

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
PUC-SP**

Mauricio Tintori Piqueira

**Entre o Entretenimento e a Crítica Social: A
Telenovela Moderna da Rede Globo de
Televisão e a Formação de uma nova
identidade nacional (1969-1975)**

Mestrado em História

**SÃO PAULO
2010**

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
PUC-SP**

Mauricio Tintori Piqueira

**Entre o Entretenimento e a Crítica Social: A
Telenovela Moderna da Rede Globo de
Televisão e a Formação de uma nova
identidade nacional (1969-1975)**

Mestrado em História

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo,
como exigência parcial para obtenção do título de
MESTRE em História Social sob a orientação do
Prof. Doutor Antonio Rago Filho.

SÃO PAULO
2010

Banca Examinadora

AGRADECIMENTOS

Ao pessoal do Arquivo Multimeios do Centro Cultural São Paulo, ao Núcleo de Pesquisa de Telenovelas da ECA/USP, ao Arquivo do Estado de São Paulo e à Biblioteca Municipal Mário de Andrade, de São Paulo, permitindo a consulta de seus acervos aos pesquisadores, possibilitando o desenvolvimento da pesquisa histórica.

Ao Lauro César Muniz, por gentilmente ter concedido à entrevista que foi essencial para a presente dissertação. Sua humildade fez crescer ainda mais a admiração pela sua trajetória e obra.

Ao meu orientador Prof. Dr. Antonio Rago Filho, pela sua paciência, erudição e colaboração para que essa dissertação se materializasse, sendo sua atuação essencial para a concretização desse trabalho.

À minha Banca de Qualificação, formada pela Professora Dra. Yvone Dias Avelino e pela Professora Dra. Silvia Borelli, cujas sugestões foram de suma importância para o andamento do trabalho.

À Secretaria Estadual de Educação do Estado de São Paulo, pela bolsa mestrado, fundamental para que esse projeto se transformasse na presente dissertação.

À minha esposa Cristiane e aos meus pais, Norma e Rozival, que sempre depositaram fé na minha capacidade e tiveram paciência comigo nesse momento importante para a minha trajetória acadêmica.

A todos os meus colegas do programa de mestrado da PUCSP, cuja troca de informações e experiências foram positivas durante toda a pesquisa e nas disciplinas cursadas.

Aos professores com os quais tive contato durante esse período de pesquisa e nos cursos e seminários e que deram boas sugestões para o trabalho, tais como o Prof. Dr. Antonio Pedro Tota e as Professoras Dras. Marcia d'Alessio, Maria Odila, Vera Lúcia Vieira e Estefânia Knutz.

“Não perder a simplicidade... e dizer alguma coisa a mais”.

(Janete Clair, 1973)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar as telenovelas da Rede Globo de Televisão como um meio de mediação social responsável pela constituição de uma identidade nacional moderna, cujo norteador seria a crença na possibilidade de inclusão social através da inserção do indivíduo na sociedade de consumo. Tal função tem suas origens ligadas à década de 1970, em um contexto marcado pelas políticas de modernização econômica e de integração nacional perpetradas pela Ditadura Militar e pelo início da hegemonia no mercado televisivo brasileiro pela Rede Globo, que ajustou a sua programação dentro das expectativas do governo e dos agentes do capitalismo monopolista multinacional para conquistar tal posição, e na conquista da hegemonia, no campo da telenovela, de autores engajados socialmente, preocupados com a realidade social excludente do país e desejosos de conscientizar a maior parte da população sobre os problemas enfrentados no país, em uma época em que o acesso à informação era restrito devido à ação da Censura.

Palavras-Chave: Indústria Cultural, Ditadura Militar, Identidade Nacional, Inclusão Social.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the soap operas of Rede Globo television as a means of social mediation responsible for the formation of a modern national identity, whose guiding is the belief in the possibility of social inclusion by the insertion of the individual in society. This function has its origins relating to the 1970s, in a context marked by economic modernization policies and national integration perpetrated by the military dictatorship and by the beginning of hegemony in Brazilian television market by Rede Globo, adjusted their programming within the expectations of Government and multinational monopoly capitalism agents to win such a position, and the conquest of hegemony in the telenovela, authors socially engaged, concerned with the social reality of the country and desiring excluding educate the majority of the population about the problems in the country, in an era in which the access to information was restricted due to the action of censorship.

Keywords: cultural industry, military dictatorship, national identity, social inclusion.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
1 AS ORIGENS DA TELEDRAMATURGIA BRASILEIRA – ONSCIENTIZAÇÃO E SONHO	22
1.1 Na Era de Mr.Cunningham: As Primeiras Manifestações da Teledramaturgia na TV Brasileira	23
1.2 A Telenovela Diária: O Início da Revolução Industrial da Televisão Brasileira	40
1.3 Entra em Cena O “Bicão”: As Tentativas de Trazer a Telenovela para a Realidade Brasileira	49
1.4 A Telenovela Moderna: O Casamento entre a Fantasia Melodramática e o Realismo Social Nacional-Popular	62
2 A TELENOVELA BRASILEIRA: UM PRODUTO COM O PADRÃO GLOBO DE QUALIDADE	69
2.1 Na Era do Grotesco: Os Primeiros Anos da TV Globo e o Reinado de Magadan (1965-1969)	70
2.2 Uma Televisão Brasileira com Padrão de Qualidade: A Imagem de um País em Desenvolvimento	88
2.3 A Gênese da Telenovela Moderna da Rede Globo: Véu de Noiva	102
2.4 A Telenovela Global: Um Meio de Mediação Social para a Integração Nacional	108
3 “IRMÃOS, É PRECISO CORAGEM!” – UMA IDENTIDADE ATRAVÉS DO MITO DA INCLUSÃO SOCIAL	117
3.1 Da Integração à Inclusão: A Telenovela Consolida-Se como um Meio de Mediação Social	118
3.2 Janete Clair e o Dilema sobre a Função Social da Telenovela	127
3.3 “Western Feijoadá” e Futebol: Entre a Tradição Rural e a Modernidade Urbana	144
3.4 A Saga dos Heróis Interioranos: Um Fator Constituinte de uma Identidade Nacional Através da Luta pela Inclusão Social	149
CONCLUSÃO	169
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	175

INTRODUÇÃO

Esse trabalho nasceu a partir da constatação de que, no campo da História, há uma carência de trabalhos que tenham como temática a televisão brasileira e, mais precisamente, sobre o seu gênero mais popular, que é a telenovela¹, considerada por um de seus principais autores, Alfredo Dias Gomes, como “*A única coisa que a televisão brasileira inventou com as características de um produto de televisão, com uma linguagem própria para a TV*”².

Porém, a telenovela não é um gênero nacional, pois sua produção (que, inicialmente, era uma adaptação dos textos das radionovelas) iniciou-se em outros países da América Latina, na década de 1950, como Cuba, México e Argentina. E as primeiras telenovelas produzidas em nosso país seguiam o mesmo padrão de teledramaturgia dos citados países, sendo ele hegemônico nas emissoras de televisão de São Paulo e do Rio de Janeiro até o final da década de 1960. Tendo o patrocínio de produtos das empresas multinacionais de higiene feminina e de cosméticos, a maior parte das tramas primava por um maniqueísmo bem definido (o eterno confronto entre mocinhos extremamente bons e vilões cujas maldades beiravam ao sadismo), com a presença de um romantismo representado pelo amor idealizado entre o casal protagonista, cuja legitimidade se dava através da vitória sobre todas as barreiras impostas por outros personagens ou pelo destino, sendo sempre celebrada, no final, a vitória da justiça, sendo os perseguidos compensados com a felicidade eterna e os opressores com a prisão ou até a morte. Dessa forma, segundo Mauro Alencar, o sonho e a fantasia presentes nessas tramas consolavam uma sociedade submetida ao autoritarismo da Ditadura Militar³, mas estavam distantes da realidade social do país, sendo a telenovela apenas um gênero cuja única função social era entreter e divertir seus telespectadores.

Mas, em cerca de 10 anos, tal contexto mudou. A telenovela foi “nacionalizada”, passando a ter não apenas os tradicionais elementos folhetinescos maniqueístas da

¹ A maior parte dos trabalhos acadêmicos realizados sobre a história da televisão e da telenovela no Brasil são realizados pelos campos das Ciências Sociais e da Comunicação. Um dos poucos trabalhos realizados no campo historiográfico é a tese de doutorado em História de Estevão Lukacs Júnior. Ver LUKACS JUNIOR, Estevão. **Pecado e Coragem** – Modernidade, Telenovela e Ideologia (1969-1977). Tese de Doutorado em História. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 1995. Nele, há uma análise das telenovelas *Irmãos Coragem* e *Pecado Capital*, de Janete Clair, considerando-as expressões ideológicas da modernidade brasileira do período.

² DURÃO, Vera Saavedra. Novela, a única invenção da TV brasileira. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28/09/1980. Folhetim, p.5.

³ ALENCAR, Mauro. **A Hollywood Brasileira** – Panorama da Telenovela no Brasil. 2.ed. Rio de Janeiro: SENAC/Rio, 2004, p.23.

teledramaturgia latino-americana. Foram assimiladas as experiências realizadas pelo teatro brasileiro nos anos 1960, mas precisamente aquele que se convencionou chamar de nacional-popular, cuja maior expressão era o Teatro de Arena. Um teatro que encarava o seu trabalho como algo que ultrapassava o simples entretenimento, cuja dramaturgia deveria ter uma função social: a de conscientizar a sociedade sobre a “realidade brasileira”, sendo isso algo extremamente necessário para construir uma nação menos dependente internacionalmente e mais justa socialmente.

Após o Golpe de Estado de abril de 1964⁴, essa dramaturgia socialmente engajada passou a ser considerada “subversiva” pelos novos detentores do poder, sendo ela visada pelos órgãos de censura e boicotadas economicamente. Para sobreviverem profissionalmente através de sua arte, atores e dramaturgos encontraram refúgio na televisão. Inicialmente, as Tvs Excelsior e Tupi abrigaram esses artistas que trouxeram o trabalho desenvolvido no teatro para a televisão. Autores como Lauro César Muniz, Gianfrancesco Guarnieri, Bráulio Pedroso, Walter George Durst e Benedito Ruy Barbosa introduziram no meio de comunicação elementos dessa dramaturgia que valorizava a representação da “realidade social nacional”, sendo essa inserção reconhecida pelos críticos de televisão através do sucesso da telenovela *Beto Rockefeller*, de Bráulio Pedroso, exibida pela TV Tupi de São Paulo, entre os anos de 1968 e 1969, cuja história se afastava do melodrama, retratando as tentativas de um jovem da classe média paulistana conseguir a ascensão social sem muito esforço. As aventuras do irreverente Beto Rockefeller (interpretado pelo ator Luiz Gustavo) alcançou índices de audiência expressivos tanto em São Paulo quanto no Rio de Janeiro,

⁴ Nessa dissertação, o conceito de Golpe de Estado utilizado é o de Karl Marx, que ao analisar a situação sócio-política francesa entre os anos de 1848 e 1851, quando as classes conservadoras uniram-se, no que o pensador alemão chamou de *Partido da Ordem*, para defender seus interesses frente à ascensão dos movimentos reivindicatórios do proletariado, sendo que, através de um discurso baseado na defesa da propriedade privada, da família, da religião e da ordem, procuraram impedir à força qualquer reforma que pudessem, dentro do seu ponto de vista, ameaçar a sociedade, sendo o socialismo identificado como a grande ameaça para a manutenção do *status quo*. Ver MARX, Karl. **O Dezoito Brumário de Louis Bonaparte**. Tradução de Silvio Donizete Chagas. 2.ed. São Paulo: Centauro, 2000, pp.27-28. O Golpe de Estado ocorrido em 1964 no Brasil teve muitas similaridades com a situação francesa do século XIX, sendo que os militares, os latifundiários, as empresas multinacionais e a burguesia brasileira associada aos interesses do capitalismo internacional se uniram em um autêntico *Partido da Ordem*, frente à ameaça do crescimento dos movimentos sociais e os planos do governo João Goulart em realizar as Reformas de Base, que apesar de não romperem com o capital, sinalizando apenas com medidas que defendiam o capital nacional e estatal e concediam maiores direitos às classes populares, eram encaradas pelos conservadores como algo ameaçador para a “segurança nacional”, que podiam levar o Brasil ao comunismo, em um contexto marcado pela Guerra Fria. Ver RAGO FILHO, Antonio. “*Sob este signo vencerás! – A estrutura ideológica da autocracia burguesa bonapartista*”. In: **Tempo de Ditadura**. Caderno AEL, 14/15. Campinas: Arquivo Edgar Leuenroth, 2001, pp.157-159.

provando que um estilo de teledramaturgia moderna, inserida na realidade social, poderia ser comercialmente viável para as emissoras.

O sucesso de *Beto Rockfeller* estimulou uma das concorrentes da Tupi a investir na renovação de sua teledramaturgia. E aquela que soube inserir tais elementos dentro de um planejamento de marketing que visava o crescimento da emissora, aproveitando-se da introdução do sistema de transmissão em rede nacional, possibilitada pelo governo através da EMBRATEL a partir de 1969, foi a Rede Globo de Televisão, que justamente nesse período se tornou à emissora de televisão líder no Brasil, cujo crescimento deveu-se, como indicou Esther Hamburger, a uma conjunção de diversos fatores, como as boas relações com o regime militar, a sintonia com o incremento do mercado de consumo, a formação de uma equipe de produção e administração preocupada em otimizar o marketing e a propaganda e (principalmente no caso das telenovelas), a prestação de serviços de um grupo de criadores vinculados às propostas culturais de esquerda, provenientes do teatro e do cinema⁵. E, dentro dessa conjunção de fatores, a emissora carioca produziu, a partir de 1969, telenovelas antenadas na “realidade nacional”, surgindo assim um estilo próprio da emissora, identificado como um “estilo brasileiro” ou “moderno”, sendo um contraponto às telenovelas de estilo tradicional que ainda predominam em boa parte da América Latina, como indicou Jesús Martín-Barbero e Germán Rey⁶.

Através da telenovela, a Globo tornou-se, segundo Mônica Kornis, uma importante construtora da identidade nacional⁷. Mas, qual seria o conteúdo dessa identidade? Qual imagem de país e sociedade estaria retratada nessas telenovelas? Qual seria o combustível, a matéria-prima que capacitou esse produto televisivo a ser esse agente construtor de identidade nacional? Em qual aspecto as telenovelas globais construíram uma identidade com o telespectador e, dessa forma, construíram uma imagem de Brasil? Essas são algumas questões que fazem parte dessa dissertação, cujo objetivo é analisar a gênese do estilo de telenovelas da Rede Globo de Televisão, que até hoje é identificado no mundo todo como “Telenovela Brasileira” ou “Telenovela Moderna”, que, ao contrário das telenovelas de estilo tradicional, se propõe a ser mais do que um simples entretenimento, assumindo o papel de uma mediadora social responsável pela construção de uma nova identidade

⁵ HAMBURGER, Esther. “Diluindo as Fronteiras: A Televisão e as Novelas do Cotidiano”. In: NOVAES, Fernando; SCHWARZ, Lilia Moritz (org). **História da Vida Privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, v.4, p.455.

⁶ MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os Exercícios do Ver – Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva**. 2.ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2004.pp.120-121.

⁷ KORNIS, Mônica. **Uma História do Brasil Recente nas Minisséries da Rede Globo**. Tese de Doutorado em Ciência das Comunicações. São Paulo: ECA/USP, 2000, p.16.

nacional, antenada nos princípios globalizantes de uma sociedade constituída dentro do domínio mundial do capital monopolista multinacional. Nesse trabalho, não tenho a pretensão de dar uma resposta definitiva para essas complexas questões, mas sim indicar caminhos, analisando não apenas o conteúdo e a produção das telenovelas da Rede Globo dos primeiros anos da década de 1970, mas também inseri-las dentro do contexto da época, marcado pelas políticas de integração nacional e repressão aos opositores perpetrados pela Ditadura Militar, pela expansão da economia capitalista multinacional monopolista no país, tendo por base a constituição de uma sociedade de consumo e de um mercado unificado, e o crescimento da Rede Globo de Televisão, que planejou suas ações dentro desse quadro e, graças a isso, se tornou a principal rede de televisão do Brasil.

Outro aspecto a ser levado em conta na gênese do estilo de telenovela da Rede Globo de Televisão foi a progressiva inserção de demandas pela modernização cultural do país, que, de certa forma, chocavam-se com a defesa dos valores morais tradicionais perpetrados pela Ditadura Militar e que eram zelosamente defendidos pelos censores do regime. A ascensão dos padrões modernos de comportamento, ligados à cultura urbana das grandes metrópoles do planeta e aos valores da contracultura jovem e de esquerda da década de 1960, foi chamada pelo historiador inglês Eric Hobsbawm de “*Revolução Cultural*”, sendo boa parte deles assimilados pela indústria cultural e empacotados como produtos culturais para o grande público⁸.

A exploração dessa cultura “moderna” pela indústria cultural no Brasil, sendo ela a base para a formação da sociedade de consumo, acabou revelando as contradições existentes dentro do bloco que apoiou a ascensão do regime de exceção em abril de 1964. De um lado, o governo apoiava o avanço dessa indústria cultural, vista como uma prova do progresso econômico pelo qual o país passava e, ao mesmo tempo, também, como um elemento de promoção da “integração nacional”, essencial para a garantia da “segurança” e “desenvolvimento” do país. Porém, muitos integrantes do governo viam com desconfiança esse avanço, principalmente pelo fato dessa indústria explorar temáticas que poderiam deturpar a “essência” do povo brasileiro, afastando-o dos princípios tradicionais, ligados à moral católica e à manutenção da estrutura social do país. Portanto, ao mesmo tempo em que a televisão (no caso, a Globo e as suas telenovelas) simbolizava o progresso técnico e econômico do Brasil, em consonância com as diretrizes da ditadura militar, por outro lado, o conteúdo de seus programas poderia ameaçar o “estilo de vida do povo brasileiro”,

⁸ HOBBSAWM, Eric. “A Revolução Cultural”. In: **Era dos Extremos** – O Breve Século XX 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, pp. 314-336.

caracterizado pela tradição católica.

Dessa forma, é de suma importância analisar a gênese do estilo moderno de telenovela produzida pela Rede Globo de Televisão, inserida nas demandas e interesses dos diversos agentes sociais do meio televisivo da época (emissora, artistas, autores, diretores, governo, agências de publicidade e telespectadores), marcado pela introdução de um novo modelo econômico no país, que seguia as determinações “modernizantes” do capitalismo monopolista internacional, que proporcionou altas taxas de crescimento econômico, sendo tal processo conhecido como “Milagre Brasileiro”, que tinha como base o consumismo presente na classe média e alta nacional, que se tornou padrão de comportamento para toda a sociedade brasileira e, ao mesmo tempo, um forte componente fomentador de identidades sociais, capaz de romper as diferenças regionais e culturais. Com isso, a televisão foi essencial para o cumprimento das metas traçadas pelo meio publicitário, desde que sua programação atendesse ao gosto do “telespectador-padrão”, ou seja, a franja superior da classe média urbana, cujo potencial de consumo era extremamente lucrativo para as empresas que utilizavam a publicidade para promover suas marcas e produtos. Portanto, através de interesses mercadológicos do modelo de capitalismo adotado pelo regime militar, a televisão promoveu a “Integração Nacional” preconizada pelos militares, sendo esse um elemento essencial para a promoção do “Crescimento com Segurança”.

Atualmente, a televisão brasileira e, em especial, a Rede Globo de Televisão, têm enorme influência perante a nossa sociedade. Essa influência vai desde a formação da opinião pública até na introdução ou crítica de determinados valores morais e de comportamento, além de ser um meio eficiente para a publicidade através da divulgação de hábitos de consumo. Com isso, a emissora passou a ter um grande peso no jogo das decisões políticas. Além disso, a Globo é uma das maiores empresas nacionais, tendo negócios e vendendo seus programas em diversos países.

Boa parte desse poderio se deve a audiência conquistada pelas telenovelas, que a partir da década de 1970, tornou-se o principal gênero televisivo do país, dominando, primeiramente, o chamado “horário nobre” da televisão, a faixa das 20 horas, sendo esse domínio iniciado com telenovelas como *Véu de Noiva* (1969) e *Irmãos Coragem* (1970 – 1971), de Janete Clair, cujas histórias não eram voltadas exclusivamente para o público feminino (até então o “público-alvo” das telenovelas, que constituíam a maior parte de sua audiência), mas também para os jovens e para o público masculino, até então telespectadores não habituais de telenovelas. Nesse processo, esse sucesso expandiu-se para outros horários (19 e 22 horas), que inicialmente foram estabelecidos obedecendo às

determinações da censura e, com o passar do tempo, passaram a ser laboradas através das pesquisas de opinião e de uma análise qualitativa da audiência realizada pela emissora, fundamentada mais especificamente a partir de 1972.

A maior parte das telenovelas exibidas no período abordou, mesmo que indiretamente, as contradições entre um Brasil que estava se modernizando e se urbanizando e um Brasil arcaico, rural e ainda submisso ao poderio dos coronéis interioranos. A exposição dessas contradições conquistou a audiência, mas também atraiu às atenções da censura, que prejudicou o desenvolvimento de diversas histórias, se constituindo em verdadeiros co-autores de boa parte delas. Mas isso não prejudicou a conquista cada vez maior de audiência, tornando o gênero extremamente popular.

Fazer um estudo e uma análise da televisão brasileira é essencial para quem quiser entender o Brasil Contemporâneo. É necessário deixar de considerar ela como apenas um veículo de alienação coletiva e começar, no meio acadêmico, a dar um tratamento mais relevante, pois ela é um veículo de comunicação importante e extremamente influente junto à sociedade brasileira. Como afirma Eugênio Bucci:

A TV tem sido tratada como um fenômeno menor. Como se fosse a vitrine dos lixos gerados pela indústria cultural e nada mais (...). Mas não tem jeito. Para os interessados na cena brasileira, a televisão tem sido o ambiente inevitável. Falar de televisão é falar do Brasil⁹.

Para a abordagem da temática, levaremos em consideração alguns aspectos. Em primeiro lugar, deve-se levar em conta que as emissoras de televisão, no início da década de 1970, eram pressionadas, pelo governo autoritário quanto pelas agências de publicidade, a adotarem uma programação televisiva de “alto nível”, “moderna”, que simbolizasse o progresso do país e, ao mesmo tempo, estivesse ligada aos valores da sociedade consumista internacional do capitalismo monopolista multinacional, deixando de lado a influência dos antigos programas de rádio, considerados “popularescos”, voltados para um público-alvo diferente daquele que o mercado publicitário da época queria atingir, que no caso era a classe média ascendente, beneficiada pelo “Milagre Brasileiro” e com um grande potencial de consumo. A Globo, através do Padrão Globo de Qualidade, procurou atender as citadas demandas e desenvolveu uma programação *midcult*, ou seja, uma cultura de massa valorizada, com elementos da cultura erudita inseridos num produto voltado para o

⁹ BUCCI, Eugenio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2005, p.25.

consumo de massa, como definiu Dwight McDonald¹⁰, ou seja, uma produção com um capital cultural mais valorizado, conforme a teoria desenvolvida por Pierre Bourdieu¹¹. Dessa forma, a telenovela, com sua temática mais valorizada culturalmente e contando com um maquinário tecnologicamente avançado para a sua produção, tornou-se símbolo de um imaginário baseado na ideia de “*país potência*”, tão desejado por boa parte da sociedade da época e cuja crença era reforçada através da propaganda instituída pela Ditadura Militar, conforme abordou Carlos Fico¹².

E foi a partir desse imaginário que a telenovela tornou-se um veículo construtor de uma identidade nacional, com o passar dos anos. Como apontou Esther Hamburger, a modernização das telenovelas realizada pela Rede Globo na década de 1970 foi realizada em um contexto marcado pelos esforços da Ditadura Militar em realizar a integração nacional através de um ideário centrado no progresso, pela demanda das agências de publicidade vinculadas aos interesses do capitalismo monopolista multinacional em inserirem nossa sociedade dentro dos padrões consumistas das nações desenvolvidas capitalistas, e pela entrada na televisão brasileira de um grupo de dramaturgos de esquerda, que desenvolveram uma linguagem moderna para a telenovela. Esse grupo engajado politicamente com os ideais de luta por mudanças sociais trouxe consigo os ideais utópicos de conscientização política das massas, algo impossível de se concretizar no teatro graças às diversas formas de censura perpetradas pelo governo. Segundo a estudiosa brasileira de telenovelas, a conjunção involuntária dos interesses antagônicos dos agentes citados (governo, mercado publicitário e artistas de esquerda), fomentou a construção de uma identidade brasileira moderna dentro do gênero, sendo ela assimilada por milhões de telespectadores em todo o país¹³.

Desse processo, como salientou Mônica Almeida Kornis, surgiu “*uma pedagogia do que é ser brasileiro*” para as massas, sendo tal identidade realizada através de variadas formas, como a linguagem, a difusão de comportamentos e hábitos, pelas referências culturais e históricas e pelo direcionamento do consumo, fazendo com que a telenovela global assumisse um papel semelhante ao do cinema hollywoodiano frente à sociedade

¹⁰ Ver ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2001, pp.37-38.

¹¹ BOURDIEU, Pierre. “O Mercado de Bens Simbólicos”. In: **Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1998, p.120.

¹² FICO, Carlos. **Reinventando o otimismo** – Ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.

¹³ HAMBURGER, Esther. **O Brasil Antenado** – A Sociedade da Novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005, p.35.

norte-americana¹⁴.

A influência hollywoodiana sobre a produção das telenovelas globais no quesito que se refere à construção da identidade pode ser percebida pela forte influência do que foi chamado de “*americanismo*” por Antonio Pedro Tota, ou seja, uma identidade nacional norte-americana construída baseada em características como a livre-iniciativa e o empreendedorismo, consideradas qualidades inerentes de todos os indivíduos nascidos nos Estados Unidos da América, sendo tais atributos universais, que deveriam servir de modelo para o resto do mundo¹⁵. Tais valores foram transmitidos através dos filmes de Hollywood para diversas partes do mundo e, por iniciativa de Daniel Filho e Janete Clair, admiradores da produção norte-americana, foram inseridos em diversas tramas da emissora carioca nos anos 1970.

Portanto, a telenovela moderna global contou tanto com elementos da dramaturgia de esquerda desenvolvida na década de 1960 quanto com ingredientes desenvolvidos originalmente pela produção cinematográfica norte-americana, sendo seu padrão uma verdadeira miscigenação desses componentes. Mas, é bom salientar que tal miscigenação não desprezou os elementos da telenovela tradicional, calcado no melodrama, portador de elementos como o romantismo e o maniqueísmo, além do ideal utópico de justiça dos oprimidos frente aos opressores, que, segundo Jesús Martin-Barbero, possibilitam as classes populares a se identificarem com esse estilo de narrativa e, através da apropriação dessas histórias, “*vinguem-se à sua maneira, secretamente, da abstração imposta à vida pela mercantilização, da exclusão política e da desposseção cultural*”¹⁶. E, nesse aspecto, o melodrama tradicional não se choca com o realismo desenvolvido pela dramaturgia de esquerda, portadora do que Marcelo Ridenti chamou de “*romantismo revolucionário*”, cuja característica é a presença de uma utopia que “*valorizava acima de tudo a vontade de transformação, a ação dos seres humanos para mudar a História*”, sendo, segundo essa representação, o homem do povo, de raízes interioranas, o agente dessa transformação, pois não estaria “*contaminado pela modernidade urbana capitalista*”¹⁷. Com isso, podemos deduzir que o arquétipo do brasileiro construído nas telenovelas seria um homem (ou

¹⁴ KORNIS, Mônica Almeida. “Ficção televisiva e identidade nacional: o caso da Rede Globo”. In: CAPELATO, Maria Helena et al. **História e Cinema**. São Paulo: Alameda, 2007, p.97.

¹⁵ TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor** – a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra Mundial. São Paulo: Companhia das Letras, 2005, pp.19-20.

¹⁶ MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações** – Comunicação, Cultura e Hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006, p.307.

¹⁷ RIDENTI, Marcelo. **Em Busca do Povo Brasileiro** – Artistas da Revolução, do CPC à Era da TV. Rio de Janeiro: Record, 2000, p.24.

mulher) interiorano, naturalmente bom, portador de um sonho de conquistar seu lugar dentro de uma sociedade em vias de modernização, sendo que através da superação das diversas dificuldades inerentes dessa luta seria o portador da justiça social. Tal arquétipo seria a base da identidade moderna brasileira transmitida pelas telenovelas globais, transformando o gênero, conforme as conclusões de Maria Immacolata Vassalo de Lopes, Silvia Helena Simões Borelli e Vera da Rocha Rezende, um “*representante privilegiado da tardia modernidade brasileira*”, construtor de “*um repertório compartilhado de representações identitárias*” tanto da realidade social como da maneira do indivíduo interpretar o mundo¹⁸, além de também ser extremamente atrativo para o grande público, como percebeu Fredric Jameson. Segundo o pensador norte-americano, os produtos da indústria cultural, para serem atrativos e construírem uma identidade com seu público, devem inserir em seu conteúdo tanto as angústias do cotidiano social como as esperanças, utopias, fantasias e os sonhos da coletividade, pois, mesmo de maneira distorcida, essa produção abre um espaço para as massas expressarem suas expectativas de vida e interpretações e modos de ver o mundo¹⁹.

A inserção de utopias sociais e individuais pela indústria cultural, tendo por objetivo a propagação dos valores consumistas da sociedade capitalista em tempos de mundialização do capital fez com que a televisão fosse um dos veículos fomentadores de uma nova concepção de cidadania, diferente do conceito tradicional, fundamentado no iluminismo do século XVIII, voltada para a participação política dentro de um sistema democrático institucionalizado, sendo ela agora baseada nas práticas de consumo de bens e produtos culturais e nos direitos do consumidor, conforme teorizou Nestor Garcia Canclini. Segundo o intelectual mexicano, o indivíduo considera-se inserido socialmente não mais através da conquista de direitos políticos, e sim através da possibilidade de consumir produtos e bens restritos às pessoas com possibilidades de adquiri-los²⁰.

Vale também à pena destacar aqui a questão da produção de arte e cultura em um conglomerado industrial cujo principal objetivo é ter a maior lucratividade possível com tal produção. Como apontou Walter Benjamin, a massificação do consumo de arte provocou uma transformação da maneira de como se analisar as produções artísticas, sendo que

¹⁸ LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a Telenovela** – mediações, recepção e teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002, p.23.

¹⁹ JAMESON, Fredric; “Reificação e Utopia na Cultura de Massa”. Tradução de João Roberto Martins Filho. In: **Crítica Marxista**, vol.1, nº1, São Paulo: Brasiliense, 1994, p.21.

²⁰ CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**- Conflitos Multiculturais da Globalização. Tradução de Mauricio Santana Dias. 5.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005, pp.13-14.

muitos intelectuais passaram a diferenciar a “arte tradicional” daquela voltada para o consumo em massa, sendo a primeira identificada como possuidora de um caráter mais reflexivo, mantendo a sua verdadeira “*aura*”, enquanto a segunda, voltada exclusivamente ao divertimento e a distração, não seria uma arte verdadeira²¹. E foi considerando a produção da indústria cultural totalmente desprovida de conteúdo artístico que Max Horkheimer e Theodor Adorno teorizaram a referida indústria, salientando que sua produção era baseada por uma infinidade de “*clichês*”, lugares comuns presentes em todas as manifestações que garantiriam a conquista e fidelidade do consumidor cultural, sendo, dessa forma, que as expressões da indústria cultural seriam totalmente desprovidas de caráter artístico, não sendo nada mais do que meros negócios para essa indústria²².

Porém, apesar de concordar com Horkheimer e Adorno sobre o caráter comercial da produção da indústria de cultura de massa, considero que muitas de suas obras mantêm um caráter artístico-cultural, dentro da perspectiva de Walter Benjamin, onde o consumidor de entretenimento pode, além de se divertir, refletir sobre o conteúdo desse produto, ainda mais se determinados aspectos se tornarem habituais dentro de determinados gêneros, permitindo a assimilação desses por parte do espectador²³. Benjamin percebeu também que as massas também sentiam uma maior atração pelo cinema do que pelas artes consideradas tradicionais, pois ele explorava as “*imagens do real*”, penetrando mais incisivamente na realidade e contribuindo ainda mais para a quebra de sua passividade frente ao objeto cultural²⁴. Dessa forma, o cinema e, posteriormente a televisão, possibilitaram a alguns produtos da indústria cultural terem um caráter artístico, constituindo-se em um “*elemento mediador*”, dentro da perspectiva de Georg Lukács, operando diretamente sobre o sujeito humano através do “*reflexo da realidade objetiva*”, refletindo as relações sociais em sua obra e provocando um enriquecimento intelectual do espectador, que assimila esse reflexo dentro dos padrões culturais adquiridos em sua trajetória de vida²⁵. Para o teórico húngaro:

É um fato reconhecido por todos o de que na base desta eficácia da arte, como momento decisivo

²¹ BENJAMIN, Walter. “A Obra de Arte na época de suas técnicas de reprodução”. Tradução de José Lino Grünnewald. In: **Os Pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1975, vol. XLVIII, p.27.

²² HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. “A Indústria Cultural – O Iluminismo como mistificação das massas”. In: **Indústria Cultural e Sociedade**. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004, pp. 7-8.

²³ BENJAMIN, Walter. Op.cit, pp. 32-33.

²⁴ Idem, p.26.

²⁵ LUKÁCS, Georg. “A Arte como autoconsciência do desenvolvimento da Humanidade”. In: **Introdução a uma estética marxista** – sobre a categoria da particularidade. Tradução de Carlos Nelson Coutinho e Leandro Konder. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978, p.296.

está a elevação do indivíduo, que desfruta desta eficácia, da mera particularidade do sujeito à particularidade. Ele experimenta realidades que, de outro modo, na plenitude oferecida pela época, ser-lhe-iam inacessíveis, suas concepções sobre o homem, sobre suas possibilidades reais positivas ou negativas, ampliam-se em proporções inesperadas; mundos que lhe são distantes no espaço e no tempo, na história e nas relações de classe, revelam-se a ele na dialética interna daquelas forças cujo jogo exterior lhe oferece a experiência de algo que lhe é bastante estranho, mas que, ao mesmo tempo pode ser posto em relação com a sua própria vida pessoal, com a sua própria intimidade²⁶.

Convém lembrar, porém, que determinados gêneros e propostas mais ousadas, para serem bem sucedidas na indústria cultural, devem conquistar o público e, conseqüentemente, trazer lucratividade para a empresa. O artista empregado na indústria cultural, segundo Raymond Williams, é obrigado a seguir os padrões estabelecidos pela empresa, cuja diretriz é o mercado²⁷. E, muitas vezes, tais padrões são determinados também pelo grupo de profissionais culturais que detêm a hegemonia dentro de um determinado campo, conforme a teoria desenvolvida por Pierre Bourdieu. Segundo o teórico francês, a predominância de um determinado produto ou estilo na indústria cultural se deve, principalmente, à aqueles que detêm a hegemonia dentro de determinado campo, referenciada através da conjunção entre diversos fatores, como o sucesso de vendas, a conquista de elevados índices de audiência e, principalmente, o reconhecimento obtido entre os críticos e outros produtores, que elevam o capital cultural de determinado gênero ou obra²⁸.

Portanto, no caso da telenovela, podemos perceber que o autor, principal responsável pelas tramas, têm uma restrita liberdade de criação, conforme percebeu Lisandro Nogueira, que identificou certa independência do dramaturgo no início dos trabalhos, na escritura dos primeiros capítulos. Porém, à medida que a trama passa a ser exibida, tal condição deixa de existir, devido “à *vigilância do produtor (emissora), público e patrocinadores*”, passando a existir uma relação tensa entre o autor e os agentes citados²⁹. Tal relação conflituosa entre os agentes citados é essencial para o entendimento da dinâmica de uma telenovela.

Quanto à metodologia utilizada para a análise das fontes, principalmente aquelas de origem audiovisual, vale destacar que levei em consideração os caminhos traçados por alguns historiadores e sociólogos culturais e cinematográficos. Primeiramente, uma

²⁶ Idem, p.291.

²⁷ WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992, pp.103-104.

²⁸ BOURDIEU, Pierre. Op.cit, pp.152-153.

²⁹ NOGUEIRA, Lisandro. **O Autor na Televisão** – a ficção seriada de Gilberto Braga. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Artes. São Paulo: ECA/USP, 1995, pp.15-17.

referência básica de todo o historiador que resolve seguir por esses caminhos é o francês Marc Ferro. Pertencente ao movimento da Nova História, encabeçado por Jacques Le Goff, defendia a utilização, por parte do historiador, de outras fontes além das tradicionais (documentos oficiais e escritos). Ferro considerava que a utilização de fontes audiovisuais era importante para a análise da sociedade moderna. Para se conseguir isso, ele defendia que o filme não podia ser analisado por si só, e sim inserido no contexto social da época para, a partir daí, fazer uma análise dele, principalmente em seus aspectos ideológicos e de estudo do imaginário³⁰.

A proposta de Marc Ferro de se analisar o contexto da época em que foi produzida a obra audiovisual pode ser complementada pela perspectiva de Mikhail Bakhtin quanto ao posicionamento do artista e, mais especificamente, do autor de uma obra, que expressa nela toda sua vivência e seu posicionamento sócio-político, expondo, mesmo de maneira inconsciente, sua visão de mundo, e, dessa forma, rompendo com a neutralidade³¹.

Outro fator importante para a elaboração da metodologia desse trabalho é o fato de a telenovela ser uma obra aberta. Diferente do cinema, o principal gênero dramático brasileiro vai sendo produzido concomitantemente à sua exibição, causando uma participação mais ativa do público, seja indiretamente, no caso dos dados brutos revelados pelos institutos de pesquisa dos índices de audiência, ou diretamente através do contato dos diretores, autores e atores com o próprio público, no dia-a-dia. Dessa forma, creio ser de suma importância a análise do teórico da comunicação espanhol radicado na Colômbia, Jesús Martín-Barbero. Para ele, a mensagem televisiva é apropriada pelos telespectadores à sua maneira, dentro de suas vivências e experiências, provocando reações múltiplas e diversas, na maioria das vezes diferente das expectativas traçadas pelos produtores televisivos³². Como a telenovela é uma obra aberta, tais reações são percebidas pelos produtores das telenovelas que, interessados em conquistar ou manter a audiência, inserem nela essas reinterpretações, perceptíveis através da mudança de rumos da história e de temperamento dos personagens. Tal aspecto é importante para uma empresa cujo objetivo é criar uma identidade com seu público, procurando satisfazer suas necessidades de entretenimento. Dentro desse prisma, Armand e Michele Mattelart consideram que a telenovela é uma produção ficcional que instiga o debate social “transclassista” entre uma

³⁰ FERRO, Marc. “O Filme – uma contra-análise da sociedade”. In: LE GOFF, Jacques; NORRA, Pierre. **História: Novos Objetos**. 3.ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988.

³¹ BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.pp.10-11.

³² MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op.cit, p.309.

elite de produtores e a massa de telespectadores³³. Tal condição abordada tanto por Barbero como pelos teóricos franceses é essencial para a compreensão da função da telenovela como um mediador social das diversas demandas das diferentes classes sociais.

Entre as fontes utilizadas na minha pesquisa, estão incluídas livros de memórias e biografias de autores e diretores de telenovelas e de dirigentes da emissora carioca que atuaram no período abordado (Dias Gomes, Janete Clair, Daniel Filho, Walter Clark e Roberto Marinho); material jornalístico vinculado por publicações como a *Veja*, *Folha de São Paulo*, *Jornal do Brasil*, *O Globo* e *Última Hora*, cujo acervo pode ser encontrado tanto na Biblioteca Municipal Mário de Andrade quanto no Arquivo do Estado de São Paulo; os Boletins de Programação da Rede Globo de Televisão, com alguns exemplares podendo ser consultados no Núcleo de Estudo sobre Telenovelas da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo; a entrevista realizada com o autor de telenovelas Lauro César Muniz, que trabalhou na emissora e é considerado um dos pioneiros na elaboração de uma linguagem moderna de telenovela. Sua colaboração foi extremamente positiva para a consecução de minha dissertação, estabelecendo uma relação direta com um dos sujeitos participantes do contexto histórico analisado. Segundo Etienne François, o historiador trabalha com uma testemunha menos manipulável do que as demais fontes, tendo apenas um domínio parcial sobre ela³⁴. Portanto, a História Oral caracteriza-se por um diálogo maior entre o historiador, o entrevistado e os leitores, como abordou Alessandro Portelli, sendo que o primeiro não pode eximir-se de uma tomada de posição, mas deve saber ouvir e respeitar o ponto de vista do entrevistado, que cedeu e autorizou a utilização de seu testemunho, e, ao mesmo tempo, ter a consciência de que seu próprio trabalho poderá ter múltiplas interpretações entre seus futuros leitores, sendo, dessa forma, seu trabalho um “*texto dialógico*”, não sendo portador de uma verdade absoluta³⁵.

Quanto às fontes audiovisuais, foram utilizados programas especiais sobre a História da Telenovela produzidos pela Rede Globo de Televisão e pela TV Cultura de São Paulo, sendo tal material encontrado no Arquivo Multimeios do Centro Cultural de São

³³ MATELLART, Michele; MATTELART, Armand. **O Carnaval das Imagens – A ficção na TV**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989, p.113.

³⁴ FRANÇOIS, Etienne. “A Fecundidade da História Oral”. In: FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaína. **Usos e Abusos da História Oral**. 3.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998, p.9.

³⁵ PORTELLI, Alessandro. “Tentando aprender um pouquinho – Algumas reflexões sobre a ética na História Oral”. In: **Projeto História**: revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História do Departamento de História da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, n.15, abril de 1997, pp.26-27.

Paulo, além do compacto da telenovela *Irmãos Coragem* (1970-1971), de Janete Clair e exibida no principal horário de telenovelas da Globo, às 20 horas e que será o foco da análise central dessa dissertação.

Esta dissertação é dividida em três capítulos. No primeiro capítulo, abordarei a teledramaturgia das décadas de 1950 e 1960, sendo seu desenvolvimento influenciado diretamente pela luta pela hegemonia da produção cultural nacional no veículo, ameaçada constantemente pela “invasão estrangeira”, representada pelos teleteatros inspirados pela dramaturgia européia e norte-americana, pela crescente presença dos “enlatados” (os seriados importados dos Estados Unidos) e pela telenovela de padrão latino-americano, que restringiam o mercado de trabalho para o artista nativo nas emissoras de televisão e, ao mesmo tempo, segundo os profissionais da televisão, afetavam a qualidade dos programas. Como muitos profissionais de televisão também estavam presentes no teatro, nesse período, a luta pelo desenvolvimento de uma dramaturgia que retratasse a realidade nacional acabou se inserindo no campo televisivo, resultando numa luta pela hegemonia entre os defensores de uma televisão que privilegiasse a produção nacional, que garantiria uma reserva de mercado de trabalho para o artista brasileiro, e aqueles que (no caso específico das telenovelas) defendiam os interesses de uma indústria multinacional de melodramas eletrônicos. Foi tal contexto que possibilitou o despertar da gênese da telenovela moderna.

Já o segundo capítulo tratará da aposta feita pela Rede Globo de Televisão no estilo moderno de telenovela, realizada a partir da mudança da hegemonia no campo da teledramaturgia ocorrida após a demissão de Glória Magadan do cargo de diretora do núcleo de telenovelas da emissora. Magadan impunha o estilo tradicional latino-americano de telenovelas na emissora carioca, e sua saída possibilitou a modernização das telenovelas, incentivada pelos diretores José Bonifácio de Oliveira Sobrinho e por Daniel Filho e realizada inicialmente pelo dramaturgo Dias Gomes, um dos principais nomes do teatro nacional-popular do período, e por sua esposa, Janete Clair, autora de radionovelas de sucesso, formada dentro dos padrões tradicionais de novela, mas que desejava inserir tal estilo dentro do ambiente social brasileiro, sendo que o objetivo da emissora era desenvolver uma linguagem *midcult*, visando conquistar a audiência de uma classe média consumista, que se constituía no real mercado consumidor do país na época e, dessa forma, atrair os investimentos publicitários para a emissora. Além disso, visava atender as expectativas da Ditadura Militar em utilizar a televisão como um símbolo da modernidade e do progresso que o país vinha alcançando.

Finalmente, no terceiro capítulo, centraremos na análise da telenovela *Irmãos*

Coragem, sendo sua produção diretamente influenciada pelo contexto social, político e econômico da época marcado pelos esforços da Ditadura Militar em concretizar a integração nacional e dos agentes do capitalismo monopolista multinacional, representados pelas agências de publicidade, em unificar o mercado consumidor brasileiro, e das pressões inerentes dentro do campo da telenovela da emissora, resultado das exigências de intelectuais, representados pela crítica televisiva, para que a televisão e a telenovela exercessem uma função social educativa perante a crescente inserção das classes populares na audiência televisiva, pela presença cada vez mais forte de dramaturgos de esquerda, que tinham o objetivo de conquistar a hegemonia no campo e transformar o gênero em um veículo para a conscientização social da população, apesar das limitações impostas pelo caráter comercial do gênero e pela censura da Ditadura Militar. Dentro dessa conjuntura, *Irmãos Coragem* conquistou altos índices de audiência em todo o Brasil, proporcionando a Rede Globo de Televisão a conquista da hegemonia do mercado televisivo do país e, ao mesmo tempo, consolidando o papel de mediador social que o gênero, aos poucos, foi assumindo.

CAPÍTULO 1

AS ORIGENS DA TELEDRAMATURGIA BRASILEIRA – CONSCIENTIZAÇÃO E SONHO

Nesse capítulo abordamos um histórico da teledramaturgia nas décadas de 1950 e 1960, enfocando, principalmente, o engajamento de uma parcela dos produtores e artistas em criar e desenvolver uma teledramaturgia ligada à realidade brasileira, influenciada pelas produções culturais realizadas pelo teatro e pelo cinema, e que tinha como objetivos formatar uma expressão cultural que não fosse “alienada” do contexto político-social do período e, ao mesmo tempo, proporcionar uma maior facilidade para o trabalho de interpretação dos atores e de produção por parte dos diretores e seus assistentes, além de impedir a ameaça do desemprego em massa e da perda de autonomia desses profissionais de televisão, que viam na crescente presença dos seriados norte-americanos (conhecidos como “enlatados”) e nas adaptações das telenovelas latino-americanas, a concretização dessa ameaça.

Na primeira parte, centraremos no desenvolvimento dos primeiros gêneros de teledramaturgia da televisão brasileira: a telenovela (na época, em um formato diverso do que é apresentada atualmente) e o teleteatro e a luta de boa parte dos profissionais culturais envolvidos em formatar uma teledramaturgia nacional que trouxesse para a TV as experiências realizadas no teatro e no cinema brasileiro.

A seguir, trataremos da chegada de um novo gênero na televisão brasileira, a telenovela diária. Tal formato já era desenvolvido com sucesso em outros países da América Latina, como a Argentina, e foi através dele que foi introduzido um ritmo industrial de produção na televisão brasileira. Contudo, com a ingerência direta das agências de publicidade vinculadas às empresas multinacionais dos produtos de higiene pessoal feminina (Colgate-Palmolive, Gessy-Lever, etc), houve a imposição de um padrão que impossibilitava a abordagem de temas referentes à realidade brasileira.

Tal fato provocará uma reação, abordada na terceira parte do capítulo, que terá a finalidade, para os artistas, de romper com esse padrão latino-americano. Movidos por esse ideal, somados ao desejo de garantir um espaço no mercado de trabalho na televisão, ameaçado tanto pelas telenovelas quanto pelos seriados importados dos Estados Unidos, em uma época em que o trabalho era praticamente impossível no teatro e no cinema devido à Censura praticada pela ditadura militar instalada no país após o Golpe de Estado de 1º de

abril de 1964, vários autores tentaram romper com os clichês do gênero, sendo boa parte dessas experiências catalisada, nos anos 1970, pela Rede Globo de Televisão.

Por fim, analisaremos as características básicas do estilo da telenovela moderna, identificado por estudiosos e no mercado internacional de telenovelas como a “*telenovela brasileira*” e associada diretamente com a produção da Rede Globo de Televisão. Surgida da junção de elementos de estilos de dramaturgia completamente diferentes e até antagônicos, no caso o melodrama tradicional e a dramaturgia nacional-popular, a telenovela moderna concilia tais elementos através do que há em comum nelas, sendo justamente esses aspectos que atraem a atenção dos telespectadores e tornaram a telenovela da Rede Globo de Televisão líder de audiência, construindo uma verdadeira identidade nacional. Tais aspectos são a possibilidade de despertar no telespectador a crença na utopia da possibilidade de existir uma sociedade mais justa, no sonho de sucesso individual através da ascensão social e na catarse de emoções provocada pela identificação do público com o drama dos personagens no decorrer da trama. A conjunção desses três itens é essencial para a formatação de uma identidade comum entre telespectadores de diferentes regiões e diferentes classes sociais em torno da ideia de que a inclusão social através da inserção das classes menos favorecidas na sociedade de consumo seria uma alternativa válida para combater as grandes desigualdades sociais existentes no país.

1.1. NA ERA DE MR.CUNNINGHAM: AS PRIMEIRAS MANIFESTAÇÕES DA TELEDRAMATURGIA NA TV BRASILEIRA

A televisão foi introduzida no Brasil, mais precisamente em São Paulo, no ano de 1950, por iniciativa dos Diários Associados, um conglomerado de empresas de comunicação (rádio, jornais e revistas) de propriedade do empresário Assis Chateaubriand. Apostando no pioneirismo, o citado empresário esperava ser reconhecido por seus pares como um “visionário” e, dessa forma, adquirir um “status” com o qual poderia ganhar vantagens políticas e financeiras no futuro. Analisando o perfil do fundador da TV Tupi, Renato Ortiz destacou que Chateaubriand se guiava em um empreendedorismo aventureiro, ignorando pesquisas de mercado que, no caso da televisão, desaconselhavam a realização do negócio, visto que não havia um mercado para o veículo naquele momento, e apostando mais no

ineditismo de tal ação³⁶. Dessa forma, Chateaubriand aproximava-se do que Fernando Henrique Cardoso chamava de “*capitão da indústria*”, isto é, um tipo de empresário que considera essencial estar sempre à frente dos concorrentes mesmo em negócios onde não há as condições básicas para o seu sucesso e, dessa forma, obter destaque em seu ramo de atuação³⁷.

E, realmente, não havia condições materiais para o funcionamento de uma estação de televisão naquele momento. A cidade de São Paulo tinha poucos privilegiados com condições de serem proprietários de aparelhos de televisão, pois eles eram importados (só no início da década de 1960 os primeiros televisores foram fabricados no país) e caros. Além disso, o veículo ainda era visto com desconfiança, pois a emissora pioneira não tinha nem estrutura e força de trabalho especializada pra trabalhar com a imagem, visto que a indústria cinematográfica também dava seus primeiros passos no país. Por isso, os profissionais vindos do rádio é que produziram os primeiros programas da televisão brasileira.

E foi nesse contexto que os primeiros gêneros de teledramaturgia foram introduzidos pela TV Tupi de São Paulo, sendo eles o teleteatro e a telenovela. Na realidade, ambos eram adaptações de gêneros populares do rádio, produzidos e interpretados pelos diretores Walter George Durst e Cassiano Gabus Mendes e pelos “radioatores” Walter Forster, Vida Alves e Lima Duarte.

O teleteatro era o estilo de teledramaturgia mais prestigiado tanto pelos telespectadores quanto pelos produtores e financiadores dos programas. Dentre eles, os principais eram o *Grande Teatro Tupi* e o *TV Vanguarda*, ambos produzidos pela TV Tupi de São Paulo. O primeiro era um espaço reservado às companhias teatrais paulistanas que utilizavam a televisão para divulgarem as peças em cartaz. Já o segundo foi idealizado por Walter George Durst e Cassiano Gabus Mendes, e tinha como proposta montar adaptações de filmes de Hollywood e clássicos da literatura mundial em formato de peças. Nas palavras de Cassiano, era uma época em que “*Produzíamos coisa mais séria: Está lá fora um inspetor, de Priestley ... E o Vento Levou, de Margareth Mitchel, Os Miseráveis, de Victor Hugo*”³⁸. Como abordou Renato Ortiz, tais programas provinham dos esforços dos produtores de TV em conquistar um prestígio cultural para o veículo, que desse a ele uma

³⁶ ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira** – Cultura Brasileira e Indústria Cultural. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 2001, pp.57-58.

³⁷ CARDOSO, Fernando Henrique. **Empresário industrial e desenvolvimento econômico no Brasil**. 2.ed. São Paulo: DIFEL, 1972, pp.143-144.

³⁸ MENDES, Cassiano Gabus apud FRIDMAN, Lyba. Cassiano na Tupi. In: **City News**, São Paulo, 07/06/1968, p.8.

“aura artística”, pois a televisão era vista com desconfiança pela audiência elitizada do período, portadora de um certo preconceito contra a forte herança radiofônica presente na época, identificada com o “mau gosto” das classes populares³⁹.

Já a telenovela era considerada um gênero menor na televisão desses primeiros anos. A primeira a ser produzida, em 1951, foi *Sua Vida me Pertence*, de autoria de Walter Forster, que também era o diretor e o ator principal. Transmitida ao vivo pela TV Tupi de São Paulo (na época não havia o vídeo-tape, que permitia a gravação dos programas para a sua posterior exibição), ela era, na realidade, uma radionovela com imagens: seus diretores e atores vinham do rádio e apenas adaptavam o gênero radiofônico para a televisão. Seus capítulos não eram diários e, da mesma maneira do que no rádio, eram exibidos duas ou três vezes por semana, com episódios que duravam cerca de 20 minutos. As tramas seguiam o mesmo padrão do rádio, isto é, o melodrama romântico característico das radionovelas transmitidas em toda a América Latina.

Mas, antes de descrevermos esse padrão, convém destacar que essas primeiras telenovelas tinham grandes dificuldades para conquistar o público telespectador da época e, conseqüentemente, uma agência de publicidade que bancasse o patrocínio do programa e trouxesse lucratividade para a emissora de televisão. Tal situação pode ser percebida no seguinte depoimento de José Castellar, um dos principais autores de radionovelas da época e que estranhava o baixo salário que ganhava na televisão, já que a remuneração pelos seus serviços no rádio era bem maior:

Esse início era extremamente deficitário. Depois de um mês de novela, eu recebi o cachê, que era 200 cruzeiros por capítulo... fiquei tão indignado com o baixo valor do cachê que sentei na máquina e escrevi: “Penúltimo Capítulo”. Quando o Cassiano Gabus Mendes [diretor da Tupi] viu, ele veio correndo e me disse: “O que é isso? Vai terminar de repente? Como é que pode?”. Aí eu disse: ‘Ah, com esse cachê, não dá!’. Aí ele argumentou: “Você tem que ser mais compreensivo, ainda estamos conquistando mercado”⁴⁰.

A telenovela, descendente da radionovela, tinha grandes dificuldades de se tornar um sucesso na televisão porque o referido gênero radiofônico era consagrado junto às camadas mais populares da população (classe média baixa, pobres, etc), que não tinha a

³⁹ ORTIZ, Renato. A Evolução Histórica da Telenovela. In: ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela – História e Produção**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1991, pp.44-45.

⁴⁰ CASTELLAR, José. **História das Telenovelas**. São Paulo: TV Cultura, 1980. Acervo do Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, Video Tape 14.

mesma receptividade junto a um público formado pelas classes privilegiadas. Na realidade, tal situação estava bem presente no contexto cultural paulistano da década de 1950, em que os produtores culturais procuravam se organizar empresariamente e tentavam investir em atrações que atendessem a demanda do público consumidor de cultura do período, restrito à burguesia e à classe média alta, que era o público que costumava a frequentar (e tinha condições financeiras) costumeiramente o teatro, o cinema, etc. Para tal público, segundo Marcos Napolitano, a produção cultural brasileira procurava atender as demandas de entretenimento popular. Programas de auditório, concursos de calouros, radionovelas, as chanchadas da Atlântida, produções tidas como de baixa qualidade e exemplos do subdesenvolvimento cultural do país, pois, para essa elite, tais representações e temáticas valorizavam comportamentos e condutas reprováveis para esse público burguês. Dessa forma, tal público prestigiava a produção importada dos centros culturais europeus e norte-americanos, considerados modelos do “bom gosto” e, conseqüentemente, privilegiava aqueles que seguiam tais padrões através de montagens de adaptações de peças consagradas nessas praças. A companhia cultural que simbolizou esse período onde o produtor cultural procurava atender a demanda desse público elitizado foi o Teatro Brasileiro de Comédia (TBC), fundado pelo industrial Franco Zampari e que tinha como objetivo “*instaurar o bom gosto teatral no público brasileiro*”⁴¹.

Portanto, não foi à toa que a televisão daquele período seguiu esse padrão considerado mais elitizado, pois se precisava conquistar a preferência da citada faixa de público, pois o referido meio de comunicação ainda estava distante de ser massivo. Dessa forma, o teleteatro (chamado por Walter George Durst de “*TBC transplantado*”⁴².) era mais valorizado e a própria telenovela afastou-se de seu padrão latino-americano ao concentrar suas tramas nas adaptações da literatura internacional e do cinema hollywoodiano⁴³.

Mas, de que forma se originou a telenovela e qual era o seu padrão estilístico? O gênero teve sua origem no rádio, que iniciou a transmissão de uma ficção dramatizada dividida em episódios. O referido veículo, segundo Eric Hobsbawm, massificou-se rapidamente nos Estados Unidos, justamente, nos anos da Grande Depressão iniciada em 1929, permitindo que a cultura pudesse chegar às classes populares e às donas de casa que

⁴¹ NAPOLITANO, Marcos. **Cultura Brasileira** – utopia e massificação. São Paulo: Contexto, 2004, pp 17-19.

⁴² DURST, Walter. **História das Telenovelas**. São Paulo: TV Cultura, 1980. Acervo do Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo. Video Tape 15.

