

TELENOVELAS DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO E A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DO *BRAZILIAN WAY OF LIFE*

REDE GLOBO'S SOAP OPERAS AND CONSTRUCTION OF THE BRAZILIAN WAY OF LIFE'S IMAGE

Mauricio Tintori Piqueira

<tintoriled@yahoo.com.br>

Doutorando em Ciências Sociais,

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP

<http://lattes.cnpq.br/4454193964564024>

RESUMO

O artigo pretende fazer uma breve reflexão sobre as representações da sociedade brasileira nas telenovelas da Rede Globo de Televisão e a construção de um tipo ideal de brasileiro, mais condizente aos imperativos da sociedade de consumo implantada no país a partir dos projetos de “integração nacional” da autocracia civil-militar que governou o país entre 1964-1985, e os reflexos presentes na produção da teleficção atual.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão, Integração Nacional, Sociedade de Consumo, *American Way of Life*.

ABSTRACT

The article intends to offer a brief reflection on the representations of Brazilian society in the soap operas of Rede Globo and the construction of an ideal type of Brazilian, more suited to the requirements of the consumption society established in the country from the national integration projects of the civil-military autocracy that ruled the country between 1964-1985, and the reflections in the current production of TV fiction.

KEYWORDS: Television, National integration, consumption society, *American Way of Life*.



No início da década de 1980, em uma entrevista concedida para o jornal *Folha de São Paulo*, o dramaturgo baiano Alfredo Dias Gomes, autor de obras teatrais que procuravam representar a realidade social brasileira de forma crítica e que, nos anos 1970, tornou-se autor de telenovelas da Rede Globo de Televisão, afirmou taxativamente que elas eram “a única coisa que a televisão brasileira inventou com as características de um produto de televisão, com uma linguagem própria para a TV” (DURÃO, 1980, p. 5).

Mas cabe questionar o formato desta “linguagem própria” da telenovela que a tornou um produto com “identidade nacional”. Na realidade, a telenovela originou-se da *soap opera*, gênero de seriado norte-americano que representava o cotidiano das famílias estadunidenses de classe média. Esses seriados eram produzidos para o rádio inicialmente por agências de

publicidade contratadas pela indústria de cosméticos, com o objetivo de fazer propaganda de produtos como sabonetes, desodorantes, pastas de dentes etc. Mais tarde, o mesmo esquema de produção foi reproduzido na televisão. A partir dos anos 1940, a *soap opera* começou a ser produzida na América Latina, inicialmente em Cuba. Porém, o produto foi adaptado para o gosto dos consumidores latino-americanos, levando-se em conta a popularidade dos folhetins melodramáticos franceses na região, com suas tramas baseadas em um maniqueísmo bem estruturado, no qual a bondade e a maldade eram claramente definidas como traços de personalidade dos personagens (ORTIZ, 1991, pp. 11-54).

Nos anos 1960, havia centros de produção de textos de telenovela em Buenos Aires, na Cidade do México e em Miami (onde trabalhavam autores cubanos que se exilaram nos Estados Unidos após a Revolução de 1959). Os textos das telenovelas diárias (cuja produção iniciou-se na TV Excelsior de São Paulo, em 1963), eram importados destes centros de produção. Tal importação ocorreu justamente em uma época em que a televisão abria espaço para a produção de uma teledramaturgia que procurava representar a realidade social de forma crítica, inspirada na produção teatral de grupos como o Arena. Em uma época marcada pela efervescência do debate em torno do desenvolvimento nacional e pela forte influência do nacionalismo de esquerda, a importação de tais textos parecia ser uma ameaça à estabilidade empregatícia de autores de televisão e a perda de sua autonomia criativa, pois eles passavam a ser meros adaptadores de telenovelas argentinas, cubanas e mexicanas. Tal receio pode ser percebido no depoimento de Walter George Durst, autor de peças de teleteatro que procuravam representar a realidade nacional:

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 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 sempre (DURST, 1976).

Outro aspecto importante a ser destacado na fala de Durst é que os autores e profissionais envolvidos na produção das telenovelas eram contratados pelas agências de publicidade vinculadas a indústria dos cosméticos, e não às emissoras de televisão. Na época,

estas vendiam espaços em sua programação para essas agências vincularem suas produções de teledramaturgia, não tendo muita responsabilidade quanto à produção das obras audiovisuais.

