

O “folhetim eletrônico”

Verdades Secretas: um fenômeno de audiência e de crítica

pg 68 - 80

Rondinele Aparecido Ribeiro¹

Resumo

O presente artigo encara a telenovela como o principal gênero da teleficção seriada e lhe confere o status de produto artístico e cultural. Na atualidade, pode-se falar que a novela pode ser vista como um agente propiciador acerca dos debates sobre a cultura e identidade brasileira. Um fenômeno que merece ser discutido na atualidade é a forma como os escritores têm construído o enredo das novelas. A partir dos anos 2000, pode-se falar, que a velha forma de “contar histórias” centradas numa única complexidade alterou-se. Tal alteração, em termos gerais, deve-se ao alastramento de novas mídias e a alteração comportamental do receptor, que acabam exigindo novos formatos. Assim, o artigo investiga as estratégias aplicadas no folhetim global “Verdades Secretas”. A trama, exibida pela Rede Globo no ano de 2015, no horário das 23 horas, além de obter audiência expressiva para o horário, é caracterizada pela crítica como uma novela de qualidade pela veiculação de temas considerados polêmicos.

Palavras-chave: Telenovela. Folhetim. Gancho. *Merchandising social*.

THE “ELECTRONIC FOLHETIM” SECRET TRUTHS: A PHENOMENON OF AUDIENCE AND CRITICISM

Abstract

The present article considers the telenovela as the main genre of serial telefiction and confers the status of artistic and cultural product. At present, it can be said that the novel can be seen as a propitiating agent about the debates about Brazilian culture and identity. One phenomenon that deserves to be discussed today is how writers have constructed the plot of the novels. From the 2000s, it can be said that the old way of “telling stories” centered on a single complexity has changed. Such a change, in general terms, is due to the spread of new media and the behavioral change of the receiver, which end up requiring new formats. Thus, the article investigates the strategies applied in the global booklet “Secret Truths”. The plot, screened by Rede Globo in 2015, at the 23 o'clock hour, besides obtaining an expressive audience for the time, is characterized by the critique as a quality novel for the placement of themes considered controversial.

Keywords: *Soap opera*. Folhetim. Hook. *Social merchandising*.

Introdução

A telenovela é um gênero midiático ficcional de grande importância para o Brasil. Sua presença aqui é notada desde 1951, quando foi exibida a primeira experiência audiovisual intitulada *Sua Vida me*

¹ Mestrando em Letras, pela UNESP (Assis). E-mail: ribeirorondinele@gmail.com

Pertence. Na atualidade, trata-se de um gênero de bastante prestígio e sucesso no país, que passou a exportar o produto, propagando imagens, hábitos e valores típicos da sociedade brasileira, sendo um formato bastante lucrativo na televisão, haja vista responder pelo grande lucro obtido pelas emissoras por meio das inserções de *merchandising* empregados no conteúdo da narrativa.

Inicialmente desprestigiada pela crítica, destinada a mulheres e concebida como um produto evasivo devido ao emprego da estrutura sentimental, a telenovela, ao longo de sua trajetória, adaptou-se ao cenário brasileiro e se distanciou de sua matriz latina ao incorporar temáticas mais cotidianas e realistas, que passaram a dialogar com o cenário brasileiro. Dessa forma, o gênero passou a se constituir numa verdadeira vitrine cultural e numa forma de narrativização da sociedade, como apontam Buonanno (2004) e Lopes (2009; 2014).

No meio acadêmico, esse gênero televisivo foi incorporado como objeto de estudo e passou a ser estudado como uma legítima forma de interpretação do país. Autores como Tondato (2011) e Baccega (2012; 2013) esclarecem que tamanha é a importância da telenovela no Brasil, que pensar em cultura e comunicação no país, é pensar na existência da telenovela, um “gênero-mosaico” originado a partir da sincronização de linguagens de vários outros gêneros, tais como folhetim, melodrama, *soap opera* e radionovela.

A partir dessas constatações iniciais, o presente artigo intenciona tecer considerações acerca do gênero ficcional de maior importância para o Brasil, que é a telenovela, e avança também numa comparação entre o folhetim e a telenovela. Para tanto, debruça-se no aspecto narrativo presente no gênero e o elege à categoria máxima de promoção da ficção no cenário midiático atual. Devido à estrutura notoriamente folhetinesca, grande responsável pelo sucesso de público e pela recepção positiva da crítica, escolheu-se a

telenovela *Verdades Secretas*, narrativa audiovisual exibida em 2015 pela Rede Globo no horário das 23 horas para apontar relações de hibridização entre a telenovela e o folhetim.

Teorizando a telenovela e seu suporte

Tamanha é a importância que a telenovela adquiriu no Brasil, que sua trajetória se confunde com o seu suporte: a televisão, veículo de comunicação é tido como o mais poderoso meio de comunicação de massas do século XX (VANOYE apud CAMPEDELLI, 1987, p. 05). Essa particularidade, para Vanoye, foi um dos fatores responsáveis pelo fato de a televisão ter extrapolado o status de um simples eletrodoméstico, sendo perfeitamente possível lhe atribuir o posto de uma grande conquista por combinar meio eletrônico, com recursos cinéticos, técnicos e comunicacionais.

Fruto de admiração por alguns e ódio por outros grupos, esse veículo de comunicação onipresente na sociedade foi encarado como um grande paradoxo. Nesse sentido, Maria Tereza Fraga Rocco (1994) aponta que essa divisão radical com a qual a televisão é vista é polarizada por dois grupos: os integrados e os apocalípticos. O primeiro grupo, de acordo com a autora, exalta o veículo e suas potencialidades enquanto meio de comunicação e espaço de socialização; já o segundo, adota uma concepção preconceituosa do meio calcada na alienação devido ao seu aspecto massivo.

