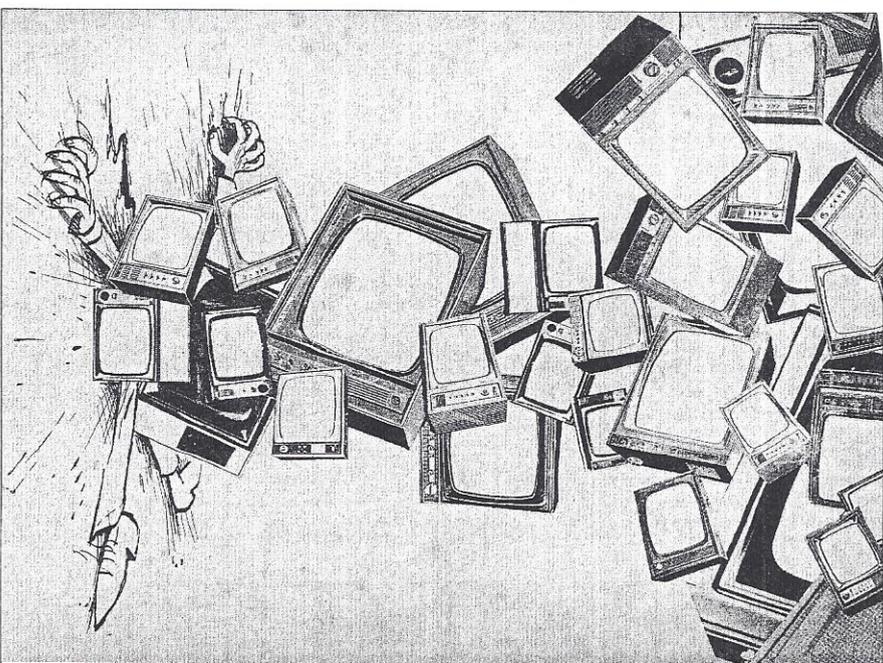
3. 9. Entre o índio tropical da Tupi
e o espetáculo da tecnologia
da Globo. (Arquivo Iconographia/
Divulgação Rede Globo)

do território brasileiro. As antenas no cocar desse índio de feições ocidentais indicam que a nova tecnologia é bem-vinda. O aborígene estilizado expressa uma fascinação recorrente de quem está preparado para sintonizar e dominar o universo aparentemente inesgotável das novas invenções e informações, sem medo de ser engolido. Havia diversas versões do indiozinho: numa delas ele dizia boa-noite e anunciava o fim das transmissões daquele dia; em outras, apresentava desenhos infantis, filmes para adultos etc.

Para além das diferenças devidas às tecnologias disponíveis em dois momentos históricos diferentes, o desenho do indiozinho feito à mão livre por Mário Foracchi contrasta com o globo virtual de Hans Donner, cujo movimento é seguido pelo toque sonoro do plim-plim eletrônico. Enquanto o logotipo da Tupi indica a apropriação de uma tecnologia exógena, a vinheta da Globo se posiciona entre iguais: manifesta a intenção de quem está perfeitamente atualizado e apto, não só para receber imagens com autonomia, mas para emitir imagens para o mundo. O cartaz desenhado à mão se contrapõe aos tons metálicos da vinheta high-tech. Ambos os logotipos, porém, expressam com força uma disposição positiva para com a modernidade que o meio televisivo “antena”. O índio o faz chamando a atenção para a peculiaridade local. O plim-plim sugere a inclinação a dominar as regras da globalização.

Com uma audiência estimada em 98,7 milhões de telespectadores, em 1991 a TV atingia 71% dos domicílios brasileiros, emitindo sinais para 99% do território nacional, inclusive para regiões que na época ainda não tinham acesso à energia elétrica.¹⁹ Porém, durante seus primeiros vinte anos de história, a televisão era um veículo de alcance limitado em razão do baixo número de domicílios que possuíam um aparelho e da reduzida extensão do território nacional capaz de receber sinais de televisão, como se pode verificar no gráfico e nos mapas a seguir.

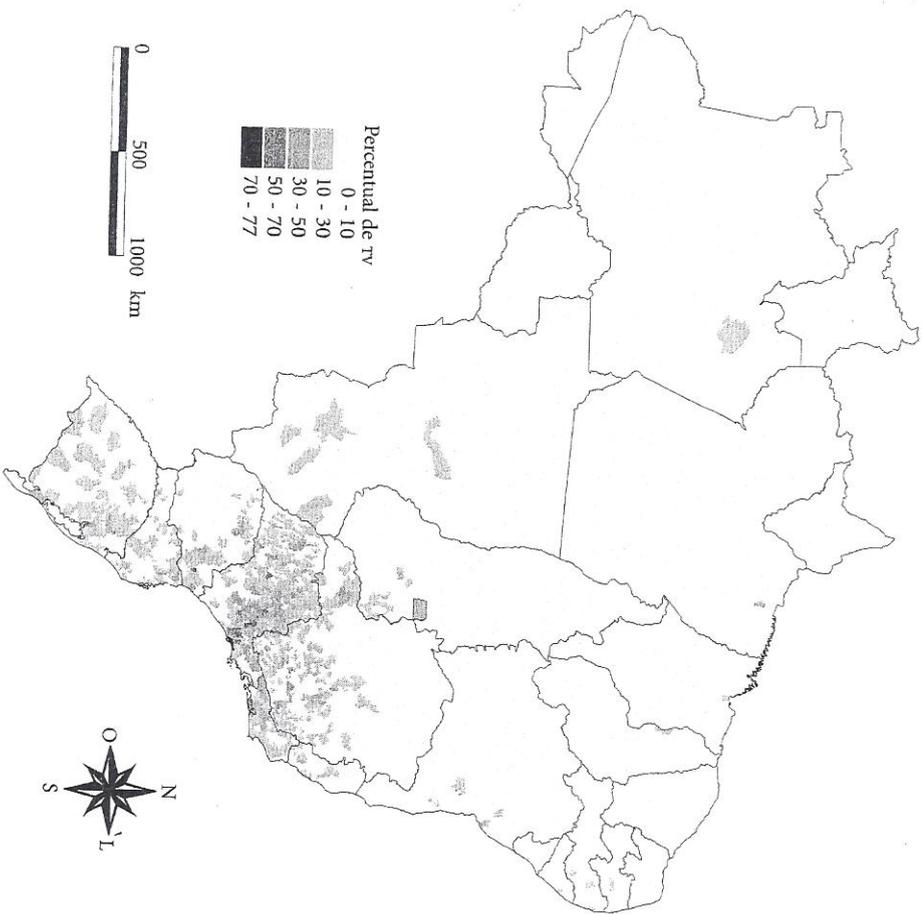
Em 1960, dez anos após a inauguração da primeira emissora de televisão, apenas em 4,61% dos domicílios brasileiros havia um televisor. A região sudeste liderava com 12,44% de domicílios com TV, porcentagem que nas outras regiões não chegava a 1%. Em 1970, vinte anos depois da inauguração da TV Tupi, somente 24,11% dos domicílios brasileiros contavam



10. O temor da influência da TV
na caricatura de Ziraldo.
(Almanaque do Ziraldo, Rio
de Janeiro, Edições O Pasquim,
1977)

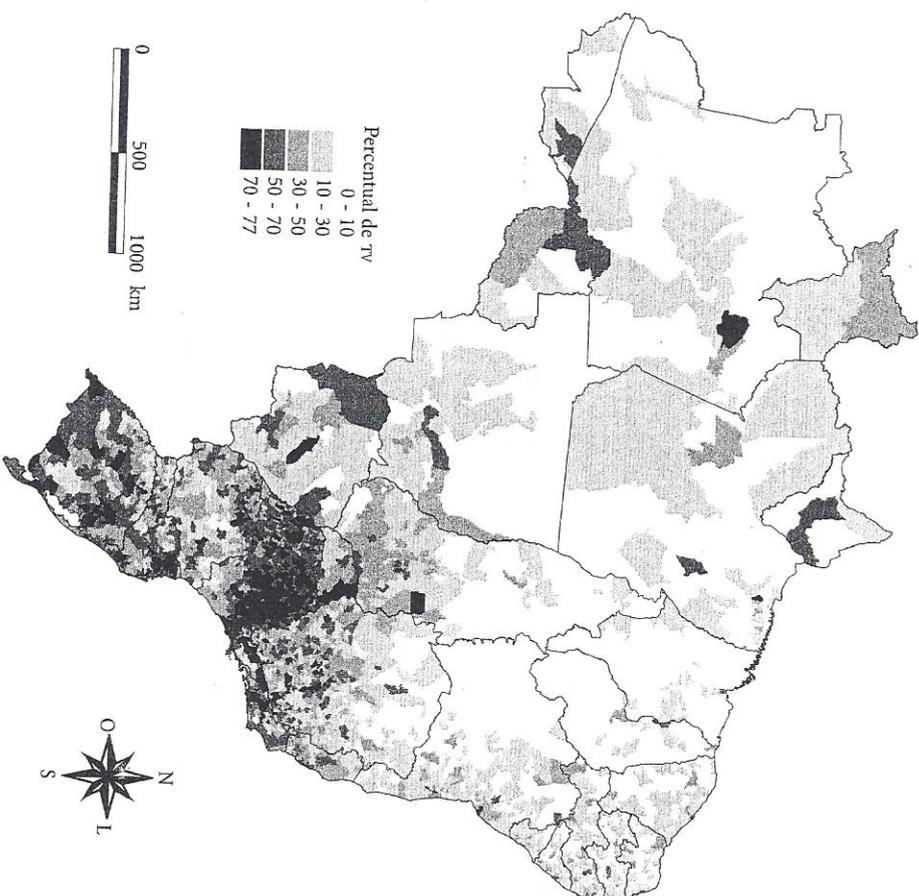
com ao menos um aparelho de televisão. Esses domicílios se concentravam no litoral e nas regiões sul e sudeste, como se pode ver no mapa da página 452. Mas mesmo no Sudeste, onde se encontrava a maior porcentagem de domicílios com TV, esse número não chegava à metade, ficando nos 40,64%. No Nordeste, onde se achava a menor proporção de domicílios com TV, tal porcentagem não passava de 6,28%. É interessante notar, acompanhando-se as modificações econômicas do período, que o número de domicílios com televisão na região centro-oeste cresceu rapidamente, ultrapassando a região nordeste (ver mapas das páginas 453 e 454). Como se pode verificar no gráfico da página 455, o crescimento do número de

*Porcentagem de domicílios com televisão por municípios
Brasil, 1970*



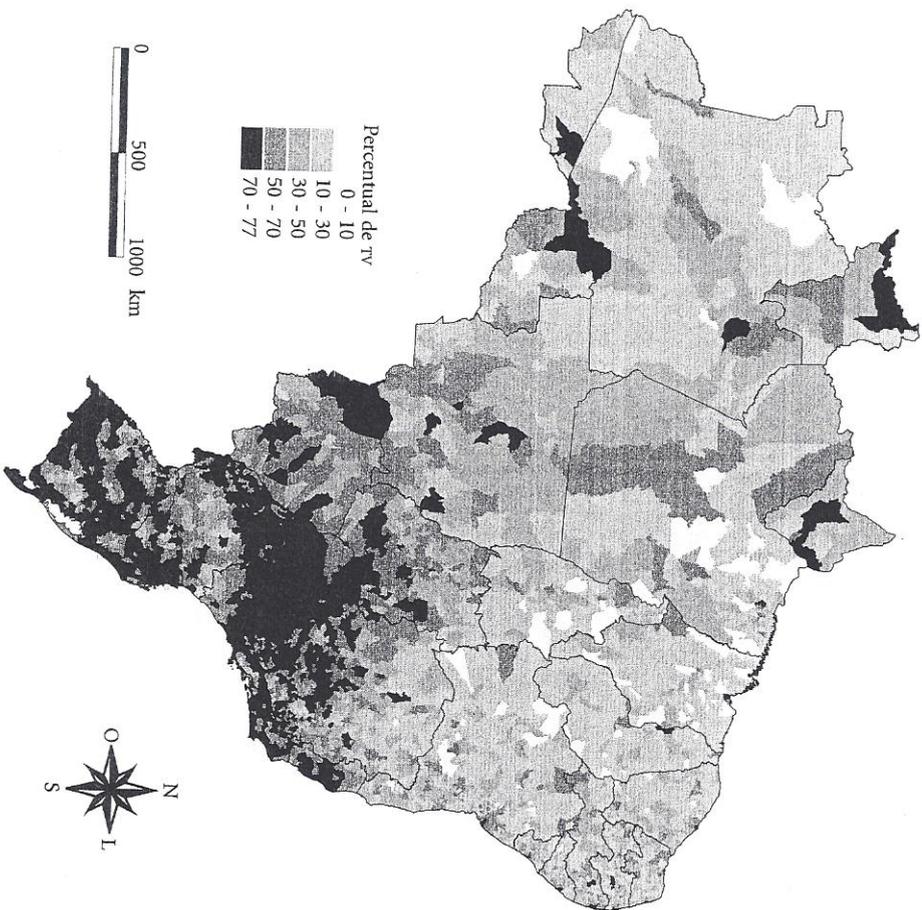
Fonte: Censo Demográfico de 1970 (IBGE) e Malha Municipal de 1970 (Population Research Center-Austin).
Produzido por: Suzana Cavenaghi e André Caetano, pesquisadores do projeto "The Social Impact of Television on Reproductive Behavior in Brazil" do Population Research Center da Universidade do Texas-Austin, sob a coordenação de Joseph E. Potter. Impresso com a permissão dos autores.