⁴³ ORTIZ, Renato. A Evolução Histórica da Telenovela. In: ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. Op.cit., p.44.

ficavam presas nos afazeres do lar⁴⁴. E é justamente para esse público feminino, que, segundo as pesquisas de audiência da época, designavam como a maior parcela dos ouvintes de rádio da época, que as agências de publicidade contratadas pela indústria dos produtos de higiene feminina e dos cosméticos começaram a produzir histórias seriadas para serem transmitidas durante o dia, com o objetivo de prender a atenção do referido público e promover a venda de sabonetes produzidos por essas empresas. Dessa forma, surgiu a *soap-opera* (óperas de sabão), que na realidade era um apelido dado pelos detratores desses programas cujo significado tinha duplo sentido: era uma referência aos produtos vendidos pelas empresas que financiavam o gênero e, ao mesmo tempo, era um sinônimo de uma obra teatral de péssima qualidade. As temáticas das *soap-operas* se concentravam nas problemáticas do cotidiano das donas de casa e tinham um caráter moralista e conservador, defendendo os valores e a ética da família norte-americana⁴⁵.

Com a expansão dos negócios das empresas norte-americanas de cosméticos, a *soap-opera* foi exportada para a América Latina. Entre o final da década de 1930 e início da década de 1940, o gênero começou a ser transmitido pelas estações de rádio de Cuba. Mas, para conseguir o sucesso, o citado gênero norte-americano teve que ser adaptado para atender o gosto das donas de casa cubanas, que tinham uma formação cultural diferente das norte-americanas, além do fato do rádio, em pouco tempo, ter se tornado um veículo de comunicação de massa e, portanto, acessível às classes populares. Com isso, a *soap-opera* se transforma em radionovela, sendo essa uma mescla da fórmula norte-americana com chamadas “*histórias de folhetim*”, que tinham uma grande popularidade tanto em Cuba como no restante da América Latina⁴⁶.

As “*histórias de folhetim*” nasceram na França, mais precisamente em 1836, quando o jornal *Lê Siécle*, de propriedade de Émile Girardin, começou a publicar contos de ficção seriada no espaço do folhetim (rodapé) da primeira página, com o intuito de promover a venda e as assinaturas do jornal. A estratégia deu resultado e, em pouco tempo, a maior parte dos jornais franceses utilizava esse expediente⁴⁷.

As características básicas das “*histórias de folhetim*” foram desenvolvidas por autores como Alexandre Dumas e Eugène Sue, que utilizaram elementos do romantismo e do melodrama para desenvolverem suas tramas que, com o sucesso, influenciaram os

⁴⁴ HOBBSBAWM, Eric. **Era dos Extremos** – O Breve Século XX (1914-1991). São Paulo: Companhia das Letras, 1997, p. 194.

⁴⁵ ORTIZ, Renato. Op.cit., 1991, pp.19-22.

⁴⁶ Idem, pp.23-25.

⁴⁷ MEYER, Marlyse. **Folhetim: uma história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, pp. 58-59.

autores que surgiram posteriormente. Como apontou Mauro Alencar, do romantismo literário do século XIX, o folhetim herdou a inconstância dos sentimentos dos personagens e a luta dos protagonistas para conseguirem transformar seus sonhos em realidade (principalmente aqueles ligados à concretização idealizada do amor), independente dos diversos obstáculos materiais existentes para a sua realização⁴⁸.

Já do melodrama, gênero de teatro musical surgido na Itália do século XVI, as “*histórias de folhetim*” assimilaram a identificação entre o público e a obra através da exploração da afetividade, dos sentimentos, como apontou Enrico Fubini⁴⁹. Tal expediente é concretizado através da exploração da representação maniqueísta dos personagens, sendo aqueles identificados positivamente como detentores de uma bondade infinita e com o senso de justiça, enquanto as personagens representadas como agentes da vilania e dos expedientes escusos, que demonstram ter uma crueldade infinita, são identificados negativamente. Todos esses elementos são temperados com mistérios, suspenses, mal entendidos, além de outros estratagemas utilizados para prender a atenção do público. Mas, convém ressaltar que tal elemento ganhou popularidade através de sua identificação com os dramas provocados pela miséria social, presente na França daquele período, principalmente com a obra *Os Mistérios de Paris*, de Eugène Sue, publicado nos jornais franceses entre 1842 e 1843, onde “*as tragédias das classes populares*” eram representadas ficcionalmente através do expediente melodramático⁵⁰.

As “*histórias de folhetim*” tiveram uma grande popularidade na América Latina e, decorrente dela, tornou-se a matriz de diversas histórias vinculadas nos mais variados meios de comunicação, como o jornal, o teatro, o cinema, o rádio e a televisão. Segundo Jesús Martín-Barbero, a referida linguagem conseguiu tal sucesso graças à identificação das classes populares com a “*luta por se fazer reconhecer*” promovida por personagens injustiçados e marginalizados, sendo um verdadeiro espelho da história social latino-americana⁵¹. Além disso, o folhetim, como abordou Antonio Gramsci, estimula, através de suas tramas, o sonho e a fantasia do homem do povo, que no campo imaginário, consegue concretizar seus desejos de vingança através da punição dos opressores, os responsáveis de

⁴⁸ ALENCAR, Mauro. **A Hollywood Brasileira – panorama da telenovela no Brasil**. 2.ed. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2004, pp.45-46.

⁴⁹ FUBINI, Enrico. “Prólogo”. In: CHASIN, Ibaney. **O Canto dos Afetos – um dizer humanista**. São Paulo: Perspectiva, 2004, p.XIV.

⁵⁰ MEYER, Marlyse. Op.cit, p.71.

⁵¹ MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações – comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronaldo Polito e Sérgio Alcides. 4.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006, p.306.

todos os males suportados⁵². Em outras palavras, o sucesso popular do folhetim está intrinsecamente ligado à desigualdade social existente no mundo real e aos sonhos da maioria de a superarem, seja através do castigo aos responsáveis pelas perseguições e sofrimentos, seja pela felicidade alcançada pelos protagonistas através do casamento com a pessoa amada ou com a ascensão e o reconhecimento social, superando, dessa forma, as barreiras sociais que impossibilitam a concretização do sonho de viver em uma realidade mais favorável e socialmente menos desigual.

E, através da mixagem entre a *soap-opera* com a “*história de folhetim*” desenvolveu-se um estilo que se consagrou, primeiramente, no rádio, através das radionovelas e, posteriormente, na televisão, com as telenovelas e, graças a sua popularidade, permitiu a formação de uma indústria cultural de enredos novelísticos que teve uma penetração em toda América Latina e a qual nos deteremos mais à frente.

Durante a década de 1950, iniciou-se um grande debate cultural no país, tendo como norte a questão da popularização e nacionalização de suas manifestações, sendo que a televisão foi influenciada por tal discussão. A forte influência da dramaturgia internacional no teatro e a grande penetração do cinema norte-americano no país provocaram a reação de uma parcela dos produtores culturais e artistas que desejavam ter espaço para a sua própria produção (e, dessa forma, conquistar espaço no mercado de trabalho), sendo essa voltada para a representação da realidade social e cultural do país, sendo que ela, além de entreter, deveria conscientizar o seu público sobre os problemas sociais brasileiros. Tal perspectiva se desenvolveu dentro de um contexto marcado por uma crescente mobilização contra a crescente dependência econômica, política e cultural que o país tinha do imperialismo das nações desenvolvidas, principalmente dos Estados Unidos, em um panorama internacional dominado pela Guerra Fria e o embate entre os blocos capitalista (liderado pelos Estados Unidos) e comunista (sob o comando da União Soviética). Essa corrente artística, que posteriormente ficou conhecida como nacional-popular, era formada, principalmente, por intelectuais ligados ao Partido Comunista Brasileiro (PCB), reivindicava tanto uma inserção maior do artista brasileiro no meio cultural do país quanto uma mobilização cujo objetivo era a luta pela manutenção da “integridade cultural do povo brasileiro”. Tal posicionamento pode ser percebido na seguinte análise do historiador Nelson Werneck Sodré, um dos principais intelectuais do grupo:

⁵² GRAMSCI, Antonio. **Literatura e Vida Nacional**. 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978, pp.109-110.

Por longos e longos decênios, foram familiares aos brasileiros padrões de comportamento inteiramente diversos dos aqui vigentes, e hábitos, e normas, e regras. Por longos e longos decênios, nossas crianças adoraram heróis estrangeiros, sentiram-se fascinados por seus feitos, incorporaram impressões e sentimentos deles derivados à sua cultura. Por longos e longos decênios, as massas brasileiras aprenderam histórias norte-americanas, cultuando feitos norte-americanos, adotando posições norte-americanas. E, por tudo isso, há longos e longos decênios vêm pagando, e pagando caro (...) assimilam padrões culturais de uma civilização em crise, angustiada entre o sexo e a violência. Esse têm sido o papel de descaracterização cultural que o cinema norte-americano vem desenvolvendo, há mais de meio século, no Brasil⁵³.

A formação desta corrente intelectual se iniciou na época da campanha do “Petróleo é Nosso”, durante o segundo governo de Getúlio Vargas (1951-1954), que tinha como plataforma o monopólio nacional da extração e produção de petróleo e que acabou culminado com a criação da Petrobrás, em 1953. Esse movimento político nacionalista (que contou com a participação dos comunistas) influenciou a formação de um grupo formado por cineastas cariocas composto por, entre outros, Alex Viany e Nelson Pereira dos Santos, que reivindicavam a produção de filmes que retratassem a realidade social e a cultura brasileira, sendo essa uma condição fundamental para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional autônoma, diferente da Vera Cruz, financiada por capital estrangeiro e que contava com o serviço de profissionais europeus, e da Atlântida, que, segundo essa corrente, explorava de maneira caricata os elementos da cultura popular⁵⁴.

Este movimento em defesa do cinema nacional, cujo auge se deu durante a campanha pela liberação do filme *Rio, 40 Graus*, de Nelson Pereira dos Santos, cuja exibição havia sido vetada pela Censura do Rio de Janeiro, em 1956, influenciou a classe artística e intelectual de tendências nacionalistas e de esquerda de outras áreas da cultura, formando uma geração cultural guiada por um ideal denominado por Marcelo Ridenti de “*romantismo revolucionário*”, que acreditava na possibilidade de resgatar elementos da cultura do “*autêntico homem do povo*”, ainda não contaminado pela modernidade capitalista, que, inseridos dentro de uma plataforma política nacional-popular, poderia ser a matéria-prima de manifestações culturais que conscientizassem o “povo brasileiro” para a

⁵³ SODRÉ, Nelson Werneck. **Síntese de História da Cultura Brasileira**. 9.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981, pp.91-92.

⁵⁴ Ver AUTRAN, Arthur. **Alex Viany: crítico e historiador**. São Paulo: Perspectiva, 2003. p.58, e RAMOS, José Mário Ortiz. **Cinema, Estado e lutas culturais: anos 50,60,70**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983, p.22.

necessidade de transformar o país através da luta contra o imperialismo e o latifúndio⁵⁵.

Em São Paulo, na mesma época, formou-se o Teatro Paulista do Estudante (TPE), fundado pelo italiano Ruggero Jacobi, que havia trabalhado anteriormente no TBC. Comunista e influenciado pelas idéias de Antonio Gramsci, Jacobi criou uma companhia de teatro amadora formada por estudantes secundaristas e membros da Juventude Comunista. O principal objetivo era estimular os jovens artistas a montarem peças que retratassem a sociedade, a história e a realidade brasileira, fazendo um contraponto aos grupos teatrais que seguiam a linha do TBC⁵⁶. Posteriormente, o TPE fundiu-se ao Teatro de Arena, companhia fundada em 1953 por José Renato, cuja proposta era encenar peças em um palco aberto, circular, semelhante a uma arena, sendo que tal formato dispensaria o uso do aparato das salas especializadas⁵⁷, sendo essa uma opção válida para uma companhia profissional que não tinha os mesmos recursos do TBC. Na realidade, segundo Sábato Magaldi, a companhia de José Renato, com dificuldades de manter um elenco fixo de artistas, adotou os integrantes do TPE como sendo o seu elenco fixo que, dessa maneira, puderam utilizar o espaço do Arena para montar as suas peças⁵⁸. Dessa forma, os alunos de Ruggero Jacobi (entre eles Gianfrancesco Guarnieri, Oduvaldo Vianna Filho, Chico de Assis, Nelson Xavier, Beatriz Segall, Flávio Migliaccio) profissionalizaram-se como atores e, ao mesmo tempo, inseriram a nascente proposta nacional-popular do TPE no Arena.

Dentro das perspectivas gramscianas trazidas por Jacobi e influenciados pelo movimento em defesa do cinema nacional, os integrantes do TPE iniciaram o desenvolvimento de uma dramaturgia que instigasse uma ligação maior entre os artistas e as camadas populares, produzindo peças que retratassem a sua realidade e estimulassem uma identificação com o público, com temáticas desenvolvidas dentro dos princípios da teoria marxista, visando a conscientização do público frente à sua condição de explorado. Dessa forma, se aproximando do povo, o artista poderia conquistar a hegemonia cultural junto a este, vencendo a influência da produção cultural estrangeira, algo essencial para a emancipação cultural nacional-popular⁵⁹.

A atuação de Ruggero Jacobi esteve também presente na televisão. Durante a década de 1950, o artista italiano foi diretor da adaptação do romance *Helena*, de Machado

⁵⁵ RIDENTI, Marcelo. **Em busca do povo brasileiro** – artistas da revolução, do CPC à era da TV. Rio de Janeiro: Record, 2000, p.25.

⁵⁶ PEIXOTO, Fernando. **Teatro em Questão**. São Paulo: Hucitec, 1988, pp.67-68.

⁵⁷ MAGALDI, Sábato. **Um palco brasileiro** – o Arena de São Paulo. São Paulo: Brasiliense, 1984, p.11.

⁵⁸ Idem, p.23.

⁵⁹ Ver GRAMSCI, Antonio. Op.cit, p.79.

de Assis, que foi feita pelo autor de radionovelas Cardoso Silva na TV Paulista (emissora que, em 1965, seria adquirida pela TV Globo). Essa adaptação levou o título de *Sinhá das Dores*, sendo a ação transplantada do Rio de Janeiro para o interior de São Paulo, e a trama considerada a primeira telenovela sertaneja do Brasil. Sintomaticamente, a produção foi patrocinada pela Fogos Caramuru, fábrica de fogos de artifício que tem nas Festas Juninas, tão populares no interior do Brasil, um dos períodos de maior venda de seu produto ⁶⁰.

O Teatro de Arena chamou a atenção do público e da crítica, principalmente, após a montagem da peça *Eles não usam black-tie*, de Gianfrancesco Guarnieri, em 1958, cuja trama é centrada nos conflitos de uma família da classe operária no Rio de Janeiro, sendo tal peça considerada a primeira a representar o cotidiano social da classe trabalhadora ⁶¹. Tal sucesso atraiu um público novo para o teatro: os estudantes e jovens trabalhadores do setor terciário, que com a peça se identificavam, pois ela retratava os dramas do seu cotidiano social como constatou Iná Camargo Costa ⁶². Na realidade, peças como *Eles não usam black-tie* procuravam representar uma sociedade que se transformava através da política desenvolvimentista do governo Juscelino Kubitschek (1956-1961). O país se industrializava associado ao capital externo e ficava cada vez mais urbano, recebendo levas de migrantes que vinham das regiões mais pobres em busca de um emprego que os permitissem ter uma vida mais digna. Ao mesmo tempo, nacionalistas e comunistas viam limites na política desenvolvimentista sustentada pelo capital estrangeiro e, apesar de apoiarem JK, reivindicavam a busca por um caminho autônomo de desenvolvimento. Em março de 1958, o PCB passou a adotar uma linha política que, em primeiro lugar, defendia uma reforma da estrutura capitalista brasileira, que deveria ter como principais metas pavimentar o caminho para um desenvolvimento autônomo, sem o auxílio do capital externo, e, ao mesmo tempo, realizar a reforma agrária, essencial para uma produção que suprisse o mercado interno e garantisse a sobrevivência dos pequenos camponeses. Dessa forma, era imperativo lutar contra os representantes do imperialismo e os latifundiários ⁶³.

A produção cultural dos artistas simpatizantes do PCB teve forte influência dessa diretriz adotada pelo partido a partir de 1958, como apontou Marcos Napolitano, que defendia o desenvolvimento industrial autônomo, com a predominância do capital nacional,

⁶⁰ SILVA, Cardoso. **História das Telenovelas**. São Paulo: TV Cultura, 1980. Acervo do Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo. Video Tape 14.

⁶¹ CAMPOS, Claudia de Arruda. **Zumbi, Tiradentes**. São Paulo: Perspectiva, 1988, p.47.

⁶² COSTA, Iná Camargo. **A Hora do Teatro Épico no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996, p.39.

⁶³ GORENDER, Jacob. **Combate nas trevas – a esquerda brasileira: das ilusões perdidas à luta armada**. São Paulo: Ática, 1987, pp.30-31.

e o fortalecimento da democracia burguesa, algo primordial para a legalização do partido (proscrito pela legislação eleitoral desde 1947), além de ser uma etapa necessária, na visão dos comunistas, para a concretização da revolução socialista⁶⁴. Porém, é bom frisar que, apesar dessa influência, o Partido Comunista não interferia diretamente na produção cultural de seus membros, como deixou bem claro Carlos Nelson Coutinho em entrevista a Marcelo Ridenti⁶⁵. De qualquer forma, essa conjunção de fatores permitiu o desenvolvimento de uma cultura nacional-popular em que o protagonista da transformação histórica do país era o homem do povo com fortes raízes interioranas, sendo isso percebido, anos depois, pelos próprios artistas sujeitos da história, como se pode notar nesse trecho da autobiografia do dramaturgo baiano Dias Gomes:

O desenvolvimentismo juscelinista, carregado de forte nacionalismo, valorizando o produto nacional (...) favorecia o nascimento de uma dramaturgia brasileira, com raízes fincadas na nossa realidade e sobretudo ambiciosa por sua proposta estética e pela qualidade de seus textos. Aventuro-me a especular se, sem Juscelino, essa súbita valorização do autor nacional se teria verificado⁶⁶.

As experiências realizadas no teatro, principalmente pelo Teatro de Arena, acabaram influenciando os teleteatros da televisão paulista, cujos diretores estavam cansados de adaptar histórias estrangeiras. Aliás, o Teatro de Arena, através dos Seminários de Dramaturgia e de cursos ministrados na Escola de Arte Dramática de São Paulo pelo seu diretor artístico Augusto Boal, formaram e influenciaram uma geração de autores e artistas que desenvolveram uma dramaturgia embasada na observação da realidade social brasileira. Boal estudou arte dramática nos Estados Unidos, no Actor'Studio e, a partir do aprendizado nessa referida instituição, desenvolveu uma dramaturgia que tinha como base, segundo o dramaturgo Lauro César Muniz, que foi aluno de Augusto Boal na EAD, a teoria dialética do filósofo alemão Friedrich Hegel, sendo tal técnica desenvolvida inicialmente pelo dramaturgo comunista norte-americano Howard Lawson⁶⁷. Segundo Muniz, a teoria hegeliana para a dramaturgia era *“uma teoria diferente das escolas tradicionais de teatro. Não é algo fechado, é livre, aberto, que possibilita ver que tudo é dinâmico, que tudo está*

⁶⁴ NAPOLITANO, Marcos. Op.cit, p.28.

⁶⁵ COUTINHO, Carlos Nelson apud RIDENTI, Marcelo. Op.cit., p.77.

⁶⁶ GOMES, Dias. **Apenas um subversivo** – autobiografia. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998, p. 166.

⁶⁷ MUNIZ, Lauro César. **Lauro César Muniz**: depoimento [jan.2009]. Entrevistador: Mauricio Tintori Piqueira. São Paulo: entrevista concedida para dissertação de mestrado, 2009. MP3.

em movimento, e isso é essencial para entender os homens e o mundo”⁶⁸.

Uma dramaturgia que pretende ser um mecanismo que permite tanto os artistas como os espectadores se conscientizarem da sua realidade. Dessa forma, a dramaturgia dialética desenvolvida por Augusto Boal tinha similaridades com a dramaturgia marxista desenvolvida pelo alemão Bertold Brecht e com o conceito de arte partidária teorizada pelo pensador húngaro Georg Lukács. Para Brecht, as peças teatrais deveriam ser utilizadas como um meio de conscientização social, sendo suas ações centradas não mais no indivíduo, e sim nas relações sociais, pois aí as diferenças entre as classes seriam percebidas e, a partir daí, o espectador sairia da passividade habitual, e se envolveria com a ação dramatizada através de uma tomada de posição sobre o tema representado⁶⁹.

Já Lukács, apesar de partir do mesmo pressuposto, divergia de Brecht sobre qual meio deveria ser utilizado para estimular o público a sair da sua passividade. Enquanto o dramaturgo alemão defendia a existência de um distanciamento do espectador com a obra para formar um espírito crítico e, dessa forma, tomar uma posição frente aos dramas apresentados, o teórico húngaro achava necessária a presença da emotividade na abordagem dos problemas individuais e sociais, sendo obrigatória que as representações artísticas refletissem a realidade, e que, a partir desse reflexo, poderíamos perceber claramente o posicionamento do autor da obra frente às problemáticas apresentadas e, dessa forma, os espectadores poderiam se simpatizar com o ponto de vista do autor frente à situação social⁷⁰. Portanto, o estímulo à *catarse*, definida por Aristóteles como uma “*descarga de emoções*”⁷¹, segundo Lukács, seria algo necessário para estimular a identificação do público com as representações dos dramas e sofrimentos das classes oprimidas (chamada por ele de “*emocionalidade partidária*”), provocando um sentimento de que tal drama poderia ocorrer com qualquer um e, através da compaixão nasceria a conscientização sobre as desigualdades inerentes do sistema capitalista⁷².

Dessa forma, a dramaturgia dialética desenvolvida no Brasil por Augusto Boal tinha tanto elementos da perspectiva brechtiniana quanto da proposta lukacsiana. A mescla desses elementos, como percebeu Marcos Napolitano, deveria criar no público “*uma*

⁶⁸ Idem.

⁶⁹ BRECHT, Bertolt. “La dramática dialéctica”. In: **Escritos sobre Teatro**. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1973, pp.46-47.

⁷⁰ LUKÁCS, Georg. “Partidarismo”. In: **Introdução a uma Estética Marxista** – Sobre a Categoria da Particularidade. Tradução de Carlos Nelson Coutinho e Leandro Konder. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978, pp.208-219.

⁷¹ ARISTÓTELES. **Poética**. São Paulo: Nova Cultural, 1996, p.36.

⁷² LUKACS, Gyorgi. Op.cit., p.214.

consciência nacional emancipadora”⁷³. Tal proposta tinha ressonância entre os estudantes e jovens operários, conforme abordado anteriormente, que viam parte de seus dramas nos palcos e, com isso, identificavam-se com a proposta nacional-popular reformista.

As técnicas ensinadas por Boal foram assimiladas por dramaturgos como Gianfrancesco Guarnieri, Oduvaldo Vianna Filho, Lauro César Muniz, Benedito Ruy Barbosa, Walter George Durst, Chico de Assis, Manuel Carlos, Walther Negrão, entre outros, que foram formados através dos Seminários de Dramaturgia promovidos pelo Teatro de Arena no final da década de 1950 e dos cursos ministrados pelo dramaturgo na Escola de Arte Dramática de São Paulo, dentro de uma percepção de arte contestatória, em que a representação do cotidiano em uma obra deveria capacitar o consumidor cultural a uma percepção crítica da realidade social⁷⁴.

No teleteatro, as primeiras tentativas de se introduzir telepeças com temáticas brasileiras, influenciadas pela dramaturgia desenvolvida por Augusto Boal e pelo Teatro de Arena foram realizadas por Walter George Durst e Dionísio Azevedo no programa *TV Vanguarda*, da Tupi de São Paulo, no final da década de 1950. Segundo Durst, a montagem de temas brasileiros estimulava a participação de toda a equipe envolvida na produção do programa, tornando-o mais rico em termos de valorização da cultura nacional:

Aos poucos, começamos a pensar no Brasil e no próprio *TV Vanguarda*, quando tínhamos oportunidade, fazíamos um romance brasileiro. E a sensação era a de um encontro total. Quando fazíamos peça brasileira, até o contrarregra aparecia e dava sugestões como: ‘Ah, eu sou do Nordeste e sei que aquela gaiola lá não se coloca daquela maneira’. Ele contribuía também. Ficava uma criação real. Aí, o artista se encontrava, colocava na interpretação alguma coisa que viu. Quando montávamos o Brasil, surgia a verdade⁷⁵.

Para Durst, muito mais do que um posicionamento ideológico nacionalista ou de uma luta por conquista de espaço profissional para o autor nacional retratar a realidade brasileira, a sua representação proporcionava uma verossimilhança maior na interpretação e na montagem artística, passando uma credibilidade maior às telepeças e, conseqüentemente, uma qualidade artística maior da produção. Isso demonstra que havia uma grande

⁷³ NAPOLITANO, Marcos. Op.cit, pp.27-28.

⁷⁴ PAULO NETTO, José. Depois do Modernismo – contribuição à análise sociológica da herança cultural na literatura brasileira contemporânea. In: COUTINHO, Carlos Nelson et al. **Realismo e anti-realismo na literatura brasileira**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974, p.107.

⁷⁵ DURST, Walter. **História das Telenovelas**. São Paulo: TV Cultura, 1980. Acervo do Arquivo Multimeios. Centro Cultural São Paulo. Video Tape 15.

difficuldade de interpretar obras ambientadas em outros países, trazendo realidades culturais estranhas para os envolvidos na produção do programa e comprometendo sua qualidade. Além disso, uma peça que retrata problemas ou realidades próximas do cotidiano possibilita uma participação mais intensa dos artistas, que têm uma facilidade maior de envolver-se na obra e interpretar o texto com mais naturalidade, pois é uma representação mais próxima de seu cotidiano. E uma interpretação mais natural proporcionava, dentro dessa proposta, uma maior identificação da peça com o público.

Porém, um espaço maior para montagem de peças de autores brasileiros seria aberto pela TV Excelsior. Fundada em 1960, a emissora pertencia ao grupo Simonsen, que tinha negócios ligados ao café e à aviação e apoiava a linha política nacionalista defendida pelo PTB (Partido Trabalhista Brasileiro), cujas principais lideranças políticas eram João Goulart e Leonel Brizola. Sintomaticamente, a Excelsior foi uma dos poucos grupos dos meios de comunicação que apoiaram as Reformas de Base propostas pelo governo de Goulart (1961-1964) e que se posicionaram contra o Golpe Militar de 1º de abril de 1964⁷⁶. Dessa forma, de acordo com o seu posicionamento político, a emissora, num primeiro momento, incentivou a produção de programas que explorassem elementos da cultura brasileira. E foi através da iniciativa de diretores que também se identificavam com essa proposta, como Álvaro Moya e Manuel Carlos, que surgiu um programa de teleteatro onde se montassem exclusivamente peças de autores brasileiros que retratassem a realidade nacional, sendo justamente o Teatro de Arena a primeira companhia contratada para encenar peças ao vivo nesse novo teleteatro da Excelsior, batizado de *Teatro 9*. A filosofia nacionalista do programa pode ser percebida nesse depoimento de Álvaro Moya:

O Teatro Nove nasceu do Teatro de Arena. Eu, acompanhado pelo Walter George Durst, tinha feito um seminário no Arena, com o Augusto Boal, José Renato, Gianfrancesco Guarnieri, Chico de Assis, Benedito Ruy Barbosa e outros (...) Quando a Excelsior entrou no ar, surgiu a idéia de fazer um teatro só com textos brasileiros. O Maneco (Manoel Carlos) avisou que o Teatro de Arena estava em dificuldades financeiras e acertamos com o José Renato comprarmos quatro peças para exibirmos na TV (...) o público e os patrocinadores não gostavam muito quando a gente fazia peça brasileira na televisão. Eles preferiam que a gente fizesse aqueles teleteatros mais copiados dos cinemas de Hollywood. Quando eu fui para a TV Excelsior... Pensei fazer uma linha só de peças brasileiras... e quando nós estávamos planejando... o Teatro de Arena entrou em crise, eles estavam precisando de dinheiro, então eu consegui que a Rino Publicidade comprasse quatro espetáculos do Teatro de

⁷⁶ ORTIZ, Renato. Op.cit, p. 154.

Arena e nós encenamos *Eles não usam Black Tie* de Gianfrancesco Guarnieri, *Gente como a gente*, de Roberto Freire, *Chapetuba Futebol Clube* de Oduvaldo Vianna Filho e *Fogo Frio* de Benedito Ruy Barbosa. Essas quatro peças abriram o caminho para se fazer um teatro só de peças brasileiras... Assim, tínhamos... o Vianinha (Oduvaldo Vianna Filho), o Adhemar Guerra, o Flávio Rangel, Antunes Filho, Gianfrancesco Guarnieri, Jorge Andrade, todos escrevendo peças para a televisão ou adaptando peças de teatro deles mesmos para a televisão⁷⁷.

Moya convenceu os patrocinadores a bancarem a montagem das peças do Arena, apesar das resistências, pois, assim como no teatro, o público cativo das peças formado pela burguesia e pela classe média alta preferia as peças internacionais consagradas, tendo enorme preconceito com as peças produzidas pelos autores nacionais, considerados inferiores. Mas, mesmo assim, o *Teatro 9*, nos primeiros anos da década de 1960, montou telepeças de autores nacionais como Gianfrancesco Guarnieri, Oduvaldo Vianna Filho, Marcos Rey e Lauro César Muniz. Algumas delas, inclusive, com temáticas polêmicas para a época, como foi o caso de *Bar da Esquina*, de Lauro César Muniz, que retratava o tráfico de drogas em São Paulo⁷⁸.

Mas, provavelmente, a proposta mais radical de teledramaturgia nos primeiros anos da década de 1960 foi o *Teatro 63*, outro programa de teleteatro da Excelsior. A ideia partiu de Walter George Durst e Túlio de Lemos, que coordenavam anteriormente os teleteatros da Tupi e que foram contratados pela Excelsior em 1963. Na época, a emissora passava por uma reformulação, procurando conquistar a liderança na audiência através de uma estratégia de *marketing* que consistia em manter o telespectador-padrão da época, isto é, o público mais elitizado financeira e culturalmente, e conquistar um novo público, de classe média, que adquiria seus primeiros televisores. Para isso, os diretores da emissora paulista pensaram em uma programação que tivesse, ao mesmo tempo, qualidade cultural e apelo popular.

Vale lembrar que, tecnicamente, a televisão avançava, pois emissoras como a Excelsior e a Tupi haviam adquirido seus primeiros aparelhos de vídeo-tape, possibilitando a gravação dos programas, diminuindo, com isso, improvisos, tão característicos da televisão brasileira nos primeiros anos e dando condições para uma emissora tentar unificar a sua programação nas diversas praças televisivas, aproximando-se de formato de uma

⁷⁷ MOYA, Álvaro apud AMORIM, Edgard Ribeiro de. TV Excelsior – Aspectos Históricos. In: MOYA, Álvaro de. **Glória in Excelsior** – Ascensão, apogeu e queda do maior sucesso da televisão brasileira. São Paulo: Imprensa Oficial, 2004, p.49.

⁷⁸ MUNIZ, Lauro César. Op.cit.

network (rede de televisão), algo que a Excelsior, através de seus diretores, queria introduzir no Brasil. Aliás, o sistema de transmissão em rede nacional, iniciado nos Estados Unidos durante a década de 1950, fascinava profissionais de televisão e publicidade brasileiros que estagiavam no referido país. Dentre eles, dois ocupavam cargos de direção na Excelsior: Álvaro Moya, que achava viável a formação de uma rede de estações que transmitissem a mesma programação para todo o país, apesar das possíveis dificuldades técnicas⁷⁹, e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, mais conhecido pelo apelido de Boni, que se destacaria como diretor-artístico da Rede Globo de Televisão a partir dos anos 1970. Ao voltar do estágio feito nos Estados Unidos por intermédio da agência da publicidade Lintas, Boni veio com a convicção de trabalhar para a construção de uma rede nacional privada de televisão no Brasil, algo que se transformou em um verdadeiro ideal de vida⁸⁰.

E foi dentro desse clima de mudanças na Excelsior que Walter George Durst produziu o *Teatro 63*, cuja experiência foi lembrada da seguinte maneira por Durst, em uma entrevista concedida ao IDART de São Paulo, em 1976:

No final de 1962, a TV Excelsior provocou uma verdadeira revolução geral da televisão. Os diretores eram Álvaro Moya, Edson Leite, homem de publicidade (...), o Waalinho [Wallace Simonsen], o filho do Simonsen. O assistente imediato do Edson Leite era o Boni [José Bonifácio de Oliveira Sobrinho]. Na verdade, se constituiu ali um grupo muito heterogêneo, com propostas diferentes de como se fazer uma televisão nova e diferente, que fosse ao mesmo tempo, inteligente e popular. Então, pensei: ‘Bom, agora eu posso fazer um trabalho melhor, mais pesado. Vamos fazer um teleteatro novo; vamos de chamar de *Teatro 63*. Nós ainda estávamos fazendo a velha história policial passada em Londres, a estrela não sabia falar o nome do personagem em inglês, e nem o diretor sabia como ensinar! Era o momento de a gente pensar um pouco no Brasil, mas não o Brasil teórico, mas aquilo que a gente podia fazer com conhecimento de causa. Imaginei o seguinte programa: procurar diferentes pessoas na coletividade e compor, aos poucos, um painel capaz de retratar toda a sociedade. Num primeiro programa apresentávamos, por exemplo, um profissional do jogo do bicho que estava saindo da cadeia, uma moça balconista das Lojas Americanas que, através dela, mostrávamos como era o cotidiano de quem trabalha nesses “infernos de consumo”, uma figurante do cinema nacional que se julgava parecida com a atriz francesa Brigitte Bardot. E nós queríamos...no caso dessa figurante do cinema, mostrar como era o cinema nacional, a sua estrutura ou falta de estrutura, partindo de uma personagem real. Nós nos preocupávamos em captar o mundo

⁷⁹ MOYA, Álvaro. Histórias da Telenovela. In: DIREÇÕES – POR UM NOVO CAMINHO NA TELEDRAMATURGIA. São Paulo: SESC-SP, 2008.

⁸⁰ OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de. Tudo a Ver. In: OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de(org). **50/50 – 50 Anos de TV no Brasil**. São Paulo: Globo, 2000, p.313.

daquelas pessoas e interpreta-lo de modo que elas próprias e os telespectadores pudessem fazer uma reflexão a respeito. E surgiram temas fascinantes. Nós descobrimos a tremenda originalidade do real e o os nossos artistas não precisavam mais se preocupar em ser o Mr. ou a Mrs. Cunningham. Interpretávamos as pessoas que víamos na rua mesmo, mas como o cuidado de não sermos populistas... o objetivo era captar e interpretar aquele mundo e levar àquelas pessoas, os artistas e o público a refletirem a respeito dele⁸¹.

Para Durst, a representação da realidade brasileira traria mais qualidade para a teledramaturgia, pois todos os envolvidos na produção teriam certo domínio sobre os assuntos e ambientes retratados. Além disso, havia a preocupação, por parte de Durst, de usar o teleteatro como um veículo de conscientização dos telespectadores e até dos próprios artistas sobre a realidade social do país, trazendo a dramatização do cotidiano, das experiências de vida das pessoas da vida real.

O *Teatro 63* era apresentado nos sábados, à noite, e mesclava depoimentos das próprias pessoas que escreviam suas histórias para o programa com a dramatização feita pelos atores, sendo esses artistas oriundos do Teatro Oficina de São Paulo. Participaram dessas telepeças artistas como Armando Bógus, Rosamaria Murtinho, Raúl Cortez, entre outros⁸². Os principais apoiadores do teleteatro idealizado por Walter Durst entre os diretores da Excelsior eram Álvaro Moya e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, na época assistente de Edson Lemos, principal dirigente da emissora paulista. Em sintonia com o mercado publicitário, Boni tinha um projeto de modernização para a televisão brasileira, adequando-a para as necessidades das agências de publicidade e, dessa forma, torná-la o principal veículo de propaganda do país. E tal projeto encontrava como forte argumento o fato de que o número de televisores vendidos aumentava a cada ano, apesar de ainda esse eletrodoméstico ser restrito a uma pequena parcela da população brasileira. O crescimento das vendas dos aparelhos de televisão pode ser percebido no seguinte quadro:

Número de Televisores no Brasil

Ano	Aparelhos (em milhares)
1950	0,2

⁸¹ DURST, Walter. **Walter George** Durst: Depoimento. São Paulo: IDART, 1976. Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, Transcrição 2054.

⁸² Idem.

1952	11
1954	34
1956	141
1958	344
1960	598
1962	1.056

Fonte: ABINEE – Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletrônicos. Citada por MATTOS, Sérgio. *História da Televisão Brasileira – Uma visão econômica, social e política*. 2.ed.Petrópolis: Editora Vozes, 2002, pp.83-84.

A partir de 1960, houve uma expansão nas vendas de televisores no país, adquiridos principalmente pelas famílias da classe média urbana de grandes cidades do Sudeste (São Paulo e Rio de Janeiro, principalmente), beneficiadas pela política de concessão de crédito do governo JK. Porém, as emissoras de televisão ainda não conseguiam capitalizar tal crescimento, pois as agências de publicidade continuavam priorizando o investimento em outros veículos, como o rádio e a imprensa. Sintoma disso era que, em 1960, apenas 8% das verbas publicitárias eram destinadas à televisão⁸³. Portanto, os diretores da Excelsior tentavam esboçar uma estratégia para atrair o mercado publicitário para a emissora.

Mas, apesar da animação dos produtores e artistas envolvidos no *Teatro 63*, ele não teve uma vida muito longa. Nessa época, divergências entre os diretores provocaram as saídas de Álvaro Moya e Boni, justamente aqueles que davam o suporte para as experiências realizadas por Durst e Túlio de Lemos. Como Edson Leite não nutria o mesmo entusiasmo pelo programa, ele foi retirado da programação do Excelsior antes do final de 1963⁸⁴. Além disso, Leite começou a investir em um novo formato para um gênero até então tido como secundário na televisão: a telenovela.

1.2. A TELENÓVELA DIÁRIA: O INÍCIO DA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL DA TELEVISÃO BRASILEIRA

Segundo Mauro Alencar, a industrialização da televisão brasileira iniciou-se com a Rede Globo, no final da década de 1960, quando a emissora carioca começou a investir em

⁸³ MATTOS, Sérgio. *História da Televisão Brasileira – Uma visão econômica, social e política*. 2.ed.Petrópolis: Editora Vozes, 2002, p.56.

⁸⁴ DURST, Walter. Op.cit.

um novo formato de telenovela, mais antenada com a modernidade dos grandes centros urbanos do país e tendo sua produção organizada dentro de parâmetros mercadológicos⁸⁵. Porém, o que ele denomina de “*Revolução Industrial da Ficção Televisiva*”, na realidade, iniciou-se através da Excelsior e das agências de publicidade norte-americanas ligadas à indústria multinacional de cosméticos (Colgate-Palmolive, Gessy-Lever, Kolynos-Van Ess), que introduziram na televisão brasileira a produção ficcional em ritmo industrial e tendo como objetivo promover marcas e produtos, como perceberam José Mário Ortiz Ramos e Sílvia Borelli⁸⁶. Segundo Walter George Durst, o principal diretor da Excelsior, Edson Leite, tinha grande contato com publicitários argentinos e, através deles, soube do sucesso do gênero no país vizinho e dos investimentos que as agências de publicidade vinculadas à indústria dos cosméticos faziam na televisão em toda a América Latina. E, após conversas com o diretor de *marketing* da Colgate-Palmolive do Brasil, o colombiano Peña Aranda, convenceu-se que era o momento de apostar na exibição diária de telenovelas⁸⁷, uma verdadeira novidade no país, pois nem as radionovelas tinham seus capítulos transmitidos diariamente pelas emissoras.

Na realidade, iniciava-se um esquema de produção de teledramaturgia que ficaria totalmente sob responsabilidade das agências de publicidades contratadas pelas empresas multinacionais dos cosméticos. E para a produção da primeira telenovela, como não havia técnicos com experiência, a Colgate-Palmolive enviou para os estúdios da Excelsior de São Paulo maquiadores, cenógrafos, câmeras e diretores argentinos, provocando uma insatisfação por parte da equipe técnica da emissora, que percebia nessa iniciativa uma verdadeira ameaça para a manutenção de seus empregos. Além disso, até o texto era importado; um original do argentino Tito de Miglio que tinha alcançado muito sucesso em seu país, cuja trama seguia o padrão do melodrama tradicional popular em toda a América Latina: a personagem principal era uma presidiária que trabalhava como telefonista do presídio e que se apaixonou por um desconhecido que fez uma ligação por engano ao local de serviço e reclusão da heroína, sendo esse sentimento prontamente correspondido pelo autor do telefonema. No Brasil, essa trama foi batizada de *2-5499 Ocupado*, sendo esse nome escolhido dentro de um esquema de *marketing* da emissora. Na época, a Excelsior adquiriu uma emissora no Rio de Janeiro e começou a investir na formação de uma *network*,

⁸⁵ ALENCAR, Mauro. Op.cit, p.53.

⁸⁶ RAMOS, José Mário Ortiz; BORELLI, Sílvia Helena Simões. A Telenovela Diária. In: ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela – História e Produção**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1991, pp.59-60.

⁸⁷ DURST, Walter. Op.cit.

exibindo a mesma programação nos principais centros urbanos do país. Dessa forma, o número do telefone referido na trama tinha o número 2, referência ao Canal 2 do Rio de Janeiro (a estação carioca da Excelsior) e o número 9 uma referência ao Canal 9 de São Paulo, de onde era sintonizada a programação da emissora.

Para representarem os personagens principais da trama, a Excelsior e a Colgate-Palmolive contrataram dois jovens promissores artistas: Tarcísio Meira, destaque do teatro e teleteatro paulista, e Glória Menezes, que tinha acabado de se consagrar internacionalmente no filme *O Pagador de Promessas* (adaptação cinematográfica da peça de Dias Gomes dirigida por Anselmo Duarte). Todavia, muitos achavam que a experiência seria um fracasso e os próprios protagonistas não estavam animados em trabalhar na telenovela, compartilhando a insatisfação que os profissionais técnicos da emissora tinham com o recém-introduzido gênero, mas por razões diversas a deles, como pode ser percebido através das lembranças do ator que interpretou o principal personagem masculino, Tarcísio Meira:

Em outubro de 1963, Glória e eu estreamos na Excelsior de São Paulo a primeira novela diária de nossa TV (...) era muito ruim, muito boba, ingênua. Glória e eu só fizemos mesmo porque éramos obrigados por contrato. E sob protesto. A novela foi para o ar na hora do jantar, quando a audiência era muito baixa e pouco havia a perder (...) surpreendendo a todos, a novela terminou com índices altíssimos, jamais alcançados no horário⁸⁸.

Tarcísio Meira e Glória Menezes eram artistas formados no teatro e com experiência em teatros e no cinema, e consideraram o texto de *2-5499 Ocupado* simplório demais, se comparados com os trabalhos realizados anteriormente. Porém, apesar da baixa perspectiva de realização artística, a telenovela passou a representar em mais um campo profissional para os artistas, que sempre conviviam com as instabilidades do setor, decorrentes da inexistência de uma estrutura profissional no país, seja no cinema, na TV, no rádio ou no teatro. Com isso, o teleteatro, perdeu terreno dentro da televisão, com seus principais artistas sendo recrutados para trabalhar nas telenovelas. E quem não se adequava à nova situação corria o risco de perder seu emprego na televisão, como percebeu Walter George Durst:

Essa primeira novela deu um grande resultado popular e eles começaram a atrair os próprios atores

⁸⁸ MEIRA, Tarcísio. Uma senhora muito exigente. In: OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de (org). **50/50** – 50 anos de televisão no Brasil. São Paulo: Globo, 2000, p.244.

do nosso teleteatro para interpretar as seguintes. O nosso *Teatro 63* tinha uma boa audiência, mas não tinha a audiência espetacular da novela. Então, foi ficando uma inversão de capital muito relativa, sabe? Pelo menos a curto prazo, éramos incapazes de competir com a industrialização da novela. E depois de um ano de existência, o nosso *Teatro 63* acabou. Enquanto que a novela não parou mais... meses depois, houve uma reboldosa na emissora, uma porção de gente foi mandada embora e, no meio do grupo, saímos também, o Túlio de Lemos, o Roberto Palmari [co-diretor do *Teatro 63*] e eu⁸⁹.

Iniciava um período difícil para os profissionais de televisão, principalmente para aqueles que vivam da teledramaturgia. Muitos perderam seu emprego para profissionais latino-americanos importados pelas agências publicitárias e que tinham uma maior experiência na produção de telenovelas diárias. Além disso, outro fator conturbava ainda mais a situação: as emissoras, sem recursos para produzir sua programação, começaram a importar os seriados norte-americanos (conhecidos entre nós como enlatados), cujo custo era bem menor, se comparado à produção de programas. Como lembrou Dionísio Azevedo, um dos diretores dos teleteatros da Tupi, foi um momento de grande dificuldade para o artista brasileiro de televisão, que via seu emprego ameaçado pela “invasão estrangeira” representada pela presença dos enlatados e pela produção industrial de telenovelas cujos textos eram importados do exterior⁹⁰.

Dentro desse contexto, muitos autores de televisão começaram a ser contratados pelas agências de publicidade para adaptarem os textos vindos da Argentina para a sua exibição no Brasil. Com um campo de trabalho restrito, muitos começaram a trabalhar, sem entusiasmo e contrariados, nas telenovelas, como adaptadores de textos importados da Argentina e do México, grandes centros de produção de telenovelas na época. Um deles foi o próprio Durst, que considerou essa fase como uma das mais tristes de sua vida artística profissional, pois ele era obrigado a seguir regras e padrões dentro de um esquema de produção industrializado de televisão, algo que não havia anteriormente no Brasil. Segundo ele:

Fui contratado pela Colgate, pela Póla Vartuk, que era a Chefe do Departamento de Novelas da Colgate, mas que colocava novelas também na emissora rival da Excelsior, a Tupi. Foi um verdadeiro *boom* de novelas os anos de 1963 e 1964 (...) E eu mesmo, desempregado, não tive outro

⁸⁹ DURST, Walter. Op.cit..

⁹⁰ AZEVEDO, Dionísio. **História das Telenovelas**. São Paulo: TV Cultura, 1980. Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo. Video Tape 15.

jeito, né? Assinei um contrato que pagava apenas uma diferença mínima, irrisória mesmo, entre as adaptações e as novelas escritas originalmente por nós porque, segundo eles, as histórias eram sempre as mesmas, a forma é que deveria variar até o infinito, exatamente para tornar menos visível esse fato. Sendo assim, evidentemente, escolhi as adaptações, tanto mais porque, indiretamente, sentia um certo constrangimento em ‘reinventar’ os velhos chavões de sempre⁹¹.

Como se pode perceber no depoimento de Durst, as agências de publicidade e os setores de *marketing* da indústria multinacional dos cosméticos eram os responsáveis pela produção industrial das telenovelas, sendo as emissoras responsáveis apenas pelo equipamento técnico, pelos estúdios e pela sua transmissão, ainda na época restrita às regiões de abrangência das emissoras locais, sendo que a exibição de uma telenovela para mais de uma praça era lenta, dependendo do ritmo do transporte dos *tapes* entre os centros de produção (principalmente Rio de Janeiro e São Paulo) e as estações de outras cidades do país, havendo diferença de dias entre as exibições de capítulos entre uma praça e outra. Além disso, todos os autores contratados pelas agências eram obrigados a seguir um clichê, um padrão de teledramaturgia pré-estabelecido, uma verdadeira cartilha que não podia ser contestada. Dessa forma, a indústria de telenovelas latino-americana que começou a monopolizar a produção da teledramaturgia ficcional da época se assemelhava ao modelo de indústria cultural teorizado por Max Horkheimer e Theodor Adorno. Tal produção, segundo os teóricos da Escola de Frankfurt, é baseada em clichês requeentados por inovações que apenas dão uma embalagem diferenciada a um mesmo produto com o qual os consumidores já estão habituados, não havendo lugar para a criatividade artística⁹². E essa indústria, baseada na troca de textos entre as filiais das agências de publicidade norte-americanas espalhadas pela América Latina, foi descrita da seguinte maneira por Walter George Durst:

Na ocasião, as novelas da Argentina tinham apenas vinte e cinco capítulos, por causa de uma determinação legal que as proibia de se estenderem por mais de um mês. Então, a gente recebia essa novela de vinte e cinco capítulos e passava para 80, 100, 120 capítulos. Traduzindo do espanhol para o português e... esticando, esticando. E essa mesma novela, agora com uma centena de capítulos, em média, era entregue para a Elida Daversa, que era argentina, ela retraduzia para o espanhol... E essas novelas iam para a Venezuela. Quer dizer, elas cobriam a América inteira, porque nascia na Argentina, passava por aqui, ia para a Venezuela, e depois para outros países sul-americanos,

⁹¹ DURST, Walter. Op.cit.

⁹² HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. A Indústria Cultural – o iluminismo como mistificação das massas. In: **Indústria Cultural e Sociedade**. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. pp. 7-74.

dependendo do sucesso, naturalmente. Do mesmo modo como nós assistíamos aqui novelas que tinham alcançado grande repercussão no México, na Cuba de [Fulgêncio] Batista, etc⁹³.

Na realidade, Durst faz uma descrição de como era o funcionamento de uma verdadeira indústria multinacional de novelas de rádio e televisão latino-americana, baseada em textos padronizados que circulavam por toda região, ganhando pequenas adaptações nas praças onde seriam exibidas, atendendo aos gostos do público de cada país e às suas respectivas legislações, que podiam limitar o período de exibição das tramas ou os seus conteúdos. Nessa indústria do entretenimento, bancada pelas multinacionais dos cosméticos, havia uma verdadeira divisão internacional do trabalho, sendo que seus centros produtores eram, originalmente, Cuba (até a queda de Fulgêncio Batista e a ascensão de Fidel Castro através da Revolução Socialista, quando a sua base de produção foi transferida para a cidade norte-americana de Miami), México e Argentina, sendo que nesse último país eram produzidos os textos que circulavam por toda a América do Sul. A tarefa dos adaptadores brasileiros era “encher linguiça”, isto é, aumentar consideravelmente a duração da trama, pois, segundo Durst, havia uma lei que limitava a duração das telenovelas argentinas. Do Brasil, o texto seguia para outros países sul-americanos. As alterações introduzidas em outros países eram poucas, sendo sempre referentes à duração das telenovelas, que em alguns locais era maior ou menor. Mas, a temática era a mesma, descrita da seguinte maneira pela revista *Veja* de 7 de maio de 1969:

Antes de tudo, são amores, geralmente impossíveis até o último capítulo, obstados por pais, madrastas, destino, preconceitos (...). Misturados a esse arroz-com-feijão, uma série de temperos essenciais: choques de gerações e interesses; segredos terríveis que se prestem excelentemente para chantagens afetivas e financeiras; vilões que sabem de tudo e heróis que não sabem de nada; beijos secretos, cartas anônimas, telefonemas misteriosos, diários íntimos, personagens estranhos que se esclarecerão apenas no último capítulo; sofrimento atroz dos bons e sádica alegria dos maus que persiste até o penúltimo capítulo, quando finalmente tudo se inverte. E principalmente, os personagens amarram as donas de casa aos anúncios da Gessy-Lever, Colgate-Palmolive e Kolynos-Van Ess⁹⁴.

O clichê descrito pela *Veja*, na realidade, era imposto à maior parte dos autores de telenovelas brasileiras através de uma cartilha que devia ser seguida à risca, sendo que, para

⁹³ DURST, Walter. Op.cit.

⁹⁴ Os filhos do direito de nascer. In: **Revista Veja**, nº35, São Paulo, 07/05/1969, p.27.

isso, havia os diretores do núcleo das agências de publicidade, muitas vezes designados pelas próprias multinacionais dos cosméticos, que supervisionavam o trabalho dos autores e faziam com que tudo saísse à risca. De todos esses diretores, aquela que se tornou símbolo dos primeiros anos da telenovela diária no Brasil foi a cubana Glória Magadan. Funcionária do Departamento de Marketing da Colgate-Palmolive e exilada em Miami, Estados Unidos, após a revolução que instalou o socialismo em seu país natal, ela foi designada pela empresa fabricante de produtos de higiene pessoal para dirigir seu núcleo de telenovelas da América do Sul, que passaria a ter sua sede em São Paulo. Ficou nessa função entre os anos de 1964 e 1965 quando foi seduzida por uma proposta milionária e irrecusável feita pela TV Globo do Rio de Janeiro para dirigir o seu núcleo de telenovelas, cargo que a tornou famosa na época, tanto pelos sucessos das telenovelas *Eu Compro essa Mulher* e *Sheik de Agadir*, quanto pela rigidez e autoritarismo com o qual exercia as funções do cargo, impondo diretrizes aos autores e diretores subordinados a ela.

De 1964 até 1969, ano em que mais influenciou a autoria e execução da maior parte das telenovelas produzidas no eixo Rio-São Paulo, Magadan acumulou inimizades, apesar de muitos reconhecerem a sua grande capacidade de entender a estrutura desse gênero televisivo. O estilo Magadan foi descrito por vários profissionais que trabalhavam com ela, como Walter George Durst, que se referiu à cubana e ao seu estilo da seguinte maneira:

Glória Magadan era considerada especialista em novelas para a América do Sul. Ou seja, por definição, aceitava-se que ela sabia de tudo, tinha faro para adivinhar se a novela ia dar certo ou não ia. Era a ‘doutora’ em novelas para a América do Sul. Nas reuniões de ‘criação’ realizadas na Colgate, lembro-me que ela pontificava: ‘Veja um desfile de carnaval na Avenida, no Rio de Janeiro. Por quê o crioulo se veste de Luís XVI? Porque ele quer sonhar! É isso que nós temos de fazer. Vamos fazer novela para o pessoal sonhar e acabou-se!’. Era uma mulher curiosa, sem dúvida, e nos dava formulários ensinando como fazer um personagem, sabe? Coisas ridículas! E tinha todo um código elementaríssimo de pequenas regras para serem aplicadas em todos os países sul-americanos que, simplesmente, não funcionavam...⁹⁵

A imposição de um só clichê e de histórias que tivessem a única função de fazer o povo sonhar era algo que revoltava aqueles que já tentavam produzir textos mais críticos sobre a realidade social do país, como era o caso de Durst, ainda mais em uma época

⁹⁵ DURST, Walter. Op.cit.

marcada pelo Golpe de Estado de 1º de abril de 1964, que instalou no poder uma Ditadura Militar que governou o país por vinte e um anos. Por isso a telenovela, principalmente entre os setores mais intelectualizados da sociedade adquiriu a imagem de um gênero alienante, que ajudava a mascarar a realidade brasileira, ou, como percebeu Ismael Fernandes, as telenovelas da “era Magadan” estavam distantes dos problemas políticos e econômicos do país, e, por isso, a própria censura não dava muita atenção aos conteúdos das tramas melodramáticas⁹⁶.

Outro dramaturgo que trabalhou com Magadan e detestava os clichês impostos por ela era Benedito Ruy Barbosa. Dramaturgo formado nos Seminários do Teatro de Arena e que se destacou pela montagem feita pela referida companhia teatral da peça *Fogo Frio*, em 1959, Ruy Barbosa não seguiu a difícil carreira de escritor de peças de teatro e, por necessidade de sustentar a família, optou por trabalhar como publicitário. Como muitos de seus companheiros conheciam a sua capacidade de escrever peças teatrais, eles o indicaram para trabalhar na produção de textos de telenovelas na agência Denison, que tinha a conta da Colgate-Palmolive. Ele descreveu a situação em uma entrevista no programa *Roda Viva* da TV Cultura de São Paulo da seguinte maneira:

A Denison Propaganda conquistou a conta da Colgate-Palmolive. Mas, no contrato que havia entre a agência e a empresa Colgate, tinha uma cláusula que dizia que a Denison tinha que oferecer para a Colgate um editor de script. Ninguém sabia o que era isso. Para novela, não é? Então, eu tinha uns amigos meus dentro da Denison que foram atrás de mim e disseram: ‘Você não quer ser editor de script de novela? Eu disse. ‘Eu, de novela?’ Eu odiava novela. Eu achava ruim demais aquilo lá. Mas aí, o espírito de aventura, fui saber o que era. Aí eu fui na Colgate (...) Eles tinham a Glória Magadan já contratada. Então, no papo que eu tive com eles lá – eu tinha feito teatro, tinha ganho o prêmio de revelação do ano – aquele negócio me ajudou bastante. Então, trocamos um pouco de idéia sobre o que eu achava de novela também e, no final, eles me contrataram. E comecei a trabalhar com a Glória Magadan (...). Ela tinha uma habilidade danada para lidar com novela, dentro daquele conceito de novela. Ela era cubana, não é? Então, ela escrevia em espanhol e eu lia em espanhol, eu mandava para um tradutor, voltava, eu lia de novo e botava a rubrica para gente poder gravar. Eu não pretendia escrever novelas, mas eu lia tudo o que ela escrevia. Além disso, eu lia todos os originais que a Colgate comprava do exterior, para fazer uma avaliação. Era chato ler aquilo, meu Deus do

⁹⁶ FERNANDES, Ismael. **Telenovela Brasileira – Memória**. São Paulo: Brasiliense, 1987, p.38.

céu! Eu aprendi a como não fazer...⁹⁷.

Ruy Barbosa reconhecia que Magadan, dentro do padrão latino-americano de telenovela, tinha algum talento. Mas o problema era esse clichê imposto pelas agências de publicidade que tornavam as tramas do gênero de baixa qualidade cultural e artística.

Outra autora que teve várias divergências com Glória Magadan foi Janete Clair. Contratada pela TV Globo em 1967, Janete Clair tinha que se submeter ao padrão imposto por Magadan na emissora. Janete tinha uma larga experiência no rádio, sendo uma das principais escritoras de radionovelas do Rio de Janeiro. Esposa do dramaturgo Dias Gomes, um dos artistas mais engajados na luta por uma dramaturgia baseada na realidade social brasileira, Janete não tinha as mesmas crenças políticas do marido e adotava um estilo de dramaturgia diferente, mais próximo ao romantismo melodramático do cinema hollywoodiano das décadas de 1930 e 1940, mas comungava com ele nos ideais de produzir tramas inseridas na realidade social brasileira. Ela foi uma das primeiras autoras de rádio a escrever tramas ambientadas no Brasil, como foram os casos de *A Canção do Rio* e *Um Estranho na Terra de Ninguém*, sendo essa última ambientada no interior de Pernambuco e tendo como pano de fundo da trama principal, baseada na luta de um filho para inocentar o pai acusado de assassinato, a questão da luta por terras e da reforma agrária⁹⁸. Porém, na Globo, Janete era proibida de ambientar suas telenovelas no Brasil, sendo que o argumento usado por Magadan para a proibição era bem inusitado. Nas palavras da autora brasileira:

Os diretores estrangeiros aqui radicados, que ocupavam altos postos na TV, impunham mudanças nas novelas “rigorosamente brasileiras”. Foi o meu caso em *Rosa Rebelde*. Quando a Glória Magadan me forçou a levar a história para a Espanha, quando no original ela se passava no interior de Minas, ela argumentava que ‘o brasileiro não era romântico’ e a minha novela, que era bem brasileira, teve que se transferir para o interior da Espanha, país que eu nem conhecia. Estas coisas, estas bobagens, estas aberrações, a gente era obrigado a fazer porque os lugares de comando nas emissoras eram dados a estrangeiros. Mas, depois, nós conseguimos mudar isto⁹⁹.