Fundada no Rio de Janeiro em abril de 1965, a TV Globo inicialmente vendia espaços de sua programação às agências de publicidade. Porém, a partir de 1966, quando Walter Clark foi contratado para ser um dos diretores da emissora, houve mudanças nesse processo. A emissora passou a investir na construção de um centro de produções, visando produzir suas próprias telenovelas e vendendo a publicidade dos espaços comerciais para a indústria de cosméticos que pagasse mais para patrocinar o produto. Porém, tal mudança não influenciou no padrão de telenovela hegemônico até então. Os executivos da Globo apostavam justamente no apelo popular do dramalhão latino-americano para conquistar a liderança da audiência no Rio de Janeiro e a confiança dos patrocinadores, contando que estes perceberiam ser mais barato comprar um espaço nos intervalos comerciais para divulgar seus produtos, do que gastar somas consideráveis na produção de uma telenovela e na compra de uma faixa de horário para exibí-la.

Por essa razão, a Globo investiu na produção de profissionais com experiência em outros centros de produção de telenovelas no exterior para a montagem do seu próprio núcleo de telenovelas. Assim, por intermédio da Time-Life (então sócia da emissora), a Globo 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 Venezuela¹ (VEJA, 1976, p. 96). Este, por sua vez, sugeriu o nome da exilada cubana Glória Magadan para dirigir o núcleo na emissora carioca. Até então, Magadan era responsável pela produção das telenovelas patrocinadas pela Colgate-Palmolive na América do Sul. Tida como herdeira do compatriota Félix Caignet - de quem foi assistente (PENTEADO, 1980) -, 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 da Colgate para as telenovelas da emissora (PECEGUEIRO, 1980, p. 169).

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

¹Sobre 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.

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. Estas obras tinham forte presença das características do melodrama tradicional: tramas com situações inverossímeis, ambientadas em um passado idealizado longínquo e em terras distantes, evitando maiores comparações com o contexto vivido no país naqueles anos. Podemos afirmar que, graças às produções de Magadan, criou-se a impressão de que a telenovela seria um programa inofensivo e de puro entretenimento para as donas de casa, fazendo com que a censura relaxasse na vigilância das tramas e que intelectuais mais críticos considerassem o produto a maior expressão do processo de alienação do telespectador com relação à realidade autoritária vivenciada na época.

Fig. 1 - Henrique Martins e Yoná Magalhães protagonizaram *Sheik de Agadir* (1966), de Glória Magadan. Um dos primeiros sucessos de audiência da Rede Globo de Televisão que simboliza o padrão de telenovelas da época, marcado por serem ambientadas em um tempo e espaço distante da realidade social brasileira da época.



(Disponível em

<http://www.network54.com/Forum/43187/message/1413298857/Rede+Globo+produce+las+telenovelas+M%C3%81S+CARAS+Y+EXITOSAS+de+la+Historia>, acessado em 06/03/2015).

Porém, as telenovelas de Magadan não tinham o mesmo impacto em São Paulo, principal mercado publicitário do país. Além disso, a cidade mais industrializada do país servia como termômetro para programas que poderiam ser vinculados em outras praças. Além disso, em 1968, a TV Tupi de São Paulo produziu e transmitiu *Beto Rockfeller*, uma telenovela que propunha afastar-se dos clichês do melodrama tradicional. 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, lembrando que a telenovela era um programa geralmente voltado para o público feminino. Apesar de, em parte, manter um pouco dessa categoria, *Beto Rockfeller* rompeu com tal paradigma ao tentar conquistar um público massivo, mais condizente às estratégias de uma empresa moderna de televisão, na qual se tenta conquistar amplas faixas do público telespectador levando-se em conta às diferenças culturais entre eles. Dessa forma, torna-se possível atrair mais patrocinadores para o gênero, não se restringindo à indústria de cosméticos.

Para a concretização de tais objetivos, Gabus Mendes contratou um autor de teatro, avesso às práticas até então comuns na teledramaturgia, capaz de escrever uma história que chamasse a atenção tanto dos homens que preferiam ver os seriados de ação norte-americanos e os jovens que curtiam o *rock'nroll* dos Beatles (cujas músicas faziam parte da trilha sonora), criando identificação com telespectadores até então distantes da telenovela. Através da indicação da atriz Cacilda Becker e do diretor teatral Antônio Abujamra, Cassiano Gabus Mendes contratou Bráulio Pedroso, autor teatral desempregado na época devido à vigilância da censura às suas obras críticas quanto à realidade social brasileira, que escreveu uma história ambientada no centro de São Paulo no qual o protagonista (Beto Rockfeller, interpretado por Luís Gustavo) era um jovem de classe média baixa, paulistano, cujo principal objetivo era ascender socialmente sem fazer muito esforço (OKAMURA, p. 8).