*Porcentagem de domicílios com televisão por municípios
Brasil, 1980*



Fonte: Censo Demográfico de 1980 (IBGE) e Malha Municipal de 1980 (Population Research Center-Austin).
Produzido por: Suzana Cavenaghi e André Caetano, pesquisadores do projeto "The Social Impact of Television on Reproductive Behavior in Brazil" do Population Research Center da Universidade do Texas-Austin, sob a coordenação de Joseph E. Potter. Impresso com a permissão dos autores.

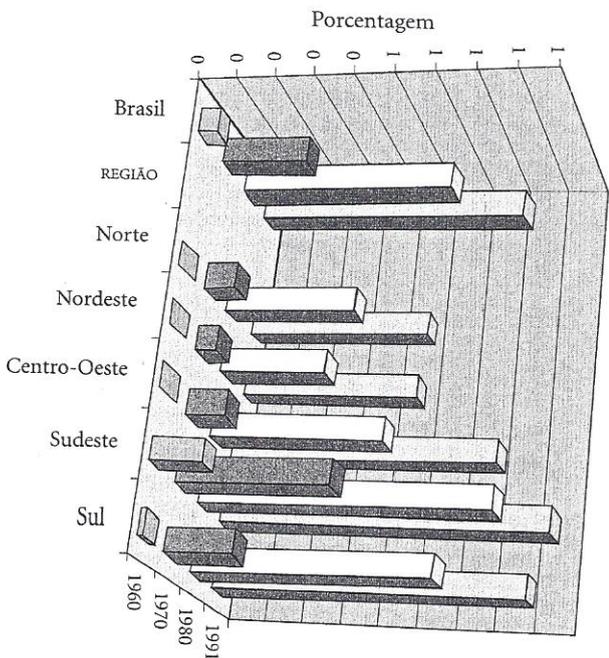
Porcentagem de domicílios com televisão por municípios Brasil, 1991



Fonte: Censo Demográfico de 1991 (IBGE) e Malha Municipal de 1991 (IBGE).
 Produzido por: Suzana Cavagnani e André Caetano, pesquisadores do projeto "The Social Impact of Television on Reproductive Behavior in Brazil" do Population Research Center da Universidade do Texas-Austin, sob a coordenação de Joseph E. Potter. Impresso com a permissão dos autores.

Proporção de Domicílios com Televisão

	1960	1970	1980	1991
BRASIL	4,6%	22,8%	56,1%	71,0%
Norte	0,00%	8,0%	33,9%	48,7%
Nordeste	0,26%	6,0%	28,1%	47,2%
Centro-Oeste	0,34%	10,5%	44,7%	69,7%
Sudeste	12,44%	38,4%	74,1%	84,4%
Sul	0,80%	17,3%	60,5%	79,7%



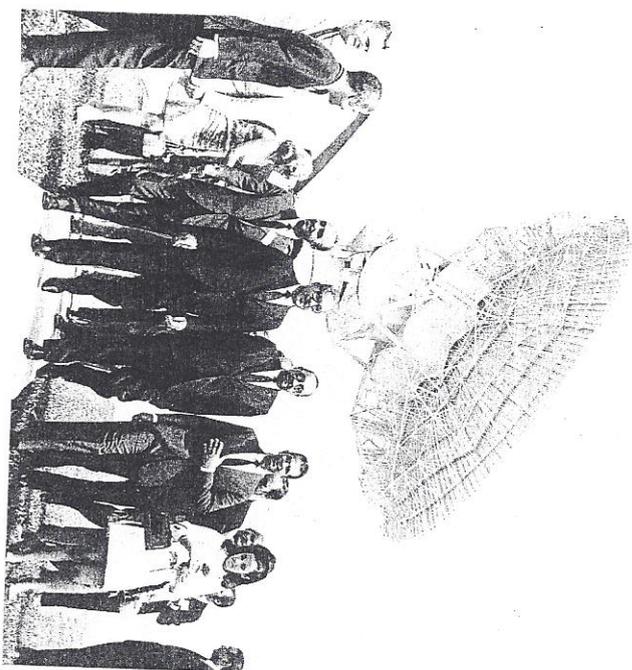
Fonte: Censo Demográfico de 1960, 1970, 1980 e 1991. Preparado com base nos dados levantados por Maria de Fátima Guedes (1960) e Suzana Cavagnani (1970, 1980 e 1991), pesquisadoras. Projeto "The Social Impact of Television on Reproductive Behavior in Brazil", coordenado por Joseph E. Potter, Universidade do Texas-Austin.

domicílios com TV nas regiões sul e sudeste deu um salto significativo durante a década de 70, porém nas outras regiões esse salto só ocorreu durante a década de 80, quando a Embraer permitiu que as redes emitem sinais abertos, capazes de ser captados diretamente do satélite por antenas parabólicas situadas em qualquer lugar do território nacional.²⁰

Ao longo desses quase cinquenta anos de história da TV no Brasil, o Estado, por intermédio dos diversos governos, influiu diretamente de diferentes maneiras nessa indústria. Deveu o poder de conceder e cancelar concessões de TV, mas nunca deixou de estimular as emissoras comerciais. Nas décadas de 50 e 60, o poder público contribuiu para o crescimento da televisão mediante empréstimos concedidos por bancos públicos a emissoras privadas. Durante o regime militar os investimentos aumentaram na forma de instalação de infra-estrutura e divulgação de anúncios publicitários.

Particularmente até o início dos anos 60 havia pouca regulamentação sobre televisão. Durante seu curto governo o presidente Jânio Quadros criou o Conselho Nacional de Telecomunicações, reguiu a duração dos comerciais e determinou que programas estrangeiros deveriam ser dublados e que as estações de televisão deveriam exibir um mínimo diário de filmes nacionais. Nos anos seguintes mais normas foram estabelecidas.

Mas é a partir de 1964, durante o regime militar, que a ingerência do Estado na indústria de televisão aumenta e muda de qualidade. As telecomunicações foram consideradas estratégicas na política de desenvolvimento e integração nacional do regime. Os militares investiram na infra-estrutura necessária à ampliação da abrangência da televisão e aumentaram seu poder de ingerência na programação por meio de novas regulamentações, forte censura e políticas culturais normativas. Em 1968 foi inaugurado um sistema de transmissão de microondas que estendeu o tráfego de ondas de televisão via terrestre para além dos estreitos limites anteriores. Logo depois o governo brasileiro passou a financiar a comunicação via satélite, centralizada na estação de Itaboraí. Em 1974 novas estações para a comunicação via satélite possibilitaram que sinais televisivos atingissem capitais da região norte como Manaus e Cuiabá. Em 1981 um acordo da Embraer com as redes Bandeirantes e Globo permitiu às emi-



11. O presidente Costa e Silva inaugura a estação de Itaboraí em fevereiro de 1969. (Arquivo Iconographia)

soras transmitir sinais abertos para todo o território nacional. Esses sinais podiam ser captados por qualquer antena parabólica, o que facilitava em muito o acesso a eles de regiões distantes de estações repletoras. A nova prática estimulou o surgimento de uma indústria de antenas parabólicas. A comunicação via satélite foi incrementada em 1985 e 1986, quando foram lançados, respectivamente, o primeiro e o segundo satélites brasileiros.

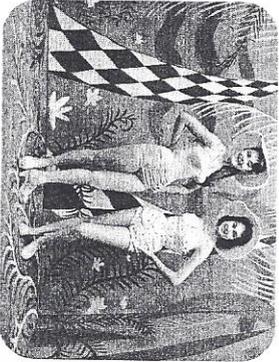
É sabido que a Rede Globo foi a maior beneficiária das novas políticas.²¹ A nova rede cresceu rapidamente, movida por uma combinação de diversos fatores, como relações amistosas com o regime, sintonia com o incremento do mercado de consumo, uma equipe de produção e administração preocupada em otimizar o marketing e a propaganda, um grupo de criadores de esquerda vindos do cinema e do teatro.

Tendo crescido em consonância com outros processos estruturais de mudança ocorridos no período e abordados em outros capítulos deste volume — a intensa migração do campo para as cidades, a industrialização e proletarianização do trabalho no campo, a medicalização da sociedade, o desen-

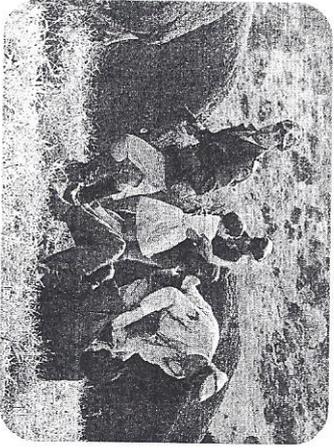
• A fase de pioneirismo da televisão brasileira foi caracterizada pela improvisação e precariedade. Artistas, diretores, autores, técnicos e produtores — oriundos em sua maioria do rádio e do teatro — procuravam uma linguagem apropriada ao novo veículo. Com programação e propaganda transmitidas ao vivo, as possibilidades de golpes eram grandes: cenários desabam, produtos anunciados pelas garotas-propagandas não funcionavam. Até o início dos anos 60, com a implantação do videotape, a criatividade foi fundamental para a superação dos inúmeros problemas. A formação de pessoal adaptado às particularidades do veículo, a chegada de novas tecnologias e a ampliação do mercado publicitário — a partir de meados dos anos 60 e mais intensamente na década seguinte — são marcas da etapa de "profissionalização" da televisão no Brasil.