⁹⁷ BARBOSA, Benedito Ruy. **Roda Viva**. São Paulo: TV Cultura, 1997. Transcrição disponível no site www.rodaviva.fapesp.br/materia/121/entrevistados/benedito_ruy_barbosa_1997.htm. Acessado em 30/10/2008.

⁹⁸ XEXÉO, Artur. **Janete Clair** – A Usineira de Sonhos. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996, p.53.

⁹⁹ DURÃO, Vera Saavedra. Novela, a única invenção da TV brasileira. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28/09/1980. Folhetim, p.5.

Através do depoimento de Janete Clair podemos perceber que a possibilidade dos autores ambientarem suas telenovelas dentro da realidade social brasileira só se tornaram possíveis quando os postos de comando nas emissoras (e também nas agências publicitárias) começaram a ser ocupados por brasileiros. Apenas quando os profissionais nativos que se identificavam com a bandeira de luta pela valorização da cultura nacional é que o quadro descrito nesse tópico começou a sofrer algumas alterações, sendo aberta uma fresta para novas experiências nas telenovelas, possíveis devido a outros fatores que examinaremos a seguir.

1.3. ENTRA EM CENA O “BICÃO”: AS TENTATIVAS DE TRAZER A TELENVELA PARA A REALIDADE BRASILEIRA

E foi justamente quando um posto de comando do departamento de telenovelas de uma agência de publicidade passou a ser comandada por uma pessoa identificada com a estética nacional-popular. Com a saída de Magadan da Colgate/Denison e sua ida para a Globo, Benedito Ruy Barbosa assumiu o seu lugar na direção do núcleo de telenovelas patrocinadas pela referida multinacional dos cosméticos. E, tendo uma posição de liderança, Ruy Barbosa incentivou os autores para ambientar suas telenovelas no Brasil e a adaptar clássicos da literatura brasileira e internacional. No depoimento dado a Maria Carmem Jacob Romano, Benedito deixou claramente explícito a sua intenção de lutar pela formação de uma telenovela brasileira:

No começo as novelas eram importadas. Eram novelas que não tinham a ver com nossa realidade e eram maniqueístas do ponto de vista de arte. E havia um comportamento explicável da própria crítica, que menosprezava a novela ... E Eu também [menosprezava]! Quando fui para a novela, tinha um nojo... não agüentava nem ouvir falar de novela. Nós tivemos uma autora, a mãe da telenovela, que foi Ivani Ribeiro. Quando fui para a Colgate comecei a pressiona-la para que abandonasse os textos estrangeiros. Eu consegui comprar do Érico Veríssimo a trilogia *O Tempo e o Vento* e fiz na Excelsior. A Ivani fazia *A Muralha*, *As Minas de Prata*, começando a trazer o público para a história do Brasil. Acho que isso foi muito importante porque marcou o rompimento da nossa teledramaturgia com a importada. Pelo menos (...) começou-se a valorizar nossos diretores e atores¹⁰⁰.

¹⁰⁰ BARBOSA, Benedito Ruy apud ROMANO, Maria Carmem Jacob. **Representação do popular e campo da telenovela**: um close em Benedito Ruy Barbosa. Tese de Doutorado em Ciências Sociais. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 1999. pp.200-201.

Para tal iniciativa, Benedito (que também escreveu suas próprias telenovelas), teve o apoio de alguns diretores de telenovelas das emissoras que tinham as mesmas aspirações, como era o caso de Walter Avancini, da TV Excelsior, que convenceu Gianfrancesco Guarnieri, conhecido pelo seu trabalho no Teatro de Arena e pelo engajamento na luta pela formação de uma dramaturgia que retratasse a realidade social nos palcos para a telenovela, onde começou a trabalhar como ator e co-autor de adaptações literárias, como o *Tempo e o Vento*, de Érico Veríssimo, exibido pela emissora paulista entre 1967 e 1968. Guarnieri comentou da seguinte maneira sua entrada no mundo das telenovelas:

Eu fui para a Excelsior em 1967, convidado por Walter Avancini para fazer o primeiro episódio de *O Tempo e o Vento*, que era *A Fonte*. Até esse momento eu não fazia telenovela, fazia televisão mas não telenovela. Era a época do grande preconceito, não contra a televisão e sim contra a telenovela. Então, o ator (...) evitava ainda de se comprometer todo o tempo com a televisão porque a novela absorvia muito. Mas nós tínhamos chegado a conclusão, eu digo nós do Arena, que o negócio era esse mesmo, que não adiantava negar que ela estava se tornando o melhor mercado de trabalho para o ator conseguir fazer o que pretendia no teatro¹⁰¹.

Pelo depoimento de Guarnieri, percebemos que havia um grande preconceito dos artistas de teatro contra a telenovela, algo já perceptível na fala anteriormente citada de Tarcísio Meira. Mas, se na fala de Tarcísio é perceptível uma resistência à qualidade questionável do texto importado, no depoimento de Guarnieri a preocupação maior era com a questão do tempo do artista que, ao entrar na engrenagem industrial da telenovela, poderia ver prejudicada a sua atuação no teatro. Porém, os artistas perceberam que não poderiam desprezar um mercado de trabalho que se abria e onde, apesar das limitações impostas pela indústria, poderiam expressar suas representações ficcionais da realidade brasileira.

Porém, ao mesmo tempo em que era um trabalho desgastante e menos valorizado culturalmente, o trabalho dos artistas na televisão e, mais precisamente na telenovela, era bem remunerado, se comparado aos ganhos que os artistas tinham nos palcos. Um exemplo disso era o caso de um dos principais atores da época, Sérgio Cardoso. Em meados da década de 1960, ele tinha uma média salarial mensal no teatro de Cr\$ 3.500,00. Na mesma época, ao interpretar o português Antônio Maria na telenovela do mesmo nome, exibida na

¹⁰¹ GUARNIERI, Gianfrancesco. **História da TV Excelsior**. São Paulo: IDART, 19/03/1984. Acervo do Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, Transcrição 1657.

TV Tupi de São Paulo, ele recebia um salário de Cr\$ 15.000,00, fora o que ele ganhou em shows pelo Brasil interpretando o personagem¹⁰².

A iniciativa de introduzir elementos da dramaturgia nacional-popular desenvolvida pelo Arena também contou com o apoio decisivo do ator e diretor da TV Excelsior, Dionísio Azevedo, que, segundo o ator David José, era um simpatizante do Partido Comunista Brasileiro e da linha dramática do Teatro de Arena¹⁰³. Em 1966, aproveitando-se do fato de o horário das 20 horas não contar com um patrocinador, Dionísio abriu espaço para uma telenovela inovadora que passou despercebida para a maior parte dos telespectadores, mas que foi um sucesso perante os críticos de televisão na imprensa. Para isso, apostou-se em um autor oriundo do teatro para escrever uma telenovela, dando a ele ampla liberdade de criação. No caso, o escolhido para a função foi Lauro César Muniz, com quem o diretor da Excelsior trabalhou no cinema, na adaptação da peça de autoria de Muniz, *O Santo Milagroso*. Dessa forma, o autor estreava como autor de telenovelas com *Ninguém Crê em Mim*, cujas lembranças ele reportou-me em uma entrevista concedida em seu apartamento em São Paulo, na região da Avenida Paulista. Para Lauro César Muniz, a proposta de trabalho na televisão veio em um momento difícil para o teatro, em plena Ditadura Militar, que perpetrava uma censura feroz aos textos que se referissem à realidade social do país:

Eu não conhecia novela, não via televisão e não sabia o que fazer... Eu achava que a televisão era uma coisa menor, minha vida era o teatro. Mas, já em 1966 a coisa já estava ficando complicada... Tava difícil montar uma peça que falasse da realidade nacional e, por isso que muitos autores ingressaram na televisão, pois a Censura tava muito pesada, muito forte sobre as peças de esquerda (...) ninguém se arriscava em montar as minhas peças...eles nem mandavam as peças para a Censura...Eu fiquei completamente perdido, não tinha dinheiro e havia nascido meu primeiro filho. Então, aceitei o convite do Dionísio¹⁰⁴.

Neste trecho da entrevista, Lauro César Muniz relembrou as dificuldades que o teatro brasileiro enfrentava nos primeiros anos da ditadura, o que contrastava com o panorama da época do governo João Goulart, descrito da seguinte maneira por Augusto Boal:

¹⁰² OKAMURA, Rita. **A História da Telenovela- 1968-1978** (mimeo). Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, Trabalho de Pesquisa 0081, lauda 3.

¹⁰³ ALMADA, Izaías. **Teatro de Arena – Memória**. São Paulo: Boitempo, 2004, pp.109-110.

¹⁰⁴ MUNIZ, Lauro César. Op.cit.

O teatro chegou ao povo, indo buscá-lo nas ruas, nas conchas acústicas, nos adros das igrejas, no Nordeste e na periferia de São Paulo. Estes espetáculos, festas populares, eram gratuitos, mas o artista é um profissional. Conseguia-se o apoio econômico que tornava o desenvolvimento possível¹⁰⁵.

Boal se refere à atuação dos Centros Populares de Cultura (CPC), que teve ex-membros do Teatro de Arena como fundadores (no caso, Oduvaldo Vianna Filho, Chico de Assis, etc) e que contou até com a atuação da própria companhia teatral em suas ações, que visavam levar a “cultura ao povo” e, através dela, conscientizá-lo da situação de pobreza e do subdesenvolvimento pelo qual o país passava. A atuação do CPC tinha apoio da UNE (União Nacional dos Estudantes) que, em 1962, havia organizado a chamada UNE-Volante, que viajava pelo país divulgando as principais bandeiras defendidas pela organização estudantil, baseadas nas Reformas de Base que o presidente João Goulart (1961-1964) tentava pôr em prática. Inclusive, o governador do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola, apoiou a mobilização organizada pela UNE através da concessão de passagens aéreas aos seus integrantes e também aos membros do CPC¹⁰⁶. Porém, após o Golpe de Estado de 1964, esse financiamento foi cortado pelos novos detentores do poder, que viam nos artistas envolvidos nessas ações como inimigos políticos portadores de mensagens subversivas. Dessa forma, o governo Castelo Branco (1964-1967) cortou os investimentos destinados ao teatro e eliminou os canais de contato entre as classes populares e os referidos grupos culturais. Com isso, os artistas de esquerda ficaram isolados, restritos ao público estudantil que continuava prestigiando as manifestações culturais de resistência, constituindo o que Celso Frederico chamou de “*trincheira de resistência*”, onde os artistas e seu diminuto público de classe média se aliaram na denúncia ao autoritarismo do regime¹⁰⁷. Por causa, justamente, de atrair e atingir um pequeno número de espectadores, a vigilância da censura sobre as peças não era muito grande, como percebeu Dias Gomes¹⁰⁸.

Porém, a ação coercitiva econômica perpetrada pela Ditadura Militar trouxe enormes danos ao meio, pois era impossível às companhias teatrais como o Arena chegarem até as classes populares e mesmo a faixa de público da classe trabalhadora que começava a

¹⁰⁵ BOAL, Augusto. **Teatro do Oprimido e outras poéticas**. 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977, p.184.

¹⁰⁶ ARAUJO, Maria Paula. **Memórias Estudantis** – da Fundação da UNE aos nossos dias. Rio de Janeiro: Relume Dumará – Fundação Roberto Marinho, 2007, p.113.

¹⁰⁷ FREDERICO, Celso. A política cultural dos comunistas. In: MORAES, João Quantin de (org). **História do Marxismo no Brasil**. 2.ed. Campinas, Editora da UNICAMP, 2007, v.3, p.346.

¹⁰⁸ GOMES, Dias. O Engajamento é uma prática de Liberdade. In: **TEATRO E REALIDADE BRASILEIRA. Civilização Brasileira**, Caderno Especial 2. Rio de Janeiro, 1968, p.9.

ter acesso ao teatro e prestigiar peças como *Eles Não Usam Black-Tie*, que falava sobre a sua realidade. E, para piorar a situação, o país vivia uma recessão econômica na época, resultado da política econômica da Ditadura Militar adotada pelo ministro da Fazenda do governo Castelo Branco, Roberto Campos¹⁰⁹ e, dessa forma, boa parte da população passava por grandes dificuldades financeiras. Portanto, para Augusto Boal, esse público novo dos teatros se via impossibilitado em continuar a prestigiar as peças:

A platéia, em geral, constitui-se de gente sem mordomia. Por isso, a carência de dinheiro elimina do orçamento doméstico todas as atividades familiares dispensáveis ou substituíveis: quem não tem cão caça com gato, quem não vai ao teatro vê televisão do vizinho¹¹⁰.

Sem a presença do seu público-alvo e contando apenas com a platéia estudantil como sua base de espectadores, o teatro de esquerda se encontrava em uma grave crise, agravada pelo fato de a maior parte das pessoas que frequentavam as peças teatrais preferirem a montagem de peças e espetáculos estrangeiros, ou seja, conforme a opinião de Dias Gomes, era “*um público pequeno-burguês que vai ao teatro por dois motivos: ou por esnobismo ou para fazer a digestão*”¹¹¹. E, para atender o gosto desse público majoritário e escapar de possíveis inconvenientes com a censura, a maior parte dos produtores e empresários teatrais se recusavam a montar peças de autores brasileiros que retratassem a “realidade nacional”. Dessa forma, mesmo autores consagrados estavam com dificuldades para sobreviverem no teatro. Por isso, entre os anos de 1966 e 1968, a classe teatral uniu-se para lutar em defesa do teatro brasileiro. Tanto no Rio de Janeiro quanto em São Paulo (cidades onde se localizavam as principais companhias teatrais), houve várias manifestações reunindo artistas como o próprio Lauro César Muniz, Walter George Durst, Gianfrancesco Guarnieri, Augusto Boal, Dias Gomes, Paulo Autran, Tônia Carrero, entre outros nomes importantes do teatro brasileiro da época¹¹².

Dessa forma, sem perspectivas profissionais, os dramaturgos identificados com a proposta nacional-popular ingressaram, aos poucos, na televisão, onde se tornaram autores

¹⁰⁹ OLIVEIRA, Francisco. **A Economia da Dependência Imperfeita**. 3.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1980, p.92.

¹¹⁰ BOAL, Augusto. Op.cit., p.174.

¹¹¹ GOMES, Dias. “O Engajamento é uma prática de Liberdade”. Op.cit., p.11.

¹¹² Sobre o engajamento da classe teatral contra as várias formas de censura perpetradas pela Ditadura Militar, ver MAGALDI, Sábato. Op.cit., pp.72-73. Outro documento importante para se ter uma ideia do engajamento da classe teatral contra o estrangulamento das manifestações dramáticas pelos aparatos de repressão do Estado autoritário, ver **TEATRO E REALIDADE BRASILEIRA**. In: **Civilização Brasileira**, Caderno Especial 2. Op.cit.

de telenovelas. Em um texto escrito em 1968, Augusto Boal, ao perceber que dramaturgos e artistas de sua geração migravam cada vez mais para a TV, expôs a seguinte conclusão: “*sem platéia, os artistas não comem por mais simbolistas que sejam. E, portanto, o feijão com arroz nossos de cada dia devem ser procurados alhures na TV ou em outras profissões*”¹¹³. Tal tendência, ao contrário do que muitos pensam, configurou-se antes do fechamento total do Regime Militar com o Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968, pois era algo que já estava ocorrendo, como o caso de Lauro César Muniz, descrito acima, deixa bem claro.

E contando com a liberdade de criação proporcionada por Dionísio Azevedo e pelo fato de a telenovela não contar com um patrocinador, Lauro César Muniz introduziu, em *Ninguém Crê em Mim* diversas novidades na telenovela, levando elementos desenvolvidos no teatro e que, apesar de não conseguir uma audiência expressiva, mas com a chancela dos críticos de televisão, acabaram influenciando outros autores de folhetim eletrônico mais experientes:

Quando comecei a escrever os diálogos da novela, mantive meu estilo do teatro, e isso chamou a atenção da crítica...Eu fui o primeiro autor do teatro brasileiro a escrever novela. Parece que o Benedito Ruy Barbosa tinha escrito alguma coisa na mesma época, mas era uma adaptação de um texto estrangeiro. Me inspirei no mito grego de Elektra, onde uma moça retorna para a cidade para investigar a morte do pai e descobre o envolvimento da mãe com o amante no crime (...) Eu trouxe a trama para a realidade nacional, sendo ela ambientada em uma empresa, onde a moça voltava da Europa para enterrar o pai (...) Os personagens tinham um diálogo coloquial, falavam como as pessoas falam na rua, e isso era uma novidade, pois todos estavam habituados aos clichês cubanos, mexicanos e argentinos, que era aquela coisa grandiloquente, bombástica, exagerada, que vinha do rádio. A própria Ivani [Ribeiro] seguia esse clichê... e eu resolvi fugir disso e, por isso, ganhei um grande apoio da crítica especializada... Eu ainda não dominava aquela estrutura de manter o suspense e aplicar os ganchos para chamar a atenção a cada capítulo. E por isso, ela foi perdendo audiência... mas, no início, eu não me importava, e nem o Dionísio, que dizia ‘a audiência não têm importância, pois estamos implantando uma coisa nova na novela’ ... e a audiência foi caindo...eu estava muito cansado, não tinha o hábito de escrever novela e, por volta do capítulo 50 eu pedi água. Falei pro Dionísio: ‘vamos encerrar ela, não há pressão nenhuma para continuarmos e a audiência já caiu bastante’ Aí eu encerrei ela, por volta do capítulo 74... eu decidi nunca mais escrever novelas. Aí me surpreendi, no final do ano, de ter ganho a principal premiação de TV na época, o *Troféu Imprensa*, como melhor autor... era o Oscar da televisão paulista, ganhei até da Ivani Ribeiro. Em *Ninguém Crê*

¹¹³ BOAL, Augusto, Op.cit., p.174.

em *Mim* eu trouxe um pouco da realidade brasileira para a telenovela. Eu trouxe uma novidade que, dizem, preparou o caminho para *Beto Rockfeller* e até a própria Ivani Ribeiro mudou seu estilo, começando a fazer diálogos mais coloquiais¹¹⁴.

Provavelmente, a principal contribuição de *Ninguém Crê em Mim* foi a introdução da linguagem coloquial na telenovela, isto é, de diálogos com expressões cotidianas e populares, ideais para possibilitar uma maior interatividade entre o gênero e seu público, criando uma intimidade imaginária entre o artista/personagem e o público, como percebeu Marshall McLuhan ao analisar atuação dos atores nos seriados de televisão dos Estados Unidos e a proximidade que eles e seus personagens tinham com o seu público¹¹⁵. Além disso, o reconhecimento da crítica jornalística especializada, que funcionava (e funciona até hoje) como um verdadeiro porta-voz de seu público consumidor, a classe média alta das grandes cidades. E como a maior parte das críticas às telenovelas era extremamente negativa (texto inverossímil, baixa qualidade, etc), o sucesso de crítica era um verdadeiro referencial para a elaboração de um formato que agradasse a essa parcela do público telespectador, mais valorizado pelo mercado publicitário devido ao seu potencial de consumo.

As inovações introduzidas por Muniz influenciaram outros autores de telenovelas, e isso pode ser percebido nos diálogos da telenovela *Redenção*, de Raimundo Lopes, cuja exibição iniciou-se também em 1966, na TV Excelsior. Ambientada em uma fictícia cidade do interior de São Paulo e com personagens com falas e expressões do cotidiano popular, como pode ser notado em um diálogo entre as personagens interpretadas por Francisco Cuoco e Armando Bógus¹¹⁶. Dessa forma, elementos da dramaturgia nacional-popular foram inseridos em algumas telenovelas, principalmente naquelas que eram exibidas pela TV Excelsior. Porém, a emissora paulista, em grave crise financeira na época e totalmente dependente das agências de publicidade, não conseguiu sistematizar tal produção em um esquema industrial de produção próprio, como mais tarde faria a TV Globo.

A nacionalização das telenovelas se tornou, na segunda metade da década de 1960, uma bandeira de luta para vários profissionais da televisão que se sentiam ameaçados pela restrição cada vez maior do mercado de trabalho, representada pela importação de textos estrangeiros para a produção de telenovelas e pela invasão dos seriados norte-americanos,

¹¹⁴ MUNIZ, Lauro César. Op.cit.

¹¹⁵ MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. 4.ed. São Paulo: Cultrix, 1974, p.356.

¹¹⁶ Ver trecho de um diálogo bem natural entre os personagens de Francisco Cuoco e Armando Bógus em uma cena de *Redenção*. TV ANO 50 – Teledramaturgia I. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2000. Acervo do Arquivo Multimeios – Centro Cultural São Paulo. Video Tape 145.

que eram uma opção de baixo custo para a luta pela conquista de audiência e de patrocinadores, mas que geravam desemprego entre artistas e profissionais ligados à televisão.

E, na luta contra a invasão dos “enlatados norte-americanos” era essencial investir em um gênero ficcional de qualidade, feito por artistas, autores e diretores brasileiros que, para alcançar essa qualidade, deveriam ambientar suas tramas dentro da realidade social brasileira, à qual tinham um conhecimento maior. Porém, como lembrou Walter Avancini, a luta pela nacionalização das telenovelas era bem árdua, pois boa parte dos diretores das agências de publicidade não queria apostar em uma fórmula que poderia desagradar os telespectadores e, ao mesmo tempo, atrair a atenção da Censura Federal para a televisão:

Era o grande momento de enfrentarmos a avalanche de mitos de seriados americanos, de clichês cubanos e mexicanos das telenovelas simplesmente traduzidos de projetos importados, e ampliarmos o espírito de realidade brasileira. Não foi fácil convencer os patrocinadores da época de que podíamos, pelo menos, trazer a ação da criação externa para os espaços sociais brasileiros. Zaé Júnior, diretor da área de criação da agência MacCann Ericson, tornou-se cúmplice da disposição da autora Ivani Ribeiro e dos meus próprios ideais de conquistar esse primeiro passo¹¹⁷.

Outro que lembrou a importância da nacionalização da telenovela diária foi o autor Walther Negrão. Ele, que também participou de um dos Seminários de Dramaturgia do Teatro de Arena na década de 1960, enfatizou que, além de combater a entrada dos enlatados, a telenovela diária, quando escrita por autores brasileiros, passou a ser um verdadeiro retrato dos problemas sociais brasileiros:

A telenovela diária surgiu como a arma mais importante no combate aos enlatados estrangeiros, os filmes de quinta categoria, que infestavam a programação de todas as emissoras. Mais tarde, quando ela se transformou, nas mãos dos autores brasileiros, ela passou a tratar os conflitos, os dramas, os problemas sociais brasileiros¹¹⁸.

Para Negrão, o autor brasileiro conseguiu a proeza de transformar um gênero considerado menor e alienante em algo mais sério, que trazia o cotidiano social brasileiro e, de certa forma, abordava os seus problemas, apesar de um contexto marcado pelo

¹¹⁷ AVANCINI, Walter. “Um dribble no tempo”. In: OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de (org). **50 anos de televisão no Brasil**. São Paulo: Globo, 2000, p.254.

¹¹⁸ NEGRÃO, Walther. **TV ano 50 – Teledramaturgia I**. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2000. Acervo do Arquivo Multimeios – Centro Cultural São Paulo. Video Tape 145.

cerceamento da liberdade de expressão. Além disso, a luta contra a presença estrangeira na televisão brasileira é novamente enfatizada na fala do autor. Mobilização essa que estava no auge em 1969, sendo ela abordada em uma matéria da revista *Veja* sobre as telenovelas:

Os autores nacionais, bons e ruins, tem entrado no mercado, expulsando os cubanos, nacionalizando a novela (se não nos temas, pelo menos na autoria) e evitando a importação enlatada do dramalhão. No governo Castelo Branco, um grupo de 25 autores e atores de telenovela foi a Brasília protestar contra a vinda de *Peyton Place*, que uma emissora queria despejar no País. “A novela é nossa!”, “*Peyton Place*, go home!”, diziam as faixas de protesto. *A Caldeira do Diabo* [título que a referida *soap opera* recebeu no Brasil] acabou vindo, mas a pressão foi tanta, que ela saiu do ar bruscamente, depois de poucos meses¹¹⁹.

A matéria citada acima demonstra a importância que a telenovela já tinha nos grandes centros urbanos brasileiros no final da década de 1960 e, mais do que isso, criticava os clichês latino-americanos presentes na maioria das produções quase monopolizadas pelas agências de publicidade ligadas à indústria multinacional dos cosméticos. Segundo a reportagem, das 24 telenovelas exibidas na época, 16 eram patrocinadas pelas principais empresas fabricantes de sabonetes e produtos de beleza feminina (Gessy-Lever, Colgate-Palmolive e Kolynos-VanEss).¹²⁰ E justamente uma daquelas que não eram patrocinadas pelas indústrias de cosméticos que chamava mais a atenção da crítica e conquistava bons índices de audiência. *Beto Rockfeller*, produzida e exibida pela TV Tupi entre os anos de 1968 e 1969, afastava-se dos clichês do melodrama tradicional e aprofundava ainda mais as experiências iniciadas por Lauro César Muniz em *Ninguém Crê em Mim*.

A produção e o posterior sucesso de *Beto Rockfeller* foi o resultado de um contexto marcado por grave crise vivida pela TV Tupi de São Paulo, que vinha perdendo audiência de maneira significativa. Para superá-la, o diretor-artístico da emissora, Cassiano Gabus Mendes, fez uma reformulação radical na programação da emissora, principalmente em sua teledramaturgia. A estratégia tinha como meta conquistar para a telenovela um público novo, formado principalmente por jovens e homens adultos, que não se identificavam com o gênero e que, na época, não eram assíduos telespectadores¹²¹.

E, dentro dessa proposta de conquista de audiência, pensou-se na produção de uma telenovela que chamasse a atenção do público alvo citado acima. Para isso, era necessário

¹¹⁹ Os filhos do direito de nascer. Op.cit., p.27.

¹²⁰ Idem, p.28,

¹²¹ FRIDMAN, Lyba. Op.cit., 07/06/1968, p.8.

contratar um autor vindo do teatro, capaz de escrever uma história que prendesse a atenção tanto dos homens que preferiam ver os seriados de ação norte-americanos quanto dos jovens que curtiavam o *rock'n roll* dos Beatles, criando uma identidade dessa parcela do público com a história. Dessa forma, através da indicação da atriz Cacilda Becker e do diretor teatral e também ator Antônio Abujamra, Cassiano Gabus Mendes contratou Bráulio Pedroso, autor teatral desempregado na época, que devia escrever uma história centrada em um personagem masculino jovem de classe média baixa, paulistano, cujo principal objetivo era ascender socialmente sem fazer muito esforço¹²².

A direção da trama ficou por conta de Lima Duarte que fazia parte, como ator, do Teatro de Arena e, anos antes, dirigiu a telenovela considerada a mais clássica e de maior sucesso de audiência da era do melodrama latino-americano no Brasil, *Direito de Nascer*, em 1965. Para o diretor, o cansaço dele e dos artistas de fazerem sempre o estilo padrão de telenovela e a vontade da equipe em colocar as experiências artísticas realizadas no teatro, no cinema e na música é o que possibilitaram a *Beto Rockfeller* ser considerada revolucionária para o gênero:

Depois de *O Direito de Nascer*, achava que necessitava um pouco subverter aquela ordem, ou pelo menos brincar um pouco com ela. Então fomos fazer *Beto Rockfeller*. Aí, o Cassiano [Gabus Mendes] teve uma idéia: 'Olha, têm uma rua em São Paulo que são mais ou menos paralelas, a Augusta e a Teodoro Sampaio. Eu quero fazer a história de um homem que nasceu na Teodoro Sampaio e quer fazer a vida na Augusta, ou seja, a história de um homem que quer ascender socialmente sem ter que pagar todos os tributos para isso. Então, a gente gostou muito, achou muito bonito e o Bráulio [Pedroso] também achou a idéia válida. Fizemos um nome que resumia isso, *Beto*, da Teodoro Sampaio; *Rockfeller*, da Augusta. Eu pensei, vamos usar a personalidade do Tatá [Luís Gustavo, ator que interpretou o personagem principal], esse sujeito extrovertido, alegre. O Bráulio começou a escrever e, logicamente, ele não tinha codificado todo esse sistema [de telenovela]. Então, ele começou a fazer uma coisa que não era telenovela, era meio teatro... e eu também não queria fazer mais aquele tipo de coisa e já tinha feito uma série de programas experimentais, como *Módulo*, *Poder Jovem* e que lançaram em São Paulo gente como Maria Bethânia, Caetano Veloso, João Gilberto... Foi aproveitando um pouco dessas experiências e de tudo o que planejamos é que saiu *Beto Rockfeller*. E as pessoas se apaixonaram por ela, pois ela era moderna, era bonita, rompia com os padrões e, eu acho, que a história da telenovela se divide em antes e depois de *Beto Rockfeller*¹²³.

¹²² OKAMURA, Rita. Op.cit., Lauda 8.

¹²³ DUARTE, Lima. **História das Telenovelas**. São Paulo: TV Cultura, 1980. Acervo do Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo. Video Tape 15.

Na realidade, *Beto Rockfeller* procurou trazer uma trama moderna em um contexto marcado pelo que o historiador inglês Eric Hobsbawm chamou de “Revolução Cultural”, caracterizado pela ascensão de uma contracultura jovem, urbana e de caráter internacionalista que contestava, principalmente, os valores morais da sociedade ocidental e defendia a busca pelo prazer individual com o mínimo de restrições externas, representadas pelo poder do Estado, pela família e pelas regras morais da sociedade¹²⁴.

Esta cultura jovem, que tinha como matriz os Estados Unidos e a Inglaterra, sendo o seu principal expoente a música, simbolizada pelo rock’n roll, teve como principais correntes aqui no Brasil a Jovem Guarda e o Tropicalismo, sendo esse último responsável pela miscigenação entre elementos da cultura brasileira e da cultura cosmopolita jovem, mais conhecida como cultura pop. Curiosamente, esta revolução cultural foi assimilada pelo sistema capitalista, que a transformou em mercadoria para consumo, proporcionando grandes lucros para a indústria cultural, como notou Jean-Claude Gillebaud. Para o teórico francês, a ascensão de valores defendidos pela revolução cultural jovem, como a liberdade sexual, foi totalmente assimilada pelo mercado e que os valores da sociedade tradicional, como a virtude, a moral e a família, se tornaram estruturas parasitas na sociedade capitalista moderna¹²⁵. No Brasil, essa contracultura jovem contestatória foi apropriada comercialmente na música, com as gravadoras apostando no Tropicalismo, principalmente em nomes como Caetano Veloso, Gilberto Gil, Os Mutantes, etc, mas também na televisão, sendo *Beto Rockfeller* uma dessas expressões. E todas essas expressões, que utilizaram propostas revolucionárias, conquistaram boa parte dos jovens que sonhavam com uma sociedade diferente daquela em que viviam, com uma liberdade maior nas questões morais (principalmente aquelas ligadas ao comportamento sexual), sendo que muitos telespectadores, ao lembrarem-se da trama, a identificam como uma forte influência sobre seu cotidiano e a sua luta pela “*libertação do eu*”, grande objetivo da juventude urbana dos grandes centros urbanos mundiais da época¹²⁶.

A trama escrita por Bráulio Pedroso e dirigida por Lima Duarte retratou a realidade social da classe média baixa e do proletariado paulista da época com humor e ironia. *Beto Rockfeller* se afastava de todos os clichês do melodrama, tendo como protagonista não um

¹²⁴ HOBBSBAWM, Eric. Op.cit. pp.314-336.

¹²⁵ GILLEBAUD, Jean-Claude. A Consolação da Revolução Sexual. In: **Rebeldes e Contestadores** – 1968 Brasil, França e Alemanha. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999. p.173.

¹²⁶ HAMBURGER, Esther. **O Brasil Antenado** – A Sociedade da Novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005, p.67.

herói cheio de virtudes, e sim um “bicão” que se fingia de milionário para frequentar as festas da alta sociedade, procurando se inserir no cotidiano da elite para conseguir a ascensão social da maneira mais rápida e menos trabalhosa possível. Em suma, *Beto Rockefeller* não era o herói folhetinesco cheio de virtudes, e sim um indivíduo inseguro que utiliza várias estratégias (licitos e ilícitos) para atingir as metas de sua ambição. Para muitos críticos de televisão da época, a personagem era uma representação mais verossímil do “caráter do homem brasileiro”¹²⁷. Vale frisar que tal caráter representado pela referida personagem destoava do que a Ditadura Militar considerava como apropriado ao “homem brasileiro”, ou seja, aquele que, através do trabalho, procurava tanto melhorar de vida quanto contribuir para o progresso da Nação. E o desagrado dos aparatos de Censura foi claro, pois essa telenovela, como apontou Inimá Simões, foi uma das primeiras a serem visadas mais seriamente por esses órgãos repressivos¹²⁸.

Para Lima Duarte, *Beto Rockefeller* teve uma importância similar a que *Eles não usam Black-Tie* teve no teatro, quase dez anos antes, pois levou em consideração os gostos, a linguagem e o cotidiano de uma parcela da audiência que, geralmente, não se sentia retratada na tela da televisão e, ao mesmo tempo, não tinha condições financeiras de frequentar eventos culturais, como o teatro, por exemplo. No caso, esse grupo era constituído por parte da classe operária empregada na indústria automobilística, que, ao conseguirem promoção em suas fábricas, ascendiam à condição de classe média e podiam, dessa forma, ter condições de comprar um televisor e, através dele, ter o acesso e a possibilidade de consumir manifestações culturais. Durante o programa *Roda Viva* da TV Cultura, exibido em 2006, ele afirmou:

Havia uma elite operária começando a surgir em São Paulo. A Volkswagen tinha acabado de se estabelecer aí. Então, havia operários de estamparia, operários categorizados exigindo um teatro e uma televisão para eles. *Beto Rockefeller* aconteceu mais ou menos como *Eles não usam black-tie* (...) Essa gente, que começou a pressionar por um teatro para eles, começou a pressionar por uma TV para eles. A gente só soube ouvi-los¹²⁹.

Beto Rockefeller trouxe a realidade social e o cotidiano da classe média para a

¹²⁷ MATTELART, Armand; MATELLART, Michéle. Op.cit. pp.30-31.

¹²⁸ SIMÕES, Inimá. “Nunca fui santa”. In: BUCCI, Eugênio (org). *A TV aos 50* – criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

¹²⁹ DUARTE, Lima. *Roda Viva*. São Paulo: TV Cultura, 2006. Disponível no site www.rodaviva.fapesp.br/materia/121/entrevistados/lima_duarte_2006.htm. Acessado em 30/10/2008.

telenovela, justamente num período de ascensão dessa camada social que começava a ter um poder de compra maior, beneficiado pelas mudanças sociais e econômicas que o país começava a sentir no final da década de 1960, saindo de um longo período de recessão econômica e entrando numa fase de crescimento econômico acelerado, conhecida como “*Milagre Brasileiro*”. Isso, somado com a Revolução Cultural Jovem cujas influências eram sentidas em todo o mundo ocidental, provocou mudanças na programação televisiva, que tinha de se adequar a esse contexto para poder permitir a sobrevivência e a lucratividade das emissoras. Na realidade, como se pode notar no depoimento de Lima Duarte, a produção cultural televisiva começou, a partir dessa telenovela, a se adequar às mudanças sociais ocorridas nos grandes centros urbanos brasileiros, perceptível através da ascensão social dessa pequena parcela da classe trabalhadora (pois a maior parte dela ainda continuou excluída do mercado consumidor brasileiro) que começava a se inserir na classe média e, com isso, passava a ter um potencial de consumo maior, sendo esse setor não mais ignorado pelo mercado publicitário. Dessa forma, para uma análise minuciosa das características do estilo moderno de telenovela inaugurado em *Beto Rockefeller* e que seria desenvolvido posteriormente pela Rede Globo de Televisão, creio pertinente partir da ideia desenvolvida pelo sociólogo inglês Raymond Williams, que considera necessário perceber a mobilidade social, principalmente no que se refere à entrada de camadas sociais ascendentes no mercado de consumo cultural, para se analisar as mudanças que ocorrem na indústria cultural¹³⁰.

Para as emissoras, *Beto Rockefeller* chamou a atenção tanto por atrair essa parcela do público para a televisão quanto pelo seu potencial de veículo publicitário, mostrando ser possível, ao ambientar tramas em cenários urbanos e contemporâneos, lançar modas e promover produtos através da própria telenovela, principalmente com a utilização do *merchandising*. Já para os autores e artistas, abriu um importante mercado de trabalho, pois, como já vimos, a situação do teatro estava cada dia mais difícil, graças à ação da Censura e do desinteresse dos empresários em montar peças que poderiam provocar conflitos com o Regime Militar, como enfatizou Lauro César Muniz¹³¹. O cinema brasileiro também passava por situação similar, enquanto a televisão ainda era ocupada pela produção estrangeira. Por isso, o sucesso de audiência alcançado por *Beto Rockefeller* foi encarado como algo importante para convencer os dirigentes das emissoras a investir na produção nacional e, dessa maneira, ocupar o espaço que os seriados enlatados e as telenovelas latino-americanas adaptadas ocupavam na época.

¹³⁰ WILLIAMS, Raymmond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992, p.105.

¹³¹ MUNIZ, Lauro César. Op. cit.

Porém, Tupi e Excelsior não conseguiram sistematizar estas experiências no campo da teledramaturgia dentro de uma estratégia voltada a proporcionar lucratividade para elas. A primeira, envolta em uma crise que culminaria em sua falência em 1980, mesclava temas desenvolvidos por autores nacionais com adaptações de telenovelas latino-americanas, dentro do esquema existente da década de 1960. Já a segunda, devido às dificuldades econômicas decorrentes a relação conturbada de seus proprietários (o grupo Simonsen) com a Ditadura Militar, acabou tendo a sua concessão cassada pelo governo em 1970, saindo do ar e deixando muitos artistas e profissionais desempregados por algum tempo. Dentro desse panorama, o desenvolvimento de um novo estilo de telenovela foi realizado pela Rede Globo de Televisão, após a demissão de Glória Magadan da direção de suas telenovelas e da adoção de uma nova estratégia de programação, o chamado “Padrão Globo de Qualidade”, em 1969. Tais mudanças na emissora nós veremos mais detalhadamente no próximo capítulo.

1.4. A TELENOVELA MODERNA: O CASAMENTO ENTRE A FANTASIA MELODRAMÁTICA E O REALISMO SOCIAL NACIONAL-POPULAR

Beto Rockefeller demonstrou que uma telenovela que explorasse o cotidiano social poderia ser viável comercialmente, e isso abriu um mercado de trabalho para os artistas, que na época passavam por imensas dificuldades no cinema e no teatro devido à Censura, mais severa com a decretação do Ato Institucional número 5 (AI-5), no dia 13 de dezembro de 1968, que dificultava a produção de novos filmes e peças e expressões culturais consideradas “subversivas” pela Ditadura Militar, ou seja, portadoras de mensagens “esquerdizantes” que poderiam levar o país à “anarquia”, na visão dos detentores do poder.

Como já dito, o campo dramático brasileiro passava, desde o Golpe de Estado de 1964, por dificuldades inerentes à falta de liberdade de expressão. Porém, nos primeiros quatro anos de Ditadura Militar (1964-1968), houve certa tolerância com algumas manifestações culturais de oposição, levando o crítico literário Roberto Schwarz concluir que: “apesar da ditadura da direita há relativa hegemonia cultural da esquerda no país”¹³². Isso se deveu ao fato do governo se concentrar mais na repressão aos canais que levavam as expressões da cultura de esquerda nacional-popular às classes menos favorecidas (UNE, sindicatos), deixando livres os intelectuais e artistas, que, sem esses canais, ficaram

¹³² SCHWARZ, Roberto. Cultura e política, 1964-1969. In: **O pai de família e outros estudos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978, p.62.

isolados das massas, sendo suas manifestações de desagrado com o *status-quo* restritas a uma pequena elite simpatizante dos ideais de esquerda, formada por estudantes, artistas, jornalistas, sociólogos, etc¹³³.

Mas, tais manifestações acabaram, como notou Marcos Napolitano, formatando um espaço cultural de resistência à Ditadura Militar constituído, majoritariamente, pelo “*jovem intelectualizado de classe média*”¹³⁴. E foi entre esses jovens, a maioria estudantes universitários, que saiu a maior parte das manifestações de oposição ao governo entre os anos de 1966 e 1968, sendo que uma parte deles, após o fechamento do regime, ingressou na luta armada¹³⁵. E a ascensão da mobilização estudantil, o assassinato do estudante Edson Luís e a Manifestação dos Cem Mil no Rio de Janeiro, em 1968, levaram a “linha dura” dos militares a exigir medidas eficazes para reprimir essas mobilizações consideradas por eles como verdadeiras ameaças para a manutenção da ordem, que se materializou no AI-5¹³⁶, que, segundo Fernando Henrique Cardoso, demonstrou a verdadeira face autoritária da Ditadura, que até então ainda se dizia defensora dos valores democráticos, sendo tal autoritarismo caracterizado pela crescente centralização do Estado, na concentração de poderes no Executivo, na convivência contraditória de uma ordem constitucional e uma medida arbitrária (representada pelo AI-5), pela censura aos meios de comunicação e as manifestações culturais e a uma diminuição das liberdades individuais¹³⁷. E, a partir do AI-5, iniciou-se um processo que seria ainda mais intensificado no governo do general Emílio Garrastazu Médici (1969-1974), que, para Fernando Henrique, constituiu-se num novo pacto entre os detentores do poder (principalmente entre as facções militares), onde “*os pruridos históricos de democracia foram substituídos por preocupação com o crescimento do Produto Nacional*”¹³⁸. Nas palavras de Antonio Rago Filho, tal pacto significou “*resgatar o espírito positivo, autêntico e verdadeiro, em suma, os caminhos abertos pelo bonapartismo em nome de uma democracia tutelada, do desenvolvimento acelerado e a um máximo de segurança contra a subversão interna*”¹³⁹.

Nesse contexto, enquanto se tornava impossível, graças ao aumento da vigilância

¹³³ Idem, *ibidem*.

¹³⁴ NAPOLITANO, Marcos. Op.cit, p.53.

¹³⁵ RIDENTI, Marcelo. **O Fantasma da Revolução Brasileira**. São Paulo: Editora UNESP, 1993, pp,115-121.

¹³⁶ RAGO FILHO, Antonio. **A Ideologia 64**: os gestores do capital atrofico. Tese de Doutorado em História. São Paulo: PUC/SP, 1998, p.165.

¹³⁷ CARDOSO, Fernando Henrique. **Autoritarismo e Democratização**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975, pp.187-188.

¹³⁸ Idem, p.189.

¹³⁹ RAGO FILHO, Antonio. Op.cit., p.182.

da Censura e da repressão dos aparatos de segurança da Ditadura Militar, trabalhar no teatro e no cinema, visados devido ao seu “caráter subversivo”, abriu-se um mercado de trabalho na televisão graças ao sucesso de *Beto Rockfeller* que, como vimos, utilizou boa parte da linguagem e do estilo utilizado pelo Teatro de Arena. Na televisão, muitos artistas viram a possibilidade de sobreviver profissionalmente e aproveitar o trabalho desenvolvido no teatro e no cinema, apesar das barreiras existentes na televisão, materializadas pela vigilância dos censores e autocensores, que zelavam pelos interesses ideológicos da Ditadura e comerciais das emissoras.

Portanto, o desenvolvimento do estilo moderno de telenovela foi de suma importância para a sobrevivência de atores, diretores e dramaturgos, que deram muita importância a esse processo, conforme o depoimento do ator Paulo José dado ao programa *Roda Viva*, da TV Cultura de São Paulo. Formado no Teatro de Arena e que teve destacadas atuações no cinema, como no filme *Macunaíma*, o referido artista afirmou ter conseguido sobreviver através de seu trabalho apenas quando foi contratado pela Rede Globo de Televisão, no final da década de 1960, podendo na referida empresa desenvolver o trabalho iniciado em outros meios de expressão artísticos.

Nos anos 70, foi a invenção da televisão. Quer dizer, a partir do AI-5, em 13 de dezembro de 1968, quando acabaram os grupos teatrais, o cinema novo, etc. Foi um fechamento geral e coincide com uma mudança na televisão muito forte. O *Beto Rockfeller* (...) era um fenômeno novo, absolutamente novo, inesperado, que trazia uma nova forma de representação, com novos personagens, mais contemporâneos, mais realistas e muito ligados com o trabalho do Teatro de Arena (...) Então, havia uma ligação muito grande dessa nova televisão com o movimento teatral. Nesse momento, entra na Globo o Boni e percebe essa mudança de rumos (...) E entra na Globo Janete Clair, Dias Gomes e trazem com eles toda a temática do Cinema Novo, dos elencos, dos atores ligados ao Cinema Novo e ao teatro brasileiro. Então, há uma mudança muito grande¹⁴⁰.

Dessa forma, a representação da “realidade brasileira”, interdita nos palcos e nas telas dos cinemas, foi absorvida pela televisão, que através do trabalho desses profissionais comprometidos com uma estética de esquerda, conseguiu formatar o estilo moderno de teledramaturgia. Como bem lembrou Daniel Filho, diretor do núcleo de telenovelas da Rede Globo de Televisão na maior parte dos anos 1970, “a televisão se aproveitou das

¹⁴⁰ JOSÉ, Paulo. **Roda Viva**. São Paulo: TV Cultura, 2007. Disponível no site www.rodaviva.fapesp.br/materia/121/entrevistados/paulo_jose_2007.htm. Acessado em 30/10/2008.

dificuldades que o teatro vivia: repressão e falta de dinheiro. A TV Globo era a única emissora que oferecia estabilidade financeira para todos esses profissionais”¹⁴¹.

A telenovela moderna foi resultado de uma conjunção de elementos da telenovela tradicional latino-americana, popular e comercialmente bem sucedida, calcada no melodrama tradicional, onde os dramas individuais e amorosos merecem maior destaque, e da dramaturgia desenvolvida no Teatro de Arena através das técnicas ensinadas por Augusto Boal, que tinha como premissa a abordagem dramatizada da realidade social, cujo objetivo era provocar uma catarse de emoções que estimularia a identificação do público com os personagens e as situações representadas no palco e, dessa forma, estimular a conscientização social. Portanto, o estilo de telenovela desenvolvido na Rede Globo de Televisão mesclou os elementos fantasiosos do melodrama tradicional, como a concretização da justiça e do amor idealizado, com a da utopia social desenvolvida pela dramaturgia nacional, centrada na esperança que o momento da transformação social do país havia de chegar.

A mescla dos elementos referidos acima, aparentemente antagônicos, foi essencial para a gênese da telenovela moderna na Rede Globo de Televisão. A importância de colocar no mesmo produto uma dramaturgia comprometida com a representação da realidade social brasileira e o melodrama tradicional romântico, cujo principal objetivo de vida das personagens é a realização dos desejos individuais materializados através do casamento com a pessoa amada e na ascensão ou inclusão social, foi enfatizada no programa especial exibido durante a celebração do aniversário de 50 anos da televisão brasileira. No programa *TV Ano 50 – Teledramaturgia I*, exibido no ano 2000, há uma interessante passagem iniciada com a fala do ator Milton Gonçalves, ex-integrante do Teatro de Arena e empregado da emissora carioca desde a década de 1960:

Desde *Beto Rockfeller*, cada vez mais a novela brasileira coloca na televisão a cara e o jeito do nosso povo. E é nessa identificação, nessa familiaridade entre público e personagens que está o grande segredo do sucesso de uma novela. Mas teve uma época em que as histórias não tinham nada a ver com a nossa realidade¹⁴².

Na sequência, entram o ator Carlos Alberto e a atriz Yoná Magalhães. Os dois

¹⁴¹ FILHO, Daniel. **O Circo Eletrônico** – Fazendo TV no Brasil. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001. p.47.

¹⁴² TV ANO 50 – Teledramaturgia I. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2000. Acervo do Arquivo Multimeios – Centro Cultural São Paulo. Video Tape 145.

formavam o principal casal romântico das telenovelas de Glória Magadan, tendo uma forte identidade com o melodrama tradicional imposto pela autora/diretora cubana. Os dois interpretam as seguintes falas:

Yoná Magalhães: “Eram as famosas novelas de Glória Magadan”.

Carlos Alberto: “Tramas baseados em famosos folhetins românticos, com histórias extremamente fantasiosas, passadas em lugares exóticos. Já faz algum tempo que a paisagem mudou, os cenários mudaram, os personagens são outros, mas o romance de folhetim, não. Esse permanece até hoje como a parte principal de qualquer novela”.

Yoná Magalhães: “Sem uma comovente história de amor, novela não é novela, não tem lá muita importância se os romances são exagerados, fantasiosos... o que importa que eles sejam envolventes, emocionantes...”¹⁴³.

Nesse trecho, há os elementos característicos do estilo de teledramaturgia chamado por Jesús Martin-Barbero e Germán Rey de “*telenovela moderna*”, resultado da mistura do realismo naturalista, melodrama e elementos da cultura popular, sendo ela um contraponto ao estilo “*tradicional*” de telenovela, pautado exclusivamente no melodrama folhetinesco e sem compromisso com a verossimilhança, ainda bem presente na maioria das produções latino-americanas, principalmente mexicanas¹⁴⁴.

Dessa forma, estilos dramatúrgicos antagônicos e aparentemente inconciliáveis, como o melodrama tradicional e o nacional-popular se tornaram a matéria-prima das telenovelas da Rede Globo de Televisão. Curiosamente, as primeiras experiências realizadas para a inserção da realidade social no gênero foram tidas como antinovelisticas, que contestavam justamente o clichê cubano-mexicano-argentino, sendo *Beto Rockfeller* o melhor exemplo disso. Porém, a junção desses elementos, realizada no trabalho desenvolvido na Rede Globo de Televisão dentro de um planejamento empresarial, foi bem sucedida. Qual a razão para isso?

Tanto o melodrama tradicional como a dramaturgia nacional-popular trazem

¹⁴³ Idem.

¹⁴⁴ MARTIN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os Exercícios do Ver** –Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva. 2.ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001,pp.120-121.Convém lembrar que, nos últimos anos, mesmo no México o formato tradicional de telenovela vêm sendo questionado e telenovelas “modernas” vêm sendo produzidas, principalmente pelas concorrentes da Televisa, estão conquistando audiências cada vez maiores. Algumas dessas produções têm influência da produção brasileira, principalmente das telenovelas da Rede Globo. Ver COSTA, Cristiane. **Eu compro essa mulher** – romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000, pp.72-77.

consigo elementos narrativos que têm o potencial de despertar a crença em uma utopia social e no sonho de se obter sucesso na vida (seja pela ascensão social ou pela esperança em transformações revolucionárias na sociedade) entre o seu público. Enquanto o melodrama acena com o sonho de justiça, ascensão social e concretização do amor idealizado¹⁴⁵, o nacional-popular, ao retratar a realidade, também traz consigo a esperança de redenção social, de que um dia a mudança ocorrerá e as mazelas sociais serão eliminadas após a conscientização do povo, tendo dessa forma, conforme a abordagem de Marcelo Ridenti, alguns elementos do romantismo revolucionário.¹⁴⁶ Com isso, ocorre nas telenovelas um efeito semelhante ao dos filmes hollywoodianos e que foram descritos por Frederic Jameson. Para o estudioso norte-americano, a produção da indústria cultural é atrativa para o grande público justamente por abordar seus dramas e, ao mesmo tempo, dar voz aos seus sonhos, dando impressão a esse mesmo público que tais produções são os porta-vozes de suas reivindicações por uma vida melhor¹⁴⁷. Além disso, melodrama e nacional-popular procuram estabelecer uma identificação com o seu público através da catarse, sendo a descarga de emoções um importante meio de criação de uma ligação entre o público com os personagens e seus dramas¹⁴⁸. Dessa forma, os dramas individuais estão inseridos dentro de uma representação muito próxima do cotidiano social dos telespectadores, que passam a associar a telenovela como uma obra que retrata fielmente a realidade brasileira.

Portanto, ao identificarem-se com os dramas vividos pelos personagens das telenovelas, considerando-os verossímeis, muitos telespectadores encaram que as soluções dadas aos dramas e conflitos nas obras ficcionais podem ser aplicadas à sua realidade. Com isso, gera-se uma utopia de que é possível para qualquer indivíduo conseguir sucesso na vida, desde que siga determinadas regras sociais e que materialize isso através da inserção na sociedade de consumo. Para Esther Hamburger, as “*novelas captam e expressam a dinâmica cotidiana de luta por inclusão social*”¹⁴⁹. Partindo desse prisma, acredito que, na realidade, as telenovelas executam um papel de mediador social, alimentando na sociedade a

¹⁴⁵ MARTÍN-BARBERO, Jesús. Op.cit, p.306.

¹⁴⁵ GRAMSCI, Antonio. Op.cit, pp.109-110.

¹⁴⁶ RIDENTI, Marcelo. **Em Busca do Povo Brasileiro**. Op.cit, p.25.

¹⁴⁷ JAMESON, Fredric; Reificação e Utopia na Cultura de Massa. Tradução de João Roberto Martins Filho. In **Crítica Marxista**, vol.1, nº1, São Paulo: Brasiliense, 1994, p.21.

¹⁴⁸ A catarse é um elemento considerado essencial para o sucesso de uma telenovela, segundo um dos principais diretores da Rede Globo de Televisão da década de 1970, Homero Icaza Sanchez. Ver HAMBURGER, Esther. Op.cit., p.51.

¹⁴⁹ Idem, p.74.

crença de que a inclusão social é possível a todos, ocorrendo através da possibilidade do indivíduo ter o mesmo padrão de consumo da classe média alta urbana. Em outras palavras: basta entender e adquirir os modos de vida e, principalmente, os hábitos de consumo das classes privilegiadas para ser considerado por todos como alguém que conseguiu ascender socialmente. Com isso, os telespectadores, principalmente aqueles com maiores dificuldades econômicas, se conscientizam de sua situação de pobreza, realizando de certa maneira o ideal dos autores ligados a arte engajada da década de 1960. Porém, tal conscientização não produz uma perspectiva revolucionária no indivíduo, e sim o pensamento de que é necessário se adequar às convenções e aos padrões estabelecidos pela sociedade capitalista fundamentada no consumismo para superar o seu estado de pobreza.

Mas, como se dará a gênese da telenovela moderna na Rede Globo de Televisão? Qual contexto possibilitou o seu desenvolvimento? Quais elementos desenvolvidos que constituíram o gênero como um mediador social? Questões cujas hipóteses de análise e respostas serão esboçadas nos próximos capítulos.

CAPÍTULO 2

A TELENÓVELA BRASILEIRA: UM PRODUTO COM O PADRÃO GLOBO DE QUALIDADE

Neste capítulo, serão abordadas a “nacionalização” e a “modernização” das telenovelas da Rede Globo de Televisão, em um período em que o país alcançava altos índices de crescimento econômico por meio da política econômica da Ditadura Militar, sendo tal período conhecido como “milagre brasileiro”.

Inicialmente, minha análise enfoca os primeiros anos de funcionamento da TV Globo, período marcado pelo acordo da emissora carioca com a multinacional norte-americana das telecomunicações Time-Life e pela programação voltada para a conquista da audiência de telespectadores classificados pelo Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (IBOPE) como “Classe C”, constituído pela classe média baixa urbana, camada social que começava a ter condições de adquirir seus primeiros aparelhos de televisão. Essa estratégia de programação televisiva foi denominada pelo estudioso da comunicação brasileira, Muniz Sodré, de “estética do grotesco”¹⁵⁰, sendo que o estilo tradicional de teledramaturgia, imposto pela então Diretora do Núcleo de Telenovelas, Glória Magadan, encaixava-se dentro dessa estética. Esse quadro alterou-se com a contratação de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, que modificou essa linha de programação, objetivando conquistar audiência em São Paulo, o principal mercado televisivo brasileiro. Mas, para conseguir isso, o citado executivo entrou em conflito com a diretora e, somente após sua demissão que Boni garantiu a posição de comando dentro da empresa e tornou possível a mudança pretendida, permitindo a gênese de um estilo próprio de telenovelas da emissora.

Num segundo momento, trataremos justamente das diretrizes que Boni impôs na Rede Globo de Televisão, que ficaram, em seu conjunto, conhecidas como “Padrão Globo de Qualidade”, que visava, justamente, adequar a programação da emissora ao contexto social da época, marcado pela vontade do governo em utilizar a televisão como símbolo maior do progresso brasileiro e, ao mesmo tempo, para atender a demanda do capitalismo monopolista multinacional no país de aumentar o mercado dos bens de consumo, expandindo seu alcance para todas as regiões brasileiras e tendo como público-alvo a classe média alta urbana das principais cidades do país, sendo seus padrões e estilos de vida

¹⁵⁰ Ver SODRÉ, Muniz. **A Comunicação do Grotesco** – Um Ensaio sobre a Cultura de Massa no Brasil. 2.ed. Petrópolis, Vozes, 1972.

transformados em padrões ideais de comportamento (e, principalmente de consumo) do homem e da mulher brasileira.

Posteriormente, concentraremos na análise da primeira telenovela moderna produzida pela Rede Globo de Televisão, *Véu de Noiva*, de autoria de Janete Clair e dirigida por Daniel Filho. Veremos aqui a formação de um produto cultural que mesclou elementos do melodrama tradicional, do cinema hollywoodiano e da dramaturgia nacional-popular para iniciar o processo de gênese desse estilo de telenovela.