Sobre essa polarização, valem as considerações de Rocco:

Resultam de tais posições certos conceitos e preconceitos a respeito de TV, que precisam ser examinados com cautela. De forma geral, questiona-se muito a TV, exaltando-a ou sobre ela lançando “culpas” as mais diversas e das mais diferentes naturezas. Televisão passa então a ser ou o remédio para todos os males ou o agente responsável pelos mais variados e sérios problemas, sejam eles de natureza social, cultural, psicológica e mesmo pedagógica. O espaço de representação da TV hoje, os papéis que desempenha ou que lhe são atribuídos demonstram fartamente que o veículo se

tornou parte integrante, se não integradora, do cotidiano de todas as pessoas em praticamente todo o mundo (ROCCO, 1994, p. 55).

O Brasil foi um dos primeiros países a contar com a transmissão de televisão, constituindo-se, na verdade, como um ato bastante ousado. A primeira transmissão no país ocorreu em 18 de setembro de 1950, sendo idealizada por Francisco de Assis Chateaubriand e foi marcada pelo caráter amador, uma vez que não se teve um planejamento mais sério. Ainda acerca das especificidades da televisão, é importante recorrer às teorizações de Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010, p. 07), responsáveis por identificar o caráter onipresente da televisão no cenário brasileiro bem como sua constituição ao longo de sua implantação no país. Para os autores, tal meio de comunicação corresponde à mídia de maior impacto na sociedade, notabilizando-se também como a principal fonte de informação e entretenimento da maioria da população, fator esse responsável por confirmar a onipresença da televisão no ideário nacional.

Na atual conjuntura da sociedade em que a televisão é alçada ao posto de veículo de comunicação mais influente na sociedade brasileira, é oportuno recorrer às teorizações de Lopes:

A presença maciça da televisão em um país situado na periferia do mundo ocidental poderia ser descrita como mais um paradoxo de uma nação que ao longo de sua história foi representada reiteradamente como uma sociedade de contrastes acentuados, entre riqueza e pobreza, modernidade e arcaísmo, sul e norte, litoral e interior, campo e cidade. E, de fato, a televisão está implicada na reprodução de representações que perpetuam diversos matizes de desigualdade e discriminação. Mas, também é verdade que ela possui uma penetração intensa na sociedade brasileira devido a uma capacidade peculiar de alimentar um repertório comum por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexo, raça e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas às outras (LOPES, 2009, p. 22).

A grande verdade é que, enquanto veículo de comunicação, a televisão tem sua programação

estrutura numa série de formatos denominados de gêneros. Martin Barbero (2001) define o gênero como uma estratégia de comunicação. Dentre os vários formatos, a ficção ocupa papel de destaque na televisão brasileira. Nesse sentido, o suporte vale-se de uma grande necessidade humana, que é o gosto pela narração. Pode-se dizer que a televisão ocupa o posto de grande promotora de ficção contemporânea e seu gênero de maior sucesso, a telenovela, fundamenta-se nessa necessidade atávica do ser humano. Sadek (2008), ao estudar as mídias, aponta a complementaridade que ocorre em tal meio: “Todas as formas de contar e de ouvir histórias se mantêm vivas, de modo que sempre acoplamos novas tecnologias, novos formatos e novas estratégias de contar relatos sem excluir ou descontinuar os anteriores” (SADEK, 2008, p. 24).

Ainda sobre a narratividade, o autor explica que os agrupamentos humanos sempre tiveram acesso e sempre dependeram de um suporte para ela se efetivar. “Fomos da roda de conversa para o palco, depois para o livro, o rádio, o cinema e a televisão” (SADEK, 2008, p. 20). Assim, a telenovela representa muito bem o que está sendo explicado por Sadek, uma vez que esse gênero corporifica a longa tradição narrativa da qual o homem mantém uma grande dependência. Enquanto gênero de ficção audiovisual híbrido, já que suas matrizes remontam a vários gêneros importantes na história da trama seriada, tais como folhetim, melodrama, *soap opera* e radionovela, a telenovela, como define Baccega (2013), tem êxito devido ao seu caráter narrativo, já que “a narrativa acompanha o ser humano desde que o homem adquiriu a faculdade de representar” (BACCEGA, 2013, p. 28). A estudiosa explica também que esse gênero continua a ser o mais importante produto da indústria cultural brasileira e terá esse *status* até o momento em que empregar a estrutura que possibilita um diálogo com a sociedade brasileira.

Em seu artigo intitulado *Estratégias de inovação da telenovela*, Aliana Aires (2013, p. 123) aponta de forma bastante esclarecedora e sintética o histórico dos modelos narrativos que tanto fascínio exerceram na humanidade. Da literatura oral à literatura impressa, do folhetim ao cordel, ao livro, ao teatro, do cinema à televisão, vários meios de comunicação se propuseram a narrar histórias, contudo, como aponta a autora, nenhum conseguiu atingir tanto sucesso na América Latina e no Brasil como a telenovela devido ao seu formato seriado que fornece doses homeopáticas aos telespectadores. “Herdeira do melodrama, a telenovela ganhou uma projeção até então inaudita no cenário brasileiro, passando a ocupar um espaço privilegiado na programação televisiva, e configurando-se como um dos maiores produtos de exportação no nosso país” (AIRES, 2013, p. 123).