12. Família Trapo, TV Record, 1965. Da esquerda para a direita: Renata Fronzi, Cidinha Campos, Ronald Gotinas, Orelho Zedoni e Ricardo Côrte-Real. Já Soares foi um dos autores, além de intérprete, do programa, exibido entre 1965 e 1969. (Arquivo Iconographia)



13. Garotas-propagandas da TV Tupi de São Paulo, 1959. (Arquivo Iconographia)



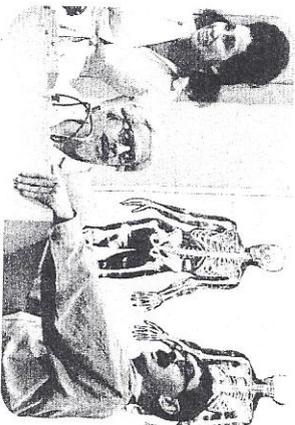
14. Cena do seriado O Vigilante Rodoviário. Com o herói, a TV Tupi atingiu índice de 50% de audiência no início dos anos 60. O alto custo de produção interrompeu a série após 38 episódios, exibidos entre 1961 e 1962. Mas, a pedido do público, a série foi reprisada várias vezes. (Arquivo Iconographia)



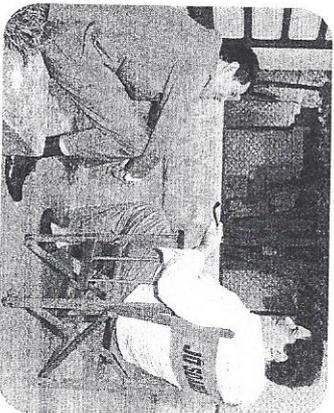
15. O Céu e o Limite, TV Tupi, 1956. Programa de perguntas e respostas, era apresentado em São Paulo por Aurélio Campos (na foto, à direita) e no Rio por I. Silvestre. (Arquivo Iconographia)



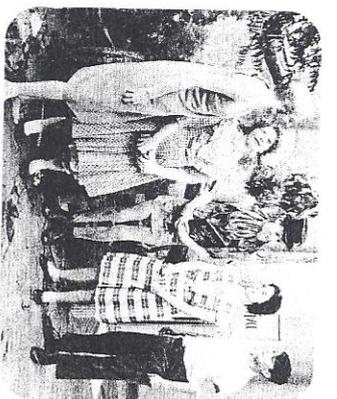
16. Chacrinha é um dos mais famosos personagens da televisão brasileira. Trazendo do rádio a fórmula de programa de auditório, estreou na TV em 1955 e manteve por anos a fio a improvisação que caracterizou a fase inicial da TV no país. Na foto, apresentando a sua Discoteca do Chacrinha, em 1973. (Arquivo Iconographia)



18. Chico Anísio, TV Rio, junho de 1960. Também vindo do rádio, Chico Anísio foi o primeiro artista a utilizar o videotape. (Arquivo Iconographia)



19. Jo Soares, abriu de 1964. Iniciando sua carreira artística no final dos anos 50, Jo Soares é um dos que vão consolidar a forma de "fazer televisão" no Brasil. (Arquivo Iconographia)



17. Sítio do Picapau Amarelo. Adaptação da obra de Monteiro Lobato, o Sítio foi ao ar de 1951 a 1963 na TV Tupi de São Paulo. Voltou em 1976, agora na TV Globo, durando mais dez anos. (Arquivo Iconographia)



20. John Herbert e Eva Wilma em Alô Docura, 1961. Com fórmula já experimentada pela televisão norte-americana, o seriado foi um dos grandes sucessos da TV Tupi, ficando no ar por onze anos. (Arquivo Iconographia)

volvimento de um amplo mercado de consumo, o aumento do número de tipos de arranjos familiares, a diminuição do número de filhos por família —²² a televisão, principalmente por meio das novelas, capta, expressa e alimenta as angústias e ambivalências que caracterizam essas mudanças, se constituindo em veículo privilegiado da imaginação nacional, capaz de propiciar a expressão de dramas privados em termos públicos e dramas públicos em termos privados.

Utilizando uma estrutura narrativa personalizada e pouco definida em termos ideológicos ou político-partidários para tratar de assuntos afetos ao espaço público, as novelas levantaram e talvez tenham mesmo ajudado a dar o tom de debates públicos. O fascínio exercido pela novela *Vale Tudo* (1988), por exemplo, estava relacionado com o julgamento de condutas desprovidas de ética, que de alguma forma remetiam a comportamentos considerados típicos em um Brasil decepcionado com a nova República. O frenesi que caracterizou as últimas semanas de exibição da novela envolvia a curiosidade em torno da identidade do assassino, e nesse caso a pergunta era: “Quem matou Odete Rolimann?”. A força do suspense em torno do crime estava, no entanto, na capacidade demonstrada pela novela em sintonizar uma ambivalência que estava no ar. O interesse pela resolução do mistério refletia o clássico fascínio pelos detalhes da trama e estimulou o escrutínio detalhado de cada personagem potencial suspeito. O interesse pela novela transcendia, no entanto, a conduta de cada um dos personagens envolvidos. O gesto obscuro do personagem de Reginaldo Farias ao fugir do país impune em um avião particular cheio de ouro roubado — uma banana dirigida a todos — e acompanhado pela esposa assassina (Cássia Kiss) é emblemático de atitudes que o senso comum identifica com empresários corruptos. *Vale Tudo* problematizou publicamente, quem sabe pela primeira vez, algo que viria a se tornar um tema recorrente na política brasileira até culminar com o impeachment do primeiro presidente eleito após o regime militar.

Sem fazer referência a partidos políticos, ideologias ou outras instituições públicas, *Vale Tudo* expressou, nos termos pessoais de seus personagens, a ambivalência de um país que se defrontava com conseqüências não antecipadas da modernização, como a sobrevivência da desigualdade so-

cial, da corrupção e da falta de ética. Outras novelas seguem a mesma estrutura narrativa para tratar de temas políticos e domésticos.

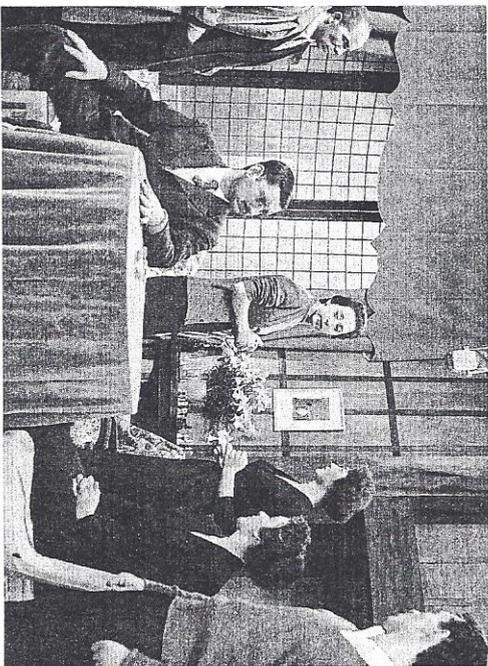
As relações entre o Estado e as emissoras de televisão se modificam novamente na década de 90, quando os investimentos públicos se retraem, a censura é suspensa, o mercado de televisão se segmenta com a introdução da TV a cabo, e o acirramento da competição entre as redes de TV aberta leva as emissoras a uma postura crescentemente independente de governos e partidos políticos. No contexto dessas mudanças, os meios de comunicação e a TV em particular passam a ser fatores constituintes de uma esfera pública cuja legitimidade está calcada não em instrumentos institucionais consolidados, como eleições, educação formal, religiões hegemônicas ou universos ideológicos compartilhados, mas em mecanismos de mercado regidos por comportamentos de telespectadores tal como representados nas medidas de audiência criadas pelos institutos de pesquisa de opinião. Baseados em diferentes pesquisas de audiência e opinião, os profissionais de marketing, propaganda e televisão constroem imagens da audiência que gostariam de atingir e com as quais dialogam. Os mecanismos de pesquisa sintonizam emissores e receptores, e garantem uma dinâmica constante de captação e transformação de representações.²³ Indivíduos telespectadores que se formaram consumidores antes mesmo de cidadãos constituem a unidade de referência desse mercado televisivo.

DAS REMOITAS DUNAS DE AGADIR À CONTEMPORÂNEA SEIVA CARIOCA

As novelas surgiram praticamente junto com a televisão no Brasil, embora só tenham atraído a preferência das emissoras e da audiência a partir do final da década de 60 e início dos anos 70, quando os folhetins eletrônicos transmitidos pela Rede Globo passam a figurar de maneira recorrente na lista dos dez programas mais vistos divulgada pelo IBOPE.²⁴ Inicialmente produzidas como comercial de companhias multinacionais de sabão como a Gessy Lever e a Colgate-Palmolive, tendo as infundáveis *soap operas* americanas como um dos referenciais inspiradores, as telenovelas aproveitaram a experiência acumulada pelas radionovelas.²⁵

De 1950 a 1963, as novelas eram transmitidas somente algumas vezes por semana e não eram preferidas pelos profissionais de televisão, interessados em programas na época mais prestigiosos como os teatros, especialmente o *TV de Vanguarda* na Tupi ou o *Jornal de Vanguarda* na Excelsior, o último ganhador do Prêmio Ondas na Espanha em 1963.²⁶ A introdução do videotape em 1962 facilitou a produção de novelas diárias. No ano seguinte a Excelsior transmite a primeira novela diária exibida na televisão brasileira, *2-5499*

21. Ao apresentar clássicos da dramaturgia, os teatros procuraram trazer densidade crítica a esse novo veículo de comunicação. Ao lado, da esquerda para a direita, Fabio Rossi, Fábio Sabog, Fernanda Montenegro, Nathália Timberg, Wanda Kosmos e Aldo de Maio contracenam em *O Ciclone*, no Grande Teatro Tupi, Rio de Janeiro, 1956. (Acervo Iconographia)



22, 23. Na foto abaixo, à esquerda, cena de *Os fuzis* da senhora Carrar, de Bertolt Brecht, levado ao ar no TV de Vanguarda.

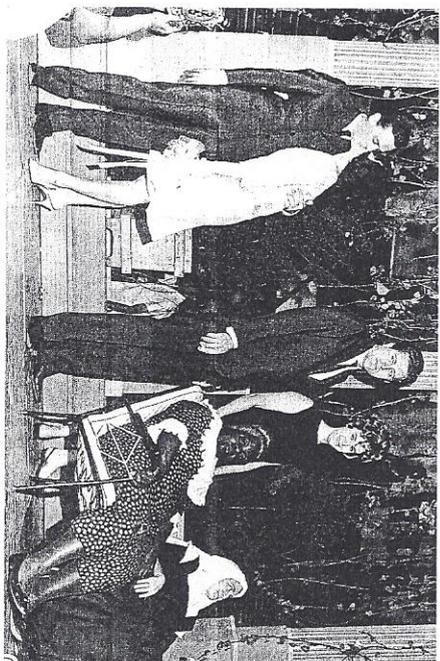
Aparecem Lima Duarte, Sérgio Gubão e Dina Lisboa. À direita, Francisco Negroão e Tônia Carrero ensaiam para a apresentação de *Dream Girl*. (Acervo Iconographia)



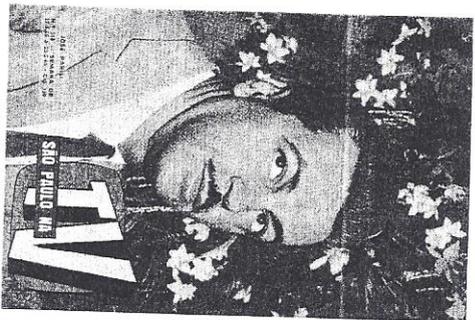
Ocupado, importada da Argentina e estrelada por Glória Menezes e Tarcísio Meira, um casal paradigmático na história das novelas, que viveu, através das mudanças sucessivas no perfil dos personagens interpretados em cada novela, a modificação nas representações de modelos ideais de mulher, homem e família.

Durante a década de 60 o Brasil se inseria em uma indústria continental de fabricação de novelas. Textos cubanos eram adaptados na Argentina. Readaptados no Brasil, seguiam para a Venezuela, onde sofreriam nova transformação. No percurso, scripts passavam por alterações de local, tempo, tamanho e se ajustavam às normas eventuais da censura local. Os escritores brasileiros de novelas, que logo assumiriam posição de destaque, começaram, portanto, refazendo originais de seus colegas de outros países de fala espanhola, produzindo textos que seriam por sua vez retransformados.

O *Direito de Nascer* (1964), a novela cubana de Félix Caignet escrita em 1956, que já alcançara êxito estrondoso em vários países da América Latina, foi o primeiro grande sucesso de público de um gênero que em 1970 se tornaria o mais popular e lucrativo da televisão no Brasil, posição que em fins da década de 90, quase trinta anos depois, ainda retém.²⁷ O elenco da novela era composto por Amilton Fernandes (no papel de Albertinho Limonta), Nathália Timberg (como Maria Helena), Isaura Bruno (Mamãe Dolores), Guy Loup (Isabel Cristina), Rolando Boldrin (Ricardo) e outros.



24. Elenco de *O Direito de Nascer* em apresentação ao vivo no estúdio do Maracanzinho, Rio de Janeiro, no encerramento da novela. Da esquerda para a direita, Amilton Fernandes, Guy Loup, Rolando Boldrin, Vininha de Moraes, Isaura Bruno e Nathália Timberg. (Acervo Iconographia)



25. 26. Desde o início, a imprensa especializada alimenta a especulação sobre as novelas e divulga a imagem das galãs preferidas pelo público eminente. (Arquivo Iconographia)



"O DIREITO DE NASCER" VOLTOU A REPETIR O SUCESSO DE ANOS ATRÁS, NO RÁDIO. É A MODA NO RIO, EM SÃO PAULO E EM TODAS AS PRINCIPAIS CIDADES ONDE ESTA SENDO LEVADO AO AR.