Por fim, veremos como se deu a divisão de horários de telenovelas da Globo, sendo que cada faixa de horário corresponde a um sub-estilo de telenovela (romântica/cômica, adulta e de cunho social). Tal divisão, originalmente imposta pela Censura Federal, desenvolveu-se a partir da inserção de pesquisas de opinião realizadas pela própria emissora, tendo como objetivo conquistar um determinado público majoritário para cada horário, mas sem esquecer as outras faixas, sendo tal técnica um fator que contribuiu para o desenvolvimento do gênero, pois se mostrou eficiente tanto para a conquista de audiência quanto de patrocinadores. Além disso, abordaremos de que forma as telenovelas da Globo atraíram a audiência de seu público-alvo, a classe média alta, através de uma análise das colunas da crítica de televisão Helena Silveira, do jornal *Folha de São Paulo*, levando em consideração que a referida jornalista era uma formadora de opinião e, de certa forma, incentivou seus leitores (a maioria pertencente a mesma classe social da jornalista) a prestigiarem as telenovelas globais, principalmente ao utilizar como argumentos a imagem de modernidade representada por elas, sendo elas um verdadeiro símbolo do progresso do país.

2.1. NA ERA DO GROTESCO: OS PRIMEIROS ANOS DA TV GLOBO E O REINADO DE MAGADAN (1965-1969)

A TV Globo foi um empreendimento das Organizações Globo, um grupo de empresas de comunicação do Rio de Janeiro que tinha como carro-chefe o jornal *O Globo*, além de possuir uma estação de rádio que era uma das líderes de audiência na Cidade Maravilhosa¹⁵¹, cujo proprietário era o jornalista Roberto Marinho. No final de 1957, o grupo ganhou a concessão do governo Juscelino Kubitschek para montar uma emissora de

¹⁵¹ MATTOS, Sérgio. “As Organizações Globo na mídia impressa”. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (org). **Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005, pp.267-268.

televisão no Rio de Janeiro. Porém, a falta de capital por parte das Organizações Globo impediu o início imediato das atividades.

Para conseguir o capital necessário, o grupo carioca, no início da década de 1960, tentou obter um financiamento do governo através do BNDE (Banco Nacional de Desenvolvimento), porém, como lembrou Roberto Marinho, “*a televisão não estava incluída entre os seus campos de aplicação*”¹⁵², isto é, o Estado brasileiro não incluía as telecomunicações como uma prioridade para o país. Provavelmente, a falta de apoio estatal ao investimento do grupo de comunicação carioca foi um dos fatores que o fizeram apoiar o Golpe Militar de 1º de abril de 1964, levando os militares ao poder e possibilitando a implantação de um modelo de modernização adequado aos interesses da maior parte da burguesia nacional vinculada ao capital monopolista estrangeiro.

Sem o apoio do BNDE, a Globo foi em busca de investimentos externos, apesar da Constituição de 1946 não permitir a associação entre empresas de comunicação estrangeiras e nacionais. Nessa mesma época, o grupo de mídia norte-americano Time-Life começava a investir no campo televisivo, tanto nos Estados Unidos quanto no exterior, sendo a América Latina um dos mercados onde o grupo tinha mais interesse em investir através de parcerias com emissoras locais. E dentre os países latino-americanos, o Brasil estava na lista de prioridades da Time-Life, que chegou a contatar a embaixada brasileira em Washington, onde o embaixador Walter Moreira Salles alertou os representantes da empresa sobre alguns empecilhos para a realização desse investimento previstos pela Constituição brasileira então em vigor e, ao mesmo tempo, listou alguns empresários que poderiam receber de bom grado esse investimento. Entre eles, constava o nome do proprietário das Organizações Globo¹⁵³.

Para averiguar se a parceria poderia ser lucrativa, Roberto Marinho contou com a ajuda do amigo e arquiteto César de Mello Cunha, que aproveitou a viagem que realizou pelo Líbano, em 1962, e visitou a estação de televisão da cidade de Beirute, que contava com a sociedade da Time-Life. Cunha escreveu uma carta ao amigo e, empolgado, descreveu da seguinte maneira a estação libanesa:

Quando estive em Beirute, notei que a imagem da TV local era excelente, a melhor de quantas eu pude ver até hoje... (Fiquei impressionado com a nitidez da imagem e qualidade do som)... Pensei em você, na TV Globo e... aproximei-me do diretor da empresa, que convidou-me a visitar as

¹⁵² MARINHO, Roberto. A TV Globo e o Grupo Time-Life. In: **O Globo**, Rio de Janeiro, 08/07/1971. Disponível in: memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/upload/artigo_rm_02.html, acessado em 11/05/2009.

¹⁵³ BIAL, Pedro. **Roberto Marinho**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005, p. 183.

recentes instalações. Passei umas duas horas percorrendo todo o prédio (...). O grupo Time-Life está ligado a eles. Começaram... em 1959 com um faturamento mensal de US\$ 3.000 e em janeiro de 1962 faturaram US\$ 85.000... Para 1962, já foi vendida uma publicidade de US\$ 800.000... O negócio parece que vai muito bem¹⁵⁴.

Graças a essa recomendação, Globo e Time-Life firmaram um contrato de parceria, que, para não ferir a legislação, se restringia à assistência técnica do grupo norte-americano ao seu parceiro brasileiro. Além disso, foi previsto um intercâmbio de profissionais: diretores norte-americanos vinham prestar consultoria aos profissionais brasileiros. Porém, a Time-Life não teria nenhuma ingerência na administração da Globo, mas poderia receber uma parte dos lucros que a emissora viria a ter¹⁵⁵.

Contudo, a emissora só foi inaugurada quase três anos depois, em 26 de abril de 1965, no Rio de Janeiro, quando a Ditadura Militar já estava no poder. Ainda no mesmo ano, a Globo comprou uma emissora em São Paulo, a TV Paulista, que era de propriedade do grupo Victor Costa, seguindo os passos das emissoras paulistanas Excelsior e Tupi, que já tinham montado estações televisivas na Cidade Maravilhosa.

Os primeiros anos de funcionamento da Globo foram conturbados. Inicialmente, a emissora foi administrada por Rubens Amaral, que dirigiu anteriormente a Rádio Globo do Rio de Janeiro, contando com a colaboração de um executivo indicado pela Time-Life, o cubano radicado nos Estados Unidos, Alberto Catá. Contudo, essa parceria não deu certo, pois o primeiro mantinha o estilo administrativo do rádio e privilegiava uma programação adaptada do citado veículo de comunicação. Já o segundo parecia não estar muito interessado em auxiliar no crescimento da emissora¹⁵⁶. O resultado desse insucesso se via pelos índices de audiência. Segundo o IBOPE, a Globo tinha uma audiência média de apenas 9% no Rio de Janeiro, enquanto a TV Rio tinha 20%, a Excelsior 16% e a Tupi 13%¹⁵⁷. Em São Paulo, a situação era pior, com a emissora ocupando o último lugar nos índices de audiência entre as emissoras paulistanas¹⁵⁸. Diante disso, Rubens Amaral perdeu o emprego e Alberto Catá retornou para os Estados Unidos, sendo substituído pelo norte-

¹⁵⁴ CUNHA, César de Mello. In: BIAL, Pedro. Op.cit., pp.183-184.

¹⁵⁵ CAPARELLI, Sergio. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982, p.32.

¹⁵⁶ BIAL, Pedro. Op.cit, p.208.

¹⁵⁷ “Metade homem, metade TV – Walter Clark e a Rede Globo, ou vice-versa”. In: **Veja**, São Paulo, nº133, 24/03/1971.

¹⁵⁸ Joe Wallach lembra que, quando a TV Globo comprou a TV Paulista, em janeiro de 1965, a emissora tinha uma audiência média de 2%. Ver WALLACH, Joe. Os anos gloriosos. In: OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de (org). **50/50 – 50 anos de televisão no Brasil**. São Paulo: Globo, 2000, 120-121.

americano Joseph “Joe” Wallach, que era um dos diretores da emissora da Time-Life da cidade de San Diego, na Califórnia.

Para completar a situação pouco favorável, os deputados federais João Calmon e Carlos Lacerda conseguiram montar no Congresso Nacional uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para investigar o contrato firmado entre a Globo e a Time-Life. Para os parlamentares, ele feria o que estava estabelecido pela legislação brasileira, pois, na interpretação deles, não era permitida nenhuma forma de parceria entre empresas de telecomunicação nacional e estrangeira. Porém, tanto Calmon quanto Lacerda tinham interesses particulares em jogo. O primeiro era um dos diretores dos Diários Associados, empresa proprietária da TV Tupi que queria eliminar uma de suas concorrentes. Já o segundo encarava Roberto Marinho como um inimigo político, principalmente após a decretação do Ato Institucional nº 2, em 1965, que suspendeu as eleições presidenciais marcadas para o referido ano. O dono das Organizações Globo era próximo à cúpula militar que liderou o Golpe de 1º de abril de 1964, inclusive sendo o jornalista membro da Escola Superior de Guerra (ESG), organização que se constituía em um verdadeiro grupo político da burguesia brasileira, contando tanto com civis quanto com militares entre seus membros¹⁵⁹. Marinho apoiou o AI-2 que garantiu a permanência do Marechal Castello Branco na presidência da República, desagradando Lacerda, que ainda nutria ambições de eleger-se presidente¹⁶⁰.

A CPI trabalhou entre os anos de 1966 e 1967 e explicitou um racha político entre aqueles que apoiaram a derrubada de João Goulart da presidência pelos militares, pois tanto as Organizações Globo como o Diários Associados e Carlos Lacerda apoiaram o golpe. O relatório final da CPI considerou o acordo Globo/Time-Life ilícito. Porém, o Presidente da República, General Costa e Silva, não aceitou as considerações de tal relatório, considerando o contrato entre as duas empresas legal¹⁶¹. Mas, aproveitando a repercussão do caso, Costa e Silva baixou o Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, que proibiu empresas de telecomunicação de receberem financiamento e assistência técnica do exterior. Como a lei não era retroativa, a Globo pode manter o acordo com os norte-americanos¹⁶².

Provavelmente, tanto as relações que Roberto Marinho tinha com os militares desde a conspiração que resultou no Golpe de Estado de 1964 quanto à concepção de desenvolvimento econômico brasileiro associado aos capitais externos pesaram na decisão

¹⁵⁹ BRAZIL: Beyond Citizen Kane. Inglaterra: Channel Four, 1993.

¹⁶⁰ BIAL, Pedro. Op.cit.,pp.203-204.

¹⁶¹ Ver HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre, Tchê, 1987.

¹⁶² MARINHO, Roberto. A TV Globo e o grupo Time-Life. Op.cit.

de Costa e Silva. Vale lembrar que, em 1963, as Organizações Globo, juntamente com o Diários Associados e o Jornal do Brasil, formaram a Rede da Democracia, que consistia em uma campanha contra o que eles consideravam a “ameaça vermelha”, ou seja, a infiltração de comunistas no governo de João Goulart¹⁶³. Além disso, a empresa de Roberto Marinho, assim como outros conglomerados de comunicação e mídia, financiou diversos organismos que atacavam, através da propaganda, as iniciativas do governo de Jango, como foi o caso do IPES (Instituto de Política e Estudos Sociais). Conforme salientou René Armand Dreifuss, a expectativa dessas empresas que apoiavam as iniciativas dos golpistas era de que o Estado brasileiro funcionasse como um verdadeiro instrumento para os interesses dos investidores multinacionais e de seus sócios brasileiros, como, de fato, ocorreu durante a vigência da Ditadura Militar¹⁶⁴. O apoio das Organizações Globo à Ditadura Militar foi relembrado, sem disfarces, por Armando Falcão, Ministro da Justiça durante o governo do General Ernesto Geisel (1974-1979):

O Globo tinha uma posição de apoio aos governos revolucionários porque o Dr. Roberto Marinho apoiou a Revolução de março de 1964 desde antes de ela eclodir. Ele foi revolucionário de primeira hora. E continuou, como revolucionário, a apoiar os governos da Revolução¹⁶⁵.

Porém, a sociedade entre a Globo e a Time-Life não durou muito tempo. O grupo norte-americano, nessa época, deixou de investir em emissoras de televisão, tanto nos Estados Unidos como no mundo todo, pois considerava que os negócios não estavam tendo a lucratividade desejada pela direção da multinacional. Dessa forma, o grupo vendeu todas as suas emissoras nos Estados Unidos e desfez as sociedades e parcerias que mantinha no exterior¹⁶⁶. No caso da Globo, a Time-Life vendeu a sua parte no negócio mediante pagamento de um valor de seis milhões de dólares, o que trouxe certas dificuldades econômicas, atenuadas com um decreto de autoria do Ministro da Fazenda, Delfim Netto, e sancionado pelo Presidente Costa e Silva em março de 1968, que isentava as empresas de rádio e televisão do pagamento de impostos sobre produtos importados, o que permitiu à Globo modernizar seus equipamentos e economizar dinheiro para o pagamento da dívida

¹⁶³ BIAL, Pedro. Op.cit., p.199.

¹⁶⁴ DREIFUSS, René Armand. **1964 – a conquista do Estado** – Ação política, poder e golpe de classe. 6.ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2006, p.439.

¹⁶⁵ FALCÃO, Armando. **Brazil: Beyond Citizen Kane**. Op.cit.

¹⁶⁶ BIAL, Pedro. Op.cit., p.216.

com os norte-americanos¹⁶⁷.

Após a demissão de Rubens Amaral e a saída de Alberto Catá, Joe Wallach, contando com o aval de Roberto Marinho, iniciou uma renovação na administração da emissora, incentivando a produção da maior parte da programação (até então, dominava na programação Global os “enlatados” norte-americanos) e a venda dos espaços do intervalo para os anunciantes que, atraídos pela boa audiência desses programas, pagariam o valor estipulado pela emissora para inserirem seus produtos e marcas nesses espaços vazios da programação. Tal técnica administrativa, como observou José Mario Ortiz Ramos, surgiu nos Estados Unidos no final da década de 1950 e foi responsável por uma maior autonomia da televisão norte-americana frente às agências de publicidade que dominavam a produção dos programas até então¹⁶⁸. Tal prática mostrou-se mais lucrativa para essas emissoras e Wallach achava que também teria um excelente resultado no Brasil.

Mas, para colocar tal política em prática, Wallach necessitava de um administrador que se mostrasse imune às práticas gerenciais comuns às emissoras da época. Dessa forma, o norte-americano aconselhou Roberto Marinho a contratar Walter Clark para o cargo de diretor da emissora da Globo no Rio de Janeiro. Clark era um jovem executivo de vinte e sete anos que havia levado a TV Rio à liderança de audiência no Rio de Janeiro, e, por isso, parecia ser a figura indicada para levantar a audiência da emissora de Roberto Marinho. Já em São Paulo, foi contratado outro executivo para administrar a antiga TV Paulista, Roberto Montoro. Ambos passaram a trabalhar para a Globo em dezembro de 1965 e, tal divisão ocorreu porque, na época, as emissoras de televisão não tinham uma estratégia para a conquista de um mercado nacional televisivo, e sim direcionavam suas ações para o âmbito regional. Dessa forma, a Globo, assim como as outras emissoras da época, adotava estratégias de programação diferenciadas para conquistar a audiência das duas maiores cidades do país. Para Joe Wallach, Rio e São Paulo pareciam “*países separados*”¹⁶⁹. Essa constatação demonstra como o país ainda estava distante tanto da “integração nacional” desejada pelos militares quanto da unificação do mercado consumidor brasileiro, uma meta dos agentes do capital monopolista multinacional, além de a transmissão em rede ainda parecer apenas um sonho distante de poucos diretores das emissoras de televisão.

No Rio de Janeiro, Clark elaborou uma estratégia visando criar uma identidade entre o telespectador carioca e a emissora. Tal identidade começou a ser construída em

¹⁶⁷ GASPARI, Élio. **A Ditadura Escancarada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002, p.215.

¹⁶⁸ RAMOS, José Mario Ortiz. **Televisão, Publicidade e Cultura de Massa**. Petrópolis: Vozes, 1995, p.45.

¹⁶⁹ WALLACH, Joe. Op.cit., p.122.

janeiro de 1966, quando a cidade foi castigada por um forte temporal que provocou enchentes e desabamentos. Cerca de 200 pessoas morreram e mais de uma centena ficaram feridas e mais de 12 mil ficaram desabrigadas. Para cobrir a catástrofe, Walter Clark interrompeu a programação normal e abriu espaço para o jornalismo, mostrando *in loco* a tragédia, algo incomum na televisão brasileira da época. Além da cobertura, a Globo promoveu uma campanha de amparo e solidariedade às vítimas, o que foi essencial para ganhar a simpatia do público carioca, especialmente entre os mais afetados pela enchente, ou seja, as classes populares¹⁷⁰. Aliás, os aparelhos de televisão tornaram-se mais acessíveis aos setores desfavorecidos da população, como pode ser percebido no seguinte quadro:

Ano	Aparelhos (em milhares)
1964	1.663
1966	2.334
1968	3.276

Fonte: ABINEE – Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletrônicos. Citada por MATTOS, Sérgio. *História da Televisão Brasileira – Uma visão econômica, social e política*. 2.ed.Petrópolis: Editora Vozes, 2002, pp.83-84.

Entre 1964 e 1968, vendeu-se cerca de 1.613.000 aparelhos de televisão no Brasil, sendo a maior parte deles na região Sudeste¹⁷¹. A televisão passava a ser mais acessível a uma parcela da população brasileira, principalmente nos grandes centros urbanos. Segundo Sergio Mattos, a introdução, por parte do governo, de uma política de crédito, em 1968, que permitia comprar um televisor mediante um plano de pagamento de até 36 meses favoreceu esse aumento nas vendas, tornando o veículo mais atrativo para o mercado publicitário¹⁷². Além disso, mesmo com boa parte dos domicílios ainda não tendo um aparelho de televisão, se tornou comum o que Esther Hamburger chamou de “*locais coletivos de recepção*”, geralmente casas onde se reuniam a vizinhança para assistir os programas ou praças públicas onde aparelhos eram instalados, sendo essa uma prática comum em cidades pequenas do interior¹⁷³.

Isso demonstra que esse eletrodoméstico deixava de ser um item restrito às elites e

¹⁷⁰ MELO, José Marques. *As telenovelas da Globo* – produção e exportação. São Paulo: Summus, 1998, p. 14.

¹⁷¹ HAMBURGER, Esther. *O Brasil Antenado* – A Sociedade da Novela. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2005, p.74.

¹⁷² MATTOS, Sérgio. *História da Televisão Brasileira – Uma visão econômica, social e política*. 2.ed.Petrópolis: Editora Vozes, 2002, p.89.

¹⁷³ HAMBURGER, Esther. op.cit., pp.74-75.

passava a ser acessível para a classe média urbana e até para uma parte da população menos favorecida dos grandes centros. Tendo em vista este fato, além de utilizar a assistência dada aos flagelados da enchente como estratégia de *marketing* para conquistar a simpatia da população carioca, a Globo elaborou uma programação que visava atender a demanda por entretenimento dessa faixa da classe trabalhadora urbana que passava a ter algum potencial de consumo. Eram os telespectadores classificados pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística) de classes C e D, até então desprezados pelos produtores de televisão ligados às agências de publicidade devido ao seu baixo potencial consumista¹⁷⁴.

Dessa forma, Walter Clark elaborou uma programação que tinha como base os seriados norte-americanos adquiridos através da Time-Life, os programas de auditório e humorísticos adaptados do rádio e as telenovelas de padrão latino-americano e que tinham grande similaridade com as radionovelas. Em suma, ofereceu-se a essa faixa de público uma programação com a qual já estava habituada, pois grande parte desses novos telespectadores tinha como único meio de acesso a produtos culturais o rádio, já bem popularizado no Brasil desde a segunda metade da década de 1940. Consequentemente ocorreu aqui algo próximo a linha de pensamento defendida por Marcos Napolitano. Segundo ele, “*o acesso a produtos considerados menos nobres deve ser explicado também pelas condições de consumo cultural impostas às classes populares*”¹⁷⁵. Porém, tal estratégia de vincular programas culturais considerados menos nobres pelo então público majoritário da TV, no caso a classe alta e a classe média alta, gerou uma antipatia desses telespectadores elitizados, cujo descontentamento expressava-se através dos críticos de televisão na imprensa, verdadeiros formadores de opinião e porta-vozes de sua classe social, que consideravam tais programas de baixo nível cultural¹⁷⁶. E tal linha não foi exclusividade da Globo, sendo tal programação a base da maior parte das emissoras brasileiras, desejosas de conquistarem a audiência da parcela da sociedade que começava a ter acesso à TV e aos seus produtos culturais.

Tal contexto motivou um dos primeiros estudos sobre a televisão, no final da década de 1960. Muniz Sodré chamou tal linha de programação televisiva cujo símbolo era a TV Globo de “*estética do grotesco*”, constituída de uma miscigenação de elementos da cultura popular oral na linguagem da mídia televisiva cujo efeito seria a transformação da

¹⁷⁴ Classificação dada pelo IBOPE à faixa de público formada por assalariados de base, trabalhadores informais, migrantes e favelados.

¹⁷⁵ NAPOLITANO, Marcos. **Cultura Brasileira – Utopia e Massificação (1950-1980)**. São Paulo: Contexto, 2004, p.113.

¹⁷⁶ Um dos principais críticos foi o cronista Sérgio Porto, conhecido pelo pseudônimo Stanislaw Ponte Preta. Ver PONTE PRETA, Stanislaw. **Febeapá 1,2 e 3**. Rio de Janeiro: Agir, 2006, pp.327-328.

miséria humana em uma “*realidade distante, monstruosa e anômica*”¹⁷⁷. Em outras palavras, a pobreza e as desgraças da sociedade urbana eram transformadas, como uma matéria-prima, em um produto pela indústria cultural. Este produto, cuja função era entreter e divertir os telespectadores, segundo Sodré, provocaria um distanciamento do telespectador com relação à miséria social, levando-o a achar que tal situação não era um problema social, e sim individual, sendo algo inerente à incapacidade de se adaptar aos padrões sócio-culturais da sociedade e, ao mesmo tempo, à incompetência de conseguir sucesso na vida. Em suma, “*o grotesco (...) é apresentado como signo do excepcional, como um fenômeno desligado da estrutura de nossa sociedade – é visto como signo do outro*”¹⁷⁸. Dessa forma, seguindo a linha de pensamento de Sodré, Eugênio Bucci considerou que a televisão, até hoje, reproduz o preconceito social inerente a um contexto marcado pela exclusão social, sendo que a estética do grotesco é perceptível nos programas de auditório e no jornalismo sensacionalista. Em suma, tais programas seriam um verdadeiro espelho do preconceito social e racial existente de maneira camuflada no país¹⁷⁹.

Porém, tais interpretações são bem diversas daquela feita pelo teórico russo Mikhail Bakhtin ao analisar a cultura popular européia medieval, cujas expressões estéticas foram denominadas por ele de *realismo grotesco*, onde as diversas formas dessa verdadeira contracultura seriam consideradas “*monstruosas e horrendas*” na perspectiva de uma “*estética ‘clássica’, isto é, da estética da vida cotidiana preestabelecida e completa*”, ou, em outras palavras, dentro do padrão oficial de cultura e arte, estabelecido pelas classes privilegiadas e pela Igreja Católica¹⁸⁰. Portanto, dentro dessa perspectiva, as expressões da cultura popular seriam uma forma de resistência das classes e setores da sociedade menos favorecidos frente à imposição de padrões culturais de “bom gosto” estabelecidos pelas classes privilegiadas, pelas instituições e pelo Estado, além de não estarem alienadas da realidade social, e sim estritamente ligadas a ela e ao modo de pensar e sentir do povo.

A linha de programação elaborada por Walter Clark deu significativos resultados para a TV Globo no Rio de Janeiro, sendo que em alguns meses a emissora passou dos últimos lugares da audiência para a liderança. E a telenovela foi o gênero televisivo que mais contribuiu para o aumento da audiência da emissora, sendo isso resultado de um

¹⁷⁷ SODRÉ, Muniz. Op.cit., p.73.

¹⁷⁸ Idem, ibidem.

¹⁷⁹ BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2005, pp.32-33.

¹⁸⁰ BAKHTIN, Mikhail. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. Tradução de Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec/Editora Universidade de Brasília: 1987, p.22.

grande investimento na teledramaturgia, materializado no fato da Globo ter sido a primeira emissora brasileira a montar uma central de produções independente de telenovelas, algo que Benedito Ruy Barbosa considerou essencial para o sucesso da emissora nessa área¹⁸¹.

Mas, vale ressaltar que tal independência era bem relativa, pois não houve um rompimento com o padrão de telenovela tradicional hegemônico da época. Pelo contrário, Walter Clark apostava no apelo popular do dramalhão latino-americano para conquistar a audiência e, ao mesmo tempo, garantir o patrocínio das fabricantes de sabonete e pasta de dente. Na realidade, os executivos da Globo perceberam que poderiam aumentar a lucratividade se controlassem a própria produção ao invés de venderem o espaço da programação para as telenovelas produzidas pelas agências de publicidade. Controlando a produção de seus próprios programas, tornava-se possível atrair patrocinadores através dos índices de audiência conquistados, valorizando o espaço reservado à publicidade nesses programas. Em suma, a produção de telenovelas encaixava-se perfeitamente na política adotada por Joe Wallach, descrita anteriormente neste capítulo.

Para a montagem do núcleo de telenovelas, a Globo, por intermédio da Time-Life, contou com a colaboração do empresário argentino Goar Mestre, responsável pela montagem de centrais de produção de telenovelas em vários países da América Latina, como Cuba, Argentina e Venezuela¹⁸². E, provavelmente, foi através dele que foi sugerido o nome de Glória Magadan, então responsável pela produção das telenovelas patrocinadas pela Colgate-Palmolive na América do Sul, para dirigi-lo. A exilada cubana era tida como herdeira do compatriota Félix Caignet (de quem foi assistente¹⁸³), autor do maior sucesso da radionovela latino-americana, *O Direito de Nascer*, que, adaptado para a televisão, alcançou semelhante sucesso em vários países, inclusive no Brasil. Curiosamente, além de sua experiência, Magadan trouxe o patrocínio de sua antiga empregadora para as telenovelas da emissora, sendo esse um indício de que, apesar da autonomia na produção, ainda havia uma forte ligação entre a Globo e a indústria de telenovelas latino-americana ligada as

¹⁸¹ BARBOSA, Benedito Ruy. Uma vida em capítulos...(sem fim). In OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de (org). Op.cit., p.38.

¹⁸² O Futuro de um Império. In: **Revista Veja**, nº 422. São Paulo, 06/10/1976, p.96. Sobre a atuação de Goar Mestre como o grande magnata da indústria de novelas para o rádio e para a televisão na América Latina, retratada nessa obra de maneira romanceada, ver LLOSA, Mario Vargas. **Tia Júlia e o Escrevinhador**. 2.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978, pp.9-19.

¹⁸³ PENTEADO, Léa. Os 15 anos da Rede Globo – Novela: a paixão nacional que também já é sucesso fora do Brasil. In: **O Globo**, Rio de Janeiro, 29/04/1980 – Arquivo Multimeios – Centro Cultural São Paulo, Pasta 5185.

multinacionais norte-americanas fabricantes de cosméticos e produtos de limpeza¹⁸⁴.

Durante os anos em que dirigiu o núcleo de telenovelas da Globo, Glória Magadan conseguiu com que a emissora conquistasse uma expressiva audiência no chamado “horário nobre” da época (entre às 20:30 e às 22:00 horas) no Rio de Janeiro, principalmente devido a sucessos como *Eu Compro essa Mulher* (adaptação do folhetim *O Conde de Monte Cristo*, de Alexandre Dumas creditada a Magadan, mas que na realidade era da mexicana Olga Ruiz Padro,) e *O Sheik de Agadir* (adaptação de *Taras Bulba*, de Nicolai Gogol), exibidas entre 1966 e 1967. Ambas realizadas dentro do padrão Magadan, descrito no capítulo anterior, tendo como características básicas as tramas inverossímeis, o maniqueísmo e a ambientação em um tempo longínquo e em terras distantes. A imposição de tal padrão causava um grande mal-estar entre os seus comandados, principalmente entre os diretores, como foram os casos de Henrique Martins e Régis Cardoso ao saberem que o misterioso assassino de *O Sheik de Agadir* (cuja maior parte das mortes se deu por estrangulamento) seria a franzina personagem representada pela atriz Marieta Severo:

Quando recebemos os últimos capítulos do *Sheik de Agadir*, marcamos um jantar com D. Glória Magadan. Queríamos que ela mudasse o final, porque Marieta Severo não poderia jamais estrangular aqueles árabes que sempre antes de morrer grunhiam: “Você...você é o Rato”.

Dona Glória – dizia Henrique (Martins) – ela não tem físico nem força para matar alguém por enforcamento com as mãos.

Ela respondia com sotaque cubano:

Ma non, non... el Rato no es una persona física. El Rato es una instituiton. Non, non, non, el espectador aceita essa nossa proposta.

E assim foi e fomos todos ridicularizados ao final da novela¹⁸⁵.

Como podemos perceber através das lembranças de Régis Cardoso, os profissionais da TV Globo foram ridicularizados pela crítica jornalística pelas soluções inverossímeis impostas por Magadan para suas tramas. Mas, vale lembrar que tais críticas refletiam as opiniões do público das classes A e B (ricos e classe média alta), que já não eram mais o público-alvo da programação televisiva e, portanto, se ressentiam dessa situação, sendo esse descontentamento ressonado nas colunas da maior parte dos críticos de

¹⁸⁴ PECEGUEIRO, Alberto (coord). **Melhores Momentos** – A Telenovela Brasileira. Rio de Janeiro: Rio Gráfica Editora, 1980, p.169.

¹⁸⁵ CARDOSO, Régis. **No princípio era o som** – a minha grande novela. São Paulo: Madras, 1998, pp.96-97.

televisão. Tais críticas, posteriormente, seriam apoiadas pelo mercado publicitário, pois via a parcela do público com maior potencial de consumo afastar-se cada vez mais da televisão e pelo próprio governo, que queria eliminar da televisão imagens que refletissem o subdesenvolvimento do país, como veremos mais adiante. Porém, a direção da Globo estava satisfeita com os serviços prestados por Magadan, respaldado pelos altos índices de audiência no Rio de Janeiro (principalmente entre as camadas populares da sociedade) e o patrocínio da Colgate-Palmolive davam respaldo, entre a direção da emissora, às criações da cubana. Para Walter Clark, Glória Magadan:

Tinha um temperamento difícilimo. Era irascível, obsessiva, ranzinza e freqüentemente esculhambava os diretores de TV que não realizassem as cenas como ela queria (...) Podia ser neurótica, mas era profissional (...) Com Glória Magadan, eu tinha encontrado o caminho para a liderança. A mulher era uma máquina de transformar o absurdo em sucesso¹⁸⁶.

Porém, o poder de Magadan na Globo foi ameaçado pela contratação de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho para o cargo de diretor artístico da emissora, em 1967. Como vimos no capítulo anterior, Boni tinha como grande objetivo viabilizar uma rede nacional de televisão no país, cuja programação deveria conciliar qualidade e popularidade. E ele tentou fazer isso em todas as emissoras pelas quais passou, sem sucesso. Foi numa dessas tentativas que ele conheceu Walter Clark. Em 1965, ambos trabalharam na TV Rio, onde montaram um projeto de produzir um programa que tivesse sucesso tanto no Rio de Janeiro quanto em São Paulo, que seria produzido pela própria emissora e as cotas de patrocínio vendidas para as agências de publicidade. Para isso, optaram pela adaptação para a TV da radionovela de maior sucesso até então, *O Direito de Nascer*, de autoria do cubano Félix Caignet. Porém, a resistência da TV Record de São Paulo, que pertencia ao mesmo grupo da TV Rio, prejudicou o projeto. Mas isso não o inviabilizou, pois como opção apelou-se para uma inusitada parceria com a TV Tupi de São Paulo, por intermédio do diretor Cassiano Gabus Mendes, ficando a citada emissora responsável pela produção e transmissão para a capital paulista. E, contando com a colaboração da Lintas Propaganda, que conseguiu o patrocínio da Gessy-Lever para o projeto, *O Direito de Nascer* foi um grande sucesso de audiência, atingindo a liderança no horário nobre (na época, 21:30 horas) tanto no Rio de Janeiro como em São Paulo. Dessa forma, Boni e Clark descobriram o

¹⁸⁶ CLARK, Walter. **O Campeão de Audiência** – uma autobiografia. São Paulo: Best Seller, 1991, pp. 179-184.

grande potencial da telenovela como um instrumento para a viabilização da constituição de uma rede nacional de televisão no Brasil¹⁸⁷.

Apesar do sucesso de *O Direito de Nascer*, era inviável realizar o projeto de montar uma rede nacional de televisão a partir da TV Rio, devido às divergências que essa tinha com a TV Record de São Paulo. Por isso Boni deixou a emissora, levando seu projeto para as emissoras que o contratavam. Em 1966, estava na TV Bandeirantes, de São Paulo e ali tentou, mais uma vez, por em prática seu projeto de uma rede de televisão nacional através da tentativa de intermediar uma sociedade entre a emissora paulista e a TV Globo. Porém, a recusa de João Saad (proprietário da TV Bandeirantes) em assumir compromissos com a Time-Life, a empresa sócia de Roberto Marinho, fizeram com que o negócio não vingasse¹⁸⁸.

O fracasso da tentativa de sociedade entre Roberto Marinho e João Saad fez com que Boni se desligasse da TV Bandeirantes. Mas ele não ficou muito tempo desempregado, pois foi contratado pela TV Tupi, que na época montou o Telecentro, uma central de produção artística que viabilizaria a constituição de uma rede nacional no grupo (Diários Associados) que possuía o maior número de emissoras do país. Porém, com os Diários Associados passando por uma grave crise financeira, não havia recursos para a Tupi manter um equipamento técnico moderno, de primeira linha, o que inviabilizava o projeto do Telecentro. E foi nessa situação que Boni, depois de várias tentativas, aceitou o convite feito por Walter Clark e Roberto Marinho para assumir o cargo de diretor-artístico da emissora carioca, sendo que o fator que o convenceu foi o fato de a emissora possuir um maquinário moderno, que viabilizaria a produção de uma programação televisiva para ser transmitida em rede nacional, apesar da Globo ainda não contar com grandes estúdios, o que trazia dificuldades para um produtor que tinha o fator da qualidade como uma verdadeira obsessão¹⁸⁹.

Na Globo, Boni, aparentemente, tinha total autonomia para reformular a programação da emissora, que deveria conciliar o popular com a “qualidade” cobrada pela crítica televisiva e, por tabela, pelas agências de publicidade. Já visando formatar uma programação não apenas regionalizada, mas que deveria atrair a audiência em várias praças diferentes do Brasil e, principalmente, conquistar o mercado televisivo mais valorizado do Brasil, São Paulo, Boni contava com o apoio de Walter Clark e Joe Wallach para as suas

¹⁸⁷ OLIVEIRA SOBRINHO. José Bonifácio. Tudo a Ver. In: OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de (org). **50/50** – 50 anos de televisão no Brasil. São Paulo: Globo, 2000, pp.314-315.

¹⁸⁸ Idem, p.315.

¹⁸⁹ Idem, pp.316-317.

iniciativas. Porém, para viabilizar o projeto, o diretor-artístico da emissora teve que ultrapassar diversas barreiras existentes na própria emissora, como o próprio lembrou em uma entrevista à revista *Veja*, em 1976, de maneira pouco sucinta: “*Para impor todo esse processo de produção, tive de sair no pau, na briga pessoal mesmo, quebrar, amassar, jogar fora, pular em cima das coisas*”¹⁹⁰. E um desses obstáculos era justamente a diretora de telenovelas da Globo, Glória Magadan, que, por contrato, tinha enorme ingerência na emissora, podendo estabelecer os horários de exibição das telenovelas sem precisar consultar os demais diretores. Tal cláusula contratual era um verdadeiro empecilho para uma emissora que queria racionalizar o tempo de sua programação para vendê-lo aos patrocinadores. Além disso, o contrato de Magadan impossibilitava os demais diretores de opinarem ou interferirem em seu trabalho. E isso constituía em um enorme problema, pois, apesar da popularidade de suas telenovelas no Rio, a cubana não conseguia o mesmo sucesso em São Paulo, sendo que suas telenovelas ocupavam os últimos lugares nos índices de audiência, ficando bem atrás das produções da Excelsior e da Tupi. E conquistar a audiência paulista era essencial para os planos de conquista de hegemonia televisiva da emissora carioca¹⁹¹.

Aliás, a conquista da audiência paulista era o principal obstáculo a ser transposto pela Globo. Apenas os programas de auditório apresentados por Silvio Santos é que tinham uma boa audiência. Porém, nem isso era considerado um fator positivo, pois o apresentador comprava o horário da emissora para exibir o seu programa aos domingos. Inclusive, na época, Silvio Santos tornou-se um dos principais credores da Globo, pois ele emprestou dinheiro para a emissora saldar sua dívida com a Time-Life, como relembrou Joe Wallach:

A última remessa [de dinheiro] que o Time-Life enviou foi em junho de 1966. Aí, nós levamos uns seis anos para empatar [a dívida]. Então, houve prejuízo sempre, nós pegamos dinheiro em banco, com juros altos, o próprio Silvio Santos, que ganhava muito dinheiro no programa dele, nos emprestava dinheiro... Era nosso funcionário e cobrava uma taxa de juros de 8% ao mês de nós. Foi uma loucura¹⁹².

As dificuldades da emissora paulista levaram à demissão de Roberto Montoro e, com isso, Walter Clark passou a ser o diretor-geral da emissora, dirigindo tanto a emissora

¹⁹⁰ O futuro de um império. Op.cit., p.96.

¹⁹¹ Sobre os conflitos internos da Globo no final da década de 1960, ver FILHO, Daniel. **Antes que me esqueçam**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1988, pp.19-28.

¹⁹² Entrevista de Joe Wallach a Pedro Bial. In BIAL, Pedro. Op.cit., p.233.

carioca quanto a paulista. Em suma, o primeiro embrião da rede estava formado.

E foi visando conquistar a audiência paulista que Boni, à revelia de Magadan, tentou dar um tom mais cinematográfico às produções. Para isso, ele contratou Daniel Filho, que, posteriormente, seria seu aliado contra Glória Magadan no núcleo de telenovelas. A primeira telenovela dirigida por Daniel Filho na Globo foi *A Rainha Louca*, uma adaptação de Glória Magadan do folhetim *Memórias de um Médico*, de Alexandre Dumas. O convite, inicialmente, não foi bem recebido por Daniel Filho, que o lembrou da seguinte maneira:

Boni: - Daniel, você está assistindo a essa novela nova, *A Rainha Louca*?

Daniel Filho: - Claro que não, Boni.

Boni: - Por quê?

Daniel Filho: - Acho essa coisa de novela chata, inverossímil, absurda. Não entendo como alguém pode ficar sentado, assistindo diariamente àquela porcaria...

Boni: - Eu quero que você a dirija.

Daniel Filho: - Que coisa, Boni, logo eu!

Boni: - Você gosta tanto de cinema, fala tanto, conhece tanto. Então... Você bota essas coisas todas de cinema aí na novela, dá uma mexida...¹⁹³

Além de ter a missão de dar um tratamento cinematográfico aos melodramas latino-americanos de Magadan, Daniel Filho fazia parte de um plano de Boni para conquistar o controle total da direção artística da emissora. Algo que, na época, o próprio Daniel não tinha essa consciência:

Daniel está descendo para o Departamento de Novelas. Não passa pela sua cabeça a mais leve idéia de que seu destino é ser um agente inimigo nos domínios de Glória Magadan. O plano é o seguinte: alguém de total confiança de Boni, obtendo sucesso com o passar do tempo, fará com que Walter Clark se convença de que deve abrir mão dessa ditadora, que é totalmente desnecessária¹⁹⁴.

Na época, Boni elaborou uma estratégia para conquistar a audiência de São Paulo, que era contratar artistas consagrados na televisão paulista. Dessa forma, foi contratado o casal Tarcísio Meira e Glória Menezes, que deixou a Excelsior devido à grave crise

¹⁹³ FILHO, Daniel. **O Circo Eletrônico** – Fazendo TV no Brasil. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p.24

¹⁹⁴ FILHO, Daniel. Op.cit., p.21.

econômica e administrativa pela qual passava a emissora paulista. Todavia, essa foi feita à revelia de Glória Magadan, que não aceitava mais um par romântico na emissora, com potencial para rivalizar com os até então principais astros da emissora, o casal Carlos Alberto e Yoná Magalhães. Por isso, o casal paulista foi escalado para a telenovela das 21 horas (de menor audiência) escrita pela segunda autora da emissora, Janete Clair, na época obrigada a seguir as “orientações” de Magadan, norteadas pelo padrão tradicional de telenovela. E, dentro de tais diretrizes, Janete escreveu a história de um toureiro espanhol, intitulada *Sangue e Areia*. Enquanto isso, no principal horário de telenovelas da emissora, às 21:30 horas, foi exibida *O Homem Proibido*, escrita pela diretora de telenovelas da emissora e cuja trama era ambientada na Índia do século XIX e que tinha como protagonistas o casal predileto dela. As duas tramas tiveram início no mesmo dia (18/12/1967) e contaram com o mesmo diretor, Daniel Filho, pois, um pouco antes, Magadan havia demitido Henrique Martins e Régis Cardoso e a emissora não tinha recursos suficientes para contratar imediatamente um substituto. Para não dar impressão que era o mesmo diretor que dirigia as duas telenovelas, Daniel Filho usou o pseudônimo de Carlos Ferrer, pois, segundo ele, a Globo não queria “*dar parte de fraco e mostrar um único diretor assinando duas novelas*”, e, dessa forma, seria interessante criar uma imagem de potencial técnico-financeiro em torno da emissora, dando a impressão, perante os telespectadores, que a emissora havia contratado “*um diretor mexicano, especializado em touradas*”¹⁹⁵.

As produções de *Sangue e Areia* e *O Homem Proibido* foram envoltas em um clima de competição, sendo que a telenovela escrita por Janete Clair alcançou um sucesso maior do que a trama assinada por Glória Magadan, que acusou Boni e Daniel Filho de serem os principais responsáveis por isso, pois ambos teriam a intenção de “boicotar” suas produções. Dessa forma, dentro do núcleo de telenovelas da Globo formaram-se dois

¹⁹⁵ FILHO, Daniel **Daniel Filho**: depoimento [1979]. In: OKAMURA, Rita. **A História da Telenovela**- 1968-1978 (mimeo). Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, Trabalho de Pesquisa 0081, lauda 3, p.321.

campos opostos, rivais, que disputavam a direção do núcleo. Nesse ponto, uso a conceituação de campo e a disputa entre campos opostos por espaços de liderança elaborada por Pierre Bourdieu. Para o sociólogo francês, em todos os espaços sociais (denominados por ele de campo) há relações entre dominantes e dominados que são marcadas pela desigualdade de forças e pela luta interna entre essas forças para alterar ou manter tal estado de coisas¹⁹⁶.

Dessa forma, através da perspectiva levantada por Bourdieu, podemos perceber a existência de, no núcleo de telenovelas da Globo, entre os anos de 1967 e 1969, dois campos opostos. O primeiro, formado por Glória Magadan, contava com a colaboração dos artistas que protagonizavam suas tramas, como os atores Carlos Alberto, Yoná Magalhães e Geraldo del Rey, que não contestavam seus direcionamentos e o padrão de telenovela ditado pela cubana. Graças ao sucesso alcançado no Rio de Janeiro, tinham o apoio do principal dirigente da emissora, Walter Clark, dentro da máxima “em time que está ganhando não se mexe”. No lado oposto, tínhamos o diretor-artístico Boni, apoiado por Daniel Filho, Janete Clair e pelos atores Tarcísio Meira, Glória Menezes e Emiliano José, entre outros. Consideravam a “cartilha de Magadan” como algo ridículo, que limitava a criatividade dos atores, impedindo a introdução de novidades e experiências realizadas pelo teatro e cinema brasileiro, que já eram assimiladas pelas emissoras de televisão paulistas, como vimos no capítulo anterior. Para Boni, tal estilo de telenovela deveria adaptar-se ao gosto do público paulista e, dessa forma, conquistar a audiência na praça televisiva mais cobiçada e lucrativa do país, já que as telenovelas de Magadan não eram tão populares em São Paulo quanto no Rio de Janeiro.

Durante esses anos, Magadan perdeu espaço na emissora. A tática de Boni em apoiar as produções de Janete Clair/Daniel Filho em detrimento das telenovelas de Magadan funcionou. Mesmo dentro dos padrões impostos pela cubana, a autora brasileira conseguiu destaque com a telenovela *Rosa Rebelde*, uma adaptação que ela fez de uma de suas radionovelas de sucesso e que conseguiu expressivas audiências tanto no Rio de Janeiro como em São Paulo, onde era exibida em um horário que ainda não era o principal (20 horas) e tendo a concorrência da badalada e moderna *Beto Rockfeller*, exibida pela Tupi, sendo que a concorrência entre as duas foi grande, como podemos perceber no seguinte quadro:

¹⁹⁶ BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997, pp.57-58.

Telenovela	Emissora	Jan/1969	Fev/1969	Mar/1969	Abr/1969	Mai/1969	Jun/1969
Beto Rockfeller	Tupi	17%	19%	22%	24%	25%	21%
Rosa Rebelde	Globo	8%	10%	17%	21%	25%	23%

Fonte: ALBUQUERQUE, Maria Elisa Vercesi de; ROCHA, Vera Lúcia; SILVA, Helena Cândida Dias da. Audiência de Telenovela: uma perspectiva histórica. In: **A Telenovela: a História, a imprensa especializada, o enredo e a audiência**. São Paulo, 1981. Arquivo Multimeios do Centro Cultural de São Paulo. Trabalho de Pesquisa 0081 Pasta 0773/CM.

Já as telenovelas de Glória Magadan não alcançavam o mesmo sucesso de sua rival. Na mesma época, a *Última Valsa*, exibida às 21:30 horas, tinha índices que variavam entre 8 e 12%, bem abaixo dos conquistados por *Rosa Rebelde*. Consequentemente, a cubana não conseguia impor mais as suas vontades na emissora. Em maio de 1969, dentro da estratégia de atrair atores que se destacavam nas telenovelas das emissoras paulistas para conquistar uma identidade com os telespectadores de São Paulo (e que se mostrava bem sucedida, visto que o sucesso de *Rosa Rebelde* era creditado também à presença do antigo casal principal da Excelsior, Tarcísio Meira e Glória Menezes), Boni contratou Sérgio Cardoso, um grande nome do teatro e que havia alcançado uma respeitável popularidade graças à sua atuação como o português Antonio Maria, na telenovela de mesmo nome exibida pela Tupi e que tinha sido a produção de maior audiência entre os anos de 1968 e 1969. Magadan, que já havia trabalhado e se desentendido com Cardoso no passado, se opôs à contratação e ameaçou deixar a emissora. Porém, a Globo preferiu “Antonio Maria” e a cubana perdeu seu emprego¹⁹⁷. Dessa forma, o campo de Boni, Daniel Filho e Janete Clair saiu-se vitorioso e pode reformular o núcleo de telenovelas da Globo dentro de suas diretrizes.

Sem a oposição de Magadan, Boni finalmente, organizou a programação da emissora dentro da estratégia de conquistar os telespectadores da classe média alta e da elite, que não tinham interesse pela programação oferecida pelas emissoras na época, sem perder o prestígio das camadas menos privilegiadas, que eram a base de sua audiência no Rio de Janeiro, principalmente. Através disso, visava-se atrair o investimento do mercado publicitário e, ao mesmo tempo, atrair estações em outras regiões do país que, como

¹⁹⁷ Glória, ditadora das novelas, cai sem lágrimas. In: **Revista Veja**, nº 36, São Paulo, 14/05/1969, p.62.

afiliadas da Globo, exibiriam sua programação para todo o país através do sistema introduzido pela Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL), ainda no ano de 1969. Ao conseguir conquistar tais metas, a emissora carioca transformou-se em um elemento essencial para a modernização econômica do país planejada pelo governo e pela burguesia ligada ao capital multinacional, sendo que uma das bases era o estímulo, junto às classes médias, ao consumo de *“bens e serviços correspondente a um padrão intermediário de bem-estar (eletrodomésticos, automóveis), e, principalmente, ao de “bens e serviços conspícuos (automóveis de luxo, alimentos requintados, turismo externo, vestuário sofisticado)”*¹⁹⁸.

Portanto, dentro dessas premissas, as telenovelas da emissora foram reformuladas e, conseqüentemente, ao mesmo tempo, se constituíram em uma importante abertura de mercado de trabalho para autores e artistas que viam seu espaço profissional tornar-se cada vez mais restrito devido à atuação da Censura no teatro e no cinema e pela crise financeira pela qual passavam a maioria das emissoras de televisão do país.

2.2. UMA TELEVISÃO BRASILEIRA COM PADRÃO DE QUALIDADE: A IMAGEM DE UM PAÍS EM DESENVOLVIMENTO

A demissão de Glória Magadan da Globo permitiu que Boni dominasse toda a produção artística da emissora e implementasse uma política estratégica de programação conhecida como Padrão Globo de Qualidade, que foi traçada tendo como objetivo maior servir como um importante instrumento para a implementação do modelo econômico do regime militar, que visava atender os interesses do capital multinacional e seus sócios nacionais. E foi atuando dessa forma que a emissora se tornou a principal rede de televisão do país.

O modelo econômico adotado pelo regime militar a partir de 1968 tinha como inspiração as políticas econômicas postas em prática na Alemanha Ocidental e no Japão após a II Guerra Mundial, que possibilitou a recuperação de suas economias (sendo o sucesso desses planos econômicos considerados verdadeiros “milagres”) e serviram com diretriz para diversos países em desenvolvimento, cujos investimentos do capital multinacional cresceram a partir da década de 1950. Segundo Paul Singer, a base da política lançada pelo governo Costa e Silva em 1968 consistia no aumento da produtividade

¹⁹⁸ SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1977, pp.86-87.

industrial, principalmente no setor de bens de consumo, através da utilização de uma mão-de-obra de baixo custo e com baixa qualificação, e no estímulo ao consumo dos produtos através da publicidade vinculada pelos meios de comunicação, sendo ela dirigida, principalmente, à elite e à classe média, mas sem desprezar totalmente as camadas mais pobres da população, estimuladas ao consumo graças à política de concessão de créditos do governo através de suas instituições bancárias e financeiras. Tal política estimulou um rápido crescimento econômico do país, entre os anos de 1968 e 1973, sendo essa fase de desenvolvimento conhecida como “milagre brasileiro”¹⁹⁹. Dessa forma, se formou um mercado consumidor numericamente restrito, mas extremamente valioso em termos de renda gerada, capaz de sustentar financeiramente as indústrias e, ao mesmo tempo, solidificar uma estrutura social com altos graus de exclusão, conforme a análise de Fernando Henrique Cardoso e Enzo Faletto²⁰⁰.

Para se ter uma ideia melhor desse quadro, Paul Singer destacou que a elite brasileira, formada por cerca de 1 milhão de pessoas (uma pequena parcela de uma população total de cerca de 90 milhões), consumia produtos e serviços na mesma proporção do que toda a população dos Estados Unidos. E, para expandir ainda mais esse lucrativo mercado, a publicidade tinha um papel fundamental, pois ela estimulava as necessidades psicológicas dos consumidores para adquirirem produtos como automóveis, eletrodomésticos, artigos de luxo, etc. E as técnicas utilizadas pelas agências de publicidade são essenciais para promover o consumismo não apenas entre as elites, mas também nas classes médias e até entre os extratos mais pobres da população (o “exército reserva de consumidores”), que têm o crédito oferecido pelas instituições financeiras para realizarem seus sonhos de consumo²⁰¹.

E como os meios de comunicação têm um papel essencial para o sucesso de tal modelo sócio-econômico, a televisão tornou-se um veículo importante para a propagação dos ideais do capitalismo moderno/consumista entre a sociedade brasileira. Dessa forma, as emissoras deveriam adequar-se ao papel de serem aparelhos ideológicos de divulgação dos fatores positivos do modelo econômico, conforme percebeu Paul Singer²⁰², além de serem um veículo de propaganda visando o aumento das vendas dos bens de consumo junto à

¹⁹⁹ SINGER, Paul. **A Crise do “Milagre”** – Interpretação crítica da Economia Brasileira. 8.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989, p.61.

²⁰⁰ CARDOSO, Fernando Henrique; FALETTTO, Enzo. **Dependência e desenvolvimento na América Latina**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1970, p. 123.

²⁰¹ SINGER, Paul. Op.cit., p.64.

²⁰² Idem., p.15.

população. Por fim, a televisão e sua programação deveriam assumir o papel de símbolos da modernidade que o país vinha conquistando graças à política econômica do governo²⁰³. Portanto, segundo Marcelo Ridenti, a televisão passou a oferecer para os telespectadores entretenimento e sonho, sendo o segundo constituído pela esperança dos milhões de excluídos de terem possibilidade de adquirirem o mesmo padrão de consumo das elites²⁰⁴.

E foi para atender as reivindicações do capitalismo monopolista multinacional de unificar o mercado e promover a integração nacional do país através da ideia de desenvolvimento, progresso e modernidade (uma das metas do regime imposto em 1964), que a Ditadura Militar investiu na infra-estrutura do sistema de telecomunicações, como registrou Renato Ortiz²⁰⁵. Por isso, o governo, através da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) implantou em 1969 o sistema de microondas, possibilitando a transmissão de programas via satélite para todo o país, tornando possível a transmissão televisiva em rede nacional. E a Globo foi a única emissora que se adequou às necessidades do governo e de seu modelo econômico. Tal adequação iniciou-se em 1º de setembro de 1969, quando foi ao ar a primeira edição do *Jornal Nacional*, o primeiro telejornal exibido para a maior parte do Brasil em rede nacional via satélite através do sistema Embratel. Walter Clark lembrou da seguinte maneira esse momento:

Nós precisávamos de um programa diário, que entrasse ao vivo em vários estados, para estimular outras emissoras a se afiliarem à Rede Globo. Com mais emissoras, podíamos oferecer aos nossos clientes a audiência de outras praças, cobrando mais caro por isso. E, obviamente, não havia nenhum programa de TV diário melhor para fazer essa integração nacional do que um telejornal²⁰⁶.

A estratégia usada pela Globo era investir em programas que conquistassem uma audiência expressiva nas praças onde ela mantinha estações e, através desses índices, convencer outras emissoras a se tornarem afiliadas da Rede Globo e transmitirem a sua programação. Em suma, a função principal do telejornal era atrair novos “sócios” (as afiliadas) que dessem uma cara nacional à emissora, que dessa forma constituiria uma rede e atrairia os “clientes” em potencial, ou seja, as agências de publicidade dispostas a

²⁰³ NAPOLITANO, Marcos. Op.cit., p.82.

²⁰⁴ RIDENTI, Marcelo. **O Fantasma da Revolução Brasileira**. São Paulo: UNESP, 1993, p.80.

²⁰⁵ ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira** – Cultura Brasileira e Indústria Cultural. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 2001, pp.117-118.

²⁰⁶ CLARK, Walter. Op.cit., p.213.

comprarem pequenos espaços de tempo entre os programas para divulgarem seus produtos e marcas para todo o Brasil. O *Jornal Nacional* foi o primeiro programa a ser planejado dentro dessa premissa, pois era um programa que vincularia informação (pelo menos, aquela que era permitida pela censura) e possibilitaria aos telespectadores brasileiros estarem antenados com as notícias do Brasil e do mundo. Além disso, como já abordei acima, o telejornal atendia aos objetivos de promoção da integração nacional, meta primordial na agenda política dos militares. Segundo Boni:

Os militares queriam mostrar que o Brasil era um país de primeiro mundo e montaram a Embratel. Nós imaginamos que a primeira utilização óbvia dos enlaces de microondas seria o jornalismo, e começamos a pensar num programa nacional. (...) Havia um interesse comercial muito grande e, paralelamente, pensávamos que seria um serviço que a televisão prestaria, dando um passo além do simples entretenimento²⁰⁷.

Através do depoimento de Boni, podemos perceber que a principal função do *Jornal Nacional* era mostrar a imagem de um “país moderno” para a população, que caminhava para tornar-se, em pouco tempo, uma das principais potências econômicas do mundo. Dessa forma, o *Jornal Nacional* foi o primeiro programa da emissora produzido dentro das diretrizes do Padrão Globo de Qualidade, ou seja, um programa que conciliava modernidade, prestação de serviços através da informação e entretenimento, além de contribuir com os objetivos do governo em materializar a “integração nacional”, uma meta desejada pelo próprio proprietário da emissora, Roberto Marinho, alinhada totalmente à ideologia da Ditadura Militar. A conciliação dos objetivos do proprietário da emissora e de um de seus principais diretores é bem retratada nesse trecho do livro que remonta o mais popular programa telejornalístico do país:

Se o empresário [Boni] reconhecia que a rede era o caminho para se ampliar o mercado de consumo, o empreendedor [Roberto Marinho] sabia que a identidade nacional em formação não podia abrir mão de um meio de integração tão poderoso. Roberto Marinho vivera sua juventude sob a frouxidão federativa da República Velha, quando a “unidade nacional” era quase uma ficção (...) e por isso identificava melhor que ninguém a grandeza contida no plano de formação da rede²⁰⁸.

²⁰⁷ MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional** – A notícia faz história. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p.28.

²⁰⁸ Idem, p.29.

O Padrão Globo de Qualidade, estratégia de programação televisiva idealizada e elaborada por Boni, visava não só criar programas que promovessem a “integração nacional”, mas também elevar o nível cultural da programação televisiva, que estivesse com os ideais desenvolvimentistas defendidos pela Ditadura Militar. Na época, a base da programação da maior parte das emissoras era formada por programas de auditório, “enlatados” norte-americanos e pelos “dramalhões” latino-americanos, o que era justificado pelos altos índices de audiência desses programas, que, segundo as agências de pesquisa de audiência, atraíam a preferência dos telespectadores das denominadas classes C e D (classes médias baixa e pobre). Um público de baixo poder aquisitivo, formado principalmente pela classe popular urbana, constituída por subempregados, operários da indústria, empregadas domésticas, etc, que eram, na realidade, os excluídos e menos beneficiados pelo progresso econômico do período. Esses programas eram tidos como culturalmente menos valorizados pelas classes alta e média ascendentes dos grandes centros urbanos do país, justamente a parcela da população mais beneficiada pelo chamado “milagre econômico”. Segundo Maria Bonelli Santos, analisando a realidade brasileira através da teoria de Pierre Bourdieu, as classes médias em geral e, principalmente sua camada mais privilegiada, consideravam que a sua ascensão social decorria do investimento feito por suas famílias na educação e no seu capital cultural²⁰⁹. Dessa forma, o público com maior potencial de consumo, que dava grande valor à educação erudita, classificava como sendo de baixa qualidade cultural os programas de auditório e as telenovelas tradicionais, pois não exigiriam uma decodificação complexa para serem compreendidas pelo grande público, isto é, por aqueles que eram excluídos do sistema educacional devido a sua condição social de pobreza e miséria²¹⁰; além desses programas (principalmente os de auditório) explorarem justamente essa miséria, sendo eles um símbolo do subdesenvolvimento do Brasil.