As estudiosas Tondato, Abrão e Macedo esclarecem:

Desenvolvendo-se a partir da estrutura do romance-folhetim do século XIX, a telenovela adquire uma identidade diferenciada, que não é mais exatamente o antigo folhetim, nem o *feuilleton*, nem os seriados e nem mesmo a *soap opera* americana. Tal identidade, que trata o tempo e a estrutura da narrativa de forma diferenciada, está vinculada às possibilidades da tecnologia televisiva, às condições dramaturgias de seu desenvolvimento, bem como as formas de sua apropriação, que pelas indústrias culturais, quer pelos consumidores (TONDATO; ABRÃO; MACEDO, 2013, p. 155).

Embora o gênero esteja legitimado como uma produção cultural que retrata e refrata o país, a telenovela nos seus primórdios foi vista como um produto menor e evasivo devido à sua composição melodramática, todavia, no decorrer de sua trajetória, pode-se dizer que o gênero abraçou-se ao se afastar de sua matriz latino-americana e incorporou uma estrutura mais realista, que possibilitou tratar de temáticas atinentes ao universo brasileiro. “A telenovela, produto antropofagicamente construído pelos

brasileiros, que deglutiram as influências do circo, do folhetim e do cordel, da *soap opera*, dos cubanos e de Glória Magalhães, já pode ser classificada em fases [...]” (BACCEGA, 2013, p. 30).

Claudia Modagouro (2007) aponta que a telenovela na atualidade é o produto de ficção mais importante da televisão brasileira, ocupando um espaço *sui generis* por notabilizar-se pelo aspecto representativo da sociedade brasileira. Tamanha é a importância ocupada pelo gênero que Tondato (2011) explica que a telenovela na América Latina ocupa o papel de grande amplitude cultural, sobretudo pela sua potencialidade de tratar de questões polêmicas da sociedade e se constituir num produto que participa ativamente do processo de (re) criação identitária.

Sobre as especificidades da telenovela, vale o ponto de vista de Tondato, Abrão e Macedo:

Por meio da telenovela, o homem pode desenvolver novas sensibilidades que o ajudem a interpretar o social e a realidade na qual está inserido, bem como a organizar sua própria vida. Ela possibilita, portanto, que experiências “reais” sejam vividas, nos permitindo dizer que a telenovela, assim como muitas outras obras – é uma ficção real. Uma afirmação que, apesar de contraditória, acreditamos consiga resumir o modo a partir do qual pensamos esse produto midiático (TONDATO; ABRÃO; MACEDO, 2013, p. 153).

Estruturalmente falando, a telenovela emprega o gancho como forma de suspense na criação de expectativas no receptor. Renatta Pallotini (2012) explica perfeitamente sobre o emprego dessa técnica herdada do folhetim. Para a autora, as telenovelas operam com essa simbiose de estruturas. A partir das considerações apresentadas, é lícito afirmar que, mesmo surgido novas formas de comunicação e de entretenimento, a estrutura folhetinesca seriada permaneceu no meio audiovisual como se poderá verificar na telenovela *Verdades Secretas*.

Uma das matrizes das quais a telenovela se originou é as *soap operas*, que consistiam na exibição

de dramas da ficção seriada. De início, eram exibidas em horário diurno e eram patrocinadas pelas empresas “fabricantes de sabão”, que entretinham as massas numa época em que parcela da população não podia ter acesso ao cinema, ao teatro e a revistas. Sobre as configurações da *soap opera*, valem as considerações de Piveta (1999, p. 06) : “As histórias seriadas ou soap operas surgiram nas emissoras das rádios americanas, na década de 1930. Com uma linguagem simples e com temas cotidianos, as soap operas aumentaram a audiência das rádios e conquistaram muitos patrocinadores – Procter e Gamble, Colgate – Palmolive, Lever Brothers”.

Como esclarecem Ortiz, Borelli e Ramos (1991), na década de 1940, todos os dez maiores programas americanos de rádio eram soap operas, sendo que 92% dos patrocinadores se dedicavam a tal gênero radiofônico. Na verdade, pode-se falar, que as soap operas consistiam numa dupla estratégia: a primeira era levar entretenimento para a população; já a segunda, consistia numa estratégia de propaganda criada pelas agências de publicidade em veicular publicidade em momento que parcela considerável da população estava envolvida com a trama seriada.

Como exemplo desse sucesso, podem ser citadas *Amos and Andy*, exibida em 1929 pela WGN e *Painted Dreams*, exibida em 1930 sendo considerada a primeira *soap opera* da história do gênero.

Somente em 1959, é que o rádio passou a veicular tramas menos sentimentais em que sobressaiam uma verdadeira combinação de crimes, violência e ficção. Por sua vez, a gênese da *soap opera* está atrelada a dois gêneros de muito sucesso nos Estados Unidos: os romances domésticos, que faziam bastante sucesso no fim do século XIX e início do século XX e o vaudeville, que consistia em um espetáculo teatral de variedades, que era concebido como uma forma de entreter as pessoas pensando num sucesso comercial.

Além dos folhetins, as telenovelas sofreram influências das radionovelas, gênero surgido nos EUA no final do século XIX. As produções radionovelescas brasileiras foram influenciadas pelas radionovelas latino-americanas de Cuba e da Argentina. Nesses dois países, o formato já estava consagrado desde os anos 1930. Para se ter uma noção de quão avançada era o rádio em Cuba, na cidade de Havana, nos anos 30, o número de emissoras de rádio era superior ao da cidade de Nova York. “Na América Latina, o ponto de partida é Cuba, que vai incluir no formato mais tarde transformado em gênero, a característica do melodrama, que tão bem espelha a América Latina” (BACCEGA, 2013, p. 28).