DON JORGE LUIZ BELMONTE DISPUTA COM ALBERTINHO LIMONTA A SIMPATIA DO PÚBLICO FEMININO...



texto: N. Nascimento
foto: Seichi Tokai

Para se ter idéia da repercussão popular dessa novela cabe mencionar que o final de *O Direito de Nascer*, em agosto de 1965, foi celebrado com um show ao vivo no Maracanãzinho, no Rio de Janeiro, com a presença dos atores e de milhares de fãs. O gênero revelava seu potencial, mas ainda não gozava da primazia que ganharia nos anos seguintes.

A consolidação das novelas como gênero mais popular e lucrativo da televisão está vinculada a uma mudança de linguagem, saudada pelos autores brasileiros com trabalho acumulado no teatro e no cinema, com exceção de Nelson Ro-

drigues, autor da epígrafe deste capítulo. A oposição entre novelas "realistas", críticas da realidade social e política brasileira, e novelas "fantasiosas", ou dramalhões feitos para fazer chorar, marcou o debate entre os profissionais de novela, assim como a literatura sobre o tema. A partir do final dos anos 60 e segundo modelo proposto na Tupi, as novelas globais se contrapuseram ao estilo "fantasioso" que dominava a produção anterior, propondo uma alternativa "realista".²⁸

Para além dessa oposição interessa antes marcar que embora a versão "fantasiosa", também conhecida como "mexicana", não admita o humor e procure se manter distante do comentário social e político, e a versão nacional abuse das origens folheteínicas do gênero, incorporando comentários sobre assuntos contemporâneos, ambas compartilham uma estrutura básica.²⁹

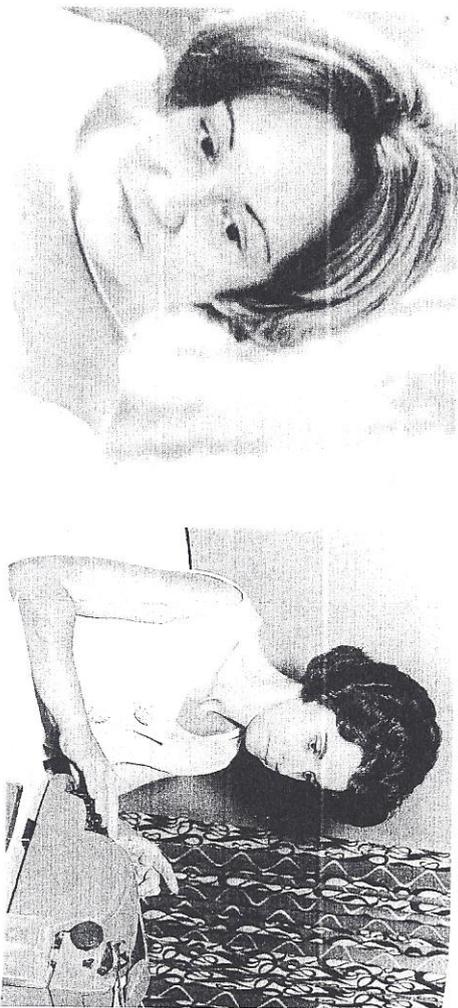
Ainda que nos anos 50 e 60 o universo de telenovelistas brasileiros, em geral provenientes da radionovela, já fosse significativo, foi o trabalho da exilada cubana Glória Magadan, autora do *Sheik de Agadir*, responsável pelas novelas da Colgate-Palmolive e depois pelo Departamento de Teledeatúria da Rede Globo, que ficou conhecido como emblemático do período. As novelas escritas por ela, ou realizadas sob a sua supervisão, aconteciam em momentos e lugares remotos no tempo e no espaço. Seus personagens tinham nomes estrangeiros, como Maximiliano; nos diálogos se usava linguagem formal, e os figurinos eram pomposos. Magadan se especializou em produzir dramas pesados e românticos, que se passavam em terras distantes do Brasil.³⁰

A vinda de Glória Magadan para a Globo fez parte da estratégia do recém-empossado Walter Clark para elevar os índices de audiência do novo canal de televisão. A estratégia, bem-sucedida, reverteu imediatamente em aumento de arrecadação financeira para a emissora por meio de uma política eficiente de marketing e de administração comercial.³¹ Mas o romantismo de Magadan, preso a ambientes, lugares e épocas remotas, foi substituído em 1969 por uma ênfase em cenários contemporâneos e brasileiros, com gravações externas e o uso de linguagem coloquial, a qual desenvolveu ainda mais o potencial comercial do gênero, na medida em que estimulou referências a uma série de produtos correlatos à novela.

Em 1968 a Tupi transmite *Beto Rockfeller*, novela de Bráulio Pedroso — dirigida por Lima Duarte e produzida



27. Henrique Martins e Yoná Magalhães em *O Sheik de Agadir*. (Arquivo Iconographia)



28. A autora de novelas Glória Magadan. (Arquivo do Estado de São Paulo/ Fundo Última Hora)

29. Janete Clair substituiu Glória Magadan na função de "mago" das novelas. (Arquivo do Estado de São Paulo/ Fundo Última Hora)

por Cassiano Gabus Mendes —, apontada como um marco que inspirou e precedeu o estilo global.³² *Beto Rockfeller* trouxe as novelas para o universo contemporâneo das cidades grandes brasileiras. Introduziu a linguagem coloquial, o humor inteligente e uma certa ambiguidade. A novela atraiu um público de elite interessado em desfrutar o trabalho de profissionais, como o autor, conhecidos por sua atuação no teatro mas que experimentavam no meio televisivo. Ao mesmo tempo, a novela sintonizou também as ansiedades libertilizantes de um público jovem, tanto masculino como feminino, recém-chegado à metrópole em busca de instrução e integração nos pólos de modernização.

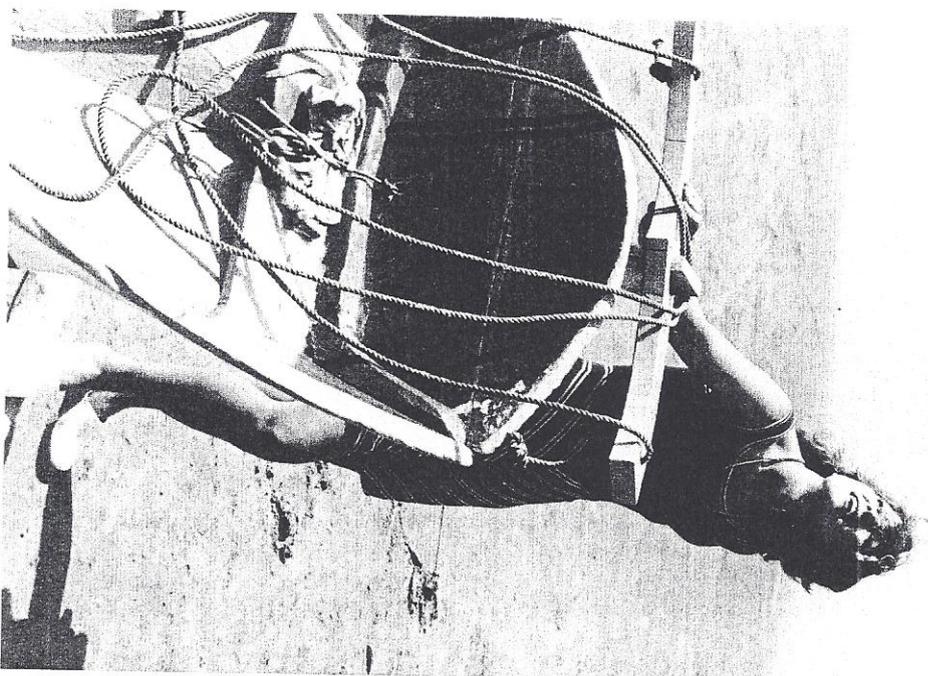
Inspirada em *Beto Rockfeller* mas associando as inovações formais propostas pela novela da Tupi com um projeto agressivo de marketing, de controle de audiência e de administração comercial, a Globo se torna a maior produtora nacional de novelas. Em 1969 a emissora produziu *Vênus de Norva*, que adotava a linguagem coloquial, as gravações externas e as referências a eventos contemporâneos como as corridas de Fórmula 1. A produção de telenovelas seguiu uma estratégia de vendas que procurou encarar o seriado como o carro-chefe na promoção de uma série de produtos correlatos, de trilhas sonoras a livros, passando pelos mais diversos produtos anunciados nos intervalos comerciais mas também por meio do merchandising, prática em vigor desde meados da década de 70.³³ No mesmo ano a emissora do Jardim Botâni-



30. Plínio Marcos e Luís Gustavo em *Beto Rockfeller* (1968), da TV Tupi, que inaugura um novo estilo. O humor de *Beto Rockfeller* já antecipa um caminho que se desenvolverá posteriormente como marca das novelas brasileiras que dialogam com o velho estilo das chanchadas. (Arquivo Iconographia)

co lança também o *Jornal Nacional*, primeiro programa a ser exibido simultaneamente para várias localidades, até atingir todo o território nacional, em uma época em que as novelas ainda eram apresentadas primeiro no Rio de Janeiro e dependiam da chegada das fitas para ser transmitidas em outros lugares do país.

As convenções de representação consolidadas no início da década de 70 pelas novelas da Globo incluem a noção de que cada novela deveria trazer uma "novidade", algo que a diferenciasse de suas antecessoras e fosse capaz de "provocar" o interesse, o comentário, o debate de telespectadores e articulistas de outras mídias, o consumo de produtos a ela relacio-



31. *Em lanchuêni, gravação de cena externa da novela Mulheres de Areia (1973), com Ewa Wilma no papel principal. (Agência Estado)*

nados, como livros, discos, roupas etc. Essa ênfase no representar de uma contemporaneidade sucessivamente atualizada é visível na moda, na tecnologia, sobretudo de transporte e comunicações, e nas referências a acontecimentos políticos correntes. Mas é visível também na evolução na maneira como o amor, o romance e a mulher foram representados nas novelas dos anos 70 em diante, assunto do próximo segmento deste capítulo.

Se de 1950 a fins dos anos 60 a história das telenovelas passa à margem dos grandes acontecimentos nacionais e é se-

cundária na indústria de televisão propriamente dita, a partir do final dos anos 60 e decididamente a partir do início dos anos 70, as novelas enfatizam o uso de linguagem coloquial e cenários urbanos contemporâneos, gravações externas e referências compartilhadas pelos brasileiros. Essa opção por uma definição clara no tempo e no espaço — a conjuntura contemporânea situada no âmbito da nação — potencializa a vocação da televisão para transmitir uma sensação de que os espectadores estão conectados com o mundo ao seu redor, e acena a possibilidade concreta da inclusão por meio do consumo.³⁴ A novela mimetiza e constantemente renova as imagens do cotidiano de um Brasil que se “moderniza”. Essa conjuntura aparece indexada no merchandising: na moda lançada pelos figurinistas, muitas vezes com grifes de atores; nas trilhas sonoras gravadas nos discos com o selo da empresa da emissora; em livros, no caso de a novela consistir em uma adaptação literária; na representação das formas de comunicação sucessivamente atualizadas, do telegrama que anuncia a chegada do campeão de futebol Duda Coragem à sua cidade natal no interior de Minas Gerais no primeiro capítulo de *Irmãos Coragem*, em 1970, à Internet, meio pelo qual o par romântico de *Explode Coração* trava conhecimento e se apaixona, em 1995.