A exploração da miséria humana e o sensacionalismo que marcavam, principalmente, os programas de auditório, também não eram bem vistos pelos militares, que consideravam que tal exploração contrastava com a imagem de um país moderno e em pleno desenvolvimento que era divulgada pela propaganda do governo. Essa programação televisiva, para a Ditadura Militar, não contribuía para a educação da população, como foi

²⁰⁹ SANTOS, Maria da Glória Bonelli. **A Classe Média: do “Milagre” à Recessão** – Mobilidade Social, Expectativas e Identidade Coletiva. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 1987, p. 15.

²¹⁰ Sobre o papel do sistema educacional como legitimador da cultura erudita e desvalorizador da cultura popular, ver BOURDIEU, Pierre. O Mercado de Bens Simbólicos. In: **Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1998, p.120.

exposto no seguinte trecho do discurso pronunciado pelo Presidente Emílio Garrastazu Médici durante o VI Congresso de Radiodifusão realizado em 1970:

No referente aos meios de comunicação de massa, prefere o meu governo as soluções abertas, mas forçoso é dizer que cumpre aos empresários livres encontrar um sentido mais alto para a televisão comercial, pois o governo não pode assistir, omissos e silenciosos, a competição pela audiência só de números, à custa da deseducação do povo. Que cesse o desperdício do talento, pois determinados estamos a concentrar esforços na obra da educação nacional²¹¹.

Médici cobrava das emissoras de televisão a elaboração de programas com conteúdos culturais e educativos. Os empresários seriam obrigados a se conscientizarem sobre o papel social dos programas de suas televisões e não pensarem, apenas, nos aspectos comerciais envolvidos nesse campo. Na época, as emissoras sentiram-se pressionadas pelo governo, pois além do discurso do Presidente da República, foi promulgado um novo Código de Censura, cujas orientações visavam, principalmente, cercear os programas considerados de baixo nível cultural. E, já nessa época, a Globo tentava se adequar tanto às exigências governistas quanto às do mercado publicitário com o seu Padrão de Qualidade, elaborado por Boni. Em uma entrevista à revista *Veja*, em outubro de 1970, o diretor-artístico da emissora carioca argumentava que sua empresa já se adequava às exigências de uma época caracterizada pela imposição de se alcançar a modernidade a todo custo:

Mandamos Raul Longras embora da emissora quando ele estava no auge da audiência, com 50%. Mandamos embora Dercy Gonçalves, com os mesmos índices. É preciso a gente evoluir. O *Casamento na TV*, de Longras, foi bom para o passado. Agora não dá mais. Nós já sentíamos isso. Partimos para as novelas bem produzidas, que têm boa aceitação do público e cujos custos de produção as TVs de pouquíssimos países do mundo conseguem equiparar²¹².

Boni percebeu que o momento era valorizar programas modernos e bem produzidos que, direta ou indiretamente, simbolizasse o “Brasil Moderno”, dentro dos parâmetros do ideal desenvolvimentista pregado pelo governo do general Emílio Garrastazu

²¹¹ MÉDICI, Emilio apud LUKACS JUNIOR, Estevão. **Pecado e Coragem** – Modernidade, Telenovela e Ideologia. Tese de Doutorado em História. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1995, pp.244-245.

²¹² As imagens da dúvida – velhos e novos problemas da TV brasileira. **Revista Veja**, nº 109, São Paulo, 07/10/1970. p.72.

Médici. Programas de auditório como os de Raúl Longras e Dercy Gonçalves, apesar de terem consideráveis índices de audiência, representavam o “passado”, estavam “ultrapassados” e, por isso, deviam ser deixados de lado. Porém, vale lembrar que os programas do Chacrinha e de Silvio Santos ainda permaneceram algum tempo na emissora, devido à popularidade de seus apresentadores, sendo que a permanência do primeiro provocou alguns incidentes entre a Globo e o governo, como veremos adiante. Já as telenovelas, cada vez mais bem produzidas, estavam sintonizadas com os novos tempos de modernidade e simbolizavam um país que tinha a capacidade de produzir programas com um nível técnico e de qualidade artística de Primeiro Mundo. E isso era percebido pela crítica televisiva nos jornais. Em sua coluna no jornal *Shopping News*, em 26 de julho de 1970, Lyba Fridman dizia que na TV Globo “*tudo era ultra-moderno e rebrilhante, com o característico cheiro de coisa nova*”, enquanto que nas concorrentes, “*a maquinaria funciona, muitas vezes, amarrada a barbante*”²¹³.

Em suma, o Padrão Globo de Qualidade era a materialização dos planos megalomaniacos de modernização e progresso do regime alçado ao poder em 1964, tanto no que se refere à superioridade tecnológica do maquinário, possível graças ao acordo inicial feito com a Time-Life, quanto na qualidade cultural de seus programas.

Mas, apesar das iniciativas feitas pela Globo através de seu “Padrão de Qualidade”, tanto ela quanto as concorrentes sofriam com a pressão da Ditadura Militar e das agências de publicidade pela contínua melhoria da qualidade da TV, que chegou ao ápice entre os anos 1971 e 1973, quando já se pensava na introdução da televisão a cores no país, o que seria um dos maiores símbolos do desenvolvimento brasileiro, além de aumentar o potencial publicitário do veículo através da exploração da cor como um instrumento de estímulo ao consumo de produtos e de modas por parte dos telespectadores. Tal pressão foi perceptível quando o governo obrigou a Globo e a Tupi a assinarem um protocolo em que se comprometiam em eliminar do vídeo o sensacionalismo, o grotesco e de melhorar o nível da programação, em 1971, sendo tal ação motivada pela participação do Pai de Santo Sete da Lira nos programas do Chacrinha (Globo) e Flávio Cavalcanti (Tupi)²¹⁴. Provavelmente, o fato de explorar a figura de um representante da religiosidade popular, identificada pelas elites como “crendices” que sobreviviam devido à ignorância da população e, dessa forma,

²¹³ FRIDMAN, Lyba. A Batalha das Novelas. In: **Shopping News**, São Paulo, 26/07/1970, p.35. Acervo do Centro Cultural São Paulo – Arquivo Multimeios – Material Jornalístico 3716.

²¹⁴ Uma segunda advertência. In: **Revista Veja**, nº 158, São Paulo, 15/09/1971, p.84. Eventos como esse provocaram, posteriormente, a demissão de Chacrinha da Globo e de Flávio Cavalcanti da Tupi, entre os anos de 1972 e 1973.

sendo um símbolo involuntário do subdesenvolvimento do país, incomodou os agentes da censura do governo, que, por isso, elaboraram o documento. Como perceberam Sérgio Mattos²¹⁵ e Renato Ortiz²¹⁶, a pressão governamental era o preço a ser pago pelos investimentos que o governo realizava nas telecomunicações. Dessa forma, era uma obrigação das emissoras estarem comprometidas com o ideal de construir uma imagem moderna do país. Por isso, ao comentar sobre a participação do referido pai de santo nos programas de auditório da Globo e da Tupi, o Ministro das Comunicações, Higino Corsetti, lamentou para a imprensa: *“Ano que vem, com o início das transmissões a cores, começa uma nova fase para a televisão brasileira. Por isso, se o nível da programação continuar o mesmo, estaremos desperdiçando um futuro brilhante para a TV colorida”*²¹⁷.

Essa era a mesma preocupação das agências de publicidade que começaram a se preparar para a adequação de sua produção para a televisão a cores, ao mesmo tempo em que cobravam as emissoras de televisão sobre a necessidade de mudarem sua programação, visando a conquista do seu público-alvo, a classe média alta, camada social que, segundo as diversas pesquisas de opinião realizadas na época, demonstravam grande insatisfação com os programas de TV de então. Isso pode ser percebido no anúncio publicado na revista *Veja*, de autoria da empresa P.A. Nascimento Propaganda:

Pena que a televisão seja a cores

Adivinha o que você vai ver quando ligar o aparelho de TV a cores, que custa mais de 7 mil cruzeiros. Você vai ver a mesma coisa de sempre. Programas horríveis interrompidos por anúncios horríveis. A P.A. Nascimento Propaganda acha que tem todo o direito de falar disso aqui porque ela tem uma parte de culpa, e até Madalena se arrependeu um dia. Nós patrocinamos programas horríveis. Nós já fizemos anúncios horríveis para colocar no meio de programas horríveis. Nós nunca fizemos nada para merecer o milagre da TV em preto e branco. E resolvemos fazer algumas coisas para merecer o milagre colorido da TV a cores. Assumimos dois compromissos com os nossos clientes: Nunca recomendar o patrocínio de programas que não obedeçam a padrões mínimos de bom gosto e cultura, por maior que seja o sucesso que eles possam a vir fazer. Nunca recomendar a colocação de seus anúncios no meio de programas que não contribuam para melhorar o nível do nosso público, por maior que seja a audiência. Assumimos um compromisso público com o público: vamos respeitar a sua inteligência e o seu bom gosto (...) Em troca, nós pedimos que você assuma um compromisso com você mesmo, com as pessoas que você gosta e respeita, com a cidade que

²¹⁵ MATTOS, Sérgio. Op.cit., pp.97-98.

²¹⁶ ORTIZ, Renato. Op.cit., p.120.

²¹⁷ Uma segunda advertência. In: **Revista Veja**. Op.cit.

você vive e com o país que você quer ajudar a melhorar: Reclame violentamente cada vez que um programa horrível (...) invadir a sala de sua casa, agredindo os seus olhos e sua sensibilidade. Mande uma carta para a estação de TV que passou o programa (...) A sua carta vai fazer com que eles fiquem mais vermelhos, mais verdes, mais amarelos e mais azuis do que o anúncio que deixou você irritado²¹⁸.

O alvo desse anúncio era, principalmente, os programas de auditório. Tanto que ali se encontravam as fotos dos principais apresentadores que, segundo a agência de publicidade, representariam o mau gosto: Flávio Cavalcanti, Silvio Santos, Hebe Camargo e Chacrinha. A agência, inclusive, sugeria um boicote às emissoras que insistissem nesse tipo de programação na era da televisão a cores. Vale lembrar que o mercado publicitário desejava a introdução da televisão a cores tanto quanto o governo. Para o primeiro, as cores aumentavam o potencial de propaganda e estimulavam o consumo dos telespectadores, que seriam mais sensibilizados por imagens coloridas e modernas para consumirem produtos e marcas vinculados a essas imagens. Já o segundo considerava que a imagem colorida da televisão seria mais um símbolo do progresso que o país vinha conquistando durante os “governos da Revolução”. Parece que tal campanha teve algum efeito, pois emissoras como a Tupi e a Record passaram por extremas dificuldades econômicas, provavelmente decorrentes tanto da má organização administrativa como pela diminuição das verbas publicitárias. Já a Globo capitalizou essas demandas para si e, ao atendê-las, conseguiu se tornar a principal rede de televisão do país, praticamente hegemônica no mercado. Não foi à toa que a emissora carioca foi a primeira a transmitir um programa com cores, que foi, sintomaticamente, a Festa da Uva da cidade de Caxias do Sul (onde nasceu o presidente Médici), no dia 10 de fevereiro de 1972, que contou com a presença de alguns dos principais artistas da Rede Globo de Televisão, como Tônia Carrero e Francisco Cuoco²¹⁹.

Para conseguir tal hegemonia, as telenovelas tiveram um papel destacado, sendo um dos símbolos do Padrão Globo de Qualidade. E isso pode ser reconhecido na fala do Ministro das Comunicações do governo Médici, Higinio Corsetti, que em entrevista à colunista da *Folha de São Paulo*, Helena Silveira, afirmou: “*O que há de melhor em nosso teatro passou para a televisão, que está num nível artístico muito bom!*”, que ainda confessou que uma das poucas coisas que lhe agradavam na televisão era, justamente, a

²¹⁸ P.A. NASCIMENTO. Pena que a televisão seja a cores [anúncio publicitário]. **Revista Veja**, nº198, São Paulo, 12/04/1972.

²¹⁹ SOUTO MAIOR. Marcel. **Almanaque TV Globo**. São Paulo: Globo, 2006, p.91.

telenovela²²⁰. E tal prestígio foi simbolizado com o fato de o primeiro programa diário transmitido a cores pela televisão brasileira ter sido a telenovela *O Bem-Amado*, em 1973. No mesmo ano, segundo Maria Rita Kehl, a Globo foi considerada a única emissora brasileira a cumprir as exigências do governo em trazer qualidade para a televisão²²¹. Dessa forma, a emissora carioca foi reconhecida, tanto pelo governo quanto pelos formadores de opinião da maior parte da imprensa, pela qualidade técnica e cultural de sua programação, o que trazia reconhecimento, “status” e utilizando um termo cunhado por Pierre Bourdieu, capital cultural para emissora. Conforme afirmou Walter Clark:

No final de 1970, a televisão estava vivendo uma fase de transição na programação. Nós estávamos passando de uma programação mais elitizada, de mais qualidade, voltada para os seguimentos de audiência com maior poder de consumo. Já não interessava a Globo dar 90% de audiência com programas como o *Casamento na TV*. Era melhor dar 70% com uma novela adaptada de um livro de Jorge Amado, por exemplo, que daria prestígio à emissora²²².

Portanto, conforme analisou Maria Rita Kehl, o Padrão Globo de Qualidade e, consequentemente, as telenovelas da emissora, foram elaboradas dentro de uma linguagem *midcult*, cujo objetivo era atrair a classe média ascendente do início dos anos 1970²²³. A estudiosa embasou-se para essa análise na teoria de cultura de massa desenvolvida pelo norte-americano Dwight Mac Donald e descrita por Umberto Eco no livro *Apocalípticos e Integrados*²²⁴. Segundo essa teoria, a cultura de massa poderia ser dividida em duas categorias: o *masscult*, uma produção cultural formatada de acordo com as preferências do público majoritário e sem ter pretensões de ser considerada arte. Já o *midcult* seria uma cultura de massa que se apropriaria de linguagens das artes de vanguarda e de elite para formatar um produto para a pequena burguesia que despreza o *masscult* e que tem pretensões de consumir um produto cultural mais valorizado (com um maior capital cultural), dentro dos padrões consagrados pela cultura erudita e de elite.

Aplicando-se ao contexto da televisão brasileira da época, o *masscult* seria representado pelos programas de auditório que exploravam o sensacionalismo, como era o

²²⁰ SILVEIRA, Helena. Ministro, Novela e Enlatados. In **Folha de São Paulo**, São Paulo, Caderno de Domingo, 23/07/1972, p.59.

²²¹ KEHL, Maria Rita. Eu vi um Brasil na TV. In COSTA, Alcir Henrique da; SIMÕES, Inimá Ferreira; KEHL, Maria Rita. **Um País no ar** – História da TV brasileira em 3 canais. São Paulo: Brasiliense/FUNARTE, 1986, p.290.

²²² CLARK, Walter. Op.cit., p.232.

²²³ KEHL, Maria Rita. Op.cit., pp.249-250.

²²⁴ ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2001, pp.37-38.

caso do Chacrinha, de Silvio Santos, de Flávio Cavalcanti, etc. Já as telenovelas da Rede Globo de Televisão na década de 1970 adotariam uma linguagem *midcult*, pois se apropriariam de elementos das manifestações culturais de esquerda da década de 1960, como o Cinema Novo e o Teatro de Arena, que, como relatou o crítico literário Roberto Schwarz, dominaram o cenário cultural do país, ou, segundo as suas palavras, “*Apesar da ditadura da direita há relativa hegemonia cultural de esquerda no país*”²²⁵. Relativa, pois, segundo ele, os consumidores dessas manifestações estariam restritos a um público elitizado, formado por estudantes e intelectuais de classe média que comungavam com os ideais e utopias manifestados nessas obras e que, segundo dados mostrados por Zuenir Ventura, não passaria de 60 mil pessoas no Rio de Janeiro e um número similar de espectadores em São Paulo²²⁶. Portanto, elementos de uma manifestação cultural restrita a um pequeno número de consumidores foram utilizados como matéria-prima para uma cultura de massa mais valorizada porque, justamente esse público restrito representava uma parcela da elite cultural do país, dando uma aura de respeitabilidade a esse produto e conquistando a parcela de público que realmente importava para a Globo na época, a classe média alta, cansada de ver “programas popularescos” na tela do televisor. Não foi a toa que um dos slogans da emissora, no final de 1970, era “*novela é cultura para o povo*”²²⁷.

E foi justamente para valorizar o capital cultural da telenovela que a emissora carioca contratou o dramaturgo Dias Gomes. O autor de teatro baiano, vinculado às manifestações culturais de esquerda que posteriormente ficaram conhecidas como nacional-popular, tinha conseguido reconhecimento internacional graças à adaptação para o cinema de sua peça *O Pagador de Promessas*, dirigida por Anselmo Duarte e que ganhou a Palma de Ouro do Festival de Cannes, na França, em 1962. Porém, sua estréia na Globo, em 1969, se deu ainda sob o formato tradicional da telenovela latino-americana. Glória Magadan já havia iniciado a produção de *A Ponte dos Suspiros*, adaptação de um folhetim do século XIX escrito por Michel Zevaco e cuja trama era ambientada na Veneza do século XVI. Para não arcar com os prejuízos que poderiam advir do seu cancelamento, a emissora escalou Dias Gomes para dar continuidade com o trabalho iniciado pela autora cubana. Porém, para preservar o capital cultural do autor baiano, evitando uma desvalorização dele se fosse associado aos folhetins exóticos produzidos até então, Boni e Walter Clark decidiram que

²²⁵ SCHWARZ, Roberto. Cultura e política, 1964-1969. In: **O pai de família e outros estudos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978, p.62.

²²⁶ VENTURA, Zuenir et alli. **70/80: Cultura em Trânsito** – da repressão à abertura. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000, p.103.

²²⁷ Na fábrica de lágrimas. In: **Revista Veja**, nº 115, São Paulo, 18/11/1970, p.82.

Gomes assinaria a obra com um pseudônimo. Esse episódio foi lembrado da seguinte maneira pelo dramaturgo baiano:

Sugeriram-me colocar um pseudônimo – não fui eu que, por preconceito, o fiz. O Boni me disse que não tinha nada a ver com o meu teatro e sugeriu usar um pseudônimo. Meu primeiro contrato com a Globo dizia que quando assinasse teria um aumento. Assinei como Stela Calderón, nome sugerido por Walter Clark. Anos depois soube que ela existia, era uma escritora argentina²²⁸.

Portanto, com autores como Dias Gomes, esperava-se valorizar o capital cultural das telenovelas e, conseqüentemente, dar um prestígio maior à Rede Globo, que investia assim numa linguagem *midcult* para a sua teledramaturgia. Mas, cabe que ressaltar que tal linguagem, analisando o contexto da época, significava melhorar a qualidade da produção televisiva brasileira, dando a ela uma maior autonomia frente à “presença estrangeira” representada pelos seriados norte-americanos e pelas telenovelas latino-americanas. Dessa forma, o conceito de “bom gosto” tinha relação com às aspirações desenvolvimentistas presentes no imaginário da sociedade brasileira e na ideologia da Ditadura Militar, sendo esses aspectos utilizados na propaganda governista, como percebeu Carlos Fico²²⁹. Tal relação é perceptível ao se analisar as colunas escritas por uma das principais críticas de televisão da época, Helena Silveira, que na época trabalhava para o jornal *Folha de S. Paulo*. Na coluna de 23 de fevereiro de 1970, a colunista exaltou a qualidade de *Beto Rockefeller* e seu potencial mercadológico para a televisão:

Depois de *Beto Rockefeller*, mostrou-se que tudo pode ser feito com bom gosto (...) A linha *Direito de Nascer* foi traduzida para *Direito de Encher*. Sim, encher a paciência com os clássicos bastardos, paráliticos e demais hecatombes (...) Com Bráulio Pedroso houve uma aproximação de pessoas de um certo nível intelectual da telenovela. Se o IBOPE verificasse nesse sentido, creio que uma nova platéia surgiu, então, no horizonte dos clássicos aparelhos desligados que começaram a sintonizar (...) Vamos voltar atrás, desligar os receptores, perder uma audiência que, por certo, possuía melhor teor aquisitivo, com prejuízo para o anunciante?²³⁰

²²⁸ GOMES, Dias apud CAMPOS, Suênio. Entrevista. In: **Revista Princípios**, nº 53, disponível em www.vermelho.org.br, acessado no dia 05/01/2008.

²²⁹ FICO, Carlos. **Reinventando o Otimismo – Ditadura**, Propaganda e Imaginário Social no Brasil. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997, p.77.

²³⁰ SILVEIRA, Helena. Coluna Helena Silveira vê TV. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 23/02/1970. Caderno Ilustrada, p.11.

Beto Rockefeller atraiu uma audiência, segundo Helena Silveira, mais “intelectualizada”, ou seja, de poder aquisitivo maior que, até então, não costumava ver televisão, pois a oferta não atendia às suas necessidades de entretenimento dessa parcela do público. Para ela, era essencial que a emissora (no caso, a Tupi), continuasse apoiando essa nova linguagem de telenovela, sendo isso quase um imperativo para garantir sua saúde financeira, pois uma audiência mais qualitativa do ponto de vista econômico atrairia o patrocínio de empresas que quisessem divulgar produtos para essa audiência e que estariam dispostos a pagar mais para as emissoras por esses anúncios.

Porém, a Tupi decepcionou os seus novos telespectadores. Ao contrário do que se pensava, a emissora paulista resolveu contratar a ex-diretora de telenovelas da Globo, Glória Magadan, e adaptar uma telenovela argentina que, na época, fazia sucesso em vários países da América Latina, *Simplesmente Maria*. Tal fato revoltou a colunista:

Bendito Cristo! Depois de haver renovado, ou pelo menos tentado renovar a telenovela lançando *Beto Rockefeller*, faz a Tupi marcha-a-ré e joga no mau folhetim? (...) pelo amor de Deus, Cassiano Gabus Mendes! Depois de *Beto* fica feio ter tanto medo da inteligência do telespectador e apostar em sua burrice!²³¹

Alguns dias depois, Helena Silveira sinaliza para seus leitores que está prestes a trocar de canal, indo para onde o “Brasil Moderno” estivesse presente, fugindo do “estilo tradicional” de telenovelas:

Infelizmente, quase não posso assistir às telenovelas da TV Globo, pelos seus horários. Uma noite destas pude ver um contracenar de Sérgio Cardoso e Tônia Carrero que me pareceu esplêndido. Às vezes posso fruir *Verão Vermelho* onde Jardel Filho e a Bahia são de fato o espetáculo. Agora que estão anunciando *Os Irmãos Coragem*, claro que terminando *Nino*, o *Italianinho* no 4, eu me passarei de armas e bagagens para o 5, pois que, para substituir o *Nino*, a TV Tupi está anunciando *Simplesmente Maria*. O Canal 4 vai retomar a tradição das novelas e dos enlatados lacrimogêneos tirando a voz dos artistas nacionais. *Simplesmente Maria* está na linha do pior melodrama latino-americano no gênero *Direito de Nascer*²³².

²³¹ Idem. Coluna Helena Silveira vê TV. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 25/05/1970. Caderno Ilustrada, p.11.

²³² Idem. Coluna Helena Silveira vê TV. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 15/06/1970. Caderno Ilustrada, p.18.

Em suma, a Tupi estava dando um passo para trás ao investir no melodrama latino-americano, considerado de péssima qualidade e, com isso, prejudicando o desenvolvimento de uma indústria televisiva moderna e vedando um mercado de trabalho em potencial para o artista brasileiro. Diante disso, a colunista considera que algumas emissoras de televisão estavam na contramão do “milagre econômico” e, conseqüentemente, prejudicando o desenvolvimento do país.

Enfim, existe uma América Latina em desenvolvimento e outra subdesenvolvida, como quer uma linguagem sociológica. Apresentando novelas do tipo *Eu Compro essa Mulher*, os produtores de TV estão puxando o Brasil para o último grupo²³³.

Da análise de Helena Silveira, percebemos que a TV Tupi seria a imagem de um Brasil subdesenvolvido, dependente da produção televisiva estrangeira e investindo em um gênero *masscult* inferior, símbolo do atraso, como era o caso, na opinião dela, das telenovelas latino-americanas. Já a Globo simbolizaria a *América Latina em desenvolvimento*, pois investia na produção nacional do gênero, numa linguagem *midcult*, com um capital cultural mais valorizado. Com isso, a emissora carioca dava a sua parcela de contribuição para o desenvolvimento brasileiro, algo que era sonho e desejo da maior parte dos brasileiros na época, indo desde o governo militar, que achava essencial o crescimento econômico para garantir a “segurança nacional” e a “justiça social” do país; passando pelo empresariado desejoso de aproveitar o potencial de um grande mercado de dimensões continentais; da classe média urbana, eufórica em satisfazer seus ímpetos consumistas, como até da grande massa de excluídos, formados pelo proletariado urbano, pelos trabalhadores rurais e pelos migrantes seduzidos pela “cidade grande”, que sonhavam fazer parte da “festa desenvolvimentista”, sendo tal sonho alimentado diariamente, com horários e local marcado: às 19, 20 ou 22 horas, na Rede Globo de Televisão, que se tornou símbolo da viabilidade da “indústria nacional” e, conseqüentemente, da “modernidade” brasileira. A seguir, veremos como se iniciou a gênese do estilo moderno de teledramaturgia da Rede Globo de Televisão.

²³³ Idem. Coluna Helena Silveira vê TV. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 29/06/1970. Caderno Ilustrada, p.11.

2.3. A GÊNESE DA TELENVELA MODERNA DA REDE GLOBO: VÉU DE NOIVA

Após a demissão de Glória Magadan, Daniel Filho assumiu a direção do núcleo de telenovelas da Rede Globo. A ele, Boni incumbiu de fazer com que o gênero continuasse a ser um sucesso popular e, ao mesmo tempo, ser reconhecido por sua qualidade e atrair nichos de audiência que, até então, desprezavam o gênero, como era o caso dos públicos jovem e masculino. Atrair tal público era importante para aumentar a audiência e atrair anunciantes e emissoras afiliadas para a emissora. Para conseguir isso, Boni pensou em mesclar as experiências realizadas pela TV Tupi de São Paulo com o melodrama tradicional, pois assim atrairia um público novo para as telenovelas, mas sem perder os tradicionais telespectadores do gênero, que no caso, segundo as pesquisas de audiência, eram as donas de casa que, em sua maioria, não queriam perder o seu direito de sonhar.

Daniel Filho era grande conhecedor do cinema de Hollywood, e tinha a intenção de se valer dos seus expedientes para dar um toque cinematográfico às telenovelas²³⁴. Dessa forma, ele queria desenvolver um gênero de telenovela próximo ao estilo dos filmes norte-americanos. E foi com essa intenção que ele encomendou uma sinopse²³⁵ para Janete Clair, que também era uma grande apreciadora do cinema hollywoodiano. Daí nasceu *Véu de Noiva*, que inicialmente foi recebida com desconfiança por Boni:

Nos anos 60, quando pedi ao Daniel {Filho} um texto novo, que fosse um *Beto Rockfeller*, mas com a força da dramaturgia clássica, ele apareceu com a sinopse de uma história em que o principal personagem masculino era um corredor de Fórmula 1. Eu disse: - Não dá! – Mas o Daniel me tranqüilizou: a corrida é pano de fundo. A novela é da Janete {Clair}. Topei. Sabia que ela jamais faria algo frio²³⁶.

A desconfiança de Boni surgiu do fato da trama ter como personagem principal um piloto de automobilismo, esporte que na época era acompanhado apenas por poucos

²³⁴ FILHO, Daniel. Pornografia é a TVS. Entrevista. In: **Revista Veja**, nº723, São Paulo, 14/07/1982, p.6.

²³⁵ Sinopse é um grande resumo do que vai ser a trama principal em uma telenovela. É através dela que uma emissora decide se essa história vai ser produzida ou não. Na época, a sinopse também era usada pela Censura para decidir se aprovava ou não a sua exibição. Mas, convém lembrar que, por ser uma obra aberta, escrita ainda quando é exibida, muitas vezes a sinopse de uma telenovela é totalmente alterada durante sua exibição.

²³⁶ OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio. Prefácio. In: FERREIRA, Mauro; COELHO, Cleodon. **Nossa Senhora das Oito** – Janete Clair e a evolução da telenovela no Brasil. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003, p.10.

aficionados, sem ter grande popularidade. Mas, como Janete Clair, que havia conseguido destaque com a melodramática tradicional *Rosa Rebelde* ia ser a autora, isso trouxe um pouco de tranquilidade para o diretor-artístico, que resolveu apostar no formato.

Na realidade, *Véu de Noiva* foi uma experiência que, segundo Daniel Filho, era um embrião da teledramaturgia que foi desenvolvida durante a década de 1970, cujo traço marcante seria a introdução de uma novidade em um produto que, no fundo, continuaria tendo as mesmas características básicas. Segundo ele, isso ocorria porque “*A direção tinha muito medo de perder certos ingredientes da novela. E na verdade até hoje a novela não perdeu seus ingredientes básicos. Era como fazer a passagem dos ingredientes novelísticos feitos em capa e espada e transformá-los, aparentemente, em modernos*”²³⁷. Era uma saída para inovar em um meio em que a inovação total era evitada em nome da segurança empresarial.

Em uma outra entrevista, Daniel Filho detalhou a estratégia que utilizou enquanto foi o diretor de telenovelas da Globo:

A partir de uma sinopse que um autor me apresentava, eu procurava ver, mesmo comercialmente, o que de novo me apresentava. Era sempre importante colocar uma ‘bossa nova’ na novela, mesmo que isso fosse aparente, apenas um rótulo... As histórias que devem ser contadas nas novelas não podem ser muito diferentes, pois todas elas já foram contadas... o que vai deixar uma pessoa presa durante meses? Então, têm que ser um invólucro novo... Foram uma ‘bossa’ os cavalos dos *Irmãos Coragem*, que era a época em que o *western* estava na moda, a corrida de automóvel de *Véu da Noiva*, o bicheiro do Dias Gomes... tudo isso eram jogadas novas, sabe? E nem todas eram tão novas assim, mas eram novidades para a televisão, ou melhor, para o público de televisão... eram coisas que estavam pintando, mas que para o público da televisão ficou a impressão de que fomos nós que lançamos²³⁸.

O depoimento de Daniel Filho demonstra que o desenvolvimento do novo estilo de telenovela da emissora, na realidade, não procurava romper com a linguagem tradicional da telenovela. A ideia era trazer uma roupagem nova para ela ao introduzir estilos testados em outras formas de expressão artística ou trazer para o grande público algum modismo que fosse restrito a poucos iniciados, mas que tinha potencial de se tornar popular. No caso de *Véu de Noiva*, as novidades introduzidas foram o automobilismo, em uma época que

²³⁷ FILHO, Daniel apud OKAMURA, Rita. Op.cit., Lauda 22-23.

²³⁸ Idem. **História das Telenovelas**. São Paulo: TV Cultura, 1980. Acervo do Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo. Video Tape 15.

Emerson Fittipaldi apenas começava a sua carreira de piloto internacional, destacando-se na Fórmula 3 inglesa²³⁹, as cenas das belezas naturais do Rio de Janeiro, que não haviam ainda sido exploradas nas telenovelas, a linguagem mais coloquial, ainda inédita nas produções da emissora, uma trilha sonora contando com músicas de alguns nomes consagrados da Música Popular Brasileira, como Chico Buarque de Holanda, Caetano Veloso e Vinicius de Moraes, e a inserção, ainda tímida, de uma temática social. Nas palavras do ator Emiliano Queiroz: “*Véu de Noiva era a história de uma menina que podia trabalhar quando quisesse, mas não conseguia, não porque estava oprimida pelo papai, mas porque não encontrava emprego mesmo*”²⁴⁰. Em suma, como bem definiu Daniel Filho, *Véu de Noiva* era “*um novelão clássico com dados modernos*”²⁴¹.

A inclusão de “novidades” na telenovela nos remete, conforme os depoimentos de Daniel Filho, às teorias de Max Horkheimer e Theodor Adorno sobre a produção da indústria cultural. Para eles, a inserção de novidades pela indústria cultural constitui em dar uma falsa sensação de algo novo para o consumidor, que, no fundo, é avesso a mudanças, preferindo sempre consumir um produto já conhecido. Por isso, experiências novas não seriam realizadas por iniciativa da indústria cultural, sendo que ela apenas assimila novas tendências surgidas em outros campos da arte e da cultura (depois de despolitizá-las) para dar uma aparência nova ao mesmo produto²⁴².

Mas, como se deu o casamento do novelão clássico com a modernidade? Através do resumo de *Véu da Noiva* e do seu anúncio publicitário, podemos encontrar alguns indícios. A trama, escrita por Janete Clair e dirigida por Daniel Filho, exibida entre 14 de outubro de 1969 e 06 de junho de 1970, no horário das 20 horas, teve como base a existência de três triângulos amorosos. O primeiro envolvia a personagem principal, Andréa (interpretada por Regina Duarte), que descobriu que seu noivo Luciano (Geraldo Del Rey) a traía com sua própria irmã, Flor (Myriam Pérsia). Andréa rompeu com o noivado, mas Luciano a abandona, ao saber que Flor estava grávida. Flor, temendo a sua sorte como mãe solteira e o preconceito da qual seria vítima perante uma sociedade conservadora, resolveu

²³⁹ Curiosamente, na mesma edição do jornal **Última Hora** de São Paulo publica um anúncio publicitário da Globo sobre o lançamento da telenovela *Véu de Noiva*, há uma notícia na seção esportiva destacando a conquista do campeonato inglês de Fórmula 3 por Emerson Fittipaldi. Ver **Última Hora**, São Paulo, 10/11/1969, p.13.

²⁴⁰ QUEIROZ, Emiliano. Depoimento. In: www.memóriaglobo.com.br, acessado em 25/07/2008.

²⁴¹ FILHO, Daniel apud KEHL, Maria Rita. In KEHL, Maria Rita. Op.cit.

²⁴² HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. A Indústria Cultural – o Iluminismo como mistificação das massas. Tradução de Julia Elizabeth Levy. In **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p.27.

passar a guarda do filho para a irmã da qual tinha roubado o noivo²⁴³.

O segundo triângulo amoroso envolvia novamente a protagonista, que se apaixonou pelo corredor de automóveis Marcelo Monserrat (Cláudio Marzo), que namorava a moderna e descolada Irene (Betty Faria). Marcelo, definido pelo anúncio publicitário da telenovela como um rapaz moderno e bom caráter²⁴⁴, se encanta com a simplicidade da suburbana carioca e decide deixar Irene para viver o verdadeiro e puro amor com Andrea. Aliás, é curiosa a definição dada pelo anúncio ao personagem vivido por Cláudio Marzo: além de moderno e bom caráter (um contraponto ao personagem *Beto Rockefeller*, que procurava ser moderno e estava longe de ser um sujeito que andava nas trilhas certas do bom caratismo), ele era descendente de nobres²⁴⁵. Tal dado simboliza que *Véu de Noiva* se colocava como descendente direto das telenovelas capa-e-espada de Glória Magadan, mas que sintonizado ao seu contexto sócio-histórico, transbordava modernidade, pois seu protagonista não andava em um cavalo branco, e sim pilotava um moderno carro de corridas. Dessa forma, na telenovela escrita por Janete Clair, o “príncipe encantado” tornava-se algo verossímil, atingível para as telespectadoras que se identificavam com a personagem interpretada por Regina Duarte, uma menina simples, de origem humilde, da classe média urbana, que conseguiu viver seu “sonho de Cinderela” de alcançar a felicidade através da concretização do amor idealizado. Aliás, nesse ponto, *Véu de Noiva* se assemelhava muito ao padrão de telenovela tradicional produzido até hoje pela principal concorrente televisiva da Rede Globo no exterior, a Televisa do México. Como abordou Cristiane Costa, as telenovelas mexicanas reciclam “*desavergonhadamente*” a “*boa e velha história de Cinderela*”²⁴⁶, algo que a primeira telenovela considerada moderna produzida pela Globo também fez.

Já o terceiro triângulo amoroso diferia dos demais. Na realidade, não era uma disputa pelo amor de um homem que, novamente, as irmãs Andréa e Flor se digladiavam, e sim pela guarda do filho renegado de Flor, que havia reconstruído sua vida com outro homem, se casado com ele, mas que descobre não poder mais ter filhos. Por isso, ela tenta reaver na Justiça a guarda da criança, a qual Andréa não quer perder. Para a decisão de quem ficaria com a guarda da criança, Daniel Filho decidiu simular um julgamento real,

²⁴³ Resumo da telenovela *Véu de Noiva*. In: www.memóriaglobo.com.br, acesso em 21/02/2009.

²⁴⁴ Janete Clair: “*Véu de Noiva* é ainda melhor do que a *Rosa Rebelde*”. Anúncio Publicitário. In: **Última Hora**, São Paulo, 10/11/1969.

²⁴⁵ Idem, *ibidem*.

²⁴⁶ COSTA, Cristiane. **Eu Compro essa Mulher – Romance e Consumo nas Telenovelas Brasileiras e Mexicanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000, p.88.

solicitando ao juiz carioca Eliézer Rosa um júri que deveria julgar o fictício caso como se fosse real, colocando em prática a chamada publicitária da telenovela: “*Em Véu da Noiva, tudo acontece como a vida real*”²⁴⁷. A intenção era dar uma maior naturalidade à cena, pois ninguém saberia, nem mesmo a própria autora, quem ficaria com a guarda da criança. Por fim, nesse verdadeiro avô dos *reality-shows* atuais, a guarda da criança ficou com Andréa, em um final muito próximo ao que Janete Clair daria, provavelmente.

Através desse resumo da trama central de *Véu da Noiva*, podemos perceber que a estrutura básica da telenovela latino-americana se mantivera, isto é, a presença do triângulo amoroso, protagonistas que simbolizam os padrões de bondade da sociedade, punição para aqueles que provocam o sofrimento do próximo (no caso, Flor, que fica sem a guarda do filho). Mas, se introduz no velho folhetim a verossimilhança, a impressão de que o que ocorre na ficção é perfeitamente possível de ocorrer na realidade, com qualquer pessoa, independente da condição social. Dessa forma, *Véu de Noiva* deu origem à teledramaturgia moderna, cujas características já me referi no capítulo anterior. Tal formato é aquele que é mais adequado à publicidade moderna, pois torna possível, por exemplo, a inserção do *merchandising*, ou seja, da inserção da propaganda de um produto ou marca no meio da história, sem a afetá-la, aparentemente, sendo abordada de uma forma subliminar. Não foi à toa que Andréa era empregada de uma das principais lojas de departamento da época, a Sears, um dos grandes centros de consumo de uma metrópole moderna como o Rio de Janeiro²⁴⁸. Nesse aspecto, a telenovela de Janete Clair estava inserida no contexto de modernização da economia brasileira da época, dentro dos parâmetros do capitalismo monopolista internacional, onde, segundo Frederic Jameson, “*os produtos à venda no mercado transformam-se no próprio conteúdo das imagens da mídia*”, com os programas de televisão (e os demais produtos da indústria cultural) tornando-se instrumentos de publicidade, estimulando o consumismo através de uma narrativa que não se difere muito da propaganda²⁴⁹.

Quanto às outras novidades de *Véu da Noiva*, a introdução do automobilismo como pano de fundo da trama representava a modernização do próprio país, colocando-a aqui como algo extremamente positivo. Afinal, um brasileiro começava a se destacar nesse esporte e, ao mesmo tempo, a indústria automobilística era uma das principais e mais modernas, o que, de certa forma, entrava em sintonia com o mito do progresso propagado

²⁴⁷ Resumo da telenovela *Véu de Noiva*. Op. cit.

²⁴⁸ Janete Clair: “*Véu de Noiva é ainda melhor do que a Rosa Rebelde*”. Anúncio Publicitário. Op.cit.

²⁴⁹ JAMESON, Frederic. **Pós-Modernismo** - A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio. Tradução de Maria Elisa Velasco. São Paulo, Ática, 1996, p.282.

pela Ditadura Militar e compartilhado pela maior parte da sociedade brasileira.

Por fim, a “brasilidade” era reforçada através das imagens das belezas naturais do Rio de Janeiro e, principalmente, pela trilha sonora da telenovela, que foi a primeira a ser explorada comercialmente, sendo ela vendida em LPs e cassetes nas lojas de discos de todo o país. Boa parte das músicas foi especialmente composta para a trama, sendo produzidas por Nelson Motta e tendo a participação de alguns dos principais nomes da Música Popular Brasileira da época, como Vinicius de Moraes, Chico Buarque de Hollanda, Marcos e Paulo Sérgio Valle e Caetano Veloso, sendo que Chico e Caetano se encontravam no exílio na época. Como a Globo ainda não tinha uma gravadora (a Som Livre foi inaugurada em 1971), a Phillips cuidou da distribuição dos LPs, sendo que as vendas chegaram à expressiva marca de 100.000 discos vendidos²⁵⁰. De certa maneira, a trilha de *Véu de Noiva* demonstrou para os músicos uma nova opção para divulgarem o seu trabalho, em uma época em que os Festivais Musicais da televisão estavam em franca decadência, decorrente da perseguição feita pelos agentes da repressão e da inviabilidade em produzi-los, devido à imprevisibilidade do seu tempo de duração, o que não era compatível para a empresa televisiva que passava a se organizar tendo em vista a venda de tempo para a publicidade²⁵¹.

Outro importante aspecto das novidades de *Véu de Noiva* foi criar uma identidade com o público jovem. Tanto o automobilismo quanto a inserção de uma trilha sonora calcada na Música Popular Brasileira visavam esse objetivo. Além disso, o próprio comportamento dos personagens tentava fazer tal ligação. Segundo Janete Clair:

Véu de Noiva vai ao fundo dos problemas da maioria das famílias da nossa época. Os desajustes paternos e as conseqüências desastrosas para os filhos. A instabilidade emocional dos jovens de hoje. Os tortuosos caminhos por onde eles passam. E *Véu de Noiva* mostra o drama de um casal moderno – seus conflitos, desencantos, paixões desenfreadas. O drama de dois jovens que nasceram para vencer – apesar de tudo²⁵².

Janete Clair queria em *Véu de Noiva* a mesma coisa que foi realizada pelos produtores de *Beto Rockfeller*. Trazer a discussão e os dilemas da Revolução Cultural da juventude ocidental para as telenovelas, mas com um objetivo um pouco diferente. Se na

²⁵⁰ TOLEDO, Heloísa Maria dos Santos. Som Livre e Trilhas Sonoras das Telenovelas: Pressupostos sobre o processo de difusão da Música. In: **XXX Congresso Brasileiro de Comunicação**. Santos, de 29 de Agosto a 2 de setembro de 2007. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, p.8.

²⁵¹ NAPOLITANO, Marcos. Op.cit., pp.74-75.

²⁵² Janete Clair: “*Véu de Noiva* é ainda melhor do que a *Rosa Rebelde*”. Anúncio Publicitário. Op.cit.

telenovela da Tupi o objetivo era desconstruir a telenovela, em *Véu de Noiva* havia a intenção, pelo menos da autora, de levantar tais questões, mesmo que superficialmente, inseridas dentro das características do gênero, sem romper com elas.

O sucesso alcançado por *Véu de Noiva* (audiência média de 65% no Rio de Janeiro, maior do que a de *O Direito de Nascer*)²⁵³ foi essencial para a continuação das experiências iniciadas por Daniel Filho e Janete Clair em dar um formato moderno e nacional para as telenovelas da Rede Globo.

2.4. A TELENODELA GLOBAL: UM MEIO DE MEDIAÇÃO SOCIAL PARA A INTEGRAÇÃO NACIONAL

O sucesso de *Véu de Noiva* animou os dirigentes da Globo em continuar com a renovação do seu núcleo de teledramaturgia e com os planos de conquistar a parcela da classe média urbana beneficiada pelo “milagre brasileiro”. O novo formato de telenovela em que a utilização do *merchandising* era viável possibilitou uma maior lucratividade para a emissora, sendo esse o referencial para a sobrevivência de um produto cultural numa sociedade capitalista, como percebeu Raymond Williams. Para o teórico inglês:

Há o fato de que quando a obra se tornou mercadoria, produzida para ser vendida com lucro, os cálculos internos de qualquer tipo de produção de mercado levam diretamente as novas formas de controle cultural e especialmente de seleção cultural (...) tipos de obras que dão prejuízo serão, na produção de mercado, reduzidos ou não terão continuidade, enquanto tipos que dão lucro se expandirão²⁵⁴.

Dessa forma, a emissora lançou telenovelas “nacionalizadas” em mais dois horários: às 22 horas e, por fim, às 19 horas. Na época, a diferenciação de horários da emissora seguia as orientações da Censura Federal. De fato, a partir de 1968, a Censura começou a interferir mais sistematicamente na elaboração da programação da televisão, instituindo uma faixa de horários e utilizando como padrão a faixa etária permitida como audiência para determinado programa. E as telenovelas foram bem afetadas com tal ingerência da censura. Entre as produções que tiveram de mudar seu horário de exibição já quando estavam sendo exibidos, Ismael Fernandes apontou *Sangue do Meu Sangue*, de

²⁵³ A coragem vence. In: **Revista Veja**, nº 103, São Paulo, 26/08/1970, p. 68.

²⁵⁴ WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992, pp.103-104.

Vicente Sesso, exibida pela TV Excelsior entre 1969 e 1970, como uma das primeiras a passar por tal imposição. A trama, ambientada no Brasil dos tempos do Segundo Reinado, foi obrigada a mudar do horário das 19 para às 20 horas por trazer personagens abolicionistas “subversivos” que poderiam ser associados com os militantes dos movimentos de esquerda²⁵⁵.

A Globo também sofreu a interferência da Censura para a definição dos horários de exibição de suas telenovelas. No caso, a trama que passou por tal situação foi a primeira que o dramaturgo Dias Gomes escreveu para a emissora, *A Ponte dos Suspiros*, que era transmitida inicialmente às 19 horas e que, devido à inserção de temas políticos, que remetiam ao Golpe Militar de 1º de abril de 1964, foi obrigada a mudar seu horário para às 22 horas²⁵⁶. Curiosamente, mesmo limitado por ser obrigado a seguir o “estilo Magadan” nessa produção, o autor baiano fez questão de inserir seu posicionamento político mesmo em uma trama distante da realidade social brasileira, fazendo algo próximo do que foi definido por Mikhail Bakhtin. Segundo o teórico russo, um artista sempre coloca, mesmo inconscientemente, o seu posicionamento sócio-político em sua obra, sendo esse elemento algo intrínseco à sua produção²⁵⁷.

Dessa forma, a Censura fez com que a Globo inaugurasse o horário das 22 horas de telenovelas, que durante a década de 1970 foi destinado a tramas com temáticas mais sociais, políticas, consideradas polêmicas levando-se em conta um contexto marcado pelo cerceamento da liberdade de expressão, em que os autores poderiam experimentar e desenvolver novas linguagens e ousar esteticamente, contando com o apoio da direção da emissora, que como frisou Lauro César Muniz, dava ampla liberdade de criação para os autores, apesar da constante vigilância da Censura Federal²⁵⁸. E foi dentro desse espaço que foi produzida *Verão Vermelho*, a primeira telenovela da Rede Globo com a assinatura de Dias Gomes, exibida entre 17 de novembro de 1969 até 17 de julho de 1970²⁵⁹, cuja trama foi ambientada na Bahia, trazendo elementos culturais daquele estado (candomblé, capoeira e festas populares) e, ao mesmo tempo, inserindo uma proposta de uma teledramaturgia com elementos do teatro nacional-popular, com uma temática que tinha como objetivo

²⁵⁵ FERNANDES, Ismael. **Telenovela Brasileira** – Memória. São Paulo, Brasiliense, 1987, pp.117-118.

²⁵⁶ Idem, p.123.

²⁵⁷ BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003, pp.10-11.

²⁵⁸ MUNIZ, Lauro César. **Lauro César Muniz**: depoimento [jan.2009]. Entrevistador: Mauricio Tintori Piqueira. São Paulo: entrevista concedida para dissertação de mestrado, 2009. MP3.

²⁵⁹ Resumo da telenovela *Verão Vermelho*. In www.memoriaglobo.com.br, acessado em 21/02/2009.

conscientizar o telespectador sobre os problemas sociais do país²⁶⁰. Nas palavras do dramaturgo baiano:

Procuramos também estribar a ação mais na análise de problemas sociais do que numa trama imaginosa. Introduzimos o preconceito de cor, o divórcio, o conflito de gerações, o fanatismo religiosos, o poder corruptor do dinheiro e o latifúndio. Quase todas essas experiências eram encaradas como temerárias, mas deram certo²⁶¹.

Em suma, Gomes inseriu na telenovela elementos da Revolução Cultural da juventude ocidental do final da década de 1960 (o choque de gerações e a questão do divórcio), ao mesmo tempo em que abordava questões político-sociais já retratadas em suas peças teatrais, como era o caso da reforma agrária. Logicamente, o autor teve pressões da Censura e da própria emissora para não aprofundar essas temáticas, sendo que o próprio autor admite ter dado um tratamento superficial a elas²⁶². Mas, a conquista de bons índices de audiência, principalmente entre o público de classe média alta, deu respaldo para que as experiências pudessem ter continuidade.

Para completar o processo de “nacionalização” e “modernização” das telenovelas, a Globo lançou em 4 de março de 1970²⁶³, no horário das 19 horas, a telenovela *Pigmaleão 70*, de Vicente Sesso. No horário, a Globo queria colocar histórias leves, que adequassem às exigências da Censura para o horário e que concorressem com o principal horário das telenovelas da Tupi, que lideravam a audiência até então com *Nino, o Italianinho*, que seguia essa linha de histórias leves e românticas. Dessa forma, Sesso, contratado da Excelsior, adaptou a peça *Pigmaleão*, do inglês Bernard Shaw, e, contando no elenco com nomes consagrados do teatro, como Sergio Cardoso e Tônia Carrero, fez uma comédia leve, onde uma ricaça tenta refinar os hábitos de um feirante e, no final, acaba se apaixonando por ele²⁶⁴. Curiosamente, a trama desenvolvida por Sesso poderia ser encarada até como uma grande metáfora da realidade do país, em que seus dirigentes esforçavam-se em maquiar com retoques de modernidade uma sociedade marcada pela desigualdade e pobreza.

De qualquer forma, *Pigmaleão 70* revelou o potencial da telenovela em lançar

²⁶⁰ Idem.

²⁶¹ GOMES, Dias apud MORAIS, Georgiana. Novela para o público jovem. *Última Hora*, Rio de Janeiro, 27/07/1970. Acervo do Arquivo Multimeios – Centro Cultural de São Paulo – Pasta Material Jornalístico 3717.

²⁶² Novelas a dois. In: *Revista Veja*, nº 127, São Paulo, 10/02/1971. p. 58.

²⁶³ Resumo da telenovela *Pigmaleão 70*. In: www.memoriaglobo.com.br, acesso em 21/02/2009.

²⁶⁴ Idem.

modas, pois o penteado usado pela personagem principal Cristina (interpretada por Tônia Carrero) tornou-se moda entre as mulheres de classe média agraciadas pelas benesses do “milagre econômico”²⁶⁵. Dessa forma, a telenovela se tornava um referencial para a classe popular, de falas, costumes e hábitos de consumo das classes mais favorecidas, conforme o estudo de Ondina Fachel Leal²⁶⁶. Segundo a estudiosa, a telenovela, ao representar o universo da classe dominante, mostra para os indivíduos das classes populares de que forma eles deveriam se portar e quais hábitos de consumo deveriam ter para conseguirem a ascensão social e, dessa forma, serem incluídos socialmente²⁶⁷. No caso de *Pigmaleão 70*, a convivência entre as personagens protagonistas, a *socialite* Cristina e o feirante Nando (Sérgio Cardoso) é marcada pelo didatismo, ou seja, pelo ensinamento dado por uma ricaça a um indivíduo ascendente da classe popular sobre qual maneira ele deveria se portar diante a alta sociedade. E muitos telespectadores começaram a perceber que as telenovelas poderiam exercer um papel semelhante ao da personagem interpretada por Tônia Carrero, sendo que muitas telespectadoras sonhavam em “integrar-se” às elites (ou ter o mesmo “bom gosto” delas) usando o mesmo penteado usado por Tônia Carrero na telenovela e, dessa forma, se integrando à sociedade de consumo através da moda. O próprio Vicente Sesso percebeu que a sofisticação das classes A e B representadas na trama chamava a atenção de faixas do público que até então não davam muita atenção às telenovelas, como era o caso dos homens:

Pigmaleão 70, por sua vez, foi antes de tudo, uma inovação no horário (...) Era uma história sofisticada, dirigida especialmente às classes A e B. Mais que isso, ela atraiu um novo público telespectador: o masculino, que até então repudiava a telenovela, considerando-a um hábito exclusivo das mulheres²⁶⁸.

Foi a “sofisticação”, ou seja, a presença do universo das classes mais favorecidas (A e B) que chamaram a atenção dos telespectadores da classe média ascendente (C e D), inclusive do público masculino, que até então se dizia pouco interessado em telenovelas. Realmente, a “modernidade” e a “sofisticação”, identificadas com os hábitos de consumo dos mais endinheirados, os principais beneficiados do modelo econômico adotado no país

²⁶⁵ Idem.

²⁶⁶ LEAL, Ondina Fachel. **A Leitura Social da Novela das Oito**. Petrópolis: Vozes, 1986, p.85.

²⁶⁷ Idem, ibidem.

²⁶⁸ SESSO, Vicente apud SAVIANO, Lorient Plantullo. Quem tem medo de escrever telenovelas? **Folha de São Paulo**. São Paulo, 16/04/1974. p.73. Acervo do Arquivo Multimeios – Centro Cultural de São Paulo – Pasta Material Jornalístico 3717.

durante a Ditadura Militar, reproduzidas em imagens de ótima qualidade, ainda mais se comparada à das concorrentes, atraíam os telespectadores que sonhavam em fazer parte da “festa do milagre”.

Dessa forma, a telenovela moderna começava a ser uma amostra da “sofisticação” e “modernidade” presente nas classes A e B urbanas brasileiras. E isso se fez presente, principalmente, em duas telenovelas do horário das 22 horas do período, que tinham como público-alvo, justamente, esse público. *Assim na Terra como no Céu*, escrita por Dias Gomes e exibida entre 20 de julho de 1970 e 23 de março de 1971²⁶⁹, foi, segundo o próprio autor, “uma crítica bem-humorada ao estilo de vida ipanemense, com seus boas-vidas e seus cafajestes”²⁷⁰, ou, como o dramaturgo baiano definiu, de forma menos sucinta, na época:

Uma crônica de um certo estilo de vida de um determinado grupamento humano da Zona Sul carioca – República de Ipanema, Território Livre do Leblon, Selva de Copacabana e adjacências -, com sua fauna conhecida de paqueras, vigaristas, boas-vidas, garotas-de-ipanemas e homossexuais ²⁷¹.

O grande protagonista da trama era a classe alta e média alta do Rio de Janeiro, tendo como personagens de maior destaque um ex-padre que abandona o hábito para se casar (Vitor, interpretado por Francisco Cuoco), mas cuja esposa (Nívea – Renata Sorrah) é misteriosamente assassinada; um milionário falido que tenta manter seu estilo luxuoso de vida através de pequenos golpes (Renatão – Jardel Filho), tendo a cumplicidade de seu “aprendiz na malandragem”, um jovem de classe média que sonhava ser milionário sem fazer muito esforço (Samuca – Paulo José); uma filha de banqueiro neurótica e inconseqüente (Helô – Dina Sfat), entre outros personagens que não se enquadram no estereótipo do herói ou do vilão tradicional dos melodramas latino-americanos²⁷². Logicamente, *Assim na Terra como no Céu*, com tantos personagens polêmicos e distantes do bom caratismo, chamou a atenção da Censura, obrigando Dias Gomes a suavizar um pouco as ações de seus personagens²⁷³.

Porém, o que chamou mais a atenção da imprensa especializada e do público foi,

²⁶⁹ Resumo da telenovela *Assim na Terra Como no Céu*. In: www.memoriaglobo.com.br, acesso em 23/12/2009.

²⁷⁰ GOMES, Dias. **Apenas um Subversivo – Autobiografia**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998, p.258.

²⁷¹ Retrato Carioca. In: **Revista Veja**, nº 104, São Paulo, 02/09/1970, p.78.

²⁷² Resumo da telenovela *Assim na Terra Como no Céu*. Op.cit.

²⁷³ Retrato Carioca. Op.cit, p.78.

justamente, dar um tratamento realista na representação da classe média alta carioca, algo ainda incomum na época. E, apesar de retratar esse estilo de vida de maneira crítica, Dias Gomes acabou, involuntariamente, sendo um dos pioneiros na telenovela em propagar os modos de vida e, principalmente, os hábitos de consumo de uma determinada elite urbana brasileira. Personagens como Renatão e Samuca, apesar de suas atitudes imorais durante a trama, tornaram-se aqueles com os quais a maior parte dos telespectadores da trama se identificavam, e isso decorreu não apenas devido às boas atuações de Jardel Filho e Paulo José ou a um leve toque de humor inserido na ação dos referidos personagens, mas também pelo estilo de vida deles, ambicionados por boa parte da população. A revista *Veja* publicou algumas reportagens sobre a telenovela, descrevendo a maneira de como era a vida desses dois anti-heróis: “*Renatão (...) provoca inveja por um estilo de vida oscilante entre o uísque, o caviar, e a champanha e acorda ao meio-dia para ir à praia*”²⁷⁴. Em outra matéria publicada alguns meses depois, Renatão tem seu estilo de vida descrito mais detalhadamente:

É um quarentão desquitado, boa-vida, que mora num duplex com mordomo em Ipanema. Dono de cavalos de corrida, ações na Bolsa de Valores e de uma farta dose de imaginação que ajuda a matar o tempo de uma vida ociosa que se resume em paquerar e se divertir²⁷⁵.