A primeira radionovela exibida no Brasil tratou-se, na verdade, de uma adaptação da versão original cubana, de Leonardo Blanco e adaptada por Gilberto Martins, que foi responsável pela adaptação de vários sucessos no país. Uma das características predominantes nesse formato era a importação de roteiros bem como a estrutura essencialmente melodramática. Recuperando a gênese da radionovela no país, deve-se comentar a respeito da mudança do escritor Oduvaldo Vianna, que se mudou para a Argentina com a família em 1939, tornando-se dramaturgo passou a escrever para a Rádio *El Mundo*. No ano de 1940, o dramaturgo retornou para o Brasil e ofereceu vários roteiros para as emissoras nacionais. O único que aceitou a ideia foi Vitor Costa, que era diretor de radioteatro da Rádio Nacional, entretanto esbarrou-se nas dificuldades de se encontrar patrocínio para um gênero ainda incipiente no Brasil. A radionovela de Vianna foi lançada pela Rádio São Paulo, tornando-se um grande sucesso. Conforme apontam Borelli e Mira (1996, p. 35), a partir das duas experiências no Rio e em São Paulo, “as radionovelas se tornam febre nacional”.

Sobre a configuração da radionovela no Brasil, valem as considerações de Piveta:

No Brasil, o diretor artístico da Rádio São Paulo, Oduvaldo Viana, descobriu e se apaixonou pela radionovela numa viagem à Argentina e, em 1941, implantou-a no país. As primeiras adaptações foram *A Predestinada* e *Em Busca da felicidade*. O fato de ser um produto importado fez com que as radionovelas e pautasse nos padrões preestabelecidos: temática folhetinesca melodramática e público, em especial, feminino. O sucesso veio rápido. Entre 1943 e 1945 foram transmitidas 116 novelas pela Rádio Nacional, num total de 2985 capítulos (PIVETA, 1999, p. 07-08).

Ainda com relação ao gênero radionovela, observa-se que na década de 1950, o formato entrou em profunda decadência, uma vez que o alto custo de produção e a migração dos patrocinadores para a televisão constituíram fatores decisivos para a derrocada do gênero. Para decretar o fim dessa era consagrada, a partir de 1951, o país passa a produzir telenovelas, ainda que num formato não diário. Tal fato serviu para assinalar a mudança de gosto da sociedade, que agora contava com um meio de comunicação que possibilitava a interação por meio do audiovisual.

No Brasil, usando as definições de Patrícia Piveta (1999), pode-se entender que a telenovela se constituiu como a segunda transformação operada pelo folhetim. “A novidade era que os espectadores podiam ver, e não mais só ler ou ouvir, os personagens da telenovela, o cenário e presenciar toda a trama bem de perto, como se tudo ocorresse na própria sala de estar do telespectador” (PIVETA, 1999, p. 08). Assim, a telenovela transportou do rádio tanto a técnica como autores, diretores e autores, sendo importante mencionar que nessa fase incipiente, não se tinha uma linguagem própria para a televisão, tampouco contava-se com aparato tecnológico. Por essa razão, as primeiras telenovelas eram exibidas em formato diário, como capítulos que duravam cerca de 15 minutos e exibidos duas vezes por semana.

Tal situação só foi alterada com o advento do videoteipe, o que permitiu a revigoração do formato, conferindo-lhe aspecto duradouro e industrial. Dessa forma, as telenovelas deixaram de ser exibidas duas ou três vezes por semana para serem exibidas diariamente. A primeira experiência nesse formato diário foi ao ar em 1963 e chamou-se *2-5499 ocupado*. Tratava-se de uma adaptação da telenovela argentina *0597 Dá Ocupado*. Como atores principais, a trama contou com Tarcísio Meira e Glória Menezes:

Este quadro de transformações se reflete no advento da telenovela diária, tornando-se o produto através do qual os canais concorrem entre si, com todas as emissoras fazendo uma incursão pelo gênero. Repetindo o mesmo padrão comercial das radionovelas, *2-5499 ocupado*, TV Excelsior, foi a primeira telenovela diária, com os direitos comprados na Argentina, onde também são contratados os profissionais de produção, sendo o elenco escolhido no Brasil (TONDATO; ABRÃO; MACEDO, 2013, p. 157).

Em sua origem, como já mencionado, foi encarada como um produto menor por tratar de temas considerados óbvios, essencialmente melodramáticos e evasivos, como sustentam Alencar (2002) e Baccega (2013). Aos poucos, o gênero passou a contar com várias alterações em sua constituição, tais como o emprego do videoteipe, a adoção das tramas veiculadas diariamente e as temáticas, que de evasivas e ambientadas em cenários distantes do país, passaram a contar com o retrato do cotidiano do brasileiro, que passou a se reconhecer nos enredos encenados. Dessa forma, o caráter extremamente melodramático é mesclado a situações mais realistas.

Sobre as alterações ocorridas na década de 1960, valem as lições de Fadul:

As primeiras mudanças vão se dar no domínio das temáticas, ainda na década de 1960, quando acontece o seu processo de abasileiramento e elas passam a se distanciar cada vez mais do melodrama tradicional, conforme sua matriz cubana-mexicana-argentina. Essas mudanças tiveram seu ponto culminante com Beto Rockfeller (1968-1969), que rompeu

com uma série de regras do gênero. O distanciamento no tempo e no espaço, uma das principais características das telenovelas tradicionais, é abandonado em nome de uma aproximação com a vida cotidiana. Os temas dessas telenovelas estavam relacionados com os problemas de uma sociedade que se urbanizava e se industrializava rapidamente (FADUL, 2000, p. 19).