Esse renovado senso de contemporaneidade é fruto de uma estratégia de marketing dos produtores, que se ajusta bem às pretensões críticas dos escritores, aos objetivos econômicos desenvolvimentistas dos militares, às suas ambições de integração nacional. Essa quase-obsessão pela conjuntura e a moda se acomoda também à estrutura seriada e interativa do folhetim, e mobiliza repetidamente a matriz melodramática convencional. As tramas das novelas são em geral movidas por oposições entre homens e mulheres; entre gerações; entre classes sociais; entre localidades rurais e urbanas, “arcaicas” e “modernas”, representadas como tendências intrínsecas e simultâneas da contemporaneidade brasileira. Outros recursos dramáticos típicos como identidades mascaradas, trocas de filhos, pais desconhecidos, heranças repentinas, ascensão social via casamento estão presentes de maneira recorrente e convivem bem com referências a repertórios nacionais e atuais na época em que foram ao ar, como o futebol em junho de 1970, logo após a euforia verde-amarela com a conquista do tricampeonato mundial e da taça Jules Rimet, em



2. Em *Irmãos Coragem* (1970), *lindo Marzo* interpreta Duda, *gador do Flamengo*. (Divulgação *ete Globo*)

Irmãos Coragem, a Fórmula 1 em tempos de Emerson Fittipaldi (em *Velu de Nova*), os coronéis mais de uma vez representados como símbolo de um Brasil autoritário, injusto, corrupto e machista a ser superado, em novelas como, de novo, *Irmãos Coragem*, *O Bem Amado* (1974), *Gabriela* (1975), *Roque Santeiro* (1985), entre outras.

Fruto da combinação paradoxal de profissionais de ideologias e intenções diversificadas, trabalhando em condições desfavoráveis sob forte censura e numa empresa que crescia a ponto de se transformar num conglomerado competitivo em nível internacional, as novelas inesperadamente passaram a constituir o principal produto da Rede Globo. Em fins da década de 60 e início da de 70, a Rede Globo consolidou uma série de mecanismos de produção e convenções de linguagem que configuram um sistema de feedback, o qual inclui e leva em conta certa participação dos telespectadores no momento mesmo da produção. Nesse sentido, e porque vão ao ar enquanto estão sendo escritas, as novelas foram definidas como “obras abertas”.³⁵ Elas são capazes de “sintonizar” telespectadores com a interpretação e a reinterpretação da política, assim como de tipos ideais de homem, mulher, marido, esposa e família. A novela se tornou um dos veículos que capta e expressa padrões legítimos e ilegítimos de comportamento.

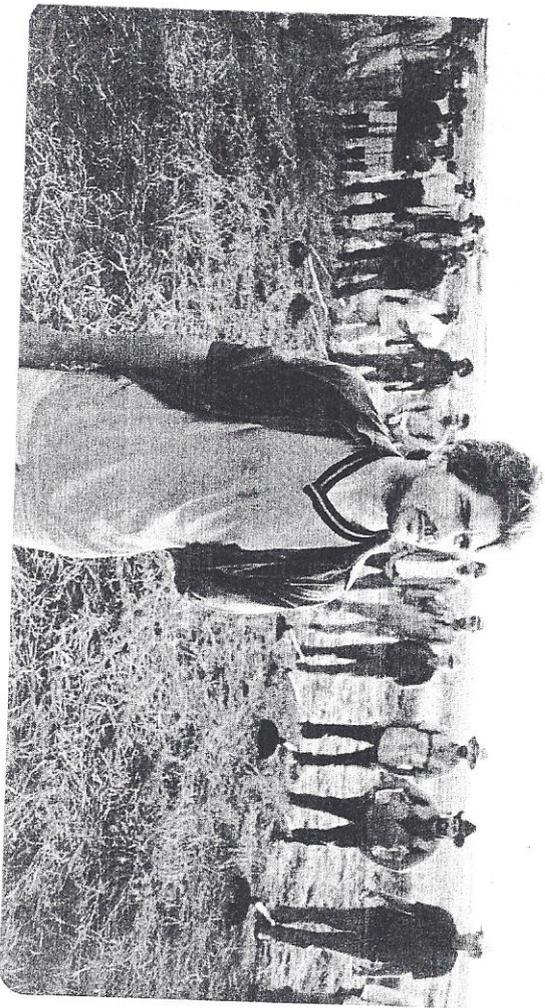
Inesperada e injustadamente alçada à posição de principal produto de uma indústria de proporções respeitáveis, a novela passou a ser um dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, das intimidades privadas às políticas públicas.³⁶ Essa capacidade sui generis de sintetizar o público e o privado, o político e o doméstico, a notícia e a ficção, o masculino e o feminino, está inscrita no texto das novelas que combinam convenções formais do documentário e do melodrama televisivo. Tal combinação de gêneros e informações pode ser encontrada, por exemplo, na sequência inicial de *Irmãos Coragem* (1970), que mostra o estádio do Maracanã lotado como em dia de clássico Fluminense, no melhor estilo do documentário esportivo. A sequência exibe, em enquadramentos convencionais, os movimentos e efeitos sonoros característicos da torcida embandeirada nas arquibancadas, a narrativa apressada e ritmada típica dos comentaristas esportivos. O gancho para o início da nar-

rativa propriamente dita vem de entrevistista concedida pelo personagem jogador a um repórter esportivo fictício. Olhando para o telespectador através da câmera (e portanto querbrando o universo ficcional da narrativa, já que este se baseia na convenção de não-reconhecimento da existência da câmera), o personagem declara que após a consagração pretende visitar a família na pequena cidade mineira de Coroado. O anúncio público nos transporta à sequência em que o telegrama anunciando a chegada dele é recebido por seu irmão caçula.

No momento histórico em que foi ao ar, a alusão ao documentário esportivo remetia a uma estrondosa e muito comemorada vitória nacional. Embora não houvesse nenhuma referência explícita à nação, ela situava a trama da novela, que se iniciava em junho de 1970, no Brasil daquela conjuntura específica. O mesmo pode ser dito da crítica ao coronel Pedro Barros, desonesto patriarca dominador decadente. Outras referências a eventos ou temáticas sociais e políticas justificam a já citada discussão sobre o caráter crítico das novelas. A reforma agrária em *Verão Vermelho* (1969) e *O Rei do Gado* (1996); o coronelismo direta ou indiretamente tratado em novelas como *Gabriela* (1975), *Saramandaa* (1976), *O Bem Amado* (1973), *Roque Santeiro* (1985); o jogo do bicho em *Bandeira Dois* (1971); a especulação imobiliária em *O Espigão* (1974); a economia cafeeira em *O Casarão* (1976); as companhias multinacionais de leite em *Os Gigantes* (1979); a corrupção política em *Vale Tudo* (1988), *Que Rei Sou Eu* (1989), *Deus nos Acuda* (1992), entre outras, são alguns exemplos dessa vocação das novelas para incorporar temas do âmbito público em suas narrativas teoricamente voltadas para o universo privado. Mas temáticas como essas nas novelas são inseparáveis das temáticas do romance, da família, do amor, do casamento, da separação. É a lógica das relações pessoais que preside a narrativa dos problemas políticos ou sociais. Mesmo quando as referências à nação se tornam explícitas e se revelam como estratégia eficiente de marketing — o que ocorre de maneira recorrente a partir de *Roque Santeiro* (1985), com a utilização de símbolos nacionais como o verde, o amarelo e o azul, a bandeira, ou músicas como “Brasil”, tema de *Vale Tudo* (1988) —, a ótica pessoal e da família continua a predominar em um universo em que,

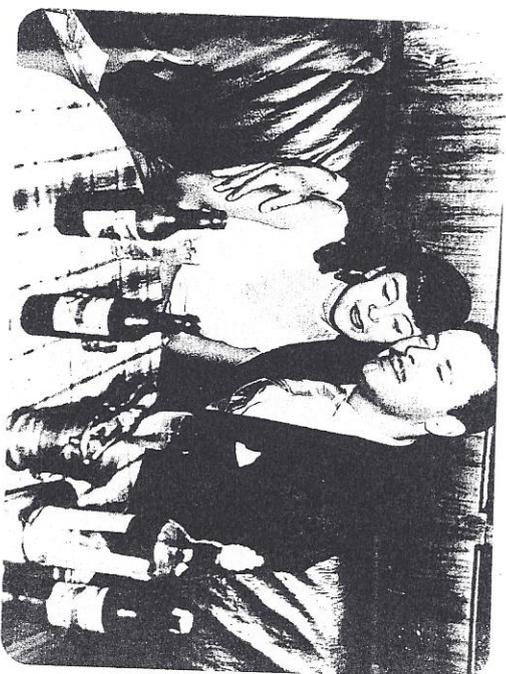


33. Paulo Gracindo é o coronel Ramiro na novela *Gabriela*, da Globo. (Divulgação Rede Globo)



4. A novela *O Rei do Gado* trouxe temas mais espinhosos para a tela da TV. O ator Jackson Antunes figura uma personagem inspirada num líder do Movimento dos Sem-Terra. (Agência Estado)

por exemplo, não interessam as filiações ideológicas ou partidárias de personagens políticas.³⁷ Isso acontece ainda quando a incorporação do noticiário é levada às últimas consequências, como no caso do chamado “merchandising social” em novelas recentes como *Explode Coração* (1995), que abriu espaço para a divulgação do trabalho de ONGs e também para a presença de mães de crianças desaparecidas com cartazes que divulgavam as características de seus filhos, ou *O Rei do Gado* (1996), com suas referências ao Movimento dos Sem-Terra (MST) e a presença de dois senadores da República em velório do senador da ficção. A fusão dos domínios do público e do privado realizada pelas novelas lhes permite sintetizar problemáticas amplas em figuras e tramas pontuais, e ao mesmo tempo sugerir que dramas pessoais e pontuais podem vir a ter significado amplo. A trajetória das personagens femininas, assim como a das representações do amor e da sensualidade, expressa de maneira especialmente sugestiva essa capacidade de aglutinar experiências públicas e privadas que caracteriza as novelas.



A MULHER NOVIDADEIRA

A primeira novela, ainda não diária, da televisão brasileira, *Sua Vida me Pertence* (1951), chamou atenção por um beijo ardente. Vinte anos depois o beijo ainda encarnava a sensualidade máxima nas novelas. Descrevendo as convenções visuais permitidas no início da década de 70, Sonia Novinsky constata que “a dimensão erótica das relações entre homens e mulheres esgota-se no beijo, que é o principal signo iconográfico do amor”.³⁸ Essa timidez na representação dramática da relação amorosa corresponde a uma certa fidelidade à meta do casamento estável, baseado em um modelo em que o espaço público do trabalho é definido como domínio do homem, encarregado do sustento da família, e o espaço privado da casa como domínio da mulher, encarregada dos serviços domésticos e do cuidado dos filhos.³⁹

Mas nos anos 70 o ritmo das transformações na maneira como as novelas representaram os tipos ideais de mulher, de relações amorosas e de estrutura familiar acelerou-se. O privilégio do beijo seria rapidamente substituído por uma liberação crescente das novelas, que adentraram os aposentos íntimos dos personagens; cenários de quarto, casais na cama e gestos que simbolizam o orgasmo passaram a ser admitidos.

35. Sua Vida me Pertence, primeira novela da TV Tupi, que foi ao ar de dezembro de 1951 a fevereiro de 1952, trazia no elenco o par romântico Vida Alves e Walter Foster. (Arquivo Iconográfica)

Flertando com o universo proibido do incesto, do prazer, do sexo antes do casamento, livre de filhos e obrigações legais, da separação como saída para casamentos infelizes, com a legitimidade de segundas uniões, com vida profissional e independência financeira para a mulher, com tecnologias reprodutivas, as novelas foram sucessivamente atualizando representações da mulher, das relações amorosas e da família.