Já Samuca, que não tinha a mesma posição social do que seu “mestre” Renatão, sendo na realidade um jovem que tentava ascender socialmente sem muito esforço (na realidade, um *Beto Rockefeller* carioca), foi descrito da seguinte maneira nessa mesma reportagem:

Samuca é um penetra desajeitado que transita pelas rodinhas da Zona Sul carioca, com o objetivo puro e simples de sobrevivência, mas longe do trabalho (...) sem dúvida, é um dos garotões bronzeados que pela manhã enchem as praias de Copacabana ao Leblon e passam o dia na base da batata-frita, do mate e da rodinha de amigos. E à noite, esperando o sol do dia seguinte, passeiam em festas e mesas de botequins, como caronas de amigos mais dotados pelo dinheiro²⁷⁶.

Dessa forma, ao retratar o modo de vida das classes mais favorecidas do Rio de Janeiro, a telenovela propagou o estilo luxuoso e consumista dessa camada social, o

²⁷⁴ Idem, *ibidem*.

²⁷⁵ Os Anti-Heróis. In: **Revista Veja**, nº119, São Paulo, 16/12/1970, p.84.

²⁷⁶ Idem, *ibidem*.

mercado consumidor que realmente importava para os publicitários para divulgar seus produtos, marcas, maneiras e formas de consumir. E, esse retrato que, na intenção do autor deveria ser crítico, mas que, dentro dos objetivos comerciais da emissora teria a função de ser um veículo publicitário através do *merchandising* (propaganda inserida dentro da própria narrativa), foi interpretada de maneira diversa pelos telespectadores que não faziam parte desse mundo elitista, sendo essas tramas percebidas como um mediador entre as elites e as classes populares, onde essas últimas poderiam aprender e se apropriar, à sua maneira, dos hábitos e costumes dessa elite beneficiada pelo progresso do país²⁷⁷. Dessa forma, a telenovela, conforme teorizaram Maria Immacolata Lopes, Silvia Borelli e Vera da Rocha Rezende, tornou-se um fomentador de “*um repertório compartilhado de representações identitárias*”²⁷⁸.

E, seguindo o caminho traçado por *Pigmaleão 70* e *Assim na Terra como no Céu*, tivemos *O Cafona*, telenovela escrita por Bráulio Pedroso, o mesmo autor de *Beto Rockfeller*, que fez sua estréia na Rede Globo nessa trama exibida às 22 horas, substituindo a telenovela de Dias Gomes. Transmitida em rede nacional entre 20 de março e 20 de outubro de 1971, a trama principal era a história de um ascendente social, Gilberto Athayde (Francisco Cuoco), dono de uma rede de hipermercados no Rio de Janeiro, que desejava ser aceito na alta sociedade e, para isso, achava essencial ter aulas de etiqueta para se portar perante os ricos. Em tom de comédia e ironia (característico da obra de Bráulio Pedroso), a trama era inspirada, justamente, naqueles que conseguiram enriquecer na época do “milagre econômico”. Segundo o próprio autor, *O Cafona*: “*É uma história de um novo rico, um desses caras que beijam a mão de mulher solteira, botam pedra de gelo em vinho tinto e foi inspirada no dono das Casas da Banha*”²⁷⁹. Lembrando que as Casas da Banha era um dos principais hipermercados brasileiros do início da década de 1970 com lojas nas principais cidades brasileiras.

O Cafona tinha grandes similaridades com *Pigmaleão 70* e *Assim na Terra como no Céu*. Com a primeira havia em comum a temática da ascensão social e das formas simbólicas de como ser aceito na alta sociedade, sendo sintomática a presença de Tônia Carrero nas duas tramas, interpretando personagens muito similares. Na telenovela de

²⁷⁷ Sobre a teoria das mediações, ver MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** – comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006, p.309.

²⁷⁸ LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a Telenovela** – mediações, recepção e teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002, p.23.

²⁷⁹ De Beto a Balzac. In: **Revista Veja**, nº 129, São Paulo, 24/02/1971, p.61.

Bráulio Pedroso, Carrero interpretou Beatriz, uma ex-esposa de milionário que se ocupava exclusivamente em ir a festas para aparecer nas colunas sociais e que se apaixonava por Gilberto Athayde e decide, então, ensiná-lo a se comportar na alta sociedade²⁸⁰. Em suma, Beatriz teve uma função semelhante à de Cristina de *Pigmaleão 70*, ou seja, ensinar um ascendente social a se comportar nas festas e nos espaços dos ricos e milionários. Já com a trama de Dias Gomes, *O Cafona* retratava o *high-society* carioca e a juventude de classe média alta da Zona Sul do Rio de Janeiro, com seus modos de vida, de consumo, e modismos.

Ao concentrar a ação das tramas no universo da classe média ascendente e sua relação com o mundo do *high-society*, a direção da Rede Globo visava conquistar a audiência, justamente desse estrato social. Mas, como o próprio Daniel Filho admitiu, as telenovelas, apesar de visarem a conquista de um público-alvo determinado pelas pesquisas de opinião, na realidade ela tinham como objetivo conquistar toda a audiência possível²⁸¹. Dessa forma, ao criar uma identidade com um público-alvo, ela acabou se identificando com o público massivo, independente de sexo, raça ou condição social, criando uma identidade nacional através da telenovela, como abordou Mônica Kornis²⁸². Mas, qual seria o elemento fomentador dessa identidade? Aqui, considero interessante a perspectiva levantada por Esther Hamburger, que defende a ideia de que as telenovelas contribuíram “*para legitimar a noção de que a inclusão social plena poderia se dar através do consumo*”²⁸³.

Portanto, levanto aqui a hipótese de que a telenovela moderna produzida e exibida pela Rede Globo de Televisão tornou-se um agente mediador da construção de uma identidade nacional, sendo essa baseada na crença de que a ascensão social é possível a todos, materializada não apenas através do enriquecimento, mas sim com a adoção de determinados padrões de consumo privilegiados pelas classes mais favorecidas. E, dentro de um contexto marcado pelo “milagre econômico” da Ditadura Militar, ela tornou-se um fator (no plano do imaginário) de integração das classes populares e das regiões menos desenvolvidas à modernização e ao desenvolvimento do país. Dessa forma, como apontaram Armand e Michele Matellart, as telenovelas provocaram a reflexão, o debate transclassista, mas não perderam o seu caráter comercial, sendo, para a emissora, primeiramente, uma

²⁸⁰ Resumo da telenovela *O Cafona*. In: www.memoriaglobo.com.br, acesso em 23/12/2009.

²⁸¹ FILHO, Daniel. **O Circo Eletrônico- Fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p.345.

²⁸² KORNIS, Mônica Almeida. **Uma História do Brasil Recente nas Minisséries da Rede Globo**. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação. São Paulo: ECA/USP, 2000, p.20.

²⁸³ HAMBURGER, Esther. Op.cit., p.71.

mercadoria que deveria proporcionar lucros²⁸⁴.

E, dentro dessa perspectiva, analisaremos um dos principais sucessos da Rede Globo de Televisão no início da década de 1970, a telenovela *Irmãos Coragem*, onde a utopia da ascensão, inclusão e integração social está bem presente na narrativa, sendo fatores essenciais para a solidificação do papel da telenovela como um meio de mediação social, responsável pela formatação de uma identidade nacional cuja base é a crença na possibilidade de inclusão social por meio da inserção na sociedade de consumo. Mas isso é um tema para o próximo capítulo...

²⁸⁴ MATELLART, Michele; MATTELART, Armand. **O Carnaval das Imagens – A ficção na TV**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989, p.113.

CAPÍTULO 3

“IRMÃOS, É PRECISO CORAGEM!” – UMA IDENTIDADE ATRAVÉS DO MITO DA INCLUSÃO SOCIAL

Nesse capítulo, analisaremos a telenovela *Irmãos Coragem*, levando em conta não apenas o conteúdo da obra, mas também o contexto que marcou a sua produção, marcado pelo autoritarismo da Ditadura Militar e pela política econômica adotada por ela, que proporcionou ao país uma fase de crescimento econômico, conhecida como “Milagre Brasileiro”, pelo desejo de realização da integração nacional por parte da Ditadura Militar, pelos objetivos de formar um mercado consumidor unificado por parte dos agentes do capitalismo monopolista em nosso país, pela conquista da hegemonia no campo televisivo por parte da Rede Globo e pela gênese da telenovela moderna na referida emissora, cujo processo provocou um dilema centrado na discussão do papel social que o gênero (e, por tabela, a televisão) deveria assumir.

Na primeira parte do capítulo, abordarei o contexto político-econômico-social da época, marcado por uma mentalidade desenvolvimentista, da qual a TV Globo calcou a sua imagem e, dessa forma, conseguiu conquistar a liderança da audiência televisiva em todo país.

Já a segunda parte se concentrará no debate que marcou o campo da telenovela durante a década de 1970, centrado na discussão sobre qual a função social que a telenovela deveria assumir, tendo em vista a grande audiência conquistada em todo o país. A entrada de dramaturgos de esquerda no campo e a conquista da hegemonia por parte deles, referendada pelo apoio da crítica especializada, desejosa de ver na televisão a inserção de temáticas sociais, fez com que autores oriundos da radionovela e formados de acordo com os padrões da teledramaturgia tradicional latino-americana, como Janete Clair, se sentissem pressionados a introduzirem tais abordagens ao seu estilo, até então voltado exclusivamente ao entretenimento, para não serem marginalizados dentro do campo, apesar de ainda terem certo prestígio dentro das emissoras devido aos bons índices de audiência que suas tramas alcançavam. Dessa forma, a autora de *Irmãos Coragem* tentava se adequar à essa realidade para poder sobreviver no mercado de trabalho e ser incluída entre o grupo de autores mais respeitados pelos intelectuais e pela imprensa.

Em seguida, na terceira parte, abordarei a fase de produção de *Irmãos Coragem*, enfatizando as contradições existentes nesse processo em que o objetivo era produzir uma

telenovela que, sem esquecer a função de entreter o público, deveria tentar adquirir a respeitabilidade da crítica, que desprezava o gênero de maneira geral.

Por fim, analisarei a trajetória dos principais personagens de *Irmãos Coragem*, centrando-se no papel heróico que esses personagens, teoricamente gente comum do povo, adquiriu, tomando a história proporções míticas, onde a TV, através dos personagens da ficção, mediava relações sociais e gerava uma nova noção de sociedade, moderna e atenta com o mundo, onde todos podem conquistar a inclusão social através de sua inserção na sociedade de consumo em que todas as diferenças são respeitadas, mas diluídas.

3.1. DA INTEGRAÇÃO À INCLUSÃO: A TELENÓVELA CONSOLIDA-SE COMO UM MEIO DE MEDIAÇÃO SOCIAL

A telenovela moderna produzida pela Rede Globo de Televisão se consolidou como um meio de mediação social, construtora de uma identidade nacional centrada na crença de que a integração social se dava através da inserção na sociedade de consumo, com a telenovela *Irmãos Coragem*, exibida entre 08 de junho de 1970 a 12 de junho de 1971, conseguindo quebrar os recordes dos índices de audiência televisiva em todo o país. Para se ter ideia desse sucesso, a audiência média, segundo o IBOPE, chegou a 70 pontos no Rio de Janeiro, o que equivalia a cerca de 90% dos aparelhos de televisão ligados no horário das 20 horas, superando o sucesso de *O Direito de Nascer*, até então a telenovela recordista em audiência²⁸⁵.

Irmãos Coragem foi produzida em um contexto marcado, principalmente, pela necessidade que a Ditadura Militar impunha a si mesma de realizar a integração nacional, essencial para estimular o desenvolvimento e a modernização do país. O progresso deveria ser usufruído em todo o país, sendo isso essencial para a sua segurança, conforme o pensamento do general Golbery do Couto e Silva, principal ideólogo da Ditadura Militar, perceptível no trecho transcrito a seguir:

Aumenta dramaticamente o perigoso desnível entre as várias regiões do país, exacerbando os contrastes e criando zonas marginais e áreas-problemas - uma periferia nitidamente subdesenvolvida em derredor de alguns núcleos vigorosos de elevado ritmo de expansão econômica. Mas, no que mais importa, esse desenvolvimento pela industrialização (...) implicará em benefício da unidade e da coesão nacionais, na articulação cada vez mais sólida das diversas porções do amplo domínio,

²⁸⁵ A coragem vence. In: **Revista Veja**, nº 103, São Paulo, , 26/08/1970, p. 68.

mesmo as mais distantes excêntricas, a núcleos propulsores radicados no próprio território e, sobretudo, orientado por genuínos propósitos nacionais²⁸⁶.

E os militares acreditavam que a televisão poderia ser um meio de comunicação eficiente para propagar o ideal de modernização e o progresso para todo país. Como percebeu Antonio Rago Filho ao analisar a Doutrina da Escola Superior de Guerra, a televisão e os meios de comunicação de massa teriam um papel importante na propagação do ideal desenvolvimentista para a sociedade brasileira:

É interessante reter das orientações esguianas, que a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação de massas, o efeito-demonstração das imagens do amelhoramento da vida das populações em contraste com a situação de pobreza e miserabilidade engendrada por nosso subdesenvolvimento, possibilita também adensar o conjunto da população brasileira visando a superação do subdesenvolvimento brasileiro²⁸⁷.

E foi objetivando utilizar os meios de comunicação para integrar o país ao ideal de “*desenvolvimento acelerado e máxima segurança*”²⁸⁸ pregado pela Ditadura Militar que os militares investiram nas telecomunicações através da EMBRATEL (Empresa Brasileira de Telecomunicações), que através do sistema microondas e da transmissão via satélite possibilitavam a transmissão de televisão em rede nacional para todo o país, como já vimos no capítulo anterior. Dessa forma, segundo Renato Ortiz: “*A ideia de ‘integração nacional’ é central para a realização desta ideologia que impulsiona os militares a promover toda uma transformação na esfera das comunicações*”²⁸⁹, sendo tal política perceptível, principalmente, a partir do início de um período marcado por altas taxas de crescimento na economia, dando a impressão de que, finalmente, o país alcançaria seu lugar entre as nações desenvolvidas capitalistas.

Tal fase, conhecida como “milagre brasileiro”, foi resultado de uma política econômica onde, segundo Francisco Oliveira, se privilegiava no aquecimento do chamado Departamento III da economia, formado por produtores de bens de consumo duráveis

²⁸⁶ COUTO E SILVA, Golbery. **Conjuntura Política Nacional, o Poder Executivo e Geopolítica do Brasil**. 2.ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1981, pp.71-72.

²⁸⁷ RAGO FILHO, Antonio. **A Ideologia 64: os Gestores do Capital Atrófico**. Tese de Doutorado. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 1998, p.160.

²⁸⁸ Idem, p.164.

²⁸⁹ ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira – Cultura Brasileira e Indústria Cultural**. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 2001, p.118.

(eletrodomésticos, automóveis, etc), cuja produção era voltada, principalmente, para o consumo da classe privilegiada e da classe média, que constituía um mercado extremamente lucrativo²⁹⁰. Mas, em contrapartida, ao privilegiar esse Departamento, para garantir a rentabilidade da indústria produtora desses bens e, ao mesmo tempo, o crescimento acelerado da economia, era fundamental a diminuição do ganho real da classe trabalhadora, que não usufruía com a mesma intensidade as dádivas do “milagre”²⁹¹. Em suma, como bem definiu Octávio Ianni, ao mesmo tempo em que o sistema econômico estimulava o consumismo das classes médias, através da concessão de créditos por parte das agências financeiras estatais e privadas, a classe trabalhadora sofria com o chamado “arrocho salarial”, ou seja, a estagnação do salário da classe trabalhadora e a consequente diminuição de seu poder aquisitivo, o que contribuiu para aumentar as diferenças sociais entre as classes privilegiadas e as menos favorecidas²⁹².

Porém, o potencial integrador, construtor de uma identidade coletiva da televisão, foi demonstrado não por uma telenovela ou outro programa televisivo, mas sim por uma conquista esportiva acompanhada entusiasticamente por milhões de telespectadores. A conquista do terceiro título da Copa do Mundo de Futebol, disputada no México, em 1970, atraiu a atenção da maior parte da população, inclusive daqueles que não simpatizavam com o chamado “esporte bretão” ou que temiam a utilização dessa conquista como meio de propaganda por parte dos militares. E tal aglutinação social em torno de um evento só foi possível através da televisão, pois, como apontou Marcos Guterman, esse meio de comunicação foi determinante para a união de toda a sociedade, em todas as regiões do país, em torno de uma seleção de futebol, pois esse foi o primeiro evento esportivo transmitido ao vivo, em rede nacional²⁹³. Portanto, através da televisão conseguiu-se, com sucesso, integrar toda a sociedade, independente de classe social, em torno de um único objetivo e de uma única emoção, contribuindo para a formatação de uma identidade.

E foi nessa conjuntura que a Rede Globo produziu e exibiu *Irmãos Coragem*, cuja trama teve um efeito semelhante aquele provocado pela transmissão da Copa do Mundo de Futebol de 1970, isto é, conseguiu integrar a nação em torno de uma única emoção, estimulada pelo drama dos personagens, que eram bem similares aos dramas pelos quais a

²⁹⁰ OLIVEIRA, Francisco. Padrões de acumulação, oligopólios e Estado no Brasil (1950-1976). In: **A Economia da Dependência Imperfeita**. Rio de Janeiro: Graal, 1980, p.100.

²⁹¹ Idem, p.101.

²⁹² IANNI, Octávio. **A Ditadura do Grande Capital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981, p.158.

²⁹³ GUTERMAN, Marcos. **O Futebol explica o Brasil: o caso da Copa de 70**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2006, pp.116-117.

maior parte da população passava naquele momento. Tal papel foi reconhecido, inclusive, por quem participou da telenovela, cujas memórias valorizam o fato de *Irmãos Coragem* ter alcançado índices de audiência superior ao da final da Copa do Mundo que consagrou a seleção de Pelé, Tostão, Rivelino e Cia²⁹⁴. Mas, antes de examinarmos mais de perto a trama escrita por Janete Clair, nos deteremos aqui um pouco mais na imagem que a Rede Globo construiu em torno dela nesse período, em sintonia com os anseios de progresso e modernidade que prevaleciam na sociedade brasileira e, por fim, na solidificação da função de mediadora social na construção de uma identidade nacional que a telenovela moderna passou a exercer, analisando qual o conteúdo de tal identidade.

Como já abordamos no capítulo anterior, a Globo passou a investir pesadamente na produção de sua programação e, principalmente, nas telenovelas. Beneficiada pelo acordo com a Time-Life e com o dinheiro do seguro recebido pelo incêndio que destruiu os estúdios que a emissora mantinha na cidade de São Paulo ocorrido em 1969²⁹⁵, a emissora pode investir em um maquinário de última geração, lhe dando uma vantagem perante as concorrentes e se tornando um símbolo de um país em desenvolvimento. Dessa forma, foi possível dar requintes de superprodução às telenovelas, sendo *Irmãos Coragem* uma das primeiras que receberam tal tratamento, pois foi a pioneira, na emissora, em contar com uma cidade cenográfica, erguida na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, sendo ela, segundo Estevão Lukacs Júnior, um símbolo da capacidade narcisística-ufanista da Rede Globo de Televisão em produzir uma telenovela grandiosa que ultrapassava em termos de qualidade técnica as concorrentes latino-americanas²⁹⁶. Dessa forma, a Globo ingressava nos sonhos progressistas que embalavam a maior parte da sociedade brasileira, em uma época em que o país alcançava conquistas no campo econômico e esportivo, dando combustível à imagem de “Brasil Grande” que os militares queriam construir.

E para firmar essa imagem de uma empresa moderna brasileira, era necessário romper definitivamente o vínculo com a Time-Life. Na realidade, como já vimos anteriormente, o acordo já estava prestes a ser desfeito no final da década de 1960, mas o

²⁹⁴ Ver FILHO, Daniel. **Antes que me esqueçam**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1988, p.154, e MEIRA, Tarcísio. Uma Senhora Muito Exigente. In: OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio (org). **50/50 – 50 Anos de TV no Brasil**. São Paulo: Globo, 2000, p.245.

²⁹⁵ Sobre a importância do pagamento do seguro do incêndio dos estúdios da Globo em São Paulo para a manutenção da saúde financeira da emissora e a utilização desse capital como investimento em equipamentos importados de última geração, ver CLARK, Walter. **O Campeão de Audiência – Uma Autobiografia**. São Paulo: Best Seller, 1991, p.

²⁹⁶ LUKACS JUNIOR, Estevão. **Pecado e Coragem** – Modernidade, Telenovela e Ideologia (1969-1977). Tese de Doutorado em História. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1995, p.222.

grupo de mídia carioca necessitava de recursos para comprar a parte do grupo norte-americano e assumir totalmente o controle da emissora de televisão. Os recursos advindos do aumento dos investimentos publicitários na emissora, consequência da conquista da audiência, permitiu que isso fosse concretizado em 1971, sendo tal fato explorado como propaganda pela própria emissora, que desejava assumir uma imagem de empresa 100% nacional. Isso pode ser percebido pelos depoimentos dados por Roberto Marinho à imprensa na época. Em uma entrevista dada à revista *Veja*, o empresário carioca enfatizou a importância do papel executado pela empresa para os interesses do país:

Fizemos contratos de assistência técnica e de financiamento com a organização Time-Life. Embora feitos estritamente dentro das leis brasileiras então em vigor, como reconheceram a Justiça e os dois primeiros presidentes da Revolução, marechais Castello Branco e Costa e Silva, que os aprovaram, as duas partes acharam que deviam afastar-se uma da outra e cancelar os acordos. As negociações para isso estão em fase final. Dentro de alguns dias anunciaremos esse acontecimento, sem dúvida de maior importância para o futuro da Rede Globo, a qual estende-se cada vez mais por todo o país, cumpre esplendidamente sua patriótica missão em defesa dos mais puros interesses nacionais²⁹⁷.

Em julho de 1971, quando o contrato entre as empresas de comunicação brasileira e norte-americana foi rescindido, Roberto Marinho escreveu um artigo no jornal *O Globo*, celebrando o acontecimento, enfatizando o esforço realizado em construir no país uma emissora de televisão moderna, com a mesma qualidade das televisões dos países desenvolvidos do mundo capitalista:

E o resultado de toda essa luta? Está aí: é a TV Globo, estação líder em todo o País, que leva diariamente aos seus milhões de ouvintes [sic] imagem e som, realizando valiosa obra de divulgação e informação e cultura, como de entretenimento. É um empreendimento genuinamente nacional. E não apenas agora, mas desde o início, em todos os momentos de sua existência, jamais havendo tido qualquer orientação externa quanto à sua orientação, informação e gestão geral (...) Quero agradecer muito vivamente às autoridades de meu País pela compreensão que manifestaram quanto à minha posição e a da TV Globo, reverenciando a memória dos Presidentes Castelo Branco e Costa e Silva, e agora o eminente Presidente Garrastazu Médici (...) O que importa neste momento é constatar o que foi realizado. É saber que o País está dotado de televisão da mesma qualidade que as mais modelares do mundo. É principalmente saber que essa empresa goza do maior apoio e simpatia

²⁹⁷ MARINHO, Roberto. O dono da TV que cresce. In: **Revista Veja**, nº 133, São Paulo, 24/03/1971, p.60.

populares. Seus milhões e milhões de ouvintes {sic} são brasileiros autênticos, que diariamente se ligam à estação predileta, e que a distinguem com uma preferência que nos orgulha a todos, dirigentes, técnicos, artistas, empregados (...) que dedicam seus esforços na realização desse notável empreendimento. É obra de brasileiros para brasileiros. E para a maior integração do nosso Brasil²⁹⁸.

Dessa forma, a integração nacional, segundo o pensamento de Roberto Marinho, estaria ocorrendo através do progresso e do desenvolvimento do país, dentro dos padrões do capitalismo moderno, multinacional e monopolista. Por isso, Renato Ortiz fala de uma “*identidade internacional popular*”, que seria, na realidade, o núcleo constituinte da identidade nacional moderna, ou, em outras palavras, a adequação dos padrões culturais nacionais à cultura internacionalizada tida como moderna, tornando-a similar às identidades culturais dos países capitalistas desenvolvidos²⁹⁹. Com isso, a produção televisiva e, principalmente, seu carro-chefe, a telenovela, se tornou um símbolo da modernização brasileira, sendo ela, ainda na década de 1970, exportada para todo o mundo. E tal fato foi utilizado como propaganda pela emissora, com o objetivo de construir uma imagem conectada com o progresso alcançado pelo país, como é perceptível nesse trecho do anúncio publicitário vinculado na Revista *Veja*, em novembro de 1971:

Alguma coisa está mudando. Antes você via novelas que vinham de Cuba, os velhos dramalhões que usted jamais olvidará. Agora, até o México vê as novelas que você já viu aqui (...) *Véu de Noiva* e *Irmãos Coragem* tiveram seus scripts comprados por eles (...) Tudo isso é tão bom que este anúncio acabou virando uma carta aberta para o Ministro Delfim Netto. Porque acabamos de falar aqui de um novo produto brasileiro de exportação: programas de TV³⁰⁰.

E o recado dado ao Ministro da Fazenda da época foi ouvido pelo governo, tanto que, anos depois, a Globo passou a integrar as comitivas presidenciais em suas viagens ao exterior, onde a empresa fazia propaganda dos feitos econômicos da Ditadura Militar, ao mesmo tempo em que fechava negócios no mercado externo, sendo que uma dessas viagens, a do presidente Ernesto Geisel ao Japão, em setembro de 1976, ganhou destaque no Boletim de Programação da emissora, sendo ela responsável pela produção de um programa especial exibido pela rede de televisão japonesa Fuji sobre o Brasil onde as cenas de diversas

²⁹⁸ MARINHO, Roberto. A TV Globo e o Grupo Time-Life. Op.cit. Disponível in: memoriaglobo.globo.com/Memóriaglobo/upload/artigo_rm_02.html, acessado em 11/05/2009.

²⁹⁹ ORTIZ, Renato. Op.cit., pp.205-206.

³⁰⁰ REDE GLOBO DE TELEVISÃO. Geração de Qualidade. In: **Revista Veja**, n.167, São Paulo, 17/11/1971, pp.20-21.

telenovelas foram inseridas para demonstrar o grau de sofisticação técnica da emissora brasileira, sendo ela associada tanto aos aspectos da cultura brasileira mais reconhecidos no exterior (bossa nova, samba, futebol) quanto ao progresso que o país vinha alcançando³⁰¹. Mas, de que maneira tal identidade foi entendida e assimilada pela sociedade, principalmente entre os excluídos do sistema e, conseqüentemente, dos benefícios do “Milagre Brasileiro”?

Em março de 1971, a Rede Globo de Televisão já havia alcançado a liderança da audiência em todas as localidades onde a sua imagem era captada por aparelhos de televisão, ou seja, no Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Bauru (interior do Estado de São Paulo), Brasília, Porto Alegre, Blumenau, Fortaleza, Curitiba, Salvador e Belém do Pará, sendo que tal sucesso abria a perspectiva, para os dirigentes da emissora, de se expandirem ainda mais pelo país, conseguindo um maior número de afiliadas³⁰². A emissora superava as barreiras regionais e conseguia o sucesso tendo como base a mesma programação exibida para todo o país, tendo as telenovelas um grande papel nesse processo, sendo que através delas se conseguia integrar o país, apesar de todas as dificuldades, como foi constatado por um outro veículo de mídia que desejava ter um alcance nacional na época, no caso, a Revista *Veja*: “*Um passe de mágica foi então fazer – e foi feito – com que novelas de sucesso no Sul repetissem a proeza no Norte e Nordeste, de costume e fala diferente*”³⁰³.

Mas, que “*passe de mágica*” foi esse? É aqui que a telenovela começou a exercer seu papel de mediador social tendo como base a crença de que as grandes desigualdades sociais poderiam ser resolvidas através da inserção na sociedade de consumo. O “*passe de mágica*” ao qual se refere à reportagem da *Veja* foi a integração na crença na possibilidade de ascensão social, no campo do imaginário, daqueles que Florestan Fernandes denominou de “*condenados do sistema*”, a parcela da população brasileira que vivia nas regiões mais pobres do país e estava excluída dos benefícios do “Milagre Brasileiro” e, dessa maneira, totalmente distante dos benefícios que a população urbana vinha alcançando e que achavam que uma das únicas alternativas para mudarem esse quadro poço favorável nas suas vidas era migrar para os grandes centros urbanos³⁰⁴. E muitos deles foram atraídos para os centros

³⁰¹ O Brasil na TV japonesa. In: **Boletim de Programação da Rede Globo de Televisão**, Rio de Janeiro, n.194, 25/09 à 01/10/1976, pp.2-3.

³⁰² Metade homem, metade TV – Walter Clark e a Rede Globo, ou vice-versa. In: **Revista Veja**, nº133, São Paulo, 24/03/1971, pp.60-61.

³⁰³ Idem, ibidem.

³⁰⁴ FERNANDES, Florestan. Anotações sobre o capitalismo agrário e a mudança social no Brasil. In: SZMRECSANYI, Tomás; QUEDA, Oriowaldo. (Orgs.). **Vida Rural e Mudança Social**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1976, pp.116-117.

urbanos através das imagens modernas transmitidas em rede nacional de televisão.

A televisão foi um dos agentes responsáveis pela integração da sociedade tradicional rural aos centros urbanos modernos inseridos na sociedade de consumo. Segundo João Manuel Cardoso Melo e Fernando Novais, a televisão foi essencial para atrair muitos migrantes que sonhavam em realizar o “milagre da ascensão social” para os principais epicentros do desenvolvimento do país, as grandes metrópoles (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre)³⁰⁵. Dessa forma, a televisão foi essencial para a propagação de uma crença social coletiva, denominada por Eunice Durham de “*necessidade de ascensão social*”, onde a maior parte da população, principalmente a parcela que migrava do campo para as grandes cidades, considerava que melhorar o padrão de vida era algo obrigatório, uma condição indispensável para a própria sobrevivência³⁰⁶. E essa massa de migrantes considerava que estava conseguindo ascender socialmente mesmo empregando-se em funções subalternas e mal remuneradas, pois só o fato de viver na cidade, onde tudo era moderno, já era um sinal de progresso em suas vidas³⁰⁷.

Essa atração da população das regiões mais pobres pelos grandes centros urbanos aumentou ainda mais com a ação mediadora da televisão e, mais precisamente, da telenovela, que atuou na visão desses telespectadores, como um verdadeiro mostruário da vida moderna, e, dessa forma, agiu como um agente conscientizador dessa população menos favorecida sobre as difíceis condições do seu cotidiano. E tal função social da telenovela foi percebida pelos autores das tramas, como no caso de Dias Gomes, que considerava que na televisão havia conseguido realizar o que sua geração de dramaturgos havia tentado com o teatro, ou seja, conscientizar a população sobre a sua realidade social³⁰⁸. Segundo o dramaturgo baiano, as imagens de prosperidade das metrópoles ajudavam a conscientizar a população interiorana sobre a condição de miséria a qual estavam condenadas pelo sistema:

Por mais censurada que ela seja, a novela passa informações. Hoje em dia, o caboclo do interior do Amazonas sabe como se vive no Rio, em Ipanema, em São Paulo. Sabe como as pessoas do sul vivem, seu nível de vida, o que possuem e tudo isto conscientiza. Antigamente ele não podia

³⁰⁵ MELLO, João Manuel Cardoso; NOVAIS, Fernando. Capitalismo Tardio e Sociabilidade Moderna. In SCHWARZ, Lilia Moritz; NOVAIS, Fernando (orgs.) **História da Vida Privada no Brasil** – Contrastes da Intimidade Contemporânea. V.4. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 581.

³⁰⁶ DURHAM, Eunice. **A caminho da cidade**. São Paulo: Perspectiva, 1973, pp.113-114.

³⁰⁷ MELLO, João Manuel Cardoso; NOVAIS, Fernando. Op.cit., p.574.

³⁰⁸ RIDENTI, Marcelo. **Em Busca do Povo Brasileiro** – Artistas da Revolução, do CPC à Era da TV. Rio de Janeiro: Record, 2000, pp.329-330.

estabelecer um paralelo entre a sua vida, seu desconforto pessoal e o conforto das grandes cidades. Isto não lhe dá uma consciência?³⁰⁹

E exercendo esse papel de mediador social, a telenovela e a televisão fizeram algo diferente do que havia sido imaginado tanto pela Ditadura Militar como pelos agentes do capitalismo monopolista internacional. O governo achava que a televisão poderia despertar a população interiorana para o trabalho, com o objetivo de levar o progresso para o interior. Já as agências de publicidade, responsáveis pelo *marketing* de produtos e marcas das empresas multinacionais no país, queriam que o veículo fosse um instrumento para a unificação do mercado consumidor brasileiro, que tinha como público-alvo a classe média urbana e as elites, desprezando as camadas menos favorecidas da sociedade brasileira. Por outro lado, com a teledramaturgia tendo forte influência da dramaturgia nacional-popular, que tinha em si a utopia de construir uma sociedade mais justa e menos desigual, e mesmo do melodrama que, em sua linguagem, traz os anseios por justiça social, desenvolveu-se um gênero moderno de telenovela que, apesar das pressões exercidas tanto por governo como pelas emissoras, interessadas em atender as demandas do mercado publicitário, se tornou um meio por onde os telespectadores das camadas excluídas da população percebiam a diferença do seu padrão de vida com o das elites e classes médias dos centros urbanos, despertando na população brasileira a crença de que era possível a integração ou, usando um termo mais utilizado na atualidade, a inclusão social das camadas marginalizadas da população através de sua inserção na sociedade de consumo, tendo acesso ao estilo de vida e aos padrões de consumo da classe média urbana das grandes metrópoles brasileiras.

E a trama de *Irmãos Coragem* foi uma das primeiras a exercer essa função mediadora através das aventuras e desventuras de personagens que tinham como grande objetivo melhorar a sua condição de vida, conseguindo integrar-se no “sonho do Milagre”, sendo também uma das primeiras a conciliar elementos da telenovela tradicional com os da dramaturgia nacional-popular em um momento em que se vivia um dilema sobre a função social da televisão.

³⁰⁹ DURÃO, Vera Saavedra. Novela, a única invenção da TV brasileira. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28/09/1980. Folhetim, p.5.

3.2. JANETE CLAIR E O DILEMA SOBRE A FUNÇÃO SOCIAL DA TELENÓVELA

A gênese da telenovela moderna na Rede Globo de Televisão foi marcada por uma discussão centrada sobre a sua função social da telenovela, ocasionada pelo fato das tramas televisivas serem acompanhadas diariamente por milhões de telespectadores de todas as idades, classes sociais, etnias, etc, fazendo com que muitos se perguntassem sobre o papel que o gênero (e a televisão, de maneira geral) exercia na formação da sociedade brasileira e de que forma ela influenciava os comportamentos e hábitos da população.

Até a metade da década de 1960 tal dilema não existia. Como vimos no primeiro capítulo, a televisão era um meio de comunicação restrito apenas às classes privilegiadas dos grandes centros urbanos do país, e, por isso, não despertava a preocupação de nenhum setor da sociedade brasileira sobre a sua função social, pois sua influência era mínima. Além disso, os artistas de televisão, a maioria formada no rádio e influenciada pelo cinema norte-americano, encarava que o seu trabalho era apenas um meio de entreter e divertir o público. Segundo Renato Ortiz e José Mário Ortiz, a mentalidade predominante entre os artistas e produtores culturais ligados à indústria cultural está ligada a “*uma gigantesca ética do lazer*”, sendo a principal função de seu trabalho oferecer ao público-consumidor aquilo que ele procura, isto é, o simples divertimento³¹⁰. Dessa forma, não havia outro tipo de preocupação dos produtores de televisão da época do que apenas entreter os telespectadores. Porém, tal situação mudou com a crescente popularização da televisão, ocorrida já durante a Ditadura Militar, estimulada pela concessão de crédito ao consumidor feita pelas instituições financeiras, sendo isso parte do plano econômico adotado pelo governo e que, para muitos analistas, foi considerado um dos fatores que tornaram possível o grande crescimento econômico do período. Tal mudança foi percebida pelos produtores de televisão, principalmente através das críticas feitas pelos intelectuais feitas à programação televisiva, como vimos no capítulo anterior. Segundo Daniel Filho, que assumiu a direção do núcleo de telenovelas da Rede Globo em 1969:

No início não havia nenhuma preocupação com a função social da televisão. Ela foi se impondo aos poucos, era uma coisa muito cara, só acessível as famílias de alta renda. Quando os aparelhos ficaram mais baratos, ela se popularizou. Mas nós, que a fazíamos, continuamos a vê-la como um

³¹⁰ ORTIZ, Renato; RAMOS, José Mário. A Produção Industrial e Cultural da Telenovela. In: ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela-História e Produção**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1991, p.159.

mero veículo de divertimento. Só nos anos 60, com o advento da Ditadura, a televisão passou a ser assunto sério para os intelectuais, que antes contentavam-se em considerá-la uma coisa de mau gosto, principalmente por causa das novelas de sua crescente influência no comportamento do público³¹¹.

Como vimos no capítulo anterior, havia uma grande cobrança quanto à melhoria da qualidade da televisão, sendo que isso se devia, em parte, a uma reação dos críticos televisivos, porta-vozes do antigo público majoritário de televisão, quanto à popularização da programação televisiva, que visava conquistar a audiência daqueles que pela primeira vez poderiam adquirir um aparelho de TV, além da pressão da Ditadura Militar para que o referido meio de comunicação fosse o símbolo da modernidade que o país vinha alcançando, e das agências de publicidade, que desejavam a adequação do veículo como meio de alavancar o consumismo na sociedade. Mas, além desses fatores, havia a preocupação quanto ao papel que a televisão deveria assumir na formação educativa e cultural no país. Por isso, a cobrança feita sobre a programação televisiva e, mais precisamente, sobre a telenovela, aumentou consideravelmente, como pode ser percebida nessa matéria publicada pela revista *Veja*, em maio de 1969:

É difícil imaginar os heróis da telenovela carregando nos ombros o peso da educação brasileira e vivendo preocupados com o aprimoramento do gosto nacional. Mas também não se pode deixar que eles se tornem completamente irresponsáveis. Neste ano, somando as horas em que todos os brasileiros ficarão expostos às façanhas desses heróis (9 milhões de pessoas, meia hora por dia cada um, durante 320 dias), se obtém quase o mesmo número de horas de aula a que todos os alunos de todos os ginásios, científicos, clássicos e escolas normais assistirão durante o ano (3,2 milhões de alunos, três horas de aula por dia, durante 180 dias letivos). E o exemplo dos heróis, sua fantástica vida de esquemas e ilusões, sai do vídeo, mistura-se às aflições cotidianas do auditório mais ingênuo, produzindo outros dramas, geralmente cômicos, às vezes grotescos, trágicos.³¹²

Curiosamente, a defesa da telenovela como um meio exclusivamente de entretenimento para o público, na mesma reportagem, foi feita por Benedito Ruy Barbosa. Como vimos no Capítulo 1, o dramaturgo, quando exerceu a função de diretor de telenovelas da Colgate-Palmolive, tentou inserir alguns elementos da dramaturgia nacional-

³¹¹ FILHO, Daniel. **O Circo Eletrônico – Fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p.28.

³¹² Os Filhos do Direito de Nascer. In: **Revista Veja**, n. 35, São Paulo, 07/05/1969, p.30.

popular nas produções sob o patrocínio da referida indústria multinacional dos cosméticos e dos produtos de higiene feminina e que, anos depois, se notabilizaria por tramas que abordavam os problemas sociais brasileiros, como foram os casos de *Meu Pedacinho de Chão*, *Pantanal*, *Renascer*, *Rei do Gado*, entre outras. Contudo, na época, defendendo a posição da empresa em que trabalhava frente ao seu mais eficiente veículo de publicidade, afirmou que a última coisa com que a Colgate-Palmolive deveria se preocupar era com a educação da população brasileira, sendo que tal tarefa deveria ser exclusiva do governo:

O que os críticos queriam? Que a Colgate investisse 1 bilhão de cruzeiros, como está fazendo em *Algemas de Ouro*, procurando apenas criar um programa de educação ao gosto popular? Isso é problema da educação nacional, não nosso. Deve ser empurrado para as costas do governo, não da novela³¹³.

Porém, a pressão para que a telenovela exercesse uma função social voltada para a educação da população aumentou com a inserção de uma geração de dramaturgos comprometidos com o ideal de conscientização social na televisão, como vimos nos capítulos anteriores. Dramaturgos como Plínio Marcos, que atuou como ator em *Beto Rockfeller* e que seria autor de diversos Casos Especiais exibidos pela Rede Globo de Televisão durante a década de 1970, cobrava que seus colegas assumissem uma postura agressiva ao ingressarem na televisão, encarando o veículo não apenas como um meio onde poderiam buscar sua sobrevivência profissional, e sim para atuarem buscando conquistar a hegemonia dentro da televisão (no caso, no campo da telenovela) e, dessa forma, tornarem ela um veículo para a educação e conscientização do povo:

A telenovela é ruim assim porque os intelectuais deixaram que ela ficasse assim. E ela está aí para ficar. Quem quiser mudar que entre nessa briga. Tem muito intelectual metido a bacana, que pensa virar estátua, que se preocupa como o que a História vai dizer dele. Fica sonhando com a Academia e acha televisão um negócio sujo. Estes vão ficar falando sozinhos. Pra mim, o negócio é entrar na briga e partir pro pau!³¹⁴

E foi com tal postura que muitos dramaturgos de esquerda, vinculados à ideia de que sua arte deveria ultrapassar o simples entretenimento do público, atuando para a conscientização do público frente a realidade social do país e, dessa forma, exercendo uma

³¹³ BARBOSA, Benedito Ruy. Idem, *ibidem*.

³¹⁴ MARCOS, Plínio. Idem, *ibidem*.

função social educativa, ingressaram na televisão, no final da década de 1960 e início dos anos 1970, sendo que boa parte deles encontraram na Rede Globo um lugar onde poderiam continuar desenvolvendo seu trabalho. Mas, para conquistarem o seu espaço, esses dramaturgos tiveram que lutar para se imporem no campo da telenovela. O caso de Dias Gomes é exemplar quanto a isso. Contratado pela Globo em 1969, o dramaturgo baiano veio para a televisão com a expectativa de realizar ali o que tinha sido impossível de ser concretizado no teatro:

Eu pertencia a uma geração de teatrólogos que propôs um determinado tipo de teatro. Um teatro político e popular, de raízes nacionais. Toda essa geração, de repente, se viu frustrada e castrada. E, então, autores como eu se viram impossibilitados de continuar uma linha de pesquisa que era de aprofundamento da realidade brasileira. Como se fechava um caminho para quando me perguntei se eram realmente justos os meus preconceitos: se como autor que advogava o teatro para o povo, eu tinha o direito de me recusar para uma plateia de milhões de telespectadores. Senti que aquilo era um desafio e resolvi suar a camisa³¹⁵.

Mas, para fazer valer sua proposta de transformar a telenovela em um gênero que ultrapassasse o simples entretenimento, Dias Gomes teve que enfrentar diversas barreiras, decorrentes de sua posição de inferioridade dentro do campo da telenovela, algo semelhante ao que foi descrito por Pierre Bourdieu ao referir-se ao ressentimento que intelectuais de esquerda sentiam ao terem que seguir os padrões determinados pelas pessoas que detinham as posições de comando na indústria cultural³¹⁶, cuja função é manter determinados padrões estéticos e de linguagem consagrados pelo mercado, através dos índices de venda e de audiência, sendo tais fatores limitadores das tentativas de inovações no campo³¹⁷. A luta para impor-se no campo foi lembrada da seguinte maneira pelo dramaturgo baiano:

Se a TV é ruim, na verdade não é culpa dela. Não existe nenhum empecilho ou limitação de ordem estética para que não se realize nela uma obra de arte. As limitações são de ordem estrutural, a maneira como nós fazemos a TV. Minha evolução foi uma perseguição aos tabus. Quando comecei a fazer telenovela, nada era possível. Se queria fazer alguma coisa diferente, me diziam: “O público

³¹⁵ GOMES, Dias apud ZIROLDO, Angela; SALEM, Armando. A TV não tem culpa – Os dramaturgos Jorge Andrade e Dias Gomes defendem a TV. In: **Revista Veja**, n.294, São Paulo, 24/04/1974, p.4.

³¹⁶ BOURDIEU, Pierre. O Mercado de Bens Simbólicos. In: **Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2001, pp.152-153.

³¹⁷ Idem, pp.137-138.

não aceita isso, é aquilo” (...) E de novela fez-se uma série de experiências, derrubando-se uma série de tabus. Hoje não se ouve mais: “Cuidado, o público não vai gostar”. Nós provamos que ele quer o que é bom. O público não é burro. A vinda de grandes autores para a TV, por exemplo, é outro fator fundamental na elevação do nível das telenovelas.³¹⁸

O sucesso de audiência e crítica alcançados por Dias Gomes em telenovelas como *Verão Vermelho* e *Assim na Terra como no Céu* abriuram as portas da Globo para um grupo de dramaturgos que comungavam do ideal do dramaturgo baiano em elaborar uma nova linguagem para a telenovela que superasse o seu caráter inicial de ser apenas um simples entretenimento. Autores como Braulio Pedroso, Lauro César Muniz, Jorge Andrade e Walter George Durst tiveram espaço para desenvolver uma teledramaturgia que tentasse retratar a realidade social brasileira, cujos elementos seriam essenciais para a transformação do gênero em um mediador social. Segundo Lauro César Muniz, o trabalho desse grupo de autores resultou em:

Novelas que, de certa forma, marcavam seriamente uma produção com perfil de autores preocupados com a realidade brasileira, preocupados em dar à telenovela um cunho estético que ela, até então, não tinha (...) Na verdade, esse grupo de autores, de certa forma, criou uma nova linguagem para a telenovela brasileira.³¹⁹

Para desenvolverem tal linguagem, os autores tiveram um relativo grau de liberdade para desenvolverem seus trabalhos. Apesar de a emissora contar com um autocensor³²⁰, cuja função era executar o trabalho de censura antes de que houvesse conflitos mais sérios com órgãos de censura vinculados ao governo e que costumavam vetar várias cenas das telenovelas já gravadas, acarretando um aumento do custo da produção, Boni e Daniel Filho, que eram os principais dirigentes dos núcleos artístico e de telenovela, segundo Lauro César Muniz, davam ampla liberdade de criação aos autores da emissora, sendo que a função do autocensor, José Leite Ottati, limitava-se a de ser um consultor, indicando apenas as temáticas que poderiam causar mais problemas com a censura, sendo

³¹⁸ GOMES, Dias apud ZIROLDO, Angela; SALEM, Armando. Op.cit., p.4.

³¹⁹ MUNIZ, Lauro César apud FÍGARO, Roseli. Uma linguagem nova para a telenovela. Entrevista com Lauro César Muniz. In: **Comunicação e Educação**, São Paulo, n.17, jan/abr. 2000, p.83.

³²⁰ KUSHNIR, Beatriz. **Cães de Guarda – Jornalistas e Censores**, do AI-5 à Constituição de 1988. São Paulo: Boitempo, 2004, pp.187-190.

que em várias vezes seus conselhos não eram seguidos³²¹.

Dessa forma, esse grupo de dramaturgos comprometidos em desenvolver uma linguagem de telenovela comprometida com a realidade social do país, com o respaldo da direção da emissora, passou a conquistar a hegemonia do campo da telenovela, tendo um papel essencial para a gênese do estilo moderno desenvolvido pela emissora.³²² E esses dramaturgos viam-se obrigados a exercer uma função social no seu trabalho, pois eles tinham a consciência de que, apesar do departamento de pesquisa da emissora sempre apontar que a maior parte da audiência era formada pelas classes médias, era cada vez maior o número de pessoas das classes populares que passavam a ter acesso à televisão e sua programação e, conseqüentemente, poderiam assistir às suas tramas. Historicamente no Brasil, as classes populares tiveram sempre negado o acesso à educação formal e letrada e, tendo em mente isso, acabaram desenvolvendo uma mentalidade que também esteve presente em outros veículos da indústria cultural brasileira que empregaram artistas e intelectuais que ideologicamente estavam comprometidos com os ideais da esquerda brasileira da década de 1960, sendo ela, como apontou Sérgio Miceli, de “*teor doutrinário de talhe ‘progressista’, ou pelo menos ‘socialmente comprometido’*”³²³.

Em boa parte da década de 1970, tal mentalidade foi hegemônica dentro da Rede Globo de Televisão, fazendo com que outros autores de telenovelas que não tinham os mesmos ideais ou perspectivas desse grupo de dramaturgos comesçassem a se ver na obrigação de inserir temáticas mais comprometidas socialmente, sendo que tal característica se tornou marcante em boa parte das telenovelas da emissora carioca, sendo ela presente até hoje, nas produções mais recentes³²⁴. E tal característica foi primordial para que o gênero se tornasse um mediador social.

Portanto, na primeira metade da década de 1970, o campo das telenovelas da Rede Globo de Televisão teve a hegemonia de autores comprometidos em retratar, na medida do possível, a realidade social brasileira, sendo sua posição mantida graças às boas críticas dos cronistas de televisão na imprensa, pelos bons índices de audiência alcançados e,

³²¹ MUNIZ, Lauro César. **Lauro César Muniz**: depoimento [jan.2009]. Entrevistador: Mauricio Tintori Piqueira. São Paulo: entrevista concedida para dissertação de mestrado, 2009. MP3.

³²² Sobre essa hegemonia, ver ROMANO, Maria Carmem Jacob. **Representação do Popular no Campo da Telenovela**: Um Close em Benedito Ruy Barbosa. Tese de Doutorado em Ciências Sociais. PUC/SP, 1999, p.149.

³²³ MICELI, Sergio. O Papel Político dos Meios de Comunicação de Massa. In: SOSNOWSKI, Saúl; SCHWARTZ, Jorge (org). **Brasil: O Trânsito da Memória**. São Paulo: EDUSP, 1990, p.60.

³²⁴ Sobre a cobrança que os autores de telenovelas ligados mais a uma tradição de percepção do gênero como um simples entretenimento em inserir, mesmo que superficialmente, uma temática social em suas tramas, ver ORTIZ, Renato; RAMOS, José Mário. Op.cit., p.161.

principalmente, ao apoio dado pela direção artística da emissora (Boni e Daniel Filho) ao trabalho desse grupo. Com isso, outros autores que não se encaixavam nesse perfil engajado se viram na obrigação de inserir alguma temática social ao seu estilo, mesclando entretenimento com conscientização social, o que gerou o formato definitivo das telenovelas modernas da Rede Globo de Televisão. E o exemplo mais claro dessa situação foi a trajetória de Jenete Stocco Emmer, mais conhecida pelo nome artístico de Janete Clair, adotado no início de sua carreira artística como locutora de rádio na metade da década de 1940. A autora foi formada no rádio com uma perspectiva semelhante a que foi descrita por Daniel Filho, ou seja, de que o trabalho do profissional de rádio e TV tinha como função exclusiva atender à demanda por divertimento do consumidor cultural, sem ter nenhuma pretensão em exercer alguma função social. E, mesmo sendo casada com o dramaturgo Dias Gomes, ela não compartilhava de seus ideais políticos e muito menos de sua visão sobre a necessidade do artista ser engajado na luta pela transformação da sociedade. A única coisa em comum entre eles era o apoio à causas humanitárias ou, nas palavras do autor baiano: *“Mesmo sem gostar de política, ela abraçava ideias humanitárias e estava sempre de acordo comigo”*³²⁵.

Na realidade, como artista, Janete engajou-se na luta pela liberdade do autor de telenovelas em ambientar as tramas de suas telenovelas no Brasil, em um cenário conhecido por autores, diretores e atores, o que possibilitaria a realização de um trabalho de melhor qualidade, como já vimos anteriormente. Um engajamento semelhante ao da maioria dos artistas e profissionais de televisão nos Estados Unidos, conforme descrito por Renato Ortiz e José Mário Ortiz Ramos, onde a única preocupação política de um artista de entretenimento seria apenas a luta pela liberdade de criação³²⁶. Foi isso que a motivou aliar-se a Boni e Daniel Filho para provocar a demissão de Glória Magadan do cargo de diretora de telenovelas da Globo, o que abriu caminho para a modernização do gênero na emissora carioca. Porém, com essa modernização, Janete foi pressionada constantemente a mudar o seu estilo considerado muito próximo à fantasia do melodrama tradicional latino-americano hegemônico na Globo enquanto o núcleo de telenovelas era controlado com mão-de-ferro por Magadan, sendo a esposa de Dias Gomes ligada, mesmo involuntariamente, a esse estilo cujo contexto da época era tão pouco favorável.

Após a saída de Magadan, Janete Clair tornou-se a principal autora da Globo,

³²⁵ XEXEO, Artur. **Janete Clair** – A Usineira de Sonhos. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1996, pp.38-39.

³²⁶ ORTIZ, Renato; RAMOS, José Mário. Op.cit., p.159.

sendo responsável pelo principal horário de telenovelas da emissora, o das 20 horas. Como vimos, foi de sua autoria a telenovela que é considerada o marco inicial da modernização do gênero (*Véu de Noiva*), que conquistou a liderança da audiência para a emissora carioca, sendo tal situação solidificada com o sucesso de *Irmãos Coragem*, que quebrou os recordes de audiência da época. Posteriormente, ela ainda emplacou outro grande sucesso, *Selva de Pedra* (1972-1973), que conseguiu a proeza, na noite de 4 de outubro de 1972, de alcançar, no Rio de Janeiro, o índice de 100% de audiência dos televisores ligados no horário das 20 horas³²⁷. Mas, apesar de todo esse sucesso de público, a qualidade do trabalho de Janete era contestada pela imprensa, pelos outros autores da emissora (excetuando-se Dias Gomes) e até pela direção artística da Globo. Por essa razão, a autora se via na obrigação de assimilar aspectos do que era chamado de estilo realista de teledramaturgia e mesclá-los ao seu estilo romântico, que era identificado com o estilo tradicional latino-americano de telenovela, considerado de baixo nível e um símbolo do subdesenvolvimento da televisão brasileira. O objetivo era conseguir o reconhecimento da imprensa e de seus colegas de profissão, sendo, dessa forma, incluída no time dos autores de telenovelas mais valorizados. Dessa forma, a luta de Janete, de certa maneira, se assemelhava a dos seus personagens e das camadas populares que acompanhavam suas tramas, pois ela também brigava para conquistar uma forma de ascensão cultural e artística.

A maior parte das críticas negativas ao trabalho de Janete Clair na imprensa caracterizava-se pela identificação do seu trabalho com os clichês do dramalhão latino-americano, o que seria um fator decisivo para a manutenção do baixo nível das telenovelas, sendo o contraponto da produção realizada pelo seu marido, Dias Gomes, que era considerado como uma pessoa capaz de realizar a transformação da telenovela em um gênero televisivo respeitável. Podemos perceber isso em algumas passagens das reportagens publicadas na Revista *Veja*. Em uma matéria sobre o trabalho do casal, é perceptível a diferenciação na qualificação do trabalho de ambos:

É uma casa de dois andares, fachada de pedras e azulejos, numa rua sem saída, tranquila e pequena, na Lagoa, zona sul do Rio de Janeiro (...) dali saem dezenas de personagens dos mais variados, envolvidos em dramas, intrigas terríveis, crimes, adultérios, criados especialmente para produzir as gastas emoções que quase 10 milhões de brasileiros consomem em pequenas doses diárias. Ali mora e trabalha unida a família Gomes, em termos de audiência a mais bem sucedida da televisão (...) Embora com inúmeros pontos em comum (...) e desfrutando de idêntico sucesso (suas duas novelas

³²⁷ O Climáx. In **Revista Veja**, n.215, São Paulo, 18/10/1972, p.68.

são líderes de audiência em todo o país), os dois representam escolas opostas. Janete não hesita em apelar para os dramalhões para prender a audiência, Dias Gomes tenta romper com isso, procurando fazer uma crônica mais profunda da realidade ³²⁸.

Dessa forma, a imprensa identificava Dias Gomes como um autor comprometido em dar um tratamento mais sério à telenovela, enquanto Janete Clair seria uma das autoras que contribuía para que o gênero continuasse preso aos clichês da telenovela tradicional. E tal imagem foi sendo reforçada cada vez mais, sendo isso um fator que, provavelmente, dificultava uma análise mais apurada de sua obra. Isso pode ser percebido no seguinte trecho no qual se faz uma crítica negativa à *Selva de Pedra*, na semana de sua estreia:

Provando que até a redundância pode ser exagerada, entram em cena nos dois primeiros capítulos os personagens principais de *Selva de Pedra*, permitindo ao espectador distinguir os bons dos maus (às 20 horas, o mundo ainda continua dividido entre bons e maus) e quem vai amar quem (...) Para quem acompanhou os seus últimos trabalhos, fica também claro que *Selva de Pedra* segue o modelo de sucessos anteriores (*Irmãos Coragem*, *O Homem que Deve Morrer*), recoberto por floreios modernos, os personagens, aparentemente gente comum, são lançados em aventuras rocambolescas (...) ³²⁹.

Segundo o comentário do cronista de *Veja*, as telenovelas de Janete Clair, na realidade, manteriam as mesmas características básicas das tradicionais telenovelas latino-americanas, tendo elas apenas alguns retoques “modernos” para dar uma falsa impressão de estarem sintonizadas com sua realidade. Dessa forma, “os personagens, aparentemente gente comum”, na realidade, teriam mais semelhanças com os condes, duques e princesas heróicos, maléficos e inverossímeis presentes nas telenovelas de Glória Magadan, do que se poderia supor.

Para a imprensa, o esforço pela melhoria de qualidade das telenovelas poderia se resumir, na Rede Globo de Televisão, ao trabalho realizado por Bráulio Pedroso e Dias Gomes, sendo isso perceptível nesse trecho de uma matéria sobre *Bandeira 2*, escrita pelo marido de Janete Clair:

Buscando no cinema técnicas cada vez mais aperfeiçoadas (...) e com os textos de teatrólogos como Bráulio Pedroso e Dias Gomes, a TV, a partir de *Beto Rockfeller*, passando por *O Cafona*, e agora

³²⁸ Novela a Dois. In: **Revista Veja**, n.127, São Paulo, 10/02/1971, p.58.

³²⁹ A mesma Selva. In: **Revista Veja**, n.189, São Paulo, 19/04/1972, p.86.

com *Bandeira 2*, tem progredido com rapidez crescente³³⁰.