Nesse cenário de mudanças, não se pode esquecer de comentar acerca da importância da TV Tupi para a teledramaturgia nacional. Conforme Fadul (2000, p.16), o mérito da consiste em ter sido a primeira emissora do país além de ser a pioneira na produção de telenovelas. Além disso, deve-se acrescentar que a emissora foi responsável pela introdução das grandes mudanças ocorridas no gênero, como é o caso de *Beto Rockfeller*, telenovela considerada o “divisor de águas” na teledramaturgia nacional:

O estilo dos dramas longínquos de Glória Magadan foi abalado pela TV Tupi, já em processo de declínio, com Beto Rockfeller (1968-1969), de Bráulio Pedroso. Considerada a primeira telenovela moderna, com tema atual, referência direta do universo dos espectadores e características tipicamente brasileiras, Beto Rockfeller abriu as portas para o desenvolvimento da reconhecida qualidade das telenovelas brasileiras – não foi um acidente, foi uma consequência de tentativas anteriores (SADEK, 2008, p. 36).

A crítica confere a essa obra o *status* de trama revolucionária por empregar um protagonista anti-herói. A obra colaborou também para mudanças que se processariam quanto à recepção, haja vista que a trama, em torno de um herói encarnando a arquetípica malandragem brasileira, seduziu o público masculino. Para o estudioso José Roberto Sadek (2008), essa telenovela pode ser considerada a primeira em estrutura moderna justamente pelo fato de ter abandonado a estrutura melodramática, ter atingido o público masculino, que não figurava como o destino de tais produções bem como por ter inovado empregando diálogos marcados pela coloquialidade e pelo emprego de gírias. “A encenação era naturalista. Espectadores ricos e pobres ficaram encantados com as manobras de

Beto para participar de um mundo que não era o seu” (SADEK, 2008, p. 37).

A partir dos anos 70, a telenovela passa a dialogar diretamente com a realidade nacional. Assim, a estudiosa Esther Hamburger (2005) designa como “novelas-verdade” o conjunto de produções que surgem num contexto bastante conturbado para o Brasil. A obra *O Bem-Amado* (1973), de Dias Gomes, marcou uma profunda alteração no mercado, haja vista ter sido a primeira telenovela colorida exibida pela Rede Globo. Nessa década, os enredos passaram a abordar temáticas subjacentes ao universo brasileiro. Foram incorporados às tramas um forte debate crítico acerca das condições sociais e históricas do país.

Vale acrescentar ainda que foi nessa década que a Rede Globo passou a fixar seus horários bem como padronizou a duração das novelas e dos capítulos. Dessa forma, cada novela passa a ser construída de acordo com o público-alvo dividido por faixa etária, por horários e por temas. Assim, constata-se que a telenovela representou uma realidade até então renegada pelo gênero. De simples produto menor e melodramático, foi-se constituindo como forma de representar e balizar questões culturais, como esclarece Baccega (2013):

A telenovela reflete/refrata o contexto social, respeita o tempo e espaço históricos da sociedade da qual emerge e trata dos grandes temas do cotidiano, os quais são alçados à condição de elementos do universo ficcional. Tem sua verossimilhança construída no interior da narrativa. É desse modo que a ficção colabora, ela também, com a atualização dos mitos fundadores da nacionalidade principalmente no âmbito dos valores (BACCEGA, 2013, p. 36).

A telenovela se legitimou como uma forma de uma verdadeira narrativa acerca da nação, como defendem Lopes (2009; 2014) e Mogadouro (2007). Impulsionada pelo processo de redemocratização pelo qual o país passou, as tramas avançaram na maneira crítica de explorar e contextualizar as temáticas polêmicas pelas quais a sociedade passava.

Nesse sentido, a adoção de campanhas educativas denominadas de *merchandising social*, sobretudo, a partir dos anos de 1990, serviu para legitimar ainda mais a telenovela como verdadeiro componente cultural brasileiro alçado a recurso comunicativo, como defende Lopes (2014). “É possível afirmar que a telenovela no Brasil conquistou reconhecimento público como produto artístico e cultural e ganhou visibilidade como agente central do debate sobre a cultura brasileira e identidade do país” (LOPES, 2014, p. 02). A autora explica que esse status foi obtido porque a telenovela corresponde a um modelo de representação da modernidade brasileira, sendo um fenômeno cultural tão visto quanto falado pela sociedade alimentando repertórios e imaginário social.

Como se trata de um produto de forte penetração nos lares dos brasileiros e se constitui como principal produto de mídia do país, a inserção das ações sociais e educativas no enredo serve como um agente formativo da sociedade, nutrindo os telespectadores de referências. “Por meio do *merchandising social*, as telenovelas vêm agenciando a discussão de questões atinentes à sociedade brasileira – nem sempre contempladas pelas políticas públicas – e encontram na interface com a internet novas possibilidades narrativas, configurando-se também como um tipo de transmidialidade” (CARRASCOZA; HOFF; CASAQUI, 2013, p. 90).

A telenovela, nesse sentido, funciona como um agente de debates, que dá visibilidade a temas sociais polêmicos, que são vividos pelos personagens, os quais são porta-vozes. Por meio deles, os telespectadores recebem conselhos e alertas, possibilitando perceber e captar a realidade. Pode-se dizer que o conjunto de ações propostas pela telenovela estimula o receptor a uma ação ou reação diante da temática abordada, como aconteceu com as ações educativas propostas em *Salve Jorge* (aumento significativo das denúncias envolvendo

tráfico de pessoas) e *Laços de Família* (aumento significativo do número de doares de medula óssea).