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 de maior audiência tanto no Rio de Janeiro quanto em São Paulo até então: a adaptação do melodrama cubano *Direito de Nascer*,

em 1965. Segundo Lima Duarte, foi justamente o desgaste do gênero e o desejo dos artistas que participaram de *Beto Rockfeller* de subverter a ordem da televisão que pode ter contribuído para o seu sucesso:

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 ideia 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*(DUARTE, 1980).

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 sociedade. Uma contracultura que foi assimilada pelo mercado e, despida de seu caráter mais subversivo, foi usada para estimular hábitos consumistas (HOBSBAWN, 1995, pp. 314-336). Tal situação fez com que, como destacou o filósofo francês Jean-Claude Gillebaud, os valores da sociedade tradicional, como a virtude, a moral e a família, se tornassem estruturas parasitas na sociedade capitalista moderna (GILLEBAUD, 199, p. 173). Não foi à toa que, como apontou Inimá Simões, *Beto Rockfeller* foi uma das primeiras a serem visadas mais seriamente por esses órgãos repressivos (SIMÕES, 2000).

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 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 (lícitas e ilícitas) 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” (MATTELART; MATTELART, 1989, pp. 30-31). Vale frisar que tal caráter representado pela referida personagem destoava do que a autocracia civil-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.

Fig. 2 - Os atores Plínio Marcos e Luís Gustavo, em *Beto Rockefeller*, interpretavam jovens pobres que procuravam ascender socialmente sem muito esforço. Assim, a telenovela começava a representar a realidade social dos grandes centros urbanos.



(Disponível em <http://oglobo.globo.com/blogs/nostalgia/posts/2009/09/06/40-anos-de-beto-rockefeller-220679.asp>, acessado em 06/03/2015).

O sucesso comercial e de crítica de *Beto Rockefeller* estimulou os executivos da Rede

Globo a investirem na produção de um novo formato de teledramaturgia, mais propício para promover hábitos de consumo dos grandes centros urbanos para todo o Brasil, algo possível com a introdução do sistema de transmissão em rede, via satélite, da EMBRATEL (Empresa Brasileira de Telecomunicações), em 1969. A TV Globo de Televisão planejou seu projeto de transmissão em rede visando atrair o interesse do mercado publicitário para a televisão, vislumbrando a possibilidade de estimular o consumo de produtos fabricados pelas multinacionais instaladas principalmente em São Paulo para todo Brasil e, ao mesmo tempo, servir como um instrumento do governo para executar seus planos de integração nacional. Não foi por acaso que, no mesmo ano, a Globo lançou o *Jornal Nacional*, visando integrar o país através das notícias dos acontecimentos do Brasil e do mundo (estas devidamente filtradas pela censura) e modificou seu núcleo de telenovelas ao demitir Glória Magadan e investir na produção de histórias ambientadas na realidade social do país, produzindo representações verossímeis que, por sua vez, mantinham as principais características do melodrama.

Tendo em vista tal aspecto, é possível concordar com Ismail Xavier e definir as produções de teledramaturgia da Rede Globo de Televisão, a partir de 1969, como teleficções modernizadas. Esta se caracterizaria pela representação de dramas familiares a partir das “fórmulas básicas do gênero melodramático” mesclada a “elementos ‘modernos’”, como “o enredo modelado sobre a vida cotidiana, o tom menos dramático, mais próximo da crônica, as personagens menos idealizadas, uma nova atitude moral e novas convenções”. A “nova atitude moral” e as “novas convenções” estariam, segundo Xavier, ligadas a um imaginário no qual a sociedade moderna representaria um “ambiente social racionalizado, [no qual] a paixão pode ser domesticada e as pessoas podem alcançar a felicidade, superando-se a condenação derivada de uma visão religiosa do mundo e seus códigos morais irracionais (uma vez que impraticáveis)”. Dessa forma, a Rede Globo de Televisão, com a sua teleficção, teria assumido o “papel social” de assinalar, através do “final feliz” de suas tramas, “uma promessa de redenção e de aperfeiçoamento das regras sociais” (XAVIER, 2003, pp. 153-154).