Dessa forma, o padrão de telenovela de qualidade, engajada na luta pela elevação cultural e educacional da população brasileira, seria a linguagem desenvolvida por Braulio Pedroso e Dias Gomes, sendo, para a melhoria do nível cultural da televisão brasileira, obrigatório aos demais autores de telenovelas do país seguirem tal modelo. Por isso, apesar do grande sucesso de audiência, Janete Clair era cobrada pela imprensa no que se refere a dar um toque mais realista às suas tramas, sendo isso perceptível até nas entrevistas em que concedia, o que gerou uma aversão da novelista para com a imprensa, como apontou Artur Xexéo na biografia da autora³³¹. E tal cobrança ocorria até nas entrevistas, como se pode perceber na que foi publicada nas “páginas amarelas” da *Veja*, em janeiro de 1973. Já na apresentação da entrevista, o texto publicado faz uma ironia com a autora, prestes a tirar suas primeiras férias em quatro anos, sendo que elas seriam usufruídas em uma viagem ao México:

Depois de quatro anos de trabalho ininterrupto, entra em férias; vai para o México, de onde pretende voltar com a imaginação enriquecida ou, quem sabe, com um ou outro personagem com sotaque castelhano.³³²

Nesse trecho, novamente, a imagem de Janete Clair é associada à telenovela tradicional, sendo ela predominante até hoje no México, principal produtor e exportador desse estilo de teledramaturgia. E, durante a entrevista, tal relação é levantada novamente pela jornalista, obrigando a autora a ficar em uma posição defensiva quanto ao seu trabalho:

Veja: Suas novelas mantêm resquícios dos antigos folhetins?

Janete Clair: Misturo romance com aventura numa linguagem moderna. Não existe mais nenhum resquício do antigo folhetim. O dramalhão gratuito já foi abolido há muito tempo.³³³

Nesse trecho, Janete afirmou que seu estilo não tinha relação com os antigos dramalhões, como a imprensa sempre afirmava, sendo ele marcado pela mistura com aventura, essencial para atrair o público masculino para as tramas, e em uma “linguagem

³³⁰ Novela quase na Maioridade. In: **Revista Veja**, n.201, São Paulo, 12/07/1972, p.81.

³³¹ XEXEO, Artur.Op.cit., pp.115-116.

³³² RITO, Lúcia. A Arte Popular das Novelas – A Receita da Autora de *Selva de Pedra*: Aventuras, Amor, Morte e Suspense em Doses Certas. In: **Revista Veja**, n.229, São Paulo, 24/01/1973, p.3.

³³³ Idem, p.4.

moderna”, isto é, inserida na realidade social do país, marcada pelo seu crescimento econômico, que estaria levando-o à “modernidade”, conforme o que era defendido pela propaganda da Ditadura Militar e que era simbolizado pelo crescimento das grandes cidades brasileiras.

Veja: Certa vez você disse que não fazia novelas para ricos porque se considerava do povo, e a opinião do trabalhador sobre as suas novelas era mais importante do que a do intelectual. Você se considera realmente uma escritora popular?

Janete Clair: Claro que me considero e tenho muito orgulho de ser tão popular. A opinião dos intelectuais me assusta um pouco. Eles exigem demais da gente. E as coisas podem ser muito simples. Acho que aí está todo o segredo do sucesso. Ser simples e ter humildade de reconhecer seus defeitos³³⁴.

Já aqui, a pergunta se reporta à difícil convivência da autora com a crítica feita por boa parte dos intelectuais às suas tramas. No caso, a entrevistadora tentava relacionar popularidade com baixa qualidade das tramas, pois, na época, se considerava que o grande fator da chamada mediocridade que atingia a televisão seria a imposição feita pelos diretores das emissoras em conquistar audiência a qualquer custo, visando um público que não tinha acesso à cultura ou à educação e, por isso, oferecendo a ele produtos culturais de fácil assimilação, o que, segundo parte dos intelectuais, contribuiria para a manutenção do quadro de grande defasagem educacional e cultural na sociedade brasileira. Janete se defende, dizendo que é justamente a simplicidade o segredo de seu sucesso de audiência, ao mesmo tempo em que, de maneira sutil, percebe certo preconceito social por parte desses intelectuais que, ao analisarem os programas de televisão, estariam exigindo a manutenção de uma televisão elitista, como era na década de 1950 e início da década de 1960.

Veja: Você disse também que não está preocupada em abordar os grandes temas sociais em suas novelas e que seus ingredientes são o amor e o romance. Por quê? Não é muito cômodo poder falar para milhões de pessoas e só mostrar o lado positivo da vida?

Janete Clair: Isto é injusto. Eu não mostro só o lado positivo, nem minhas novelas são feitas só de leveza e felicidade. Acho que tenho abordado temas bem mais arrojados. O que disse é que misturo romance e aventura, para que o público goste e tenha um bom espetáculo. Disse também que não me preocupo em abordar “só” temas sociais. Acho que ficaria uma novela chata de se ver. Como já

³³⁴ Idem, *ibidem*.

afirmei, é preciso saber misturar os ingredientes³³⁵.

A entrevistadora, com essa pergunta, cobrava uma postura mais engajada da autora, citando uma suposta afirmação de Janete em que desprezaria as telenovelas que retratassem temáticas sociais. Janete considerou a afirmação injusta, lembrando que não desprezava a temática social em suas telenovelas, mas que sua obra não se resumia apenas a abordar esse aspecto, sendo ele mesclado com outros ingredientes, o que deixaria a telenovela mais atraente aos olhos do público popular. Dessa forma, ela procurava conciliar entretenimento com a função social que o gênero deveria assumir dentro de um contexto marcado pela popularização cada vez maior da televisão. Anos depois, seria justamente esse formato trabalhado inicialmente por Janete Clair que viria a se tornar hegemônico na emissora, sendo ele o formato mais adequado para a telenovela moderna.

Veja: Qual é na verdade a função de um novelista? Apenas contar uma história ou de alguma maneira contribuir para despertar a consciência do público para os problemas que o cercam?

Janete Clair: Antigamente eu me sentia na obrigação de apenas contar uma história. Hoje a responsabilidade aumentou. E tenho receio de perder um pouco da minha simplicidade. O público está exigindo cada vez mais. Novelas são analisadas como grandes obras literárias pelos críticos. Mas acho que estamos no caminho certo. Não perder a simplicidade... E dizer alguma coisa a mais³³⁶.

Por fim, a jornalista cobrou um posicionamento de Janete Clair sobre a função social de um autor de telenovelas. E aqui já se notava a existência de dois pólos no campo da telenovela, conforme já foi percebido por Renato Ortiz e José Mário Ortiz Ramos³³⁷ e também no trabalho de Maria Carmem Jacob Romano³³⁸, sendo que aquele mais comprometido com uma abordagem próxima à realidade social brasileira era mais valorizado pela imprensa. Em outras palavras, as telenovelas que retratassem os problemas sociais do país eram consideradas de boa qualidade³³⁹. Dessa forma, Janete Clair se sentia pressionada pela imprensa que analisava telenovelas como se fossem “*grandes obras literárias*”. Mas, provavelmente, a autora se sentia mais pressionada pelas exigências de um público de televisão, que crescia cada vez mais, sendo boa parte desses telespectadores

³³⁵ Idem, *ibidem*.

³³⁶ Idem, *ibidem*.

³³⁷ ORTIZ, Renato; RAMOS, José Mário. *Op.cit.*, p.165.

³³⁸ ROMANO, Maria Carmem Jacob. *Op.cit.*, p.137.

³³⁹ Idem, *ibidem*.

oriundos de camadas sociais que sempre foram excluídas e marginalizadas pelo restante da sociedade brasileira. Essa transformação social, mais do que as críticas dos intelectuais, é que pressionava Janete a inserir uma temática social em suas tramas. Portanto, como profissional de televisão, a autora percebia que deveria, assim como todo o meio televisivo, às mudanças sociais que ocorriam no país, marcadas pelo aumento do mercado consumidor brasileiro, com um maior número de pessoas, graças à ascensão social alcançada no período do “Milagre Brasileiro” ou pela política de concessão de crédito feita pelo governo às classes médias, sendo que ela deveria adequar-se às necessidades de um público novo. Como apontou Raymond Williams, a adequação do mercado cultural às transformações sociais era algo essencial para a sobrevivência das empresas e profissionais nela envolvidos³⁴⁰, e foi isso que ocorreu no período, na Rede Globo de Televisão.

Além da imprensa, Janete sofria certa discriminação do seu trabalho por parte de seus colegas de profissão, principalmente entre aqueles que eram oriundos do teatro e que traziam com eles a perspectiva de elaborarem uma nova linguagem para a telenovela. E, geralmente quem a defendia era seu marido, Dias Gomes, que sempre procurava valorizar seu trabalho. Tal situação é perceptível nessa entrevista concedida em conjunto com Jorge Andrade, dramaturgo que foi contratado pela Globo em 1973 e que escreveu para a emissora algumas tramas exibidas no horário das 22 horas, como *Os Ossos do Barão* e *O Grito*:

Veja: Jorge Andrade, quando fala em novelas de qualidade e bons autores, cita apenas dois nomes: Bráulio Pedroso e Dias Gomes. O senhor concorda?

Dias Gomes: Acho que é um pouco preconceituoso da parte dele. Eu não tenho nada contra o romantismo, embora seja um autor realista. Acho que cada um se expressa à sua maneira. E há muitas maneiras de se dizer a verdade. Eu posso ter a minha, Janete Clair tem a dela. Uma novela como *Selva de Pedra*, que foi romântica, faz uma crítica social violenta. *O Semideus* também é uma crítica ao poder econômico mandando em tudo. O Jorge escreveria essa novela à maneira dele, eu à minha³⁴¹.

Dias Gomes reconhecia, no trabalho de Janete Clair, a presença de uma crítica social, mas que era feita dentro de seu estilo romântico, sem se desvencilhar da função de entreter e divertir o público. Porém, a maior parte de seus colegas não compartilhava dessa opinião. Lauro César Muniz, que a partir de 1975 passou a dividir as telenovelas das 20

³⁴⁰ WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992, p.105.

³⁴¹ ZIROLDO, Angela; SALEM, Armando. Op.cit., p.6.

horas com Janete Clair, afirmou que só foi no momento em que a direção da Globo privilegiou o trabalho dos autores comprometidos com uma teledramaturgia mais voltada às temáticas sociais que a autora começou a se esforçar para inserir em suas tramas uma crítica mais contundente à realidade social do país:

O Boni foi sempre excepcionalmente aberto a para todas as inovações. O Daniel Filho trabalhava ligado a ele, os dois se entendiam perfeitamente bem (...) Eles queriam o melhor de mim, como do Dias Gomes, do Jorge Andrade, do Walter George Durst, do Bráulio Pedrosa. Jamais nos imaginariam fazendo um tipo de melodrama de fácil comunicação. Queriam realmente renovar a linguagem da telenovela (...) a única diferença é que esses meus colegas trabalhavam mais no horário das 22 horas, mas o Boni e o Daniel viram alguma peculiaridade em mim para o horário das 20 horas. Muitas vezes me perguntei por quê. Fiz novelas mais complicadas, de comunicação mais arriscada, no horário das 20 horas (...) A resposta do público era ótima. Toda vez que alternava com a Janete Clair havia uma pequena queda de audiência, um preço que a emissora pagava para ter um tipo de dramaturgia mais preocupada com a realidade do país, o que lhe dava prestígio. A Janete Clair compensava isso depois, vindo com uma novela que arrebatava, indo ao encontro do gosto popular, mas com qualidade também (..) a partir de *Pecado Capital* a dramaturgia da Janete se enriqueceu muito. Ela passou a ter uma visão mais requintada e mais cuidadosa, menos vinculada com as origens mexicana e cubana. Foi um momento de ouro, muito rico. Foi ali que implantamos a teledramaturgia brasileira³⁴².

Para Lauro César Muniz, as tramas escritas por Janete Clair, apesar de terem qualidade, ainda estavam muito presas ao melodrama tradicional latino-americano, sendo que apenas depois de *Pecado Capital* (1975-1976) é que ela aprimorou a sua qualidade, aproximando-se da linguagem desenvolvida pelos autores oriundos do teatro, inserindo uma temática social em suas tramas. Portanto, para Muniz, tramas como *Irmãos Coragem* e *Selva de Pedra* estariam mais próximas dos melodramas cubanos-mexicanos do que da teledramaturgia brasileira moderna desenvolvida pelo núcleo de telenovelas da Globo. E tal semelhança, percebida pela imprensa e pelos colegas de profissão e de emissora, começou a incomodar a direção artística da emissora.

Boni e Daniel Filho, objetivando conquistar maior prestígio para as telenovelas, investiram na valorização das tramas do horário das 20 horas perante a crítica intelectualizada de televisão, procurando acumular um maior capital cultural. Porém, ambos acharam que Janete Clair era um empecilho para se conseguir isso, pois sua imagem estava

³⁴² MUNIZ, Lauro César apud FÍGARO, Roseli. Op.cit., p. 83.

muito ligada ao estilo tradicional de telenovela latino-americana, apesar dos seus esforços em se desvencilhar de tal imagem. Por isso, para o desagrado da autora, os dirigentes artísticos da emissora transferiram-na para o horário das 19 horas, destinados a comédias e tramas românticas leves, sendo as tramas desse horário menos valorizadas se comparadas com as exibidas nos horários das 20 e 22 horas, em 1974, após a exibição de *Fogo Sobre Terra*. Já no horário das 20 horas deveriam ser exibidas tramas inseridas no estilo desenvolvido no horário das 22 horas, arriscando-se até em perder um pouco da audiência do horário para se conseguir uma maior valorização cultural para as telenovelas da emissora. Segundo Daniel Filho:

Tínhamos planejado uma mexida no horário das oito da noite. Eu pensava que os melodramas da Janete Clair deveriam ser revistos. Achávamos que era preciso dar uma renovada naquilo. Talvez fosse o momento de passar o horário das dez, que era mais de experiência e pesquisa de linguagem, para as oito³⁴³.

Dessa forma, originalmente, o horário das 20 horas deveria ser revezado por obras de Lauro César Muniz e Dias Gomes. O motivo para isso, segundo Daniel Filho, era que “*os melodramas da Janete Clair levavam a muitas fantasias, e a crítica político-social do Dias Gomes, mais seca e ferina, dava margem para que fizéssemos um belo trabalho*”³⁴⁴. Portanto, apesar da pressão que a censura poderia exercer contra a emissora ao exibir telenovelas que retratassem a realidade social, havia a compensação de poder realizar um trabalho de melhor qualidade (dentro dos parâmetros traçados pela crítica intelectualizada) e, dessa forma, conseguir o objetivo de valorizar o capital cultural da telenovela. Mas, na opinião de Lauro César Muniz, tal apoio dado pela emissora pelas experiências realizadas por esse grupo de dramaturgos de esquerda, na realidade, provinha da “*consciência de que se precisava de uma válvula de escape para a sociedade discutir a sua realidade, pois os jornais estavam censurados e não se podia debater o que estava acontecendo*”³⁴⁵.

Em outras palavras, pessoas de comando da emissora, como Boni e Daniel Filho, percebiam o papel de mediador social que a telenovela estava assumindo, sendo que seu papel na época estava mais ligado à conscientização da população sobre condição política e social pela qual o país passava na época da Ditadura Militar, e desejavam investir ainda mais

³⁴³ FILHO, Daniel. Op.cit., p.175.

³⁴⁴ Idem, p.176.

³⁴⁵ MUNIZ, Lauro César. Op.cit.

nisso. E foi graças a esse investimento que a Globo assumiu, com o passar dos anos, um papel semelhante ao de outras empresas da indústria cultural nessa fase de predomínio do capital multinacional monopolista na economia mundial, e que foram teorizados por Nestor Garcia Canclini. Segundo o teórico mexicano, a indústria cultural assumiu o papel de agente construtor de identidades, sendo essas não mais centradas em conceitos como nação, cidadania e democracia, e sim através do consumo de bens e produtos culturais, constituindo-se através dessa prática os novos conceitos de direitos e deveres dos indivíduos³⁴⁶.

Porém, a aposta de Daniel Filho era arriscada, pois a censura poderia não permitir que a temática explorada no horário das 22 horas (e que já era sujeita a uma estrita vigilância) poderia não ser aceita, como de fato ocorreu. A interdição total de *Roque Santeiro*, de Dias Gomes, possibilitou a Janete Clair voltar para o horário das 20 horas, onde conseguiu, finalmente, ser reconhecida pela crítica especializada através de *Pecado Capital* (1975-1976). Contudo, na época, tal feito não foi plenamente reconhecido por Daniel Filho, diretor de ambas as tramas, que em seu primeiro livro de memórias creditou mais ao elenco e a ele mesmo o sucesso da trama, que teriam se esforçado e até entrado em conflito com a autora para poderem trazer a fantasia de Janete para a “realidade nacional”. Nas palavras do então diretor de telenovelas da Globo:

Boni e eu sabíamos que com *Roque Santeiro* estávamos dando um passo à frente na novela brasileira. A proibição da censura tinha sido uma bomba que nos empurrava para trás (...) Boni chorava, achando que estávamos condenados a continuar com os melodramas apelativos (...) A novela de Janete começou a chegar. Contava a história de um chofer de táxi muito humilde, muito bonzinho, que tinha um pai que sofria do coração. No seu táxi, um ladrão, que tinha acabado de fazer um assalto, esquece uma bolsa cheia de dinheiro. O motorista resolve devolver o dinheiro quando o pai sofre um ataque cardíaco. Então, o motorista se vê obrigado a gastar uma parte da importância para pagar a operação do velho. Não têm a menor condição de repor o que tinha tirado. Mas, como é honesto, mantém intocado o resto do dinheiro (...) Nesse tempo, eu estava casado com a Betty Faria, a quem Janete Clair destinara um papel. Certo dia, conversando comigo em casa, Betty me disse: “Olha, Daniel, não sei como é que vou fazer esse papel, o da menina ingênua que trabalha na tecelagem com a irmã e namora o chofer de táxi. Ela se revolta com as injustiças na fábrica mas continua tendo aquela vida de noivinha. Não dá!”. “Não é bem assim – respondi – Se o Cuoco fizer

³⁴⁶ CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos- Conflitos Multiculturais da Globalização**. Tradução de Mauricio Santana Dias. 5.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005, pp.13-14.

realmente um chofer de táxi, a novela deixa de ser um melodrama bobo”. Naquela mesma noite, telefonei para Francisco Cuoco: “Você topa ficar com uma barriguinha, usar um bigodinho, deixar crescer a costeleta e botar brilhantina no cabelo para fazer um chofer bem carioca? (...) Assim a gente sai desse ramerrão”(...) Cuoco não demorou muito a dizer que topava, e eu vi que conseguiria fazer naquela novela tudo o que tinha feito até então em *Roque Santeiro*, em termos de realidade brasileira e de comportamento social, independente da história que a Janete estivesse escrevendo³⁴⁷.

Portanto, em *Pecado Capital*, Daniel Filho teria desrespeitado a autoridade que um autor de telenovela tem sobre a sua obra para atenuar as características do melodrama tradicional e acentuar a representação da realidade nacional nela. Dessa forma, o diretor rompeu com a liderança que o autor costumeiramente assume na produção da telenovela, como descreveu Lisandro Nogueira, participa de todas as fases de produção da obra e supervisiona a gravação de cenas, além de ter poder de escolher a trilha sonora, os atores e de poder opinar em várias questões referentes à produção da trama³⁴⁸. Mas, independente disso, tal depoimento demonstra uma desvalorização do trabalho da autora por parte do diretor, utilizando para isso a sua identificação com a teledramaturgia tradicional latino-americana.

Só posteriormente o trabalho de Janete Clair e seu papel para a gênese da telenovela moderna da Rede Globo de Televisão foi reconhecido pelos seus antigos chefes. Boni, em um prefácio do livro que retrata a obra de Janete Clair na televisão, reconheceu a importância da autora no desenvolvimento da teledramaturgia da emissora após a demissão de Glória Magadan:

Foi Janete que provou ser possível a convivência do bom texto com o apelo popular. Foi contando com a Janete que eu e Daniel Filho nos livramos de Glória Magadan. Foi Janete que pisava fundo no acelerador da fantasia, pioneira em estabelecer o contato entre a ficção e a realidade³⁴⁹.

Por fim, o próprio Daniel Filho deu, no especial *TV Ano 50 – Teledramaturgia II*, o devido crédito ao trabalho de Janete Clair no desenvolvimento de um estilo brasileiro de telenovela:

³⁴⁷ FILHO, Daniel. Op.cit., 1988, pp.180-181.

³⁴⁸ NOGUEIRA, Lisandro. **O Autor na Televisão – a Ficção Seriada de Gilberto Braga**. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Artes. São Paulo: ECA/USP, 1995, p.18.

³⁴⁹ OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio. Prefácio. In: FERREIRA, Mauro; COELHO, Cleodon. **Nossa Senhora das Oito** – Janete Clair e a evolução da telenovela no Brasil. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003, p.10.

A televisão é feita por uma equipe. Ninguém é autor solitário nessa profissão. É necessário um casamento de todas as áreas, da autoria até a direção. E desses “casamentos profissionais”, o mais duradouro foi com Janete Clair. O momento mais forte desse nosso “casamento” foi em novembro de 1969, com *Véu de Noiva*. Fizemos os personagens abandonarem para sempre os castelos, os desertos, as espadas, os nomes espanhóis, para serem Adriano, Flor, João, Irene... nomes orgulhosamente brasileiros!³⁵⁰

Portanto, Janete Clair foi reconhecida tardiamente, após a sua morte em 1983, como uma das responsáveis pela gênese da telenovela moderna da Rede Globo de Televisão, sendo incluída no mesmo time de autores consagrados desde os anos 1970, mesclando em seu estilo elementos tradicionais da teledramaturgia voltados principalmente ao entretenimento, com temáticas que retratassem a realidade social, algo que não era percebido pelos críticos e colegas de profissão. E, através da análise de *Irmãos Coragem* é possível perceber a abordagem de temas relacionados diretamente ao contexto do país, marcado pelo autoritarismo da Ditadura Militar, pela política de integração nacional, pelos objetivos do capitalismo multinacional monopolista em realizar a unificação do mercado consumidor do país para solidificar a sociedade de consumo de massa e pelo crescimento da Rede Globo de Televisão, que praticamente monopolizou o mercado televisivo da época.

3.3. “WESTERN FEIJOADA” E FUTEBOL: ENTRE A TRADIÇÃO RURAL E A MODERNIDADE URBANA

A história de *Irmãos Coragem* foi dividida entre um núcleo rural e urbano. Na realidade, a sinopse original escrita por Janete Clair concentrava a trama em um cenário interiorano, influência da leitura de um romance do escritor baiano Heberto Sales, *Cascalho*, publicado em 1944, tendo como temática o cotidiano de um garimpo, sendo a obra considerada um dos clássicos dos romances regionalistas brasileiros³⁵¹. Ao comentar a referida obra, Carlos Heitor Cony descreveu-a da seguinte maneira:

³⁵⁰ FILHO, Daniel. **TV ano 50 – Teledramaturgia II**. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2000. Acervo do Arquivo Multimeios – Centro Cultural São Paulo. Video Tape 145.

³⁵¹ CONY, Carlos Heitor. Revisitando a obra de Heberto Sales. In: **Folha On Line**. São Paulo, 28/10/2005. Disponível no site www.revistaagulha.nom.br/@hs.html#cony, acessado em 25/02/2010.

Em *Cascalho*, a fortuna e a maldição estão no ventre da terra. A lenda dos diamantes, fartos e encontrados até nas moelas das galinhas, na prodigalidade dos aluviões ribeirinhos, atraíam homens e mulheres, velhos e crianças. Véspera da fortuna imprevista, a miséria permanente acampava no decadente burgo excluído da civilização, povoado de fantasmas sacrificados na dura moenda dos diamantes e carbonados³⁵².

Portanto, a partir da leitura de um romance regionalista nasceu a ideia de concentrar as ações da trama no cotidiano de uma família interiorana cuja sobrevivência dependia do seu trabalho em um garimpo e que sofria as pressões dos poderosos locais³⁵³. Daniel Filho achou a sinopse de Janete interessante, mas tinha dúvidas quanto ao seu potencial mercadológico, pois não tinha certeza se o público urbano, “moderno”, acompanharia uma história ambientada no meio rural, que para muitos era o símbolo do subdesenvolvimento do país. Por via das dúvidas, decidiu-se criar os dois núcleos na trama: um localizado no meio rural, com a ação centrada na fictícia cidade do interior de Goiás, Coroadó, tendo como protagonistas a família de garimpeiros liderada por João Coragem (Tarcísio Meira); o outro ambientado em uma grande metrópole, o Rio de Janeiro, para onde migrou o filho mais novo da família Coragem, Duda (Cláudio Marzo), com o intuito de concretizar o seu sonho de tornar-se jogador de futebol³⁵⁴. Dessa forma, pensava-se capitalizar para a telenovela a euforia que a sociedade brasileira estava sentindo com a Copa do Mundo de Futebol, atraindo principalmente a audiência masculina, sendo tal estratégia reforçada pelo fato do personagem ser um atleta do Flamengo, o time de maior torcida do Brasil³⁵⁵.

A trama que deveria retratar garimpo e futebol foi batizada de *Irmãos Coragem*. Segundo Daniel Filho, que produziu e dirigiu a maior parte da telenovela, o nome era uma referência a duas obras consagradas na literatura e no teatro internacional que, assim como *Cascalho*, influenciaram a autoria da trama: o romance *Irmãos Karamazov*, de Dostoiévski, e *Mãe Coragem*, de Bertolt Brecht, cuja personagem principal serviu como inspiração para a composição da matriarca da família Coragem, a personagem Sinhana, interpretada pela atriz Zilka Salaberry. Daí juntou-se o nome das referidas obras e se chegou a *Irmãos*

³⁵² Idem, *ibidem*.

³⁵³ PECEGUEIRO, Alberto. **Melhores Momentos** – A Telenovela Brasileira. Rio de Janeiro, Rio Gráfica, 1980, p.8.

³⁵⁴ Idem, *ibidem*.

³⁵⁵ HAMBURGER, Esther. **O Brasil Antenado** – A Sociedade da Novela. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2005, pp.86-88.

*Coragem*³⁵⁶. Com isso, possivelmente procurava-se valorizar culturalmente a telenovela, principalmente entre a crítica intelectualizada da época, que considerava o gênero e a própria televisão como expressões culturais menores, de baixo nível.

Todavia, o nome de *Coragem* dado à família também simbolizava a vontade de vencer as dificuldades para alcançar os objetivos traçados pelos protagonistas, desejosos em tornar seu sonho em realidade, apesar das dificuldades presentes no seu cotidiano social. E, em um país marcado por um desenvolvimento econômico cujos frutos eram restritos a poucos e onde a repressão calava a boca das vozes discordantes, *coragem* era um sentimento comum entre as pessoas que enfrentavam tais adversidades presentes no contexto social da época.

Para que a trama rural fosse atrativa para os telespectadores, Daniel Filho, ao invés de utilizar elementos utilizados pelo cinema brasileiro para retratar o sertanejo brasileiro, preferiu recorrer ao *western* norte-americano como fonte de influência para produzir a telenovela, pois esse gênero era bem popular na época, além de ele não ser algo exclusivo ao cinema norte-americano, pois o cinema italiano vinha produzindo filmes de *western* que alcançavam uma popularidade maior do que a produção hollywoodiana. Portanto, para o diretor da Globo, já que os italianos conseguiam realizar um filme de *western*, por que não os brasileiros poderiam fazer uma telenovela baseada nesse gênero cinematográfico? É daí que, inspirado no sucesso do *western spaghetti* criou-se o *western feijoada*³⁵⁷. Por isso, para Daniel Filho, *Irmãos Coragem*, na realidade, ainda não era uma telenovela totalmente brasileira:

Eu produzi *Irmãos Coragem*, que também, aparentemente, era uma novela brasileira, mas na realidade não era. Ela tinha toda uma base que eu tava sacando que ia pintar por ali, um tal de *western* (...) eu achava que poderia atrair o chamado público masculino para a novela, se eu usasse o banguê-banguê (...) *Irmãos Coragem* é um banguê-banguê brasileiro³⁵⁸.

Porém, apesar de ser inspirada em um gênero do cinema norte-americano Daniel Filho achava que a telenovela escrita por Janete Clair, de certa maneira, tinha o mérito de trazer o homem do interior para a televisão brasileira, algo que não era muito comum na época:

³⁵⁶ FILHO, Daniel. Op.cit., p.149.

³⁵⁷ Idem, pp.153-154.

³⁵⁸ FILHO, Daniel apud OKAMURA, Rita. **A História da Telenovela- 1968-1978** (mimeo). Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, Trabalho de Pesquisa 0081, lauda 26.

Quando a novela estreou, houve muita crítica. Diziam que garimpeiro não anda a cavalo. Mas eu achei que a ficção valia mais que a realidade, e que era uma forma de mostrar o interior do Brasil. A novela não deixava de ser meio caipira.³⁵⁹

Portanto, a trama de Janete Clair, apesar da maior parte dos críticos televisivos da época não reconhecer isso, trazia um pouco da realidade social brasileira para a telenovela, e para isso a participação do ator negro Milton Gonçalves, oriundo do Teatro de Arena e que teve diversas dificuldades para se firmar na profissão devido às diversas barreiras pelas quais um artista afro-descendente de origem popular passa para conquistar reconhecimento de público e crítica quanto à qualidade de seu trabalho, foi essencial³⁶⁰. Gonçalves interpretou o personagem Brás Canoeiro, principal amigo do protagonista João Coragem (Tarcísio Meira), foi assistente de direção e, quando Daniel Filho entrou de férias, assumiu o comando das gravações de *Irmãos Coragem*. Toda a experiência adquirida por Milton Gonçalves no Teatro de Arena foi de suma importância para introduzir elementos da dramaturgia nacional-popular na trama de Janete Clair. Dessa forma, a telenovela foi adquirindo uma linguagem mais popular, coloquial, em um processo que se iniciou nas TVs Excelsior e Tupi, mas que só teve suporte e estrutura para ter continuidade na Rede Globo, graças a contratação de vários artistas oriundos do teatro, conforme foi observado por Gianfrancesco Guarnieri, um dos principais dramaturgos e artistas do Arena:

O pessoal de formação teatral se constituiu em maioria na televisão. E eu acho que isso levou algumas conquistas feitas no teatro. Desde 1955, 56, o teatro tinha optado por um tipo de interpretação (...) baseado na observação do homem comum brasileiro, da rua, de classe média, o comportamento do trabalhador, do homem do povo. A gente tinha uma grande preocupação em observar comportamentos, procurar as diferenças, como se diferenciam, como se conhece um sujeito que vem de determinada classe social (...) fazíamos um tipo de interpretação muito mais voltada à realidade do que a estilização dela. Isso a gente levou para a televisão.³⁶¹

Portanto, através do trabalho de Milton Gonçalves e da presença de vários artistas

³⁵⁹ Idem, pp.153-154.

³⁶⁰ Sobre as dificuldades que os artistas negros passam para se firmarem como ator na televisão brasileira, ver A NEGAÇÃO DO BRASIL. Direção e produção: Joel Zito Araújo. São Paulo: Casa de Criação, 2000. 1 DVD, acervo particular.

³⁶¹ GUARNIERI, Gianfrancesco. **História da TV Excelsior**. São Paulo: IDART, 19/03/1984. Acervo do Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, Transcrição 1657.

vindos do teatro, foi possível desenvolver uma fala popular, interiorana dos personagens, ao mesmo tempo em que tal expediente foi utilizado para fazer uma diferenciação entre eles, identificando sua origem e classe social. Tal fato é perceptível através do modo de falar dos moradores de Coroadó, com a presença de um acentuado sotaque interiorano, caipira, com muitos erros de português, sendo tal maneira de se expressar um verdadeiro contraponto tanto à fala de Duda Coragem, repleta de gírias urbanas e com o indefectível sotaque carioca, quanto daquela usada pelo psiquiatra Rafael Marques (Renato Máster), onde há a presença de uma fala mais culta, quase sem erros gramaticais ou de pronúncia, sendo de difícil compreensão para os demais personagens, de origem popular³⁶².

Portanto, dividida entre a cidade e o campo, *Irmãos Coragem* conseguiu conquistar uma grande audiência em todo o país, mas com a maior parte do público preferindo a trama rural, surpreendendo os diretores da Globo, o que provocou a perda de importância do núcleo urbano no decorrer da história³⁶³. Isso foi possível devido ao caráter de obra aberta que a telenovela moderna tem, pois boa parte de seus capítulos são escritos e gravados enquanto a trama é transmitida pela televisão, o que influencia o seu andamento, tendo como parâmetro os índices de audiência e as pesquisas de opinião feitas com os telespectadores. Dessa forma, o público não é passivo, assimilando a sua maneira, dentro dos seus parâmetros culturais, o conteúdo da história, como percebeu Jesús Martin-Barbero³⁶⁴, sendo tal característica importante para que o gênero assuma a função de mediador social. Logicamente, não se deve deixar de levar em conta o aspecto comercial da utilização desses dados por parte da emissora, sendo usados até como meio de pressão junto aos autores, diretores e artistas para manterem ou aumentarem os índices de audiência, que é o meio utilizado pela empresa para atrair anunciantes e, dessa forma, obter lucro com seu produto cultural. Mas, apesar disso, o público interage com a telenovela e influi no seu andamento, não sendo apenas um receptáculo de informações e, dessa forma, podendo ser facilmente manipulado.

Mas, quais aspectos que atraíram a atenção do público para os dramas da família Coragem e dos habitantes de Coroadó? É isso que será analisado a seguir.

³⁶² IRMÃOS CORAGEM. Roteiro: Janete Clair. Direção: Daniel Filho e Milton Gonçalves. Produção: Daniel Filho. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 1970-1971 [compacto], acervo particular.

³⁶³ PECEGUEIRO, Alberto. Op.cit.,p.9.

³⁶⁴ MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** – comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006, pp.308-309.

3.4. A SAGA DOS HERÓIS INTERIORANOS: UM FATOR CONSTITUINTE DE UMA IDENTIDADE NACIONAL ATRAVÉS DA LUTA PELA INCLUSÃO SOCIAL

Provavelmente, um dos fatores do sucesso de *Irmãos Coragem* foi a trajetória de seus protagonistas, cujas aventuras e desventuras estavam próximas ao cotidiano de milhões de telespectadores. Mas, como isso foi possível? Como vimos anteriormente, a trama foi ambientada em uma pequena cidade do interior brasileiro, cuja maior parte dos personagens retratava pessoas de origem simples, humilde, sendo que os heróis protagonistas lutavam para melhorarem a condição de suas vidas. Janete Clair definia os seus personagens como “*gente humilde, sem grandes vôos*”³⁶⁵.

Pessoas humildes, com suas lutas diárias pela sobrevivência, na linguagem ficcional da TV foram alçadas a condição de heróis e heroínas, causando grande empatia a uma audiência que sabia que a luta para conquistar um lugar na sociedade brasileira era árdua e desgastante, um verdadeiro ato de heroísmo. Mas convém descrever aqui as características da figura do herói na telenovela global moderna.

Como ponto de partida, vejamos a definição de herói elaborada por Joseph Campbell. Para ele, o herói ou a heroína seriam indivíduos que realizaram alguma coisa acima do normal, dedicando a sua própria vida para concretizar esse feito. Entre as proezas consideradas heróicas, há aquelas ligadas às ações corajosas, onde o indivíduo dispõem-se a sacrificar-se para salvar uma vida ou por um ideal, e as ações voltadas para um plano espiritual, ou em outras palavras, aquelas onde o herói é aquele que atinge, através da aprendizagem, um nível superior de espiritualidade, transformando-se em um “messias”, um mensageiro que perante o restante da sociedade assume a posição de mestre, sendo portador de um novo conhecimento obrigatório para todos os seres humanos³⁶⁶.

A descrição da figura do herói feita por Campbell encaixa-se perfeitamente tanto na linguagem melodramática quanto no realismo nacional-popular. Já nos folhetins vemos a figura heróica de Rodolfo, dos *Mistérios de Paris*, de Eugène Sue, o arquétipo do “*herói-providência*”, como se referiu Marlyse Meyer, aquele que abandona sua condição privilegiada de nobre e “*fantasiado de artesão, passeia pelos bairros miseráveis de Paris*

³⁶⁵ CLAIR, Janete apud KEHL, Maria Rita. As Novelas, Novelinhas e Novelões: Mil e Uma Noites para as Multidões. In: CARVALHO, Elisabeth; KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves. **Anos 70 – Televisão**. Rio de Janeiro: Europa, 1979-1980, p.55.

³⁶⁶ CAMPBELL, Joseph. **O Poder do Mito**. Tradução de Carlos Felipe Moisés. São Paulo: Palas Athena, 1990, pp.131-132.

(...) *a fim de praticar o BEM*".³⁶⁷ Um herói que se sacrifica para concretizar seu ideal de justiça social e, ao mesmo tempo, assume o papel de portador de uma mensagem redentora para toda a sociedade francesa, baseada na crença na formação de uma sociedade mais igualitária e fraterna.

Já quanto às manifestações culturais de esquerda da década de 1960, principalmente aquelas identificadas como nacional-popular, tinham como marca a presença da figura heróica do homem do povo, de origem interiorana, que é, segundo Marcelo Ridenti, portadora da transformação social brasileira, construtor de um futuro melhor e mais justo, dentro de um idealismo romântico-utópico, presentes nessas manifestações culturais³⁶⁸. Portanto, através da influência da dramaturgia de esquerda, o herói transformador vinha do povo (classe trabalhadora, classe média), e é do povo, da "*gente comum*" segundo a própria Janet Clair, que vinham os seus heróis, cujas lutas cotidianas provocavam uma catarse de emoções em boa parte de seus telespectadores, que viam na telinha problemas semelhantes que enfrentavam no seu cotidiano.

E em *Irmãos Coragem*, os heróis da família Coragem lutavam, principalmente, para conquistar um lugar na sua comunidade, fugindo da miséria e da opressão dos poderosos. Os três irmãos, João Coragem, Jerônimo Coragem (Cláudio Cavalcanti) e Duda Coragem procuravam caminhos diferentes, cheio de aventuras e desventuras, para conquistar um lugar ao Sol, mas visando o bem de suas famílias e entes queridos.

Começamos a nossa análise de *Irmãos Coragem* com a trajetória de Duda Coragem. Separado da família e longe de sua cidade natal desde a adolescência, quando decidiu tentar melhorar seu padrão de vida buscando sucesso no mundo do futebol. Vale lembrar que no imaginário de muitos jovens carentes até os dias de hoje, tanto do interior quanto dos grandes centros urbanos, o futebol parece ser um dos poucos caminhos para aqueles que querem escapar da condição de miséria em que vivem. Como abordou Janet Lever, os jogadores de futebol de sucesso simbolizam o ideal da mobilidade social, servindo para fortalecer a fé das camadas mais pobres da sociedade brasileira no mito da inclusão social, ou seja, de que a sociedade brasileira é aberta, liberal, onde o sucesso está de portas abertas para quem trabalha e se dedica à sua atividade profissional³⁶⁹. Além disso, o esporte mais popular do Brasil, segundo a socióloga norte-americana, não traz apenas riqueza ou uma vida confortável para o jogador e sua família, mas também lhe possibilita adquirir uma

³⁶⁷ MEYER, Marlyse. **Folhetim: uma história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, pp.58-59.

³⁶⁸ RIDENTI, Marcelo. Op.cit., p.24.

³⁶⁹ LEVER, Janet. **A loucura do futebol**. Rio de Janeiro: Record, 1983, p.157.

aura de respeitabilidade, algo que dificilmente conseguiria exercendo outra profissão, devido ao enorme preconceito social camuflado existente no país³⁷⁰. Porém, tal sucesso é conseguido por poucos, que pagam o preço fazendo enormes sacrifícios, dedicando boa parte do seu tempo para se tornarem um atleta disciplinado e tendo pouco tempo para se dedicar a si mesmo³⁷¹. Aliás, esse aspecto não é restrito apenas aos atletas, mas também é comum a milhões de trabalhadores inseridos na sociedade capitalista moderna, onde o indivíduo vive para trabalhar, acreditando ser possível conquistar seus objetivos através desse esforço.

E Duda passava por essas dificuldades antes de conseguir a consagração, representada pelo gol marcado na final do Campeonato Carioca de Futebol, onde o jogador torna-se ídolo maior do Flamengo, time de maior torcida do Brasil. Para comemorar esse momento de triunfo, o craque retorna a Coroadó e partilha a sua felicidade com a família, sendo recebido como um verdadeiro herói, pois o atleta levou o nome da pequena cidade para todo o país³⁷². A cidade faz uma grande festa para receber o filho ilustre, lembrando muito a recepção feita, no plano real, aos jogadores da seleção brasileira que se sagrou campeã mundial no México, sendo esse um expediente que se tornou comum ao gênero, dando a ele o que Esther Hamburger chamou de “*renovado senso de contemporaneidade*”, inserindo a trama no contexto social do momento de sua transmissão, potencializando “*a vocação da televisão para transmitir uma sensação de que os espectadores estão conectados com o mundo ao seu redor*”, acenando com “*a possibilidade concreta da inclusão por meio do consumo*”³⁷³.

Porém, o retorno à terra natal logo deixou de ser festivo. O craque, totalmente desenraizado dos tradicionais costumes da cidadezinha e, ao mesmo tempo, já “integrado” à “vida moderna” da cidade grande, enfrentava um dilema que esteve presente tanto em sua trajetória quanto na de outros personagens de maneira metafórica através dos relacionamentos amorosos: o choque entre a tradição dos costumes interioranos e a modernidade urbana cosmopolita. Tais relacionamentos e desencontros na narrativa melodramática adquirem um caráter mítico, dentro da definição de Malena Segura Contrera, sendo ele caracterizado pelo conflito binário entre duas posições conflituosas e que, na

³⁷⁰ Idem, p.173.

³⁷¹ Idem, ibidem.

³⁷² IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

³⁷³ HAMBURGER, Esther. Diluindo Fronteiras: a Televisão e as Novelas no Cotidiano. In: SCHWARZ, Lilia Moritz; NOVAIS, Fernando (orgs.). Op.cit., p. 467.

maioria das vezes, é identificada como o “bem” ou o “mal” ³⁷⁴. No caso de Duda, tal temática é abordada através do reencontro com a namorada da adolescência, Ritinha (Regina Duarte), onde os hábitos modernos e urbanos adquiridos pelo jogador de futebol se chocam com a tradição, o conservadorismo e a inocência da jovem interiorana.

Esse tradicionalismo ficou bem claro quando Duda reencontrou Ritinha. O casal, relembrando o antigo namoro, passeia pela cidade e perde a noção do tempo, ficando a jovem fora de casa durante a noite. Quando retornam ao lar de Ritinha, são recebidos animosamente pelo pai da moça, o médico da cidade, Dr. Maciel (Ênio Santos), que a expulsa de casa e exige que o jogador do Flamengo “repare o mal” feito à moça através do casamento. O jovem não se conforma e nem compreende a situação, considerando tal reação exagerada. Porém, ele é forçado a se casar com a antiga namorada tanto pela pressão do coronel Pedro Barros (Gilberto Martinho), que inclusive é o padrinho da moça, quanto pela sua própria família, com o irmão João relembrando a Duda que “*as coisas aqui são diferentes*”³⁷⁵.

Após o casamento, o casal se muda para o Rio de Janeiro. Porém, a jovem não consegue se habituar facilmente ao estilo de vida da metrópole e, muito menos, com a vida de atleta de seu marido. A rotina de treinamentos, concentração e o fato do atleta do Flamengo ter um relacionamento extraconjugal com Paula (Myriam Pérsia), são fatores que prejudicam ainda mais essa adaptação. E quando Duda rompe com a amante, Ritinha passa a ser alvo constante das armações da ressentida ex-namorada, onde a ingenuidade da interiorana é claramente demonstrada, adquirindo uma imagem de pureza e que iria estar associada por muitos anos à atriz Regina Duarte, que se tornaria a “namoradinha do Brasil”. E a atriz nunca escondeu que havia certa similaridade entre a sua personalidade com a da sua personagem em *Irmãos Coragem*. Por essa razão, Ritinha foi uma das personagens que a atriz mais gostou de interpretar: “*Eu gostava muito dela pelo fato de ela ser uma caipirinha ingênua como eu, vinda do interior para a capital levada pelo amor. No caso dela, Duda (...) no meu caso, a televisão e o teatro (...)*”³⁷⁶. Aliás, em uma das cenas onde a figura ingênua de Ritinha é mais explorada, quando Paula arma um falso encontro entre a interiorana com seu marido na frente da concentração dos jogadores, sendo a jovem maltratada por funcionários do clube carioca, há um cartaz publicitário de uma cachaça, às

³⁷⁴ CONTRERA, Malena Segura. **O mito na mídia** – a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2000, pp.72-73.

³⁷⁵ IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

³⁷⁶ FERREIRA, Mauro; COELHO, Cleodon. Op.cit., p.54.

costas da posição da personagem, onde se lê claramente a palavra “*Caipiríssima*”³⁷⁷. Através dessas armações, se retratava a ingenuidade do interiorano e do sertanejo que, muitas vezes, era vítima da sagacidade e malandragem por parte dos habitantes da metrópole e que, por isso, boa parte deles não conseguiam se adaptar a esse cotidiano e renunciavam ao papel de heróis de seu destino, preferindo retornar às suas cidades de origem.

Apesar dessas situações pouco favoráveis, Ritinha engravida do marido e, a partir daí, começa a ter um relacionamento mais amistoso e carinhoso com ele, pois até aquele momento a relação entre eles era conturbada. Porém, a esposa de Duda, cansada das armações de Paula, decidiu abandonar o Rio de Janeiro. Por diversas vezes, o irmão mais novo de João Coragem tenta reatar o casamento, fugindo até da concentração do Flamengo para ir a Coroados se reconciliar com a esposa. Porém, a situação se complica quando, envolvido na luta dos irmãos contra o Coronel Pedro Barros (Gilberto Martinho), o personagem de Cláudio Marzo é baleado na perna e, após uma cirurgia mal sucedida realizada pelo sogro, tem a continuidade de sua carreira ameaçada³⁷⁸.

Com esse revés, Janete Clair aproveitou para inserir na narrativa um drama que boa parte dos jogadores de futebol passa quando se contundem gravemente, algo que o grande público não percebe devido à imagem de heróis construída em torno deles. Depois de se recuperar da lesão, Duda não conseguiu repetir as boas atuações anteriores e, com isso, perde espaço no Flamengo. Por isso, os dirigentes do clube resolvem vender seu passe para o Corinthians, a contragosto dele, que desejava permanecer no clube carioca, obrigando-o a se mudar para São Paulo. Na época, o contrato profissional dos jogadores de futebol no Brasil era regido pelo Decreto nº 53.820, de 24 de março de 1964, que estabelecia o direito do atleta de receber o equivalente a 15% do valor da transferência de um clube para o outro. Porém, quando o atleta se recusava a trocar de clube, ele perdia esse direito, não lucrando nada com a transferência, além de ser obrigado a ir para o outro clube, num sistema que lembrava um pouco a escravidão (era a chamada “Lei do Passe”) e que deixou de vigorar apenas na década de 2000³⁷⁹. A referida legislação, na realidade, pressionava o atleta a concordar com a transação realizada pelos clubes, mesmo que ela não fosse nada vantajosa para ele. E, para representar na televisão essa triste situação do jogador de futebol no país, Janete Clair contou com a consultoria do jornalista João Saldanha, ex-técnico da Seleção

³⁷⁷ IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

³⁷⁸ Idem.

³⁷⁹ OLIVEIRA, Jean-Marcel Mariano de. **O Contrato de Trabalho do Atleta Profissional de Futebol**. São Paulo: LTR, 2009, p.45.

Brasileira de Futebol e comunista assumido, filiado ao PCB³⁸⁰.

Portanto, Duda, ao ser obrigado a recomeçar a sua carreira, se reconcilia com a esposa e juntos se dirigem para São Paulo, para reconstruir novamente a vida e manter a ascensão conquistada anteriormente³⁸¹. Dessa forma, a persistência para alcançar os objetivos, mesmo com os revezes, adquire na ficção uma aura mística, heróica, que, de certa forma, é comum a milhões de telespectadores que tentam não desistir de seus objetivos devido aos percalços da vida. Com isso, a telenovela realimenta as esperanças coletivas na luta pela inclusão social simbolizada pela inserção na sociedade de consumo. E o recomeço marcou o fim da trajetória de Duda e Ritinha em *Irmãos Coragem* apressada pela escalação de Cláudio Marzo e Regina Duarte como protagonistas da telenovela das 19 horas, *Minha Doce Namorada*, de Vicente Sesso, onde a dupla de artistas passou por algo comum no seu trabalho: o recomeço simbolizado por um novo trabalho, interpretando novos personagens.

Já a trama central de *Irmãos Coragem*, que prendia a atenção da audiência, se passava totalmente em Coroadó, através dos conflitos entre a família Coragem e o mandatário da cidade, o coronel Pedro Barros, decorrente do controle dos garimpos da região. No caso, um novo confronto binário, de acordo com a teoria de Malena Segura Contrera, ocorre entre os portadores da honestidade e do empreendedorismo contra o autoritarismo e a ganância desenfreada, sendo as primeiras características identificadas com o bem, enquanto os segundos adjetivos são identificados com a maldade³⁸². Dessa forma, a trama de Janete Clair retratava, dentro da linguagem melodramática, confrontos e dilemas presentes na realidade social do país, marcada pela política desenvolvimentista da Ditadura Militar, algo que, como vimos anteriormente, seus críticos se recusavam a admitir.

Na realidade, o coronelismo, retratado na trama através da figura de Pedro Barros era algo concreto na realidade social do interior brasileiro, sendo visto pelos defensores da modernização nacional, tanto a esquerda quanto a direita, como verdadeiro empecilho para o progresso do país. Para um dos principais estudiosos dessa relação política presente no interior brasileiro, Vitor Nunes Leal, o coronelismo era a expressão da decadência do poderio dos grandes latifundiários na política nacional frente à crescente presença de instituições representativas do Estado nesses locais. Ele consiste em uma troca de favores entre o poder estatal e o grande fazendeiro, que manteria o seu poderio político na região onde estava radicado controlando o eleitorado local através do incentivo em votar nos

³⁸⁰ MAIOR, Marcel Souto. **Almanaque da TV Globo**. São Paulo: Globo, 2006, p.70.

³⁸¹ IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

³⁸² CONTRERA, Malena Segura. Op.cit., pp.72-73.

candidatos governistas, que assim manteriam sua hegemonia no aparato estatal federal e estadual. Tal incentivo se dava através da compra de votos (“voto do cabresto”) e da persuasão violenta daqueles que não aceitavam vender seu voto por um prato de comida ou outros tipos de favores³⁸³. O mesmo autor, que originalmente fez esse estudo em 1947, acreditava que o poder dos coronéis tenderia a diminuir cada vez mais através da integração nacional, possível através da melhoria dos meios de transporte e do avanço dos meios de comunicação modernos, permitindo uma presença maior do Estado nessas regiões e, conseqüentemente, uma menor necessidade dos “favores” políticos do coronel, que dessa forma, perderia o seu poder³⁸⁴.

Portanto, levando-se em conta o prognóstico de Vitor Nunes Leal, o avanço dos meios de comunicação (mais precisamente a televisão) pelo interior do país poderia minar o coronelismo e promover a integração nacional. E isso era uma meta traçada pelos ideólogos da Ditadura Militar que se instalou no país após o Golpe de 1964, apesar dos grandes latifundiários terem apoiado o movimento direitista e, por isso, serem uma das bases da sustentação política do regime. Na visão de boa parte dos militares, o coronelismo necessitava ser superado para que o desenvolvimento do mundo rural e a integração nacional pudessem ocorrer através da assimilação da política e economia interiorana do Estado e a economia capitalista moderna. Em suma, segundo o general Golbery do Couto e Silva, o antigo coronel deveria dar lugar ao moderno burguês:

O velho senhor de engenho, patriarca todo-poderoso, já de há muito se foi, como vai passando também à história do passado a figura tradicional do “coronel” do interior, as velhas e orgulhosas aristocracias rurais cederem inteiramente a dianteira a novas elites – a burguesia comercial, os “bacharéis”, os barões industriais³⁸⁵.

A integração nacional era essencial para a reestruturação política brasileira e, mais do que isso, para o presidente Emílio Garrastazú Médici, era um fator que abriria a possibilidade de se construir um país verdadeiramente democrático, dentro dos padrões da política moderna dos países desenvolvidos do mundo capitalista:

O verdadeiro desenvolvimento se dirige a todos, com ampla participação, nos seus resultados, da

³⁸³ LEAL, Vitor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil**. São Paulo: Alfa-Ômega, 1975, pp. 20-23.

³⁸⁴ Idem, p.42.

³⁸⁵ COUTO E SILVA, Golbery. Op.cit., p.72.

classe média e dos trabalhadores. A verdadeira democracia impõe a superação das oligarquias estaduais e municipais, a renovação de valores e a reforma das instituições para transformar o panorama político tradicional brasileiro³⁸⁶.

Mas, convém lembrar que o coronelismo, retratado através da figura de Pedro Barros em *Irmãos Coragem*, não era associado apenas ao grande latifundiário interiorano, mas também à própria Ditadura Militar, pois o autoritarismo do mandatário de Coroadó era associado às arbitrariedades do regime, como lembrou Artur Xexéo. Para o jornalista, a trama de Janete Clair foi:

Um retrato do Brasil daqueles tempos, pelo menos do Brasil que a Censura deixava passar quando não conseguia ler nas entrelinhas (...) A novela foi ao ar em 1970, ano em que o país ganhou a Copa do Mundo no México, a tortura ainda era encoberta nos porões dos órgãos de repressão e o general Emílio Garrastazu Médici era um presidente que mantinha um olho nos partidos clandestinos e outro nos campos de futebol. Médici não era muito diferente do principal vilão de *Irmãos Coragem*, o coronel Pedro Barros, poderoso latifundiário de Coroadó (...) [onde] o prefeito era cúmplice, a polícia era corrupta e o coronel era a lei³⁸⁷.

Assim como no contexto político-social brasileiro, em Coroadó o coronel Pedro Barros passava por cima da lei, com a subserviência da polícia, onde o Delegado Falcão (Carlos Eduardo Dolabella) atuava mais como um agente particular da pessoa mais poderosa da cidade do que para manter a segurança da pequena comunidade de garimpeiros. Tal subserviência era paga através da corrupção, pela qual o delegado recebia recompensas financeiras, além de ter a promessa do coronel de que sua filha, Maria de Lara (Glória Menezes) se casaria com ele. Fora da ficção, na mesma época, policiais civis paulistas participavam na repressão a jovens que tinham a esperança de derrubar a Ditadura do poder através da guerrilha, integrando os órgãos de repressão como a OBAN (Operação Bandeirante) e o DOPS (Departamento de Ordem Política e Social). Muitos desses policiais (conhecidos na gíria policial como “tigres”) eram provenientes do DEIC (Departamento de Investigações Criminais), cujos investigadores eram conhecidos pela corrupção e violência. Alguns deles, inclusive, participaram dos “Esquadrões da Morte”, que assassinavam marginais e suspeitos de crime nas periferias paulistanas em troca de dinheiro oferecido por

³⁸⁶ MÉDICI, Emílio Garrastazu apud RAGO FILHO, Antonio. **A Ideologia 64**: os Gestores do Capital Atrófico. Tese de Doutorado em História. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 1998, p.182.

³⁸⁷ XEXEO, Artur. Op.cit., p.106.

comerciantes que não confiavam na eficácia da Justiça. Desses investigadores, o mais conhecido foi o delegado Sérgio Paranhos Fleury, que se destacou na repressão violenta aos militantes da luta armada e pelo assassinato do líder da Ação Libertadora Nacional (ALN), Carlos Marighella, em novembro de 1969. Fleury também foi integrante do Esquadrão da Morte e colaborou com a quadrilha do traficante de drogas José Iglesias, do qual recebia um bom “ordenado”³⁸⁸. Vale lembrar que o referido líder guerrilheiro foi companheiro de Partido Comunista e amigo de Dias Gomes e, portanto, o drama da guerrilha, de certa forma, estava bem próximo de Janete Clair³⁸⁹. Em *Irmãos Coragem*, a personalidade do delegado Falcão se assemelhava com o perfil do referido delegado paulistano, principalmente no tom de ironia com o qual abordava aqueles aos quais perseguia.³⁹⁰

A tortura aos inimigos dos detentores do poder também estava presente em Coroadó. Artur Xexéo lembrou que em Coroadó “*torturava-se na delegacia local em busca de uma confissão que incriminasse a dupla de heróis do lugar: os irmãos João e Jerônimo Coragem*”³⁹¹. Prática violenta que não ficava restrita aos agentes policiais, sendo perpetradas também pelos capangas de Pedro Barros, e que alguns modos de tortura remetiam tanto a práticas comuns nas cadeias brasileiras quanto a formas de violência praticadas desde os tempos coloniais. O casal Brás Canoeiro (Milton Gonçalves) e Cema (Suzana Faini) eram repetidamente vítimas dos jagunços do coronel, sendo o personagem interpretado por Milton Gonçalves castigado pelos capangas do coronel através de uma prática de tortura usada contra os escravos mineradores do século XVIII, que consistia em fazer com que o cativo suspeito de roubar pedras preciosas do garimpo através de sua ingestão, expelisse essa riqueza através do vômito provocado ao beber óleo de rícino³⁹². Já Cema foi vítima de um estupro praticado por um dos principais capangas de Pedro Barros, o seu filho bastardo Juca Cipó (Emiliano Queiroz). No plano real, os jovens que optavam pela luta armada sofriam as mais variadas espécies de torturas nos porões das cadeias, sendo que muitas mulheres eram vítimas de estupros perpetrados pelos agentes da repressão³⁹³.

O ato de violência praticado contra Cema, na realidade, foi usado pela autora para

³⁸⁸ Sobre a biografia do delegado Sérgio Paranhos Fleury, ver SOUZA, Percival de. **Autópsia do medo** – vida e morte do delegado Sérgio Paranhos Fleury. São Paulo: Globo, 2000.

³⁸⁹ GOMES, Dias. **Apenas um subversivo** – autobiografia. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998, pp. 244-245.

³⁹⁰ IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

³⁹¹ XEXEO, Artur. Op.cit., p.106.