Para exemplificar, as produções novelísticas já abordaram o drama de crianças desaparecidas e a luta das mães em tentar encontrá-las (*Explode Coração*, 1995); o Movimento dos Sem-Terra e a presença de dois senadores da república em velório do senador da ficção (*O Rei do Gado*, 1996); a denúncia da exploração do trabalho infantil (*A Indomada*, 1997); o tema da AIDS (*Zazá*, 1997); a doação de medula óssea (*Laços de Família*, 2000); as drogas e o depoimento de viciados em tratamento (*O Clone*, 2001); problemas com alcoolismo e a violência doméstica (*Mulheres Apaixonadas*, 2002); a exploração sexual infantil (*América*, 2005); a violência urbana (*Páginas da Vida*, 2006); a exploração do trabalho infantil (*Avenida Brasil*, 2012); o tráfico de pessoas (*Salve Jorge*, 2012); a temática da prostituição, da violência e do consumo das drogas no mundo da moda (*Verdades Secretas*, 2015).

Acerca dos temas polêmicos retratados na telenovela naturalista, vale o ponto de vista de Tondato, Abrão e Macedo:

[...] a telenovela, com seu poder de suscitar questões polêmicas, contribui para a mudança gradativa da sociedade dado seu forte peso na trama cultural. Em verdade, as questões levantadas em suas tramas já circulam na sociedade, algumas de forma abrangente e outras de maneira incipiente, isto é, começam a ser discutidas. Ao serem abordadas, penetram mais profundamente na sociedade e, com o passar do tempo, se atenderem aos objetivos que a sociedade civil venha colocar sobre aquelas questões, as mesmas passam a fazer parte do cotidiano de um maior número de pessoas (TONDATO, ABRÃO, MACEDO, 2013, p. 199).

Essa condição da narrativa midiática, a qual se notabiliza por travar um diálogo amplo com a realidade faz com que ela se converta num espaço amplo e privilegiado para retratar temáticas sociais bem como ficcionalizar dramas inerentes aos brasileiros. Ademais, é essa especificidade que possibilita o surgimento de novos modos de

perceber a realidade bem como servir como uma iniciativa ampla com a finalidade de informar o receptor, estimulando-o a uma reação, ou até mesmo, uma ação retratada no enredo da telenovela

***Verdades Secretas*: relações entre telenovela e a estrutura folhetinesca**

Verdades Secretas foi a quinta telenovela exibida pela Rede Globo no horário reinaugurado das 23 horas. Escrita por Walcyr Carrasco e veiculada entre junho e setembro de 2015, a telenovela foi a primeira teleficção inédita exibida pelo horário e inovou em vários aspectos, desde a concepção da gravação da narrativa feita com duas câmeras e com formato semelhante ao das minisséries até o tempo de permanência no ar, já que contou com 68 capítulos.

Com um enredo bastante coeso, coerente repleto de sexo, paixão, violência exacerbada, drogas e questões de gênero, a telenovela abordou uma série de temas de forma bastante ousada e realista, tais como um triângulo amoroso nada convencional que deságua na tragicidade (suicídio da mãe e assassinato do amante), a prostituição no mundo da moda (o caso do *book rosa*) e a temática das drogas representada pela personagem Larissa (interpretada por Grazi Massafera), personagem arrivista, invejosa e batalhadora, mas que não consegue trabalhos como modelo e acaba se tornando uma dependente de crack, ditaram o rol de situações enfrentadas pelas personagens da telenovela.

Enquanto o mais importante produto de mídia da indústria televisiva passa a ser um espaço de problematização do país retratando desde a intimidade aos problemas sociais, como ensina Lopes (2009). Dessa forma, a telenovela, como defende a autora, tem a propriedade particular de funcionar como um poder de síntese, já que é capaz de fundir o público e o privado, o político e o doméstico, a notícia e a ficção, o masculino

e o feminino. “É isso o que, a meu ver, tipifica a telenovela brasileira e que cria o quase paradoxo de se ver o Brasil mais nessa narrativa ficcional do que no telejornal” (LOPES, 2009, p. 26).

O enredo de *Verdades Secretas* centrava-se em torno do sonho de uma garota chamada Arlete, interpretada por Camila Queiroz, que alimenta o sonho de ser modelo. A jovem vai morar com sua mãe, interpretada por Drica Moraes, na casa de sua avó depois de o pai abandonar a família. A jovem, motivada na carreira de modelo para ajudar a família, consegue ingressar no mundo da moda, passa a ser chamada de Angel por ser um nome mais comercial. Logo é vítima da agência de Fanny, interpretada por Marieta Severo, ingressando no mundo da “prostituição de luxo”.

Em seu primeiro desfile como modelo, Angel ganha bastante notoriedade, despertando a atenção de Alexandre Ticiano (Alex), interpretado por Rodrigo Lombardi, que, em um acordo espúrio com a empresária Funny, reserva a modelo para ele. Os dois passam a ter um envolvimento cada vez maior, mas Angel acaba criando repulsa pelo cliente quando outra modelo da agência, Lyris, entra na agência e acusa ter sido violentada por Alex.

O empresário tinha um acordo com a dona da agência e ela não oferece nenhum trabalho envolvendo *book rosa* para Angel, fazendo com que a modelo tome a decisão de fazer um programa sem que os dois soubessem. Durante a relação, o cliente acaba infartando e morre. Angel vai parar na delegacia e tem que prestar esclarecimentos para a polícia. Nesse momento, acaba revelando para a avó que era garota de programa.

A avó pressiona a modelo a morar com o pai com o intuito de afugentar a neta do mundo da prostituição. Paralela a essa situação, o empresário seduz Carolina e pede que ela mantenha segredo sobre o envolvimento dos dois. Para impressionar Carolina, Alex quita a dívida de Dona Hilda (mãe de Carolina). Alex se casa com a mãe de Angel e viaja em

lua de mel, levando a enteada junto com a desculpa de que era uma boa hora para eles se aproximarem, já que agora seriam pai e filha. Na verdade, o empresário nutria o desejo de possuir Angel novamente. Seduz a garota e eles passam a ser amantes.