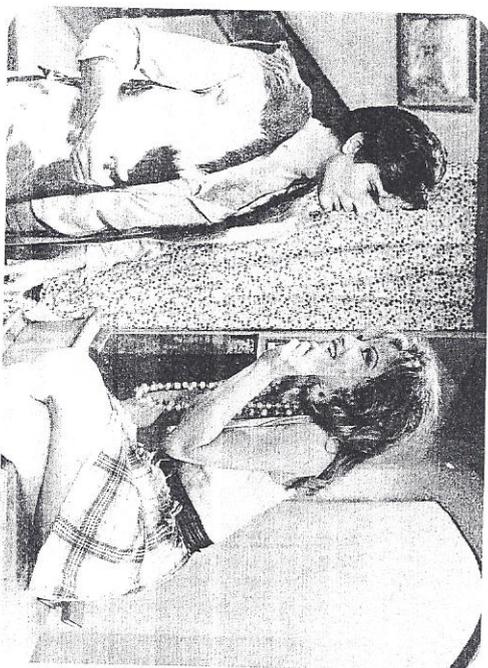
Em 1975 Gabriella aparece nua no horário das dez. E também no horário das dez, no premiado seriado *Malu Mulher*, que o orgasmo será representado pela primeira vez, por meio da mão fechada que se abre como em um espasmo. Esse seriado de inspiração feminista pode ser considerado paradigmático do enfoque adotado pelas novelas para abordar modelos legítimos de mulher, família e sexualidade. *Malu Mulher* narra a história de uma mulher independente, “moderna”. Ela é uma jornalista que resolve se separar do marido porque está insatisfeita no amor. O seriado sintonizou as ansiedades da mulher contemporânea, que entrava no mercado de trabalho e procurava formas de realizar plenamente, em sua vida privada, a autonomia que a vivência pública e a independência financeira lhe conferiam. A convenção iconográfica da mão que se abre sugerindo o orgasmo seria incorporada na novela das oito, em *Pai Herói* (1979), que termina com uma cena na cama em que o código da mão se repete.



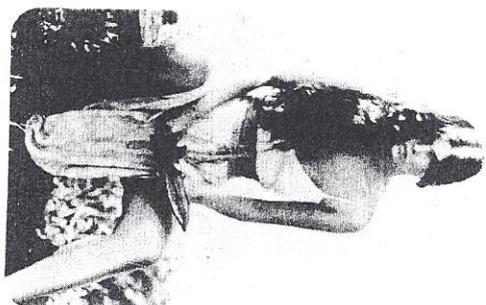
36. Regina Duarte, contracenando com Rodrigo Santigo em *Malu Mulher*, representava o papel da mulher liberada, modelo até então estranho aos papéis femininos nas novelas. (Agência Estado)

A nudez seria retomada pelas novelas da Rede Manchete em fins da década de 80 e início da de 90, consistindo em um dos ingredientes de sucesso de novelas como *Dona Beija* (1986) e *Pantanal* (1990). Desafiada pela concorrência, porém com maior discricção e menos freqüência, a Globo introduz cenas de nudez ou seminudez no horário nobre em novelas como *Rainha da Suçata* (1990) ou *Deus nos Acuda* (1992).

O sexo antes do casamento parece ter se constituído em uma convenção recorrente nas novelas, mas seu sentido vai se transformando ao longo do tempo, à medida que se desvincula da procriação e do casamento. As descrições de *Irmãos Coragem* (1970), primeiro grande sucesso da Rede Globo, se referem ao fato de que o par romântico principal, ele um “rude garimpeiro” (João Coragem, vivido por Tarcísio Meira) e ela uma filha de fazendeiro criada na cidade grande (Lara-Diana-Márcia, interpretada por Glória Menezes), apaixonado, manteve relações sexuais antes do casamento. Nas duas novelas que se seguem o herói e a heroína repetem o ato. Em *O Homem que Deve Morrer* (1971), Gyro, o médico místico (também interpretado por Tarcísio Meira), e Ester (mas uma vez Glória Menezes) mantêm relações sexuais, apesar de ela ser casada. Em *Selva de Pedra* (1972), Cristiano (Francisco Cuoco) e Simone (Regina Duarte) igualmente incursionam por “terrenos proibidos” antes de oficializarem



38. Tarcísio Meira e Glória Menezes, há três décadas o casal mais famoso da televisão brasileira, em cena de sedução na novela *Irmãos Coragem* (TV Globo, 1970). (Arquivo Leonographia)



37. Cristiana de Oliveira na novela *Pantanal*, da TV Manchete. (Agência Estado)

sua união. Nessa novela, a realização do ato sexual é apenas sugerida pela presença do herói, se vestindo, no quarto da namorada na manhã seguinte. Em *Os Gigantes* (1979) o mesmo recurso narrativo foi utilizado para sinalizar a ocorrência de um ato sexual adúltero — desmentido no final — entre Paloma (Dina Sfat) e Fernando (Tarcísio Meira).

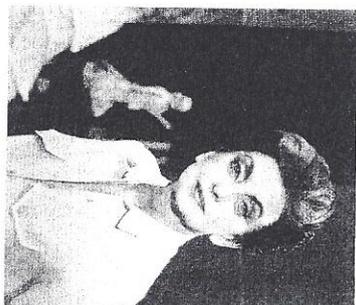
Inicialmente o ato sexual significava gravidez imediata e matrimônio certo. O coronel Pedro Barros, por exemplo, pai de Lara-Diana-Márcia em *Irmãos Coragem* (1970), é obrigado a aceitar o casamento de sua filha única com o matuto garimpeiro que ela escolheu porque está grávida. Com o tempo, porém, o ato sexual anterior ao casamento mudou de significado, deixando de implicar tanto gravidez como casamento certo. As novelas passam a difundir a dissociação entre sexo e procriação, algumas vezes mencionando o uso da pílula anticoncepcional e mais recentemente a camisinha. Em 1973 *Estrépido Cupido* recitou a ambigüidade cultural e musical da década de 60, e debateu o uso da pílula. Em 1992, a minissérie *Anos Rebeldes*, também ambientada nos anos 60, apresenta um conflito entre pai e filha sobre o sexo antes do casamento, desencadeado pela descoberta de pílulas anticoncepcionais na bolsa dela. Mais recentemente novelas como *Deus nos Acuda* (1992) ou *Pátria Minha* (1994) se referem de maneira recorrente ao uso da camisinha como método anticoncepcional e de prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, em especial a aids.

Outro índice da ampliação do escopo dos padrões de comportamento legitimados pelas novelas é a introdução de romances entre mulheres mais velhas e homens mais jovens. De início essa legitimação pública do amor na terceira idade ocorreu entre vilãs e gigolôs. Em alguns casos as personagens femininas são notáveis, amadas e odiadas, mulheres profissionais auto-suficientes como Odete Roitman (Beatriz Segall) em *Vale Tudo* (1988), ou Loreta (Marieta Severo) em *Pátria Minha* (1994). Mas, em outros casos, o divórcio e o amor de um homem mais jovem aparecem como opções legítimas para personagens definidas como “do bem”, abandonadas pelos maridos, como a personagem de Glória Menezes em *Guerra dos Sexos* (1983), ou a de Suzana Vieira na segunda versão de *Mulheres de Areia* (1993).

O sexo antes do casamento e o amor na terceira idade não constituem as únicas referências das novelas a padrões

desviantes do modelo de casamento estável com marido profissional e esposa devotada à vida doméstica descrito acima. Separações, adúlteros, segundos casamentos abundam. Já em *Irmãos Coragem* (1970), Potira (Lúcia Alves) e Jerônimo (Claudio Cavalcanti) abandonam seus cônjuges para “viver em pecado”. Nesse caso ambos são punidos com a morte no final. A narrativa de *O Homem que Deve Morrer* (1971), por sua vez, legitima a separação e o segundo casamento antes mesmo de a lei do divórcio ser aprovada, o que ocorreu em 1977, e da permissão da legalização de segundas uniões. A protagonista Ester (Glória Menezes) vem de um casamento desfeito com o vilão da história (Jardel Filho), com quem tem um filho, e se apaixona por Cyro (Tarcísio Meira). A desagregação da família é justificada no caso de Ester pela maldade e falta de caráter do marido. Ainda para atenuar a fragmentação da família, o primeiro casamento da protagonista é como que anulado pela morte do filho. O protagonista Cyro é apresentado como um filho que desconhece a identidade de seu pai desaparecido. Este, por sua vez, ressurgue no final da novela e se casa com a mãe do personagem.

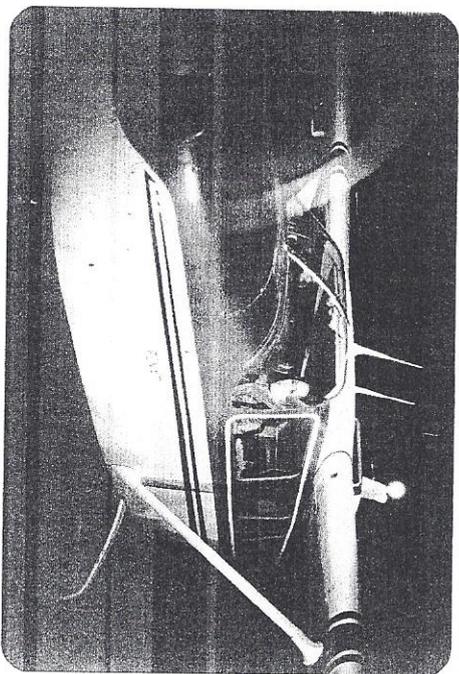
Nos anos 70, mesmo que em geral acabassem por afirmar a superioridade de um padrão de mulher dependente, fiel, obediente e restrita a um universo doméstico, as novelas opunham esse padrão a um modelo de mulher profissional, liberada e independente, captando e expressando uma discussão cujo resultado mudou com o tempo, ao menos em parte, de sinal. Mas mesmo no tempo em que terminavam com verdadeiros discursos morais em defesa da família convencional, os folhetins eletrônicos conferiram enorme visibilidade pública à discussão de certos temas anteriormente tratados somente no âmbito privado. E talvez o fascínio e a repercussão pública das novelas estejam relacionados a essas ousadias na abordagem dos dramas privados de todo dia; e o quanto a moral final corresponde a modelos convencionais ou liberalizantes com frequência tem a ver com uma negociação imaginária indireta e cheia de mediações que envolve autores, produtores, pesquisadores de mercado, instituições como a censura, a Igreja e o público. A trama e o desenrolar da novela *Os Gigantes* (1979) constituem um bom exemplo dos mecanismos de transgressão e conformação que sintetizam produtores e telespectadores brasileiros com as novelas.



39. Beatriz Segall interpreta Odete Roitman, personagem principal e “perversa” da novela Vale Tudo. A trama da novela ficou tão famosa que a pergunta “Quem matou Odete Roitman?” alcançou até as primeiras páginas dos jornais. (Divulgação Rede Globo)

A personagem Paloma (Dina Sfat), uma referência à pomba, símbolo da liberdade, incorporava uma versão radical da mulher livre, “moderna”, “forte” ou “liberada” — termos empregados por telespectadores e pesquisadores de mercado na caracterização dessa nova mulher ideal que emergia nas novelas. A personagem é jornalista, correspondente internacional em Roma. Além de profissional bem-sucedida, Paloma dá um passo a mais: declara que não pretende se casar nem ter filhos porque deseja manter sua independência. Ao recusar a maternidade e a constituição da família, Paloma vai além das outras protagonistas femininas.⁴⁰ Porém, a personagem vem ao Brasil ao encontro do irmão moribundo, que até então era responsável pelos negócios rurais da família, e cede aos apelos da mãe para que fique, se case e gere um herdeiro. Termina emocionalmente desequilibrada e se suicida, pilotando seu avião ao léu até acabar o combustível. Embora, ao que parece, a personagem não tenha sido bem-aceita, ao menos por parte do público, e a novela tenha mudado de rumo ao longo de sua trajetória, a possibilidade da recusa da maternidade e da família ganhou visibilidade e legitimidade pública.

Apenas três anos depois, em *Sol de Verão*, a personagem Raquel (vivida por Irene Ravache), dona de casa de classe média alta, abandona um casamento confortável com um homem que, além de ser bom provedor, gosta dela, movida



1. Dina Sfat na cena final
2. novela Os Gigantes (1979).
Agência O Globo)

pelo desejo de se satisfazer no amor. De volta ao apartamento da mãe no Rio de Janeiro, a personagem se apaixona pelo “maturo mecânico” vizinho.⁴¹ É interessante notar que a transgressão de Raquel está dentro dos limites aceitos pelo público brasileiro, porque ela se separa sem negar a família ou a maternidade, mas simplesmente com o intuito de recompor uma família ainda mais feliz. Em 1983, *Guerra dos Sexos* discute vários desses temas ao opor machistas a feministas valendo-se de diversos personagens cômicos de idade e classe social variadas. Em 1985, em *Roque Santinho*, a personagem Porcina encarna uma sexualidade extravagante e assertiva. A personagem que lançou moda entre mulheres das mais diferentes camadas sociais possui vários homens, fica dividida entre o amor do coronel, por quem ela termina optando, e o amor de Roque, mais jovem, ousado, “moderno”. Porcina é firme e decidida, cuida de seus interesses e fazendas, é irreverente e não é mãe, embora não se oponha explicitamente à maternidade. Amante de luxo de Sinhozinho Malta, sonha em se casar com ele, evento sempre adiado pela oposição decidida da filha do coronel. Porcina sintetiza muitas das características da chamada “mulher forte” que as telespectadoras procuram e valorizam nas novelas.