Se *Beto Rockefeller* foi produzida visando questionar o padrão tradicional de telenovelas presentes no Brasil até então, a Rede Globo inseriu tais experiências procurando adequar o gênero às necessidades de mercado e à própria ideologia desenvolvimentista constantemente vinculada nas propagandas governistas. Para melhor compreensão de tal processo, pode ser importante

comparar a telenovela da Tupi com a produção da Globo, mais precisamente *Irmãos Coragem*, considerada como a primeira a conquistar expressivos índices de audiência nos principais mercados televisivos, no caso Rio de Janeiro e São Paulo e que, assim como o Jornal Nacional, conseguiu “integrar” o país em torno de uma história marcada pela luta contra a desigualdade social através do empreendedorismo que impulsiona a ascensão individual, personificada na figura do *self made man*.

Diferentemente de *Beto Rockfeller*, *Irmãos Coragem* tinha como protagonista um garimpeiro de família humilde do interior do Brasil, morador da fictícia vila de Coroadó, localizada no estado de Goiás. João Coragem (Tarcísio Meira) lutava por uma vida melhor tanto para a sua família quanto para a comunidade e, por isso, entrava em conflito com o coronel da região, Pedro Barros (Gilberto Martinho), que monopolizava a propriedade dos garimpos e explorava o trabalho dos garimpeiros com requintes de crueldade, que podem fazer lembrar os tempos da escravidão. Possivelmente, o nome Coragem dado a família protagonista 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.

Na trama de Janete Clair, João Coragem parecia simbolizar valores mais próximos do *American Way of Life* (Estilo de vida americano) do que Beto Rockfeller, de certa forma mais próximo ao estereótipo do arrivista brasileiro que quer levar sempre vantagem em tudo com o mínimo esforço. O *Americanismo* pode ser entendido, conforme as reflexões de Antonio Pedro Tota sobre a influência da cultura norte-americana no Brasil a partir da II Guerra Mundial, consistindo em um conjunto de crenças originadas de uma parcela da sociedade norte-americana, conhecida como W.A.S.P. (White Angle-SaxonProtestant), 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, promovendo a inclusão social, o empreendedorismo, a fé inabalável no progresso científico e tecnológico e o tradicionalismo quanto a moral familiar e a fé

religiosa (TOTA, 2005, pp. 19-20). No caso de João Coragem, as características mais acentuadas em sua personalidade seriam o empreendedorismo e o tradicionalismo, que não por acaso enquadravam-se ao tipo ideal de brasileiro segundo a sua perspectiva ideológica, que defendia o progresso da Nação sem ferir os valores tradicionais da cultura brasileira. O empreendedorismo de João Coragem foi demonstrado em boa parte da trama, em cenas que passava dia e noite trabalhando no garimpo, procurando o diamante que lhe garantiria a ascensão social. Sua fidelidade à família e defesa dos valores dentro de uma moralidade católica também denotam seu respeito aos valores tradicionais.

Outros aspectos do *americanismo* também podem ser observados, em menor grau, na personalidade de João Coragem. Sua luta contra o autoritarismo do coronel Pedro Barros pode ser entendida como uma verdadeira resistência daquele que defende às liberdades individuais, assim como a sua postura de liderança, distante da imagem autoritária, na qual costumava consultar seus companheiros sobre as decisões que deveria tomar. Além disso, João Coragem acreditava que o preconceito contra sua família desapareceria ao enriquecer através de seu trabalho no garimpo. Dessa forma, com dinheiro poderia garantir uma vida melhor para a sua família garantir maior respeitabilidade por parte das elites preconceituosas. Apesar de ser um interiorano, mostrava-se 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)².

Portanto, João Coragem encarnou vários aspectos do *American Way of Life*, podendo-se enquadrá-lo com um *self mademan*, ou seja, os empreendedores de origem humilde que conseguem ascender socialmente através do trabalho.

O empreendedorismo parecia condizente com a ideologia desenvolvimentista propagada pela autocracia civil-militar, que estimulava a crença no “milagre econômico”, que estaria proporcionando a entrada do Brasil no restrito clube dos países do Primeiro Mundo

² Cf. IRMÃOS CORAGEM, acervo particular.

capitalista. Como destacou o estudo do historiador Carlos Fico, a propaganda oficial do regime reforçava a “fé no progresso” (FICO, 1997), e essa fé parece estar presente em *Irmãos Coragem*, principalmente nas últimas cenas do último capítulo.