Alex passa a humilhar e a desprezar a esposa e se demonstra cada vez mais preocupado com a garota. Quem desmascara os dois é a filha de Alex, Giovanna, que contou para Carolina sobre o envolvimento extraconjugal do pai. Carolina flagra os amantes na cama. No meio de muita discussão, Carolina tira um revólver e aponta primeiro para Alex. Angel intervém e diz que ama o empresário. Após a discussão e bastante abatida, Carolina escreve uma carta para Angel e comete suicídio.

Após a morte da mãe, a jovem vai morar com o pai. Alex a procura e justifica ao pai de Angel o interesse, dizendo que quer dar uma vida confortável para ela, já que a moça era sua enteada. O empresário viaja com Angel para Angra dos Reis e tenta seduzi-la novamente chamando-a para passear de lancha. Num determinado momento, a personagem saca uma arma a mesma empregada pela mãe- e aponta para o padrasto. Alex tenta convencer a garota a não atirar, mas ela dispara várias vezes contra o amante. Após o crime, a jovem lança o corpo ao mar, limpa as evidências do crime em uma cena extremamente hiperrealista em que está de biquíni e suja de sangue, que se mistura com a água utilizada para lavar a lancha.

A partir do final trágico envolvendo Alex, Angel e Carolina (suicídio de Carolina e assassinato de Alex), fica patente que a telenovela tratou a temática da traição de uma forma bastante original ao recorrer ao hiperrealismo como uma estética que capta e explora as situações da classe média como um fato documentarizante. A temática da traição conjugal é bastante comum nas produções televisuais, que guardam resquícios ou releituras do melodramático, mas em *Verdades Secretas*, essa

violência que pulsou na tela do telespectador ganhou um viés artístico.

De fato, a trama conseguiu mobilizar o público, já que foi uma das maiores audiências do ano de 2015. A trama foi considerada pelos críticos como uma obra de bastante qualidade, sobretudo por desnudar questões polêmicas como a prostituição no mundo da moda, as drogas, a violência, a bissexualidade e o relacionamento trágico envolvendo um trio nada convencional. Segundo dados², o capítulo final de *Verdades Secretas* obteve 27 pontos no Ibope. Vale ressaltar, dessa forma, que a trama teve uma boa aceitação pelo público, a qual pode ser constatada pelo índice de audiência considerado alto devido ao horário em a telenovela foi exibida. Para se ter um dado comparativo, a audiência de *Verdades Secretas* foi superior ao da telenovela *A Regra do Jogo*. Veiculada no principal horário da emissora, essa produção obteve 24 pontos de audiência no dia de exibição do último capítulo de *Verdades Secretas*.

Como a telenovela alimenta também conversas entre família, amigos bem como alimenta uma grande fluxo de notícias e programas relacionados aos bastidores da televisão, muito se falou sobre a novela, que além de ter um ritmo narrativo diferente das demais tramas, contou com poucos personagens e com um número de capítulos bem inferior ao do formato tradicional.

A seguir, tem-se um trecho em que se apresenta à Angel o trabalho com book rosa:

Fanny: [...] Você sabe o que é o *book rosa*?

Angel: Um livro cor de rosa?

Fanny: Não, não é bem isso. [...] Tem agências que não fazem questão de agradar o cliente em tudo, mas eu faço questão de agradar. Aqui na Fanny Models quando um cliente faz um pedido muito especial, eu atendo. Dr. Ming te achou lindíssima.

² Os dados foram retirados do site: <<http://otvfoco.com.br/ultimo-capitulo-de-verdades-secretas-iguale-recorde-de-audiencia/>> Acesso em 03/02/2016.

Angel: Sério? Você acha que eu vou posar para a próxima linha de maquiagem dele?

Fanny: Claro! É possível, é possível no futuro, mas a questão agora aqui é o book rosa. [...] O trabalho da modelo é o trabalho de modelo. Não são todas as agências não, mas algumas, poucas, como a Fanny Models, desenvolve um trabalho especial chamado *book rosa* ou ficha rosa. [...] Ninguém fala muito porque as modelos que fazem esse tipo de trabalho, mesmo as em início de carreira, ganham muito mais dinheiro.

Angel: Que tipo de trabalho é esse?

Fanny: Além dos eventos, dos desfiles, a modelo acompanha o executivo para algo mais.

Angel: Oh, Visky, toda modelo pra ficar famosa tem que fazer?

Visky: Não, claro que não. Muitas tiveram sorte no início da carreira, outras tinham uma condição melhor e não precisaram. [...] Eu não vou mentir pra você, nem toda agência faz, mas boa parte das agências que dizem que não fazem, fazem, ou pelo menos facilitam os encontros.

Angel: Das modelos com os clientes?

Visky: Ai, que palavra feia. Patrocinador, hum? Soa bem melhor. Ter um bom patrocinador ajuda na carreira da modelo. Tem até umas que casam.

Além das estratégias já apontadas, um grande elemento de bastante importância para o sucesso da telenovela foi o emprego do gancho, estratégia emprestada de sua matriz folhetinesca para instigar a tensão e promover a identificação do público com a narrativa. “O gancho cria uma ruptura no conhecido e previsível, levando o ouvinte a tentar saber o desfecho para que, entendendo o inusitado e o intrigante, reconstitua seu universo de conhecimento, que agora abriga essa nova informação” (COSTA, 2000, p. 68). Assim, essa fórmula secular de sucesso foi bastante empregada na telenovela como uma forma de criar tensão e instigar a audiência, que se manteve crescente no folhetim, bem como nos vários comentários pela internet, o que mostra a grande potencialidade da telenovela se constituir numa narrativa acerca do cotidiano, além da sua faceta de promover a geração de conteúdos e debates em outros suportes. Ademais, essa relação folhetinesca foi exacerbada

em *Verdades Secretas* pela escolha do tema polêmico, a instauração do conflito múltiplo com suspense no final de cada capítulo.