Ainda fora dos padrões tradicionais de representação da família é interessante notar que muitos dos personagens corônéis, repetidamente retratados como emblemáticos de uma



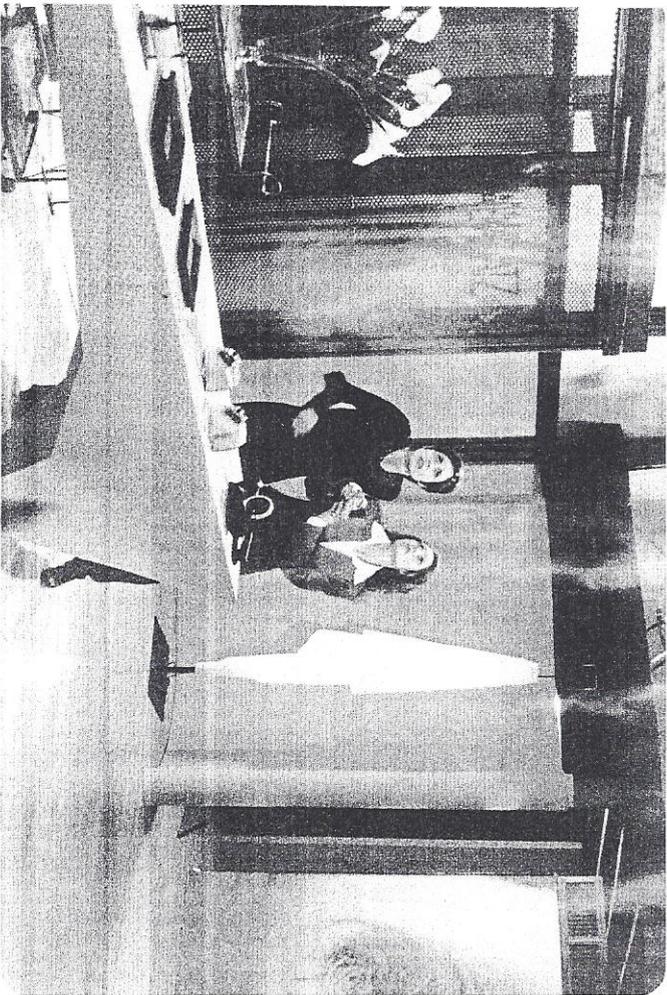
41. Porcina, personagem vivida
por Regina Duarte em Roque
Santinho, contracenada com Sinhozinho
Malta, representado por Lima
Duarte. (Divulgação Rede Globo)

estrutura de poder patriarcal tanto no âmbito público da política local como no âmbito privado da família, têm somente uma filha mulher, o que em uma estrutura patrilinear significa o fim da linhagem. É o caso, por exemplo, do coronel Pedro Barros em *Irmãos Coragem* (1970), do coronel Ramiro em *Gabriela* (1975) — este tem um filho homem, o qual, porém, teve uma filha única —, de Sinhozinho Malta em *Roque Santeiro* (1985).

O rol das transgressões novidadeiras e da separação entre sexo, amor e reprodução, é extenso e inclui, por exemplo, a discussão de tecnologias reprodutivas em novelas como *Barriga de Aluguel* (1990), a existência de uma personagem hermafrodita em *Renascer* (1993), a presença, ainda que sutil, de um casal gay feminino em *Vale Tudo* (1985) e de um casal gay masculino em *A Próxima Vítima* (1995), temática que se torna mais explícita no final dos anos 90 com *Por Amor* (1997) e *Torre de Babel* (1998).

Essa trajetória de liberalização das representações inicialmente tímidas e contidas do papel da mulher, do amor e

1. Torre de Babel (Globo, 1998) *chui temas polêmicos como homossexualismo feminino, tratado ; forma mais explícita do que r novelas anteriores. Sílvia Pfeiffer e Cristiane Torloni (Rafaela) terpretam um casal estável que tá prestes a desaparecer numa plusão de shopping center; nesse so, a pressão de telespectadores agnãcia Estado)*



da sexualidade não se dá de maneira linear e unidirecional nas novelas. E embora as novelas tenham desenvolvido uma tendência a expandir o domínio do que é permitido e mesmo esperado das mulheres, tal expansão ocorreu de maneira limitada no que se refere aos personagens masculinos e às relações de gênero propriamente ditas. É possível afirmar que houve uma liberalização no que se refere à exibição do corpo masculino. Assim como lançam moda feminina, as novelas lançaram também moda masculina, ajudando a legitimar, por exemplo, o uso de camisas de gola rúle, ou de gola careca. *De Corpo e Alma* (1992) difundiu a existência e as práticas de funcionamento de clubes de mulheres, especializados em strip-tease masculino, e muitas novelas na década de 90 insistiram na exibição do torso nu de personagens masculinos. Como um ator certa vez sintetizou com precisão, diante da incrementação das personagens femininas, os personagens masculinos muitas vezes tiveram seus papéis reduzidos ao de “beija-flor”.

A RECEPÇÃO DA REALIDADE

As reflexões sugeridas neste capítulo sobre os mecanismos de funcionamento das novelas se completam com considerações sobre as maneiras como os telespectadores se sentem participantes desses seriados televisivos e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano.⁴² As relações do público com as novelas são marcadas pelo caráter folhetinesco, sujeito às mais variadas pressões de substituições sociais, de índices de audiência, às reações expressas por telespectadores em contato direto com autores e produtores, ou mediadas pela imprensa e mídia especializada.

Novela é torcida. Tão importante quanto o ritual de assistir ao capítulo de todo dia, é a atividade de comentar a história com os vizinhos, os amigos, no trabalho, em casa, com o marido, as empregadas. A motivação para seguir o desenvolvimento das várias tramas está relacionada com a existência de uma verdadeira rede de especulação sobre o caráter e as ações dos personagens. Pesquisas de opinião, revistas especializadas em comentários e focos sobre novelas, cadernos especiais de jornais diários, programas de rádio e de televisão, cartas de fãs, trilhas sonoras, grifes de roupas, espetáculos teatrais e

anúncios comerciais com atores pertencentes ao elenco de novelas que estão no ar são alguns mecanismos atantes sobretudo nas cidades grandes e que alimentam todos os dias a conversa envolvente sobre novela. Revistas como *Contigo* e *Amiga*, ou programas de rádio como os de Leão Lobo ou Sonia Abraão, promovem pesquisas por meio das quais os telespectadores expressam a sua opinião sobre os personagens e os movimentos possíveis da trama. Fãs telefonam das mais variadas partes do Brasil para dizer o que acham. Ouvintes discutem informações colhidas nesses programas em suas conversas diárias sobre o andamento da novela e a vida pessoal dos artistas. Os principais acontecimentos da trama aparecem semanalmente nos resumos de cada capítulo publicados pelos cadernos e revistas de tv. Tal indústria é alimentada por boletins de programação produzidos pelas emissoras e distribuídos à imprensa. Mas esses boletins não constituem a única fonte de informações dos órgãos especializados. As relações entre esses órgãos e as emissoras é competitiva, às vezes conflitiva. Na disputa de informações não divulgadas pelas emissoras, revistas como a *Contigo* muitas vezes recorrem a técnicas de pesquisa e jornalismo investigativo, típicas dos grandes órgãos de imprensa.

Além da intensa cobertura de mídia, a repercussão de cada novela é avaliada de acordo com os índices de audiência obtidos e com as opiniões expressas por telespectadoras do Rio de Janeiro e São Paulo, selecionadas para participar de grupos de discussão que abordam uma pauta que vai da apreciação geral da novela ao debate da trama, "pares românticos" principais e secundários, cenários, figurinos, trilha sonora. Opiniões expressas por essas telespectadoras constituem mais um mecanismo, ainda que bastante indireto e sujeito à filtragem dos autores, de interação entre os telespectadores e a produção de novelas.

A conversa da mídia e na mídia e os relatórios de grupos de discussão alimentam o diálogo direto e ao vivo sobre a novela, e com ele compartilham uma mesma estrutura narrativa, que consiste na especulação sobre a vida das personagens, a vida íntima dos artistas e sobre as relações entre ambas. Os comentários seguem a mesma sintaxe de uma fotocópia entre comadres sobre a vida dos outros. A especulação cotidiana sobre a evolução das tramas alimenta e se ajusta bem

ANJO MAU
O ÚLTIMO CAPÍTULO

Exclusivo
COMO VIVE O
AOR MIRIAM DO
FIM DE SEMANA
DO BRASIL

Fotos inéditas
MÃE DE SHERIL
CARVALHO VENDE
CHURROS EM MINHAS
Los Angeles, urgente!

O NOVO
VISUAL DE
VICTOR
FASANO

Figura
A FESTA DOS 60 ANOS
DE HELENA GARIBOLDI

Imitadora
A ILUDE MELO DE GÉRUA PEREZ
E ALEXANDRE NA DISCRET E A VIDA
DA TORRE FOGUE DO 4: O TCHAN

TRAIÇÃO EM POR AMOR
GOPE MORTAL
DE ATILIO CONTRA
HELENA

REVISTINA
QUE ROLA NA TV
Em CHIGUIRIZAS Marian faz
mais uma amizade com as
meninas do orfanato

BOMBA!
O ENCONTRO SECRETO
DE GIGU E RATINHO

RS 310 / MARÇO DE 1998

✓ Mite ganha um final feliz ✓ Jilite é o assassino de Josias

43. A foto sobre a vida de personagens e atores de novelas é assunto de revistas especializadas. O primeiro plano é o enquadramento preferido desses veículos. Como se pode observar em várias fotos que ilustram esse capítulo, a estética utilizada na divulgação privilegia o corpo das atores em composições convencionais, em detrimento de cenas de ação, cenários, locações e vinhetas. (Revista *Contigo*, 17/3/98, Edição Azul)

do a conversa ao pé do ouvido, a fofoca da alcoviteira, coincide com o assunto da primeira página dos veículos nobres de notícia, está mobilizada uma rede de comunicação e polêmica de alcance raro.

O debate em torno dos desdobramentos dos capítulos ficcionais de todas as noites se alimenta também da incerteza que cerca a história. É como se o destino previsto para um personagem pudesse sempre mudar de acordo com a vontade do autor, que por sua vez poderia ser influenciado pelas opiniões expressas em pesquisas e enquetes de diversos matizes. Essa noção de que o autor pode mudar de ideia se sente que "o pessoal" não gostou de uma linha adotada, incrementa o funcionamento da rede de comentários, que parte do rádio e das revistas e toma conta da conversa entre vizinhas no fim do dia, e em certa medida volta à rádio e às revistas. Estimula ainda o envolvimento dos telespectadores.

Os trabalhos sobre a recepção de novelas em diversas partes do Brasil revelam entre outras as posições diferentes que os televisores ocupam no espaço e na rotina das casas mais e menos abastadas, as interpretações específicas que telespectadores de classes sociais diferentes expressam sobre a mesma novela, a distância que separa os telespectadores da cidade pequena das personagens de novelas.⁴³

No entanto, permanece o mistério sobre as semelhanças que caracterizam a leitura do mesmo gênero de programa, transmitido no mesmo horário, por décadas a fio, para um público que se distingue justamente por sua heterogeneidade. Ironicamente, um programa classificado pela indústria como dirigido às mulheres de classe "C" das principais praças comerciais do país, sobretudo durante os anos 80 desfrutou da condição privilegiada de repertório compartilhado por um público nacional composto também de homens, mulheres e crianças em todos os grupos sociais e locais do território nacional. A novela foi pioneira na penetração de um sistema de mídia responsável pela emergência de um espaço público peculiar, que nos anos 90 se diversificou e se apresenta como alternativa principal de realização pessoal, inclusão social e poder.