Nessas cenas, o coronel Pedro Barros, ensandecido, resolveu seguir os exemplos de Nero em Roma e destruiu a vila de Coroado com um incêndio. Toda a população, apesar de não sofrer danos físicos (o único a falecer foi o próprio coronel), expressava a dor de ver suas casas destruídas. Assumindo a liderança da vila, João Coragem dirige-se às ruínas da igreja e lá pega o sino. Portando ele em suas mãos, o personagem interpretado por Tarcísio Meira faz um verdadeiro discurso em prol da unidade de todos, condição essencial para a reconstrução da vila. Por fim, João conclama a todos para trabalharem, sendo prontamente atendido pelos habitantes da vila que passam a repetir a frase “vamos trabalhar” em um cântico motivador.

Fig. 3 - Os irmãos garimpeiros João (Tarcísio Meira) e Jerônimo (Cláudio Cavalcanti) Coragem. Jovens interioranos, mais “modernos” empreendedores que se insurgem contra o coronelismo, marca do que seria o arcaísmo da sociedade brasileira.



(Disponível em <http://siteteledramaturgia.blogspot.com.br/2011/09/dvd-de-irmaos-coragem.html>, acessado em 06/03/2015).

Tais imagens podem lembrar vários aspectos da “integração nacional” do regime, no qual todos deveriam unir-se em prol do progresso da Pátria, esquecendo as diferenças existentes. Dessa forma, podemos pensar na possibilidade de como um gênero construído apenas para o entretenimento de donas de casa e cujo objetivo era vender sabonetes e desodorantes pode ter se transformado em um instrumento pedagógico voltado para ensinar as massas o que é ser brasileiro em tempos modernos, aprendendo assim novos comportamentos e hábitos através da teledramaturgia, assumindo um papel similar ao dos filmes do cinema hollywoodiano frente à sociedade norte-americana, como bem apontou Mônica Kornis (KORNIS, 2007, p. 97). Através desse papel, a teleficção se torna “moderna”, assinalando para a possibilidade de redenção dos oprimidos e da ratificação das regras sociais existentes, pois indica a possibilidade de justiça sem uma transformação mais radical da sociedade.

Pode ser possível, então, pensarmos na hipótese de que a saga de João Coragem celebrou certa imagem de país que vai de encontro com o projeto de modernização capitalista no qual estava inserido o ideário de integração nacional. Imagens que não negam as desigualdades sociais, mas indicam que o caminho para a sua superação seria a ascensão social através do trabalho, e não usando métodos escusos como foi o caso de Beto Rockfeller, apesar de tais métodos, muitas vezes, se sobressaírem na realidade do dia-a-dia.

Tal ideologia parece ser explorada pela maior parte das telenovelas da Rede Globo de Televisão no decorrer dos anos. Ainda nos anos 1970, *Selva de Pedra* (1972-1973), também escrita por Janete Clair, sinaliza o caminho do empreendedorismo como o correto para superar as desigualdades através da ascensão social. Depois de tentar enriquecer ascendendo no estaleiro de seu tio por meio de métodos escusos, Cristiano Vilhena (Francisco Cuoco) muda de postura no decorrer da trama, passando a valorizar o trabalho e dedicando-se com afinco à administração da empresa. Em outras palavras, do arrivismo ao estilo *Beto Rockfeller*, Cristiano passou a assemelhar-se mais com João Coragem, encarnando o autêntico *self made man*. Tal mudança de comportamento foi premiada com o *happyend*, no qual o casamento com a mulher amada e a posse definitiva da propriedade do estaleiro tornam-se verdadeiras recompensas por ter assumido o perfil do brasileiro ideal do início dos anos 1970. A análise do historiador de telenovelas, Ismael Fernandes (1987, pp. 158-159) parece ser bem esclarecedora quanto ao otimismo gerado pelo *happyend* da trama:

(...) O país vivia a fase do “milagre brasileiro” e com prazer se reunia frente à televisão para assistir à vitória do bem sobre o mal, como mostrou o último capítulo. Acontecia um milagre na vida de Cristiano e Simone. Eles voltavam a se entender como nos duros tempos. Agora eles se amavam envolvidos pelo dinheiro ao sabor do sucesso pessoal. Era o milagre brasileiro mesmo. (FERNANDES, 1987, pp. 158-159).