Considerações Finais

Este artigo propôs-se a estabelecer um panorama acerca da telenovela brasileira. Longe de esgotar as teorizações sobre esse gênero, este trabalho apontou que a telenovela é vista na atualidade como uma narrativa sobre o país devido a sua capacidade de se inspirar em situações reais e ficcionalizá-las.

Não restam dúvidas de que esse gênero é um forte componente da cultura brasileira pelo seu caráter de veicular hábitos, valores e formas possíveis de conduta. Elevada a um gênero com potencialidades comunicativas pelo fato de dar visibilidade a temáticas polêmicas, a telenovela tornou-se um produto de mediação social justamente pelo seu poder educativo e informativo que sempre suscita ações e reações da sociedade.

Inicialmente concebida como um produto menor da televisão brasileira por empregar uma extensa carga melodramática aliada a um enredo evasivo, o “folhetim eletrônico televisivo” tornou-se uma expressão cultural da América Latina. No Brasil, ganhou um *status* bastante peculiar pelo fato de ter incorporado temáticas sociais e situações cotidianas experimentadas pelos personagens que propiciam a identificação com os telespectadores. O gênero permanece vivo na grade televisiva brasileira e se mostra de grande importância no ideário nacional, sobretudo por criar uma verdadeira comunidade imaginada como propõe Lopes (2014).

A telenovela *Verdades Secretas*, exibida em 2015, conquistou o público, que se viu seduzido pelo enredo nada convencional. Ademais, a narrativa trouxe à baila vários temas considerados

polêmicos, tais como traição, prostituição no mundo das modas, drogas e bissexualidade. Aliada à estratégia secular emprestada de sua matriz folhetinesca, recorreu-se ao gancho como forma de seduzir o público e instigar a audiência, fazendo da produção sucesso nacional e internacional, já que ganhou o Emmy de melhor produção televisual.

Referências

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood Brasileira: Panorama da Telenovela no Brasil**, São Paulo: Senac, 2002.

BACCEGA, Maria Aparecida; OROFINO, Maria Isabel Rodrigues (Org.). **Consumindo e vivendo a vida: telenovela, consumo e seus discursos**. São Paulo: PPGCOM – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Intermeios, 2013.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Ressignificação e atualização das categorias de análise da “ficção impressa” como um dos caminhos de estudo da narrativa teleficcional**. Revista Comunicación, N°10, Vol.1, ano 2012.

BORELLI, Sílvia Helena Simões; MIRA, Maria Celeste. Sons, imagens, sensações: radionovelas e telenovelas no Brasil. In: **Intercom – Revista Brasileira de Comunicação**. São Paulo: Intercom, vol. XIX, n.1, 1996, pp. 33-57.

BUONANNO, M. Além da proximidade cultural: não contra a identidade, mas a favor da alteridade. In: LOPES, M. I. V. **Telenovela: internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004.

CAMPEDELLI, Samira Youssef. **A telenovela**. São Paulo: Ática, 1987.

CARRASCOZA, João Anzanello; HOFF, Tânia; CASAQUI, Vander. Significações do trabalho e do corpo nas “narrativas de superação”: um estudo dos depoimentos do Portal da superação em Viver a Vida. In: BACCEGA, Maria Aparecida; OROFINO, Maria Isabel Rodrigues (Org.).

Consumindo e vivendo a vida: telenovela, consumo e seus discursos. São Paulo: PPGCOM – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Intermeios, 2013.

COSTA, Cristiane. **Eu compro essa Mulher: romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FADUL, Ana Maria. **Ficção seriada na TV: as telenovelas latino-americanas (Bibliografia anotada da telenovela brasileira)**. São Paulo, ECA-USP, 1993.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado: A sociedade da telenovela**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Memória e Identidade na Telenovela Brasileira**. Disponível em <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT12_ESTUDOS_DE_TELEVISAO/templatexxiicompos_2278-1_2246.pdf>. Acesso em 04/05/2016.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Telenovela como Recurso Comunicativo**. MATRIZES, v. 3, n.1, 2009.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Traduzido por Ronald Polito; Sérgio Alcides. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MOGADOURO, Claudia de Almeida. **A Telenovela brasileira: uma nação imaginada**. Eco-Pós, v.10, n. 2, p. 85-95, 2007.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela, história e produção**. São Paulo: Brasiliense: 1991.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2012.

PIVETA, Patrícia Rosana. **Telenovela: um dos procedimentos educativos da sociedade brasileira**. Londrina: UEL, 1999.

ROCCO, Maria Thereza Fraga. **Que pode a escola diante do fascínio da TV.** Disponível em <http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c_ideias_09_053_a_062.pdf>. Acesso em 12/10/13.

SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **História da Televisão no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2010.

SADEK, José Roberto. **Telenovela: Um olhar do cinema,** São Paulo: Summus, 2008.

TONDATO, Márcia Perecin; ABRÃO, Maria Amélia; MACEDO, Diana Gualberto de. Ficção e Realidade Televisivas: **O caminhar pela cultura e o encontro com a telenovela.** In: TONDATO, Márcia Perecin; BACCEGA, Maria Aparecida (Orgs.). *A Telenovela nas Relações de Comunicação e Consumo: Diálogos Brasil e Portugal.* Jundiaí: Paco Editorial, 2013.

TONDATO, Márcia Perecin. **Comunicação e consumo: representações identitárias da mulher na publicidade do prime-time.** Revista ECO-POS, abril, 2011.

Submissão: 12/02/2018

Aceite: 17/07/2018