³⁹² IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

³⁹³ Sobre os relatos de torturas aos presos políticos durante a Ditadura Militar, ver ARQUIDIOCESE DE SÃO PAULO. **Brasil: Nunca mais!** – um relato para a História. 19.ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

uma das bandeiras sociais que ela mais claramente defendia: a luta contra o racismo. Conforme destacou Joel Zito Araújo, Janete Clair foi uma das poucas autoras que lutaram por dar algum destaque a personagens afro-descendentes ³⁹⁴. E isso fez com que ficasse à mostra o racismo muitas vezes camuflado na sociedade brasileira, como foi o caso de uma telenovela ainda da época em que Glória Magadan impunha o estilo de teledramaturgia tradicional na emissora, *Passo dos Ventos* (1968-1969), quando Janete incluiu um romance inter-racial na trama que foi repudiado pela maior parte dos telespectadores, que enviaram cartas para emissora reclamando do fato e exigindo que a autora excluísse esse relacionamento da trama ³⁹⁵. E novamente em *Irmãos Coragem* a autora incluiu um casal formado por um negro e uma branca de origem pobre, que suportaram vários tipos de violência, sendo que uma delas ter resultado em uma gravidez indesejada por parte de Cema, que poderia estar esperando um filho de seu agressor. Penalizados com a dor de Cema, a maior parte dos telespectadores desejaram que a criança esperada pela esposa de Brás Canoeiro nascesse mulato o que comprovaria a paternidade da criança sendo do marido, o que de fato ocorreu ³⁹⁶. Dessa forma, Janete “vingou-se” de seu público, fazendo-o torcer pela miscigenação étnica sem perceber, revertendo à situação que havia ocorrido alguns anos antes. Por isso, mesmo personagens secundários como Brás e Cema também tiveram uma imagem heróica, trazendo uma mensagem contra o preconceito racial para os telespectadores, depois de enfrentarem grandes obstáculos.

Mas, os grandes heróis de Coroadó na luta contra o autoritarismo de Pedro Barros eram João e Jerônimo Coragem. Proprietários de uma pequena área de garimpo, eles sofriam a pressão de Pedro Barros, que monopolizava a extração de pedras preciosas e que desejava eliminar seus potenciais concorrentes. O grande objetivo de ambos era descobrir um diamante que os tirassem da situação de pobreza e miséria vividas por sua família, sendo esse o caminho para adquirirem uma vida melhor e serem aceitos como iguais pelas elites locais, pois, como pobres, sofriam com o preconceito existente na pequena cidade, como se pode perceber na passagem da trama em que o Dr. Maciel, acusado de ser o assassino de sua própria esposa (na realidade, o médico cometeu eutanásia, outro tema polêmico abordado de maneira metafórica na trama) pela mãe de João Coragem, Sinhana, que é acompanhada pelo filho para prestar depoimento na delegacia. O diálogo entre eles é tenso, e o preconceito social se faz presente:

³⁹⁴ ARAÚJO, Joel Zito. **A Negação do Brasil** – O Negro na Telenovela Brasileira. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000, p.115.

³⁹⁵ FERREIRA, Mauro; COELHO, Cleodon. Op.cit., p.34.

³⁹⁶ MAIOR, Marcel Souto. Op.cit., p.69.

Dr. Sebastião: “Só por que uma mulher qualquer enfia uma coisa na cabeça e me acusa, não têm o direito de ninguém duvidar de mim!”.

João Coragem: “Olha seu doutor, vê como fala... Mulher qualquer não! Uma mulher de muito respeito e muito distinta, é minha mãe!”.

Dr. Sebastião: “Era minha empregada!”.

João Coragem: “Sua empregada porque necessitava trabalhar. Tinha que ajudar o marido a sustentar os filhos!”.

Dr. Sebastião: “Ela não passa de uma boçal!”.

Sinhana: “Boçal é sua excelentíssima família, viu!”³⁹⁷.

Superar esse preconceito era o que motivava os Coragem a trabalharem no garimpo, procurando a passagem que garantisse a sua ascensão social, ou em outras palavras, a inclusão social através da inserção na sociedade de consumo, como se pode perceber nessa passagem:

João Coragem: “Eu preciso encontrar um diamante. Uma pedra grande...do tamanho da minha mão fechada... do tamanho do meu ódio, da minha humilhação!”.

Jerônimo Coragem: “A gente cava, irmão, eu te ajudo”.

João Coragem: “Eu vou cavar uma guna funda lá perto do rio. Eu vou entrar nela, vou cavar, vou afundar ela e vou achar o diamante, nem que eu tenha que chegar no inferno, Jerônimo!”.

Jerônimo Coragem: “Sim, a gente cava, amanhã”.

João Coragem: “Então, com ele, você ganha esse cargo que você quer ser, e a mãe vai poder morar num palacete e vai ter tudo que quiser, até criada, e o pai vai poder ir num hospital fazer tratamento e garimpeiro nenhum vai mais ser humilhado! Coroado vai mudar de feição, mano!”³⁹⁸.

O diamante garantiria à família Coragem realizar todos os seus sonhos, que iam desde a conquista de um cargo político por parte de Jerônimo, seja para atender os sonhos consumistas da mãe, Sinhana, em morar em uma mansão com criada e com todos os luxos que teria direito após suportar uma vida de privações, além de possibilitar ao seu pai curar-se da doença que sofria em um hospital bem equipado, com os melhores médicos e que só o dinheiro podia comprar, excluindo desse direito as pessoas que não tinham dinheiro ou posses.

³⁹⁷ IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

³⁹⁸ Idem.

Mas, para garantirem a posse do diamante, João e Jerônimo tinham que superar dificuldades, representadas pela intransigência e violência de Pedro Barros. E, além do dinheiro, a participação política poderia ser um meio de superar essa situação. E essa foi a opção tomada por Jerônimo, que ingressou na política com o objetivo de desbancar o coronel. E o personagem interpretado por Cláudio Cavalcanti optava por um caminho que estava obstruído na sociedade brasileira da época, onde os analfabetos não podiam votar e a disputa política estava restrita a apenas dois partidos. Inclusive, sua carreira na vida pública começava, justamente, ao disputar a presidência da Associação de Garimpeiros de Coroadó, comandada pelos capangas de Pedro Barros. Na trama, cuidadosamente não se utilizava a denominação sindicato, para evitar possíveis divergências com a censura, que já eram muitas, conforme lembrou Cláudio Marzo em uma entrevista ao *O Estado de São Paulo* em janeiro de 1994, citada na pesquisa de Estevão Lukacs Júnior: “*Os militares achavam que Irmãos Coragem incentivava a insubordinação, pela rebeldia dos protagonistas. Chamaram a Janete Clair em Brasília e ditaram modificações*”³⁹⁹.

Jerônimo venceu as eleições para presidente da Associação de Garimpeiros e, posteriormente, conseguiu eleger-se prefeito de Coroadó. E aqui, o herói fraquejou diante dos limites da prática política, onde os bem intencionados sofrem pressões por parte daqueles que detêm o poder em suas mãos. O irmão de João Coragem fraqueja perante o jogo sujo praticado pelo coronel Pedro Barros, que o chantageia, ameaçando revelar para toda cidade o amor secreto que sentia por Portira (Lúcia Alves), a sua irmã adotiva e esposa do seu melhor amigo, o promotor de justiça Rodrigo César (José Augusto Branco). Por isso, em seu discurso de posse, Jerônimo adotou um tom conciliador, rompendo com a postura contestadora que vinha mantendo até então:

Vocês que me conhecem sabem que sou um homem honesto. Sabem que eu nasci aqui e vou morrer aqui mesmo, amando muito essa terra e essa gente boa aqui de Coroadó. Agora, como Prefeito, eu vou provar tudo isso! Poder provar que podemos fazer muito bem para o povo daqui, principalmente quando a gente têm o apoio desse mesmo povo e a proteção de Deus, Nosso Senhor! Como Prefeito de Coroadó, eu não vou perseguir ninguém, não vou lutar contra ninguém porque o meu recado é de paz! Paz para a gente trabalhar, paz para a gente trazer para Coroadó o progresso das grandes cidades! Paz pra gente transformar em felicidade a riqueza que ta enterrada, que foi Deus, Nosso Senhor, que enterrou... e Deus não ia fazer dessa cidade tão rica, enquanto o povo daqui ia ficar brigando e se estraçalhando pelos diamantes... que são os frutos de amor que Deus plantou aqui para

³⁹⁹ MARZO, Claudio apud JUNIOR, Estevão Lukacs. Op.cit., p.224.

a felicidade de todo mundo e para o bem de Coroadó...Obrigado!⁴⁰⁰

O discurso de Jerônimo Coragem trouxe, inclusive, alguns elementos presentes na ideologia da Ditadura Militar, como o ufanismo tendo como base o orgulho pelas riquezas naturais, verdadeiros “presentes de Deus” para o “gigante adormecido”, além da crença da formação de uma nova sociedade no Brasil, baseada no amor e na solidariedade entre os homens, ou seja, na “paz social”, como destacou Carlos Fico⁴⁰¹. Porém, a descrença no discurso de Jerônimo aparece na sequência da cena sob duas formas. A primeira, a expressa decepção de Duda Coragem, presente na posse do irmão, que, ao ouvir o discurso conciliador, percebe a enorme probabilidade dos crimes do coronel ficarem impunes, além de ele continuar mandando na política de Coroadó. Sua reação a essa atitude de Jerônimo foi abandonar a cerimônia de posse antes de ele concluir seu discurso. Já a segunda demonstração de desaprovação ao discurso oficial e a grande distância que ele teria com a concretude dos fatos ficou a cargo de um diálogo, no baile da posse, entre prefeito recém-empossado e Lúdia (Sônia Braga), filha de um deputado federal da região ligado politicamente a Pedro Barros. Moça moderna e urbanizada, com uma fala repleta de gírias que eram moda entre os jovens de classe média das grandes cidades do início da década de 1970, parabeniza o Prefeito pelo discurso perfeito, mas aparentemente decorado:

Lúdia: “Eu achei teu discurso quente à beça!”.

Jerônimo: “O quê?”.

Lúdia: “É, bacana! Eu gostei, gostei mesmo! Chacoalhou a careta dessa gente!”.

Jerônimo: “Olha, eu não entendo a sua linguagem não...”.

Lúdia: “Ah, já sei! Você não entende a gíria da cidade grande!”.

Jerônimo: “Eu não entendo uma moça como você!”.

Lúdia: “O que é! Você tá querendo bancar o puritano ou tá querendo me impressionar? Peraí, queria te fazer uma perguntinha. Aquele discurso tava muito direitinho... você decorou aquelas palavras?”.

Jerônimo: “Chegou, tá! Melhor você parar agora ou vou engrossar aqui mesmo! Eu não entendo gente do seu mundo. Eu acho que sou de um outro mundo... Olha, você me desculpa, mas vai procurar um outro par porque eu não te agüento mais não!”⁴⁰².

O diálogo entre Jerônimo e Lúdia simbolizava o enorme abismo existente entre o

⁴⁰⁰ IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

⁴⁰¹ FICO, Carlos. **Reinventando o Otimismo** – Ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997, p.34 e p. 124.

⁴⁰² IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

Brasil tradicional rural e o “Brasil do progresso” das grandes cidades, onde se pode detectar até certa incompreensão entre eles, semelhante ao diálogo retratado acima. Além disso, demonstrava uma descrença ao discurso político, muitas vezes bonito, grandiosos, mas sem conteúdo, sendo que muito do que é prometido nele não sai do papel.

Enquanto isso, João Coragem adotava outro caminho de luta, diferente do irmão. Inicialmente conciliador procurando resolver as divergências através da conversa, João tinha uma postura que seguia as determinações dos censores, que tentavam evitar a representação de conflitos e divergências sociais na televisão, visando zelar pela imagem de um país onde reinava a paz social. Porém, como frisaram Mauro Ferreira e Cleodon Coelho, tendo por base uma pesquisa realizada pela revista *Intervalo* durante a exibição da trama, a maior parte dos telespectadores achava que, graças a tal postura, João Coragem era, na realidade, covarde e fraco, não conseguindo enfrentar os conflitos nos quais estava envolvido⁴⁰³.

Provavelmente, decorrente dessa opinião dos telespectadores, o personagem de Tarcísio Meira foi mudando, aos poucos, sua postura, enfrentando frontalmente as provocações de seus adversários, como se percebe nesse diálogo pouco amigável entre ele e o delegado Falcão:

Delegado Falcão: “A gente tá aqui só pra pedir o que é de direito. Você me entrega a pedra e ela fica comigo até vocês provarem que a mina é de vocês”.

João Coragem: “Pois eu digo o contrário. A pedra fica comigo. O dia que prova que a mina não é nossa, aí eu entrego ela”.

Delegado Falcão: “Acontece, João, que quem dita as regras aqui sou eu!”.

Sinhana: “Ah, é! Quero ver quem ousa botar a mão na cara do meu filho!”.

João Coragem: “Calma, gente! Ninguém precisa gritar!”.

Delegado Falcão: “Tô de pleno acordo! Você me entrega a pedra e eu deixo vocês irem para o seu caminho em paz!”.

Jerônimo Coragem: “Pois acontece, seu Falcão, que ele não vai entregar!”.

Delegado Falcão: “Eu sei que a pedra tá aí! Eu não quero usar a força, mas nesse caso eu sou obrigado a buscar aí...”.

Jerônimo Coragem: “João, você não vai entregar nosso diamante, vai? Só pra não brigar você vai fazer uma coisa dessa...”.

Delegado Falcão: “Ah, o João não é um homem de briga, é um homem sensato”.

João Coragem: “É, né... sabe seu Falcão, eu sou que nem aquele sujeito que paga para não entrar numa briga, mas uma vez que tá dentro, paga o dobro pra não sair dela! E agora eu tô pagando pra

⁴⁰³ FERREIRA, Mauro; COELHO, Cleodon. Op.cit., p.58.

ver se têm um homem aí pra tirar a minha pedra de mim!”.

Jerônimo Coragem (sacando o revólver): “Eu quero ver se têm alguém com coragem aí! Não esquenta, irmão...”. (evitando que João Coragem inicie uma briga com o Delegado Falcão e seus policiais)⁴⁰⁴.

Dessa forma, João contestou mais incisivamente as autoridades, mas a briga com uma autoridade foi evitada pontualmente por Jerônimo, que, dessa forma, também impede que a cena chame a atenção da Censura, que não gostaria de ter um subversivo como protagonista de uma telenovela.

Mas, apesar desse contexto pouco favorável à liberdade de expressão, João adotou com o passar da trama uma postura cada vez mais radical, chegando a ser preso e, ao fugir da reclusão, se tornar um foragido, um clandestino que montou fora da cidade um acampamento onde recebia seus seguidores, aqueles desejosos por justiça e pelo fim dos desmandos de Pedro Barros. Nessa fase final da trama, o personagem assumiu um ar messiânico, lembrando de certa maneira Antonio Conselheiro, constituindo um núcleo de resistência contra a situação política e social existente, tendo a postura de um herói que aprendeu a lidar com o nível espiritual superior da vida humana, tornando-se o seu mensageiro, conforme conceituou Joseph Campbell⁴⁰⁵.

E, ao adotar esta postura, João transformou-se em um herói mítico da telenovela brasileira moderna, assemelhando-se ao caráter dos heróis dos filmes de *western*, como Daniel Filho deixou claro no seguinte depoimento:

Todo mundo ficou discutindo na época que garimpeiro não podia ter aquele cavalo tão bonito, que não podia ser Tarcísio Meira e tudo mais, mas na verdade eu achava que tava começando a criar com aquilo, com aquele tipo de formato, uma linguagem de comunicação com o público, que era puxa-lo devagar até nós. Não era uma intenção ideológica, dizer, vamos virar Brasil, não. Era uma posição de até brincar com a realidade, de torná-la mais afável até que se possa torná-la contundente (...) mas, também, todos os cowboys americanos não usavam calça Lee, não existia calça justa, eles eram fascínoras, não eram bonitos, todos usavam bigodes imensos, e o que era principal, todas as mulheres morriam de doenças venéreas. O banguê-banguê americano era uma profunda mentira (...) De uma forma ou de outra, pelo menos, eu estava transformando o mito em um mito brasileiro, o herói brasileiro. O Wyatt Earp brasileiro⁴⁰⁶.

⁴⁰⁴ IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

⁴⁰⁵ CAMPBELL, Joseph. Op.cit., p.131

⁴⁰⁶ FILHO, Daniel apud OKAMURA, Rita. Op.cit., lauda 26.

Através do “*Wyatt Earp brasileiro*”, o herói idealizado do sertão, Daniel Filho percebeu que podia fazer uma abordagem da realidade social do país através de uma linguagem que pudesse ser compreendida por uma audiência popular, e tal audiência adotou João Coragem como o seu herói, como tanto o diretor quanto o intérprete do referido personagem puderam perceber quando estiveram em Salvador, durante a passagem de ano, entre 1970 e 1971:

1º de janeiro de 1971. Salvador, Bahia, cidade onde entre carnavais e candomblés ainda subsistem elementos do que se poderia chamar de uma “pujante cultura popular”, acontece a Procissão dos Navegantes. Centenas de barcos de todos os tamanhos saem do mar em procissão seguindo a imagem de Nossa Senhora dos Navegantes e saudando o ano novo. Num dos barcos (...) iam dois turistas muito especiais – Tarcísio Meira e Daniel Filho, respectivamente astro e diretor da novela das oito do momento, *Irmãos Coragem*. Aliás, a primeira novela de grande repercussão nacional da Globo (...) De repente, vinda de um dos barcos, a música-tema da novela eleva-se acima dos outros ruídos da festa. Aos poucos, os barcos que seguiam a Senhora dos Navegantes vão mudando de rumo até formarem um círculo em torno daquele que transportava nossos heróis. O povo baiano e outros visitantes entoava em coro “irmãos, é preciso ter coragem...” enquanto Tarcísio os saudava na proa, os braços erguidos, os olhos cheios de lágrima diante daquela expressão espontânea de afeto popular⁴⁰⁷.

Cena perfeita como símbolo da substituição de um mito religioso tradicional, a Nossa Senhora dos Navegantes por um outro, da ficção mas verossímil, de carne e osso, também portador de uma mensagem espiritual. Mas, qual seria essa mensagem, cujo portador era João Coragem? Tendo a trama uma forte influência do *western*, o personagem tem fortes influências da identidade cultural norte-americana, conhecida como *American Way of Life* (Estilo de vida americano). Tal identidade, chamada de *Americanismo* por Antonio Pedro Tota, consiste em um conjunto de crenças originadas de uma parcela da sociedade norte-americana, conhecida como W.A.S.P. (White Angle-Saxon Protestant), formada pelos descendentes dos primeiros colonizadores protestantes da América do Norte, que até hoje ocupam uma posição de destaque na elite política-econômica dos Estados Unidos, sendo seus principais elementos a crença na liberdade individual, na democracia, no potencial da sociedade de consumo em diluir as diferenças sociais, raciais e religiosas, isto

⁴⁰⁷ KEHL, Maria Rita. Op.cit., p. 7.

é, em promover a inclusão social, o empreendedorismo, a fé inabalável no progresso científico e tecnológico e o tradicionalismo quanto a moral familiar e na fé religiosa⁴⁰⁸.

João Coragem era portador dessas características. Lutava contra o autoritarismo do coronel Pedro Barros, verdadeira barreira para a concretização da liberdade individual, acreditava nos princípios democráticos, pois costumeiramente consultava seus seguidores sobre as decisões que seu grupo deveria adotar, acreditava que o preconceito contra sua família desapareceria quando enriquecer, adquirindo posses e ganhando a respeitabilidade daqueles que antes o desprezavam, teve livre iniciativa nos negócios, demonstrada quando passava dias procurando o diamante no garimpo e quando buscava um comprador para ele, e, ao mesmo tempo era aberto às novidades científicas, demonstrado quando aceitou a sugestão do Dr. Rafael Marques em dar um tratamento médico à sua amada, Maria de Lara, que sofria com a doença da múltipla personalidade, oscilando entre a tradicional, religiosa e tímida Lara; a extrovertida, desbocada e sensual Diana e a equilibrada e independente Marcia, sendo que apenas no final da trama consegue a cura dessa doença, após passar um tempo internada em uma clínica psiquiátrica (reação diversa ao do pai de Lara, Pedro Barros, que até recrutou um beato fanático para exorcizar a filha, não aceitando as explicações científicas do Dr. Rafael), além de manter uma postura tradicional quanto à moral familiar, ao convencer o irmão Duda a casar-se com Ritinha, mesmo tendo o encontro se resumido a um beijo; e dele próprio casar-se com Maria de Lara, mesmo sendo ela filha de seu pior inimigo e tendo problemas psiquiátricos, ao saber que ela estava grávida dele⁴⁰⁹.

Portanto, João Coragem tornou-se o mensageiro espiritual da versão brasileira do *American Way of Life*, um modo de viver que, com a expansão da indústria cultural norte-americana, principalmente do cinema hollywoodiano, deixou de ser algo exclusivo da sociedade dos Estados Unidos da América, sendo que ela passou, assim como o capital, por um processo de internacionalização, ocorrendo, dessa forma, uma globalização cultural, já presente em nosso país no final da década de 1960 e início da de 1970, tendo como principal pilar o consumismo, sendo ele, como percebeu Nestor Garcia Canclini, um novo espaço em que “*se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades*”⁴¹⁰. Com isso, a identidade nacional construída através da mediação social da telenovela, na realidade, não diferiu muito de outras identidades nacionais construídas em uma era de predomínio do capitalismo monopolista multinacional, conforme percebeu

⁴⁰⁸ TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor** – a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra Mundial. São Paulo: Companhia das Letras, 2005, pp.19-20.

⁴⁰⁹ IRMÃOS CORAGEM. Op.cit.

⁴¹⁰ CANCLINI, Nestor Garcia. Op.cit., p.14.

Renato Ortiz, pois elas são “*intercambiáveis*”⁴¹¹, isto é, trocadas, comparadas e consumidas como uma outra mercadoria qualquer, tendo como ponto em comum a crença de que o progresso se materializa quando adquirimos o mesmo padrão de consumo das classes e nações mais ricas, conseguindo-se, através disso, uma respeitabilidade e aceitação desses aos então excluídos e marginalizados da sociedade.

E tal identidade inclusiva sobreviveu no imaginário popular alimentado pelas telenovelas e, posteriormente, por outros produtos produzidos pela indústria cultural, mesmo em épocas de crise. Um exemplo disso foi o esgotamento da política econômica da Ditadura Militar, visível a partir de 1974, onde os efeitos do arrocho salarial pela classe trabalhadora tornaram-se mais cruéis, aumentando a carestia e o abismo social entre ela e as elites. Mas, como apontou Francisco Oliveira, a crise não significou um esfriamento do mercado de bens de consumo (Departamento III)⁴¹². E isso foi perceptível nos primeiros anos de recessão, como foi notado por Maria Arminda do Arruda, ao analisar o mercado publicitário do país, notando uma verdadeira contradição no contexto brasileiro:

Há uma nítida correlação entre as fases de prosperidade econômica global e avanços do setor publicitário. Tal constatação nos permitiria afirmar que a publicidade avança e recua ao sabor das interpéries econômicas. Paradoxalmente, entretanto, alguns momentos de recuo econômico, como se verifica entre 1975-1976, são momentos de avanço do investimento publicitário, o que evidencia uma característica marcante do setor publicitário no Brasil, no qual a publicidade assume o papel de acelerador do marasmo econômico⁴¹³.

Portanto, as telenovelas da Globo, inseridas em um contexto marcado pelas exigências do mercado publicitário de estimular o consumo e por uma forte demanda, por parte da intelectualidade, por uma televisão comprometida com a educação da população e adotando uma função social, fez com que o gênero adquirisse características de um típico produto da indústria cultural em tempos de capitalismo tardio, sendo um mediador de tensões de uma sociedade cada vez mais desigual. Dessa forma, a telenovela seria, ao mesmo tempo, a portadora do que Ernest Mandel chamou de “*ideologia burguesa no capitalismo tardio*”, em que se proclamou a capacidade do sistema em “*integrar as classes*

⁴¹¹ ORTIZ, Renato. Op.cit., pp.205-206.

⁴¹² OLIVEIRA, Francisco. Op.cit., p.107.

⁴¹³ ARRUDA, Maria Arminda do. **A Embalagem do Sistema** – A publicidade no capitalismo brasileiro. Bauru: EDUSC, 2004, p.166.

sociais rebeldes e evitar explosões políticas”⁴¹⁴, e um grande mostruário de produtos e mercadorias para as massas, como observou Frederic Jameson, ao analisar a produção da indústria cultural norte-americana. Segundo o teórico estadunidense:

Os produtos à venda no mercado transformam-se no próprio conteúdo das imagens da mídia, de tal forma que, em certo sentido, o mesmo referente parece se manter nos dois domínios (...) Hoje, os produtos estão difusos no tempo e no espaço dos segmentos do entertainment (...) como parte do conteúdo, de tal forma que alguns casos bem conhecidos (mais explicitamente em seriados como *Dinastia*), às vezes não fica claro quando o segmento narrativo termina e começam os comerciais (...) não são os produtos comerciais do mercado que se tornam imagens na propaganda, mas sim os próprios processos de diversão e de narrativa da televisão comercial que são, por sua vez, reificados e transformados em mercadorias: a narrativa serializada (...) as tomadas de câmera sobre o espaço, a história, as personagens e as modas, incluindo aí o novo processo de formação de celebridades e de estrelas⁴¹⁵.

Em suma, mesmo em tempos de crise e recessão, a telenovela manterá em sua essência a crença de que os graves problemas sociais do país poderiam ser resolvidos através da inclusão social, expressa na ascensão social e na conseqüente inserção no mercado consumidor de bens de consumo duráveis. E tal imaginário é explorado pelas telenovelas modernas da Rede Globo de Televisão até hoje, sobrevivendo mesmo em períodos econômicos desfavoráveis, onde os desníveis sociais são mais perceptíveis por todas as camadas sociais. A exploração de tal imaginário é uma marca característica das telenovelas da Rede Globo, sendo que sua gênese ocorreu no contexto descrito na presente dissertação e que tem continuidade no trabalho de dramaturgos de gerações mais recentes, como Carlos Lombardi, atuante profissionalmente na Rede Globo desde a segunda metade da década de 1980. Segundo o dramaturgo paulista: “*Um autor escreve para e sobre o país que vê. O público responde, aceitando ou rejeitando. Todo autor experiente, portanto, sabe que o sonho brasileiro é a ascensão social, mas dentro de certos padrões éticos*”⁴¹⁶. Em outras palavras, o sonho que constitui a identidade nacional hegemônica em uma sociedade marcada pelas diferenças sociais, étnicas, de gêneros e de opções sexuais é a conquista da

⁴¹⁴ MANDEL, Ernest. **O Capitalismo Tardio**. Tradução de Carlos Eduardo Silveira Matos, Regis de Castro Andrade e Dinah Abreu Azevedo. São Paulo: Abril Cultural, 1982, p.351.

⁴¹⁵ JAMESON, Frederic. **Pós-Modernismo – A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio**. Tradução de Maria Elisa Velasco. São Paulo, Ática, 1996, pp.282-283.

⁴¹⁶ LOMBARDI, Carlos. Inventores de Histórias – Quem são os autores que fazem o telespectador sonhar. **Revista Contigo!**. Edição especial 40 anos de telenovela. São Paulo: Editora Abril, dezembro de 2003, p.61.

inclusão social ascendendo socialmente, podendo ter acesso ao consumo de bens valorizados pela sociedade, como eletrodomésticos e automóveis e usufruindo, dessa forma, dos frutos do progresso do país.

CONCLUSÃO

O investimento que a Rede Globo de Televisão fez para desenvolver um estilo próprio de telenovela foi resultado de um processo com raízes nos primeiros anos da televisão brasileira, quando os teleteatros eram o gênero de teledramaturgia mais valorizado culturalmente, exibido ao vivo para um público regionalizado, numa época em que este meio de comunicação não tinha o alcance que posteriormente alcançou. A proximidade com os grupos de teatro das décadas de 1950 e 1960 foi essencial para que houvesse uma forte influência de uma dramaturgia que desejava retratar a realidade social, com o objetivo de conscientizar as camadas populares da condição de pobreza e subdesenvolvimento em que viviam e, ao mesmo tempo, despertá-los para a luta pela mudança social no país. Ganhando espaço principalmente na TV Excelsior de São Paulo, emissora alinhada aos ideais nacionalistas do governo João Goulart, o *Teatro 63*, criado por Walter George Durst e Túlio de Lemos, pode ser considerado um dos antecessores da telenovela moderna.

Contudo, justamente com a introdução da telenovela diária no país, através da mesma TV Excelsior e das agências de publicidades ligadas às empresas multinacionais de cosméticos e produtos de higiene feminina, o *Teatro 63*, assim como outros teleteatros, acabou sucumbindo diante do início da Revolução Industrial da televisão brasileira, iniciada não pelas emissoras locais, mas sim por uma indústria de entretenimento multinacional, gerida por capital norte-americano mas que tinha como central de produção o México e a Argentina, tendo como base a utilização de uma linguagem melodramática do século XIX, com tramas totalmente distantes da realidade social brasileira, com textos escritos fora do país, sendo apenas adaptados pelos nossos autores, enquanto os artistas eram obrigados a seguir um determinado tipo de interpretação considerada de nível menor se comparada com a dramaturgia desenvolvida pelo teatro nacional.

Tal quadro se alterou com a progressiva entrada dos profissionais de teatro ligados, principalmente, à dramaturgia que se convencionou chamar de nacional-popular, que consideravam sua arte como algo que não deveria servir apenas para o simples entretenimento dos espectadores, mas sim para a sua conscientização quanto à realidade social do país. Com a Ditadura Militar instalada pelos setores conservadores da sociedade brasileira, tal dramaturgia era considerada subversiva, devendo ser banida dos palcos brasileiros. Sem trabalho no teatro, esses autores, inicialmente sem muito entusiasmo, ingressaram na televisão, onde encontraram um meio de sobrevivência profissional. Com o tempo, perceberam que poderiam introduzir a linguagem desenvolvida no teatro no referido

meio de comunicação, e, dessa forma, começaram a inserir aspectos da realidade brasileira nas tramas melodramáticas. Essa abertura se deu, inicialmente, nas emissoras Excelsior e Tupi, de São Paulo, sendo tal iniciativa partindo, principalmente, por parte dos artistas, cansados do gênero latino-americano e motivados a introduzir algumas novidades nele, com a complacência de pessoas que tinham posições de comando na produção das telenovelas, que desejavam experimentar algo que pudesse, ao mesmo tempo, conquistar audiência e garantir o emprego dos artistas brasileiros, em um contexto marcado pelas dificuldades de sobrevivência do cinema e do teatro devido ao autoritarismo e a falta de liberdade de expressão perpetrados pela Ditadura Militar, além da precariedade das emissoras, que tendiam apelar para a produção estrangeira para sobreviverem e, com isso, ameaçando o emprego do profissional de TV brasileiro.

O sucesso de audiência e crítica de *Beto Rockfeller*, produzida e exibida pela TV Tupi entre 1968 e 1969, foi um alento para os profissionais e artistas brasileiros, que viram a possibilidade de se abrir uma brecha para a sua sobrevivência profissional. Mas, isso só pode se concretizar em uma emissora que tivesse estrutura para bancar essa experiência. No caso, a TV Globo, do Rio de Janeiro, já que Tupi e Excelsior passavam por grandes dificuldades econômicas, técnicas e administrativas.

Mas, para esse processo de modernização da teledramaturgia ser inserido na emissora de televisão de Roberto Marinho, foi necessária uma mudança de hegemonia no campo da telenovela. Apenas após a demissão de Glória Magadan, que impunha o estilo tradicional de teledramaturgia, é que mudanças foram possíveis, sendo seus rumos determinados por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho e por Daniel Filho, que iniciaram, dentro do conhecido Padrão Globo de Qualidade, o processo de transformação do gênero, assimilando as experiências realizadas pelas emissoras de São Paulo.

As mudanças perpetradas no campo de telenovelas da Globo foi motivada por vários fatores: o desejo de formatar uma programação televisiva *midcult*, isto é, uma cultura de massa com elementos das culturas erudita e de vanguarda, com o objetivo de valorizar o capital cultural do gênero, adquirindo respeitabilidade entre os críticos televisivos e atraindo a audiência da classe média, a principal faixa de consumidores do período, e, com isso, conquistar patrocinadores, desejosos de divulgarem seus produtos e marcas para milhões de telespectadores em todo o país; adequar o gênero para a publicidade, possibilitando a inserção de linguagens de propaganda dentro da própria trama, como o *merchandising*, representações de hábitos de consumo, modas, que deveriam estimular o consumismo na sociedade brasileira, tendo como padrão os gostos da classe média urbana de São Paulo e do

Rio de Janeiro; e construir uma imagem moderna em torno da programação da emissora, sendo ela o próprio símbolo de um país em desenvolvimento, atendendo as expectativas dos militares de tornarem a televisão uma mostra concreta da modernidade brasileira, eliminando os resquícios de subdesenvolvimento presentes na programação hegemônica na televisão durante a década de 1960, que privilegiavam gêneros que iam ao encontro do gosto popular, das classes menos favorecidas, como era o caso dos programas de auditório e das telenovelas tradicionais do padrão latino-americano.

Dessa forma, as primeiras telenovelas consideradas modernas da Rede Globo de Televisão, como *Véu de Noiva*, *Assim na Terra como no Céu*, *Pigmaleão 70* e *O Cafona*, se tornaram uma verdadeira vitrine do estilo de vida das classes médias altas das grandes metrópoles, um mostruário de modas e comportamentos que foram interpretados pela audiência popular como se fossem verdadeiras aulas sobre o comportamento dos ricos e, principalmente, de como poderiam fazer parte desse universo consumista, adquirindo, de certa maneira, uma consciência de sua situação de marginal e subalterna da sociedade nacional, atingindo as expectativas dos autores do teatro de esquerda que ingressaram na televisão, como Dias Gomes e Bráulio Pedrosa. Mas, tal consciência não significou o despertar de um desejo revolucionário de transformação social, mas sim um desejo de integrar-se ao mundo das elites através da aquisição dos mesmos padrões de consumo, sendo tal mentalidade um verdadeiro sustentáculo para a manutenção de uma sociedade controlada pelo capitalismo monopolista multinacional, cuja boa parte de seus lucros está na venda de bens de consumo e de produtos ligados ao entretenimento. E foi dessa maneira que a telenovela moderna da Rede Globo adquiriu a função de mediador social, responsável pela construção de uma identidade nacional baseada na crença da possibilidade de inclusão social via inserção na sociedade de consumo.

E *Irmãos Coragem*, de Janete Clair, solidificou a modernização da telenovela brasileira realizada pela Rede Globo, conquistando grandes índices de audiência, até então inéditos na televisão brasileira, possibilitando a definitiva caracterização do gênero como um mediador social. Uma telenovela produzida e exibida numa época em que o governo dos militares tentava utilizar a televisão para realizar a tão desejada integração nacional, crendo no seu potencial em, através da exibição das imagens do progresso dos grandes centros para todo país, despertar entre a população das regiões menos desenvolvidas o desejo de trabalhar pelo progresso delas e, ao mesmo tempo, cobrar as autoridades locais os meios para conseguir isso. Já as agências de publicidade, grandes representantes do estímulo ao consumo de produtos das grandes empresas capitalistas, a maioria delas multinacionais,

desejavam usar a televisão como um veículo para unificar o mercado consumidor brasileiro, constituindo uma sociedade de consumo da qual seus lucros proveriam, tendo como público-alvo a classe média, tida como a camada social mais consumista da sociedade brasileira, sendo as camadas populares desprezadas pelos homens de *marketing*, sendo seus gostos e hábitos de consumo excluídos por eles ao desenvolverem seus anúncios publicitários, além de serem excluídas quase totalmente da programação televisiva, que deveria se adequar aos interesses desse mercado.

Tal expectativa sobre esse meio de comunicação foi despertada com a conquista do terceiro campeonato mundial de futebol pela seleção brasileira, no México, em 1970, sendo essa a primeira Copa onde os jogos foram transmitidos em rede nacional, via satélite, integrando a sociedade na torcida pelos principais jogadores do país. Dessa forma, a televisão mostrava seu potencial de integrar e unificar comunidades diversas em torno de um sentimento, e a telenovela despertou emoções que poderiam ser utilizadas para unir uma sociedade tão diversificada em torno de uma ideologia política ou de hábitos de consumo.

Todavia, tais perspectivas não se realizaram plenamente dentro das perspectivas do governo ou do mercado publicitário, pois boa parte dos telespectadores que receberam as imagens da modernidade e do progresso em suas regiões de origem, marcadas pela pobreza, foram estimulados a irem atrás do progresso ao invés de o fazerem em suas terras nativas, o que motivou ainda mais a migração para as grandes metrópoles. Além disso, as telenovelas (e a televisão em geral) puderam ser assistidas por ricos e pobres, sendo que mesmo programas destinados a uma determinada camada social foram assimilados por um público diverso daquele imaginado, que se apropriou dessas mensagens à sua maneira. Nesse caso, as imagens de hábitos considerados modernos tornaram-se verdadeiros agentes pedagógicos para as classes menos favorecidas que queriam aprender tais hábitos para serem incluídos em uma sociedade marcada pela exclusão.

E para a televisão exercer tal papel foi essencial o trabalho de dramaturgos que, sem possibilidades de continuarem realizando as experiências no teatro devido à Censura da Ditadura Militar, ingressaram na televisão com o objetivo de desenvolver uma nova linguagem na telenovela visando conscientizar os telespectadores sobre a realidade social do país. Para conseguirem isso, eles lutaram para conquistar a hegemonia dentro do campo da telenovela na Rede Globo e, contando com o apoio da direção da emissora, desejosa em valorizar o capital cultural de seu produto, da imprensa e de intelectuais, que gostariam de ver a televisão exercer uma função social voltada para a educação das camadas populares da sociedade brasileira que começava a ter acesso aos aparelhos de TV.

A conquista da hegemonia por parte desse grupo de autores fez com que surgisse uma pressão sobre os outros autores de telenovelas formados no rádio, que viam seu trabalho apenas como algo que devia proporcionar entretenimento e diversão ao público e se viram obrigados a inserir temas sociais em seus estilos para sobreviverem profissionalmente. Uma dessas autoras foi Janete Clair, que sofreu com o preconceito ao seu trabalho por parte da crítica televisiva, de seus colegas de profissão (principalmente daqueles oriundos do teatro de esquerda) e de seus próprios chefes na emissora, pois identificavam sua produção ao estilo tradicional dos dramalhões latino-americanos, exemplos de um suposto subdesenvolvimento cultural que deveria ser superado. Tal preconceito transformou-se em uma pressão interna sobre ela, que viu-se obrigada cada vez mais a focar uma temática voltada para a realidade social, inserida ao seu estilo romântico/melodramático tradicional.

Tal inserção foi perceptível em *Irmãos Coragem*, cuja trama, sem se descuidar da função de entreter os telespectadores através da aventura e do romantismo, teve como temática principal a luta dos marginalizados da sociedade brasileira para conquistarem a ascensão social, sendo essa uma forma de superarem uma vida marcada pelo forte preconceito sofrido por parte das elites. Uma luta que assumiu um caráter mítico, heróico, em que os protagonistas lutaram para concretizar o seu ideal de vida e, ao mesmo tempo, foram portadores de uma mensagem superior, de caráter espiritual, para a sua comunidade. Portanto, os heróis de *Irmãos Coragem* lutaram para ser reconhecidos pela sociedade, conquistando a ascensão social sem perderem a identidade, ao mesmo tempo em que trouxeram uma mensagem utópica, não só para a sua comunidade fictícia, mas também para milhões de telespectadores, da possibilidade de se construir uma nova sociedade através da crença de conquistarem a inclusão social através da inserção na sociedade de consumo, sendo que, concretizado isso, poderiam fazer com que seus sonhos se tornassem realidade. Um sonho compartilhado entre telespectadores e a autora que lutava para ter seu talento reconhecido no campo da televisão e ser incluída entre o grupo de autores reconhecidos pela crítica intelectualizada e, dessa forma, alcançar sua ascensão profissional dentro da fase de modernização da telenovela da Rede Globo de Televisão.

E, ao despertar tal consciência em seus telespectadores, a telenovela começou a exercer o papel de mediadora social, construtora de uma identidade baseada na crença social descrita acima, que resultou na assimilação dos hábitos de consumo e os modismos das

classes médias urbanas pelas classes populares, como percebeu Esther Hamburger⁴¹⁷. Dessa forma, tal inclusão não se dava apenas através da riqueza, mas principalmente ao conseguir o acesso a produtos e serviços identificados com essas camadas sociais urbanas, mesmo que isso acarretasse um grande endividamento por parte das camadas populares, que, através da concessão de crédito, contrairam dívidas que poderiam durar anos. Mas, dentro do imaginário social nascido nesse período de progresso econômico, isso seria o preço a ser pago para ser incluído no sonho do “Milagre”.

Portanto, a telenovela moderna da Rede Globo de Televisão adquiriu, a partir da década 1970, uma função social que ultrapassava o simples entretenimento, sendo um veículo importante de mediação social pelo qual as camadas populares descobriam, à sua maneira, como poderiam conquistar um lugar de destaque na sociedade. Dessa forma, é essencial para o pesquisador da história recente de nosso país compreender o papel da telenovela (e da televisão, de maneira geral) como um agente influenciador do comportamento e do imaginário social da contemporaneidade, interagindo com a realidade brasileira, superando a visão hegemônica da academia em um passado recente, quando a telenovela não passava de um instrumento de distração e alienação do povo, distanciando-o tanto de seus problemas cotidianos quanto dos problemas da sociedade. Espero que, com essa dissertação, contribua ainda mais para quebrar tal visão e, dessa forma, ajudar na compreensão da influência dos meios de comunicação sobre a sociedade contemporânea.

⁴¹⁷ HAMBURGER, Esther. **O Brasil Antenado – A Sociedade da Novela**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2005, pp.71-72.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FONTES

Jornais:

City News (Pesquisado no Arquivo Multimeios do Centro Cultural São Paulo).
Comunicação e Educação (Acervo Particular).
Folha de São Paulo (Pesquisado no Arquivo Multimeios do Centro Cultural São Paulo).
O Globo (Pesquisado no Arquivo Multimeios do Centro Cultural São Paulo).
Shopping News (Pesquisado no Arquivo Multimeios do Centro Cultural São Paulo).
Última Hora (Pesquisado no Arquivo do Estado de São Paulo).

Revistas:

Boletim de Programação da Rede Globo de Televisão (Pesquisado no acervo do Núcleo de Pesquisa em Telenovelas da Escola de Comunicação e Artes da USP).
Civilização Brasileira (Pesquisado na Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo).
Revista Contigo! (Acervo Particular).
Revista Veja (Pesquisado na Biblioteca Municipal Mário de Andrade).

Entrevistas e Depoimentos:

Gianfrancesco Guarnieri. **História da TV Excelsior**, 19/03/1984. Entrevista concedida aos pesquisadores do IDART – Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, TR 1657.
Lauro César Muniz, entrevista concedida a Mauricio Tintori Piqueira, São Paulo, 05/01/2009.
Walter George Durst, entrevista concedida aos pesquisadores do IDART, 1976. Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, TR2054.

Sites:

<http://memoriaglobo.globo.com/>
<http://www.revistaagulha.nom.br/@hs.html#cony>
<http://www.rodaviva.fapesp.br/>
<http://www.vermelho.org.br/>

Fontes Visuais:

A NEGAÇÃO DO BRASIL. Direção e produção: Joel Zito Araújo. São Paulo: Casa de Criação, 2000. 1 DVD, acervo particular.

BRAZIL: BEYOND CITIZEN KANE. Inglaterra: Channel Four, 1993. 1 DVD, acervo particular.

HISTÓRIA DAS TELENÓVELAS. São Paulo: TV Cultura, 1980. Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo. Video Tape 15.

IRMÃOS CORAGEM. Roteiro: Janete Clair. Direção: Daniel Filho e Milton Gonçalves. Produção: Daniel Filho. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 1970-1971 [compacto], 1 DVD, acervo particular.

TV ANO 50 – Teledramaturgia I. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2000. Acervo do Arquivo Multimeios – Centro Cultural São Paulo. Video Tape 145.

Seminário:

Colóquio “Histórias da Teledramaturgia”, realizado no dia 10/06/2008, no Seminário

Direções: por um novo caminho na Teledramaturgia. São Paulo: SESC-SP.

Trabalhos não publicados

ALBUQUERQUE, Maria Elisa Vercesi de; ROCHA, Vera Lúcia; SILVA, Helena Cândida Dias da. “Audiência de Telenovela: uma perspectiva histórica”. In **A Telenovela: a História; a imprensa especializada, o enredo e a audiência**. São Paulo, 1981. Arquivo Multimeios do Centro Cultural de São Paulo. TP 0081 P 0773/CM.

OKAMURA, Rita. **A História da Telenovela** (mimeo). – 2ª parte (1968-1978). São Paulo, 1981. Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, TP 0081. Lauda 3, v.3/5.

Livros:

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood Brasileira – Panorama da Telenovela no Brasil**. 2.ed. Rio de Janeiro: SENAC/Rio, 2004.

ALMADA, Izaías. **Teatro de Arena – Memória**. São Paulo: Boitempo, 2004.

AMORIM, Edgard Ribeiro de. TV Excelsior – Aspectos Históricos. In: MOYA, Álvaro de. **Glória in Excelsior** – Ascensão, apogeu e queda do maior sucesso da televisão brasileira. São Paulo: Imprensa Oficial, 2004.

ARAÚJO, Joel Zito. **A Negação do Brasil – O Negro na Telenovela Brasileira**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.

- ARAUJO, Maria Paula. **Memórias Estudantis** – da Fundação da UNE aos nossos dias. Rio de Janeiro: Relume Dumará – Fundação Roberto Marinho, 2007.
- ARISTÓTELES. **Poética**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- ARQUIDIOCESE DE SÃO PAULO. **Brasil: Nunca mais!** – um relato para a História. 19.ed. Petrópolis: Vozes, 1985.
- AUTRAN, Arthur. **Alex Viany: crítico e historiador**. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- _____. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. Tradução de Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec/Editora Universidade de Brasília: 1987.
- BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na época de suas técnicas de reprodução. Tradução de José Lino Grünnewald. In: **Os Pensadores**, vol. XLVIII. São Paulo: Abril Cultural, 1975.
- BIAL, Pedro. **Roberto Marinho**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- BOAL, Augusto. **Teatro do Oprimido e outras poéticas**. 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977.
- BOURDIEU, Pierre. **Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- _____. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BUCCI, Eugenio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2005.
- BRETCH, Bertolt. La dramática dialéctica. In: **Escritos sobre Teatro**. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1973.
- CAMPBELL, Joseph. **O Poder do Mito**. Tradução de Carlos Felipe Moisés. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- CAMPOS, Claudia de Arruda. **Zumbi, Tiradentes**. São Paulo: Perspectiva, 1988.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos- Conflitos Multiculturais da Globalização**. Tradução de Mauricio Santana Dias. 5.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- CAPARELLI, Sergio. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.
- CARDOSO, Fernando Henrique; FALETTO, Enzo. **Dependência e desenvolvimento na América Latina**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1970.
- CARDOSO, Fernando Henrique. **Empresário industrial e desenvolvimento econômico no Brasil**. 2.ed. São Paulo: DIFEL, 1972.
- _____. **Autoritarismo e Democratização**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975.

- CARDOSO, Régis. **No princípio era o som** – a minha grande novela. São Paulo: Madras, 1998.
- CLARK, Walter. **O Campeão de Audiência** – uma autobiografia. São Paulo: Best Seller, 1991.
- CONTRERA, Malena Segura. **O mito na mídia** – a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2000.
- COSTA, Cristiane. **Eu compro essa mulher** – romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000
- COSTA, Iná Camargo. **A Hora do Teatro Épico no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.
- COUTO E SILVA, Golbery. **Conjuntura Política Nacional, o Poder Executivo e Geopolítica do Brasil**. 2.ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1981.
- DREIFUSS, René Armand. **1964 – a conquista do Estado** – Ação política, poder e golpe de classe. 6.ed Petrópolis: Editora Vozes, 2006.
- DURHAM, Eunice. **A caminho da cidade**. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- FERNANDES, Ismael. **Telenovela Brasileira – Memória**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- FERNANDES, Florestan. Anotações sobre o capitalismo agrário e a mudança social no Brasil. In: SZMRECSANYI, Tomás; QUEDA, Oriowaldo. (Orgs.). **Vida Rural e Mudança Social**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1976.
- FERREIRA, Mauro; COELHO, Cleodon. **Nossa Senhora das Oito** – Janete Clair e a evolução da telenovela no Brasil. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.
- FERRO, Marc. O Filme – uma contra-análise da sociedade. In: LE GOFF, Jacques; NORRA, Pierre. **História: Novos Objetos**. 3.ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988.
- FICO, Carlos. **Reinventando o otimismo** – Ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.
- FILHO, Daniel. **Antes que me esqueçam**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1988.
- _____. **O Circo Eletrônico** – Fazendo TV no Brasil. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- FRANÇOIS, Etienne. A Fecundidade da História Oral. In: FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaína. **Usos e Abusos da História Oral**. 3.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.
- FREDERICO, Celso. A política cultural dos comunistas. In: MORAES, João Quantin de (org). **História do Marxismo no Brasil**. 2.ed. Campinas, Editora da UNICAMP, 2007, v.3.

- FUBINI, Enrico. Prólogo. In: CHASIN, Ibaney. **O Canto dos Afetos** – um dizer humanista. São Paulo: Perspectiva, 2004, p.XIV.
- GASPARI, Élio. **A Ditadura Escancarada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- GOMES, Dias. **Apenas um subversivo** – autobiografia. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- GORENDER, Jacob. **Combate nas trevas** – a esquerda brasileira: das ilusões perdidas à luta armada. São Paulo: Ática, 1987.
- GRAMSCI, Antonio. **Literatura e Vida Nacional**. 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.
- GILLEBAUD, Jean-Claude. A Consolação da Revolução Sexual. In: **Rebeldes e Contestadores** – 1968 Brasil, França e Alemanha. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999.
- GUTERMAN, Marcos. **O Futebol explica o Brasil**: o caso da Copa de 70. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2006.
- HAMBURGER, Esther. Diluindo as Fronteiras: A Televisão e as Novelas do Cotidiano. In: NOVAES, Fernando; SCHWARZ, Lilia Moritz (org). **História da Vida Privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, v.4.
- _____. **O Brasil Antenado** – A Sociedade da Novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre, Tchê, 1987.
- HOBSBAWM, Eric. **Era dos Extremos** – O Breve Século XX 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. A Indústria Cultural – o Iluminismo como mistificação das massas. Tradução de Julia Elizabeth Levy. In: **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- IANNI, Octávio. **A Ditadura do Grande Capital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981.
- JAMESON, Frederic. **Pós-Modernismo** - A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio. Tradução de Maria Elisa Velasco. São Paulo, Ática, 1996.
- _____. Reificação e Utopia na Cultura de Massa. Tradução de João Roberto Martins Filho. In: **Crítica Marxista**, vol.1, nº1, São Paulo: Brasiliense, 1994.
- KEHL, Maria Rita. Eu vi um Brasil na TV. In: COSTA, Alcir Henrique da; SIMÕES, Inimá Ferreira; KEHL, Maria Rita. **Um País no ar** – História da TV brasileira em 3 canais. São Paulo: Brasiliense/FUNARTE, 1986.

_____. As Novelas, Novelinhas e Novelões: Mil e Uma Noites para as Multidões. In: CARVALHO, Elisabeth; KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves. **Anos 70 – Televisão**. Rio de Janeiro: Europa, 1979-1980.

KORNIS, Mônica. **Uma História do Brasil Recente nas Minisséries da Rede Globo**. Tese de Doutorado em Ciência das Comunicações. São Paulo: ECA/USP, 2000.

_____. Ficção televisiva e identidade nacional: o caso da Rede Globo. In: CAPELATO, Maria Helena, MORETIN, Eduardo; NAPOLITANO, Marcos; SALIBA, Elias Tomé (org). **História e Cinema**. São Paulo: Alameda, 2007.

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de Guarda – Jornalistas e Censores**, do AI-5 à Constituição de 1988. São Paulo: Boitempo, 2004.

LEAL, Ondina Fachel. **A Leitura Social da Novela das Oito**. Petrópolis: Vozes, 1986.

LEAL, Vitor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil**. São Paulo: Alfa-Ômega, 1975.

LEVER, Janet. **A loucura do futebol**. Rio de Janeiro: Record, 1983

LLOSA, Mario Vargas. **Tia Júlia e o Escrevinhador**. 2.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a Telenovela – mediações, recepção e teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.

LUKÁCS, Georg. **Introdução a uma Estética Marxista – Sobre a Categoria da Particularidade**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho e Leandro Konder. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

LUKACS JUNIOR, Estevão. **Pecado e Coragem – Modernidade, Telenovela e Ideologia (1969-1977)**. Tese de Doutorado em História. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 1995.

MAGALDI, Sábato. **Um palco brasileiro – o Arena de São Paulo**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MAIOR, Marcel Souto. **Almanaque da TV Globo**. São Paulo: Globo, 2006.

MANDEL, Ernest. **O Capitalismo Tardio**. Tradução de Carlos Eduardo Silveira Matos, Regis de Castro Andrade e Dinah Abreu Azevedo. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

MARTIN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os Exercícios do Ver – Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva**. 2.ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2004.

- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações** – Comunicação, Cultura e Hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- MARX, Karl. **O Dezoito Brumário de Louis Bonaparte**. Tradução de Silvio Donizete Chagas. 2.ed. São Paulo: Centauro, 2000.
- MATELLART, Michele; MATTELART, Armand. **O Carnaval das Imagens** – A ficção na TV. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989.
- MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira** – Uma visão econômica, social e política. 2.ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.
- _____. “As Organizações Globo na mídia impressa”. In BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (org). **Rede Globo** – 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. 4.ed. São Paulo: Cultrix, 1974.
- MELO, José Marques. **As telenovelas da Globo** – produção e exportação. São Paulo: Summus, 1998.
- MELLO, João Manuel Cardoso; NOVAIS, Fernando. Capitalismo Tardio e Sociabilidade Moderna. In: SCHWARZ, Lilia Moritz; NOVAIS, Fernando (orgs.) **História da Vida Privada no Brasil** – Contrastes da Intimidade Contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. v.4.
- MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional** – A notícia faz história. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- MEYER, Marlyse. **Folhetim: uma história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- MICELI, Sergio. O Papel Político dos Meios de Comunicação de Massa. In: SOSNOWSKI, Saúl; SCHWARTZ, Jorge (org). **Brasil: O Trânsito da Memória**. São Paulo: EDUSP, 1990.
- NAPOLITANO, Marcos. **Cultura Brasileira** – utopia e massificação. São Paulo: Contexto, 2004.
- NOGUEIRA, Lisandro. **O Autor na Televisão** – a Ficção Seriada de Gilberto Braga. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Artes. São Paulo: ECA/USP, 1995.
- OLIVEIRA, Francisco. **A Economia da Dependência Imperfeita**. 3.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1980.
- OLIVEIRA, Jean-Marcel Mariano de. **O Contrato de Trabalho do Atleta Profissional de Futebol**. São Paulo: LTR, 2009.

OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de (org). **50/50 – 50 Anos de TV no Brasil**. São Paulo: Globo, 2000.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira** – Cultura Brasileira e Indústria Cultural. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela** – História e Produção. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PAULO NETTO, José. Depois do Modernismo – contribuição à análise sociológica da herança cultural na literatura brasileira contemporânea. In: COUTINHO, Carlos Nelson et al. **Realismo e anti-realismo na literatura brasileira**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

PECEGUEIRO, Alberto (coord). **Melhores Momentos** – A Telenovela Brasileira. Rio de Janeiro: Rio Gráfica Editora, 1980.

PEIXOTO, Fernando. **Teatro em Questão**. São Paulo: Hucitec, 1988.

PONTE PRETA, Stanislaw. **Febeapá 1,2 e 3**. Rio de Janeiro: Agir, 2006.

PORTELLI, Alessandro. Tentando aprender um pouquinho – Algumas reflexões sobre a ética na História Oral. In: **Projeto História**: revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História do Departamento de História da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, n.15, abril de 1997.

RAGO FILHO, Antonio. **A Ideologia 64: os Gestores do Capital Atrófico**. Tese de Doutorado. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 1998.

_____. “*Sob este signo vencerás*”! – A estrutura ideológica da autocracia burguesa bonapartista. In: **Tempo de Ditadura**. Caderno AEL, 14/15. Campinas: Arquivo Edgar Leuenroth, 2001, PP.157-159.

RAMOS, José Mário Ortiz. **Cinema, Estado e lutas culturais: anos 50,60,70**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

_____. **Televisão, Publicidade e Cultura de Massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

RIDENTI, Marcelo. **Em Busca do Povo Brasileiro** – Artistas da Revolução, do CPC à Era da TV. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. **O Fantasma da Revolução Brasileira**. São Paulo: UNESP, 1993.

ROMANO, Maria Carmem Jacob. **Representação do popular e campo da telenovela: um close em Benedito Ruy Barbosa**. Tese de Doutorado em Ciências Sociais. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 1999.

- SANTOS, Maria da Glória Bonelli. **A Classe Média: do “Milagre” à Recessão** – Mobilidade Social, Expectativas e Identidade Coletiva. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 1987.
- SCHWARZ, Roberto. Cultura e política, 1964-1969. In: **O pai de família e outros estudos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- SIMÕES, Inimá. Nunca fui santa. In: BUCCI, Eugênio (org). **A TV aos 50** – criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.
- SINGER, Paul. **A Crise do “Milagre”** – Interpretação crítica da Economia Brasileira. 8.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- SODRÉ, Muniz. **A Comunicação do Grotesco** – Um Ensaio sobre a Cultura de Massa no Brasil. 2.ed. Petrópolis, Vozes, 1972.
- _____. **O Monopólio da Fala** – Função e Linguagem na Televisão no Brasil. 5.ed. Petrópolis: Vozes, 1984.
- SODRÉ, Nelson Werneck. **Síntese de História da Cultura Brasileira**. 9.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981.
- SOUTO MAIOR, Marcel. **Almanaque TV Globo**. São Paulo: Globo, 2006.
- SOUZA, Percival de. **Autópsia do medo** – vida e morte do delegado Sérgio Paranhos Fleury. São Paulo: Globo, 2000.
- TOLEDO, Heloísa Maria dos Santos. Som Livre e Trilhas Sonoras das Telenovelas: Pressupostos sobre o processo de difusão da Música. Comunicação no **XXX Congresso Brasileiro de Comunicação**. Santos, de 29 de Agosto a 2 de setembro de 2007. In Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor** – a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra Mundial. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- XEXÉO, Artur. **Janete Clair** – A Usineira de Sonhos. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.
- VENTURA, Zuenir et alli. **70/80: Cultura em Trânsito** – da repressão à abertura. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.