Pesquisa recente sugere que essa rede de comentários cotidianos constitui a base da audiência da novela e propicia que telespectadores sintetizem experiências públicas e priva-

das. Em suas conversas sobre a novela, as pessoas expressam divergências e convergências de opinião sobre ações de personagens e desdobramentos de histórias. Suas posições individuais se relacionam com outros conflitos e alianças vividos em seus dramas privados.⁴⁴

Ao problematizar a novela em seu contexto familiar, indivíduos telespectadores incorporam seus papéis de mães, pais, avós ou filhos para externar de maneira inequívoca suas diferenças de valores. Os personagens classificados pelos telespectadores, por exemplo, como "modernos" ou "antiquados" servem de metáfora para a expressão de engajamentos individuais desejados. É nesse sentido que os protagonistas e acontecimentos da novela formam um repertório comum que telespectadores usam para manifestar posicionamentos diversos. O comentário diário sobre a novela versa sobre um universo que é de conhecimento amplo. Esse caráter de repertório compartilhado permite a manifestação de diferenças. Mas eventos dramáticos significativos para uns não o são para outros. Especialmente assuntos tabus, como casais homossexuais ou aborto são percebidos assim por uns, mas não por outros.

Grande parte dos telespectadores conhece as convenções dramáticas das novelas em detalhe, acompanham o desenrolar da trama, a evolução ou "transformação" de personagens cuja magia não está em uma possível integridade inicial ou final mas na trajetória desenvolvida ao longo dos meses. Esses personagens comandam um universo de aparatos pessoais que merecem escrutínio minucioso. A experiência acumulada de decodificar imagens gerou uma sensibilidade acurada e uma precisão de detalhe. O olhar dos telespectadores está treinado para observar a marca do fogão, o tipo de salada, a distribuição de funções entre o marido e a mulher. Telespectadores de classes sociais variadas demonstram o domínio de detalhes da decoração das casas de novela. Uns manifestam o orgulho que sentem pela filha que é decoradora e cuja mobília de sala de jantar é exatamente igual à da mansão do Rei do Gado na novela. Outros observam o fogão a lenha na fazenda do Rei do Gado no rio Araguaia com nostalgia de sua cidade natal no interior de Pernambuco. Nomes de artistas e personagens inspiram a escolha de nomes para crianças recém-nascidas. O figurino também é mo-

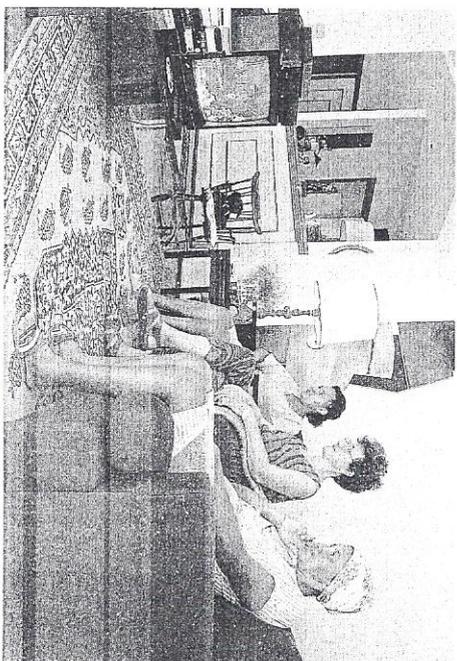
tivo de atenção especial. Ao copiar modelos das novelas, telespectadores revelam que estão “por dentro” e sugerem sua disposição de ir além dos espaços supostamente demarcados por sua condição social, sua identidade de gênero ou raça.

A novela representa o cotidiano de uma sociedade mais rica e mais branca que a sociedade brasileira, e os assuntos que é reconhecida como a sociedade brasileira, e os assuntos que ela pauta podem vir a ser aqueles pelos quais se pauta o debate público e vice-versa. A novela é como um fio invisível do qual poucos se orgulham mas que perpassa a sociedade e aponta um universo de segredos íntimos compartilhados. Ela oferece para o público amplo do horário nobre a visão indistreta do cotidiano de uma certa classe média alta, urbana, moderna, glamourosa e idealizada, tal como vista de fora por um estranho ou excluído. E aquilo que é uma construção relativamente arbitrária, um reflexo caricatural dos gostos e preocupações das classes médias urbanas, ganha estatuto de realidade; se torna referencial para escolha de móveis, para o balizamento de opiniões, para o exercício do direito de julgamento. Ao assistir à novela, o público pertencente aos segmentos menos favorecidos da sociedade imagina que está penetrando o universo dos segmentos mais abastados. Estes, por sua vez, embora também se inspirem em novelas e assistam a elas, quando o fazem, alegam estar acompanhando o programa predileto das classes baixas. Dessa maneira, a novela, que é vista por muitos, paradoxalmente, é programa de todos e de ninguém.

Quando uma novela galvaniza o país, ela se torna um dos assuntos principais das conversas de todo dia, alimentadas pelos comentários da imprensa escrita, de programas radiofônicos e televisivos, em fenômeno descrito por alguns como “catártico”.⁴⁵ Nesses momentos a novela atualiza seu potencial de sintetizar uma comunidade imaginária, cuja representação, ainda que distorcida e sujeita a uma determinada variação de interpretações, é verosímil, vista e apropriada como real e legítima. Tal representação de uma comunidade nacional imaginária mais branca e mais permeável à ascensão social que a sociedade real foi construída sob o signo da superação do atraso, muitas vezes personalizado nos patriarcalismos e nas personagens femininas restritas ao mundo doméstico. Por outro lado, a mulher que expande seus domínios para

a esfera pública, sem deixar de cumprir as funções primordiais de mãe responsável pela unidade familiar, encarna de maneira singular o espírito do Brasil que se quer do futuro. A permeabilidade do espaço público brasileiro à atualização dos modelos de mulher e família curiosamente permitiu que um programa feito para o público feminino dominasse o horário nobre da televisão brasileira e se tornasse um espaço privilegiado para a problematização da identidade nacional em um período de profundas transformações sociais.

Enquanto a segregação social, econômica e cultural segmenta e divide a sociedade brasileira, a televisão acena a possibilidade de conexão, mesmo que virtual. Telespectadores de classes populares e dominantes compartilham a mesma fascinação com o que eles, em sintonia com o meio, denominam “modernidade”. Via televisão, e durante os cerca de vinte anos de hegemonia absoluta das novelas, ocorre como que uma corrida social, uma disputa por integração e diferenciação. Os produtores de televisão põem à disposição dos telespectadores repertórios apresentados como específicos a determinados segmentos sociais de classe média alta. Ao fazê-lo, alimentam a fome de informação e inclusão dos telespectadores das classes populares. Mas, ao mesmo tempo, estimulam a dinâmica perversa que realimenta a diferenciação. Mulheres de todas as classes sociais consomem de diferentes formas moda lançada por novelas. Mas como “quando a moda chega

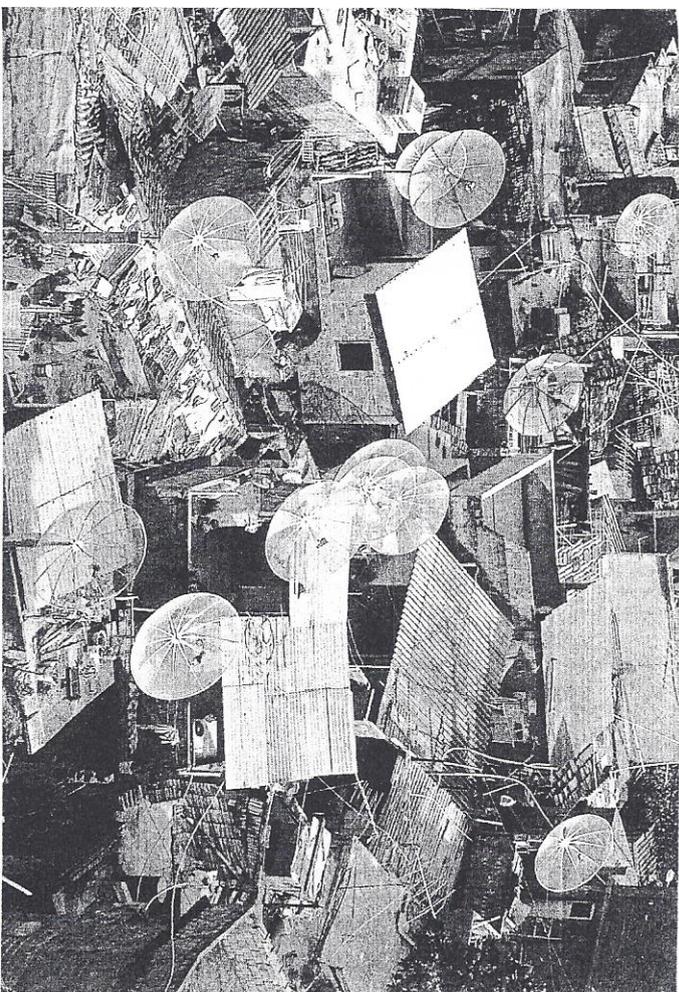


44. Assistir a novelas no Brasil é um programa comum, apesar das diversas justificativas. (Edu Villares/ N Imagens)

no ponto de ônibus é hora de mudar”, as novelas alimentam continuamente a competição sempre renovada por estilo.

A partir da década de 90, essa matriz modernizante de representação da realidade se revela incapaz de sintonizar versões verossímeis de uma comunidade nacional, agora atenta às conseqüências não antecipadas da modernização, como a destruição do meio ambiente, a desigualdade social, a discriminação racial e a violência urbana. A diversificação da estrutura televisiva tende a segmentar a audiência, tornando mais raras as transmissões capazes de captar a imaginação de um público de origem social variada e morador de regiões distintas do território nacional. Resquícios do potencial anterior ainda são visíveis, já que, em fins da década de 90, gamas variadas de telespectadores continuam revelando domínio das principais histórias das novelas que estão no ar. Eles ainda apropriam esse “repertório comum” de maneira variada, relacionando seus dramas particulares a dramas paralelos vistos pelos personagens de novelas e vice-versa. As tramas múltiplas do folhetim eletrônico permitem que os telespectadores sintêzizem dramas públicos e privados.

A vivência cotidiana das novelas diárias por mais de trinta anos propiciou a participação indireta dos telespectadores e prenunciou os programas interativos e *reality shows* que capturam a imaginação contemporânea.⁴⁶ Nessa sociedade do espetáculo, o domínio de detalhes da linguagem do vídeo vai além da exterioridade conformada com a posição de telespectador passivo e envolve uma disposição de interagir com o meio, operando câmeras de vídeo independente ou caseiro, opinando em programas que abrem algum canal para o telespectador, se exibindo em programas de auditório, sonhando e/ou se preparando para uma carreira artística.⁴⁷ A fascinação pelo mundo glamouroso do espetáculo enquanto via possível de realização pessoal, meio de ganhar a vida, se adaptar e adquirir visibilidade; se expressa, por exemplo, no sonho de uma carreira de modelo que perpassa a sociedade de alto a baixo, dos bairros elegantes aos mais periféricos. O mundo do espetáculo é visto como uma porta para o mundo “real”, aquele que propicia visibilidade pública. E visibilidade pública aparece como equivalente a integração plena, como se, no mundo virtual do espetáculo, as discriminações seculares de classe e raça pudessem enfim ser



45. *Mar de antenas sofisticada a recepção da TV no morro Dona Marta, no Rio de Janeiro.* (Oscar Cabral/ Abril Imagens)

redimidas. Essa utopia da exibição plena solapa as delimitações clássicas do espaço público e privado. Em seu dia-a-dia telespectadores se mostram sempre dispostos a comparecer a um programa de auditório, a contribuir com uma performance, mesmo que esdrúxula, a emprestar seu caso especial para veiculação ampla. Se o desejo de inclusão via espetáculo pode ser encontrado de maneira bastante generalizada na sociedade, a exibição em si reinstaura as diferenças. E, perversamente, os populares programas sensacionalistas reinscrevem as marcas da discriminação, confirmando as representações que associam a pobreza ao sensacionalismo, à violência e à barbárie.