A associação de *Selva de Pedra* ao contexto do “milagre brasileiro” parece bem oportuna. Através de uma teleficção recordista de audiência, celebrou-se o otimismo no progresso, na sociedade capitalista liberal e na manutenção da família tradicional, ainda mais se lembrarmos que, no decorrer da trama, várias cenas foram censuradas por sugerirem o adultério e a bigamia.

Fig. 4 - Cristiano Vilhena (Francisco Cuoco) e Simone (Regina Duarte), o casal protagonista de *Selva de Pedra* tornou-se símbolo dos sonhos de ascensão dos tempos do “milagre econômico”



(Disponível em <http://reginaduarteanamoradinhadoBrasil.blogspot.com.br/2012/04/namoradina-do-brasil-comemora-os-40.html>, acessado em 06/03/2015).

Partindo da análise de *Irmãos Coragem* e *Selva de Pedra*, parece possível pensarmos em certo padrão de representação de sociedade brasileira presente nas teleficções globais, sendo que estas ainda permaneceriam em produções recentes. Em uma matéria jornalística vinculada em 2003, o autor Carlos Lombardi fez uma breve reflexão sobre o papel social do autor de

telenovelas. Para Lombardi: “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”(LOMBARDI, 2003, p. 61)

Tal perspectiva foi novamente abordada em uma telenovela recente da Rede Globo de Televisão, produzida em um contexto no qual, novamente, o otimismo quanto à retomada do crescimento econômico do país e a diminuição das desigualdades sociais voltavam à tona, depois de anos de estagnação. Em uma época marcada pela ascensão de setores pauperizados da sociedade brasileira à condição de consumidor e na consequente criação do termo “nova classe média” para designar essa parcela ascendente da população ávida por consumir e ostentar a sua nova condição social, uma telenovela como *Cheias de Charme* parece ter procurado explorar a crença no “Brasil, um país de todos” para atrair audiência.

Cheias de Charme foi transmitida diariamente, no horário das 19 horas, no período entre 16 de abril e 28 de setembro de 2012. Tendo como autores Filipe Miguez e Isabel de Oliveira, a trama tinha como personagens protagonistas três empregadas domésticas, Maria do Rosário (Leandra Leal), Maria Aparecida (Isabelle Drummond) e Maria da Penha (Taís Araújo), que sofrem injustiças e preconceitos de classe perpetrados por suas patroas da pequena burguesia carioca, que estão representadas na trama por uma cantora de música popular nascida no Piauí e que, apesar da origem humilde e de ter o seu sucesso artístico ligado ao consumo de sua música pelas camadas urbanas populares, tem o costume de tratar despoticamente seus empregados e por uma família de classe média cujo provedor é um advogado corrupto e que também tem o hábito de tratar seus empregados como seres inferiores. As três empregadas tornam-se amigas e se unem para lutar pelos seus direitos e contra os abusos dos patrões. No desenrolar da trama, criam um grupo musical, as “*Empreguetes*”. O grupo se torna famoso após a publicação do clipe *Vida de Empreguete* em uma rede social de vídeos da internet, no qual as três empregadas domésticas satirizam o mandonismo de suas patroas, apesar de também representar o desejo das trabalhadoras subalternas em assumir o lugar das patroas e, assim, usufruírem do luxo e conforto

das classes mais privilegiadas. Isso pode ser perceptível no refrão da música *Vida de Empreguete: “Dia de empreguete, véspera de madame”*.³

A ascensão das “empreguetes”, através do seu talento musical e perseverança de que conseguiriam ascender socialmente através do próprio trabalho e sem apelar para trapaças e métodos escusos, parece ter colocado novamente como protagonista a imagem do *self mademan* em um contexto diferente, no qual o progresso não se reduz mesmo ao avanço econômico da Nação, mas estaria relacionado com a perspectiva de que a erradicação da pobreza é uma condição para a superação dos problemas sociais e para a solidificação da condição do Brasil como “nação emergente”. Contudo, o sistema e a própria estrutura social que permeia as desigualdades no país não são questionadas, pois não se propõe uma nova sociabilidade na qual não há hierarquia de classes sociais entre os indivíduos, mas sim a possibilidade de troca de posições hierárquicas, na qual as empregadas de hoje podem se tornar as “madames” de amanhã, e dessa forma concretizarem a justiça social, pois através do empreendedorismo elas seriam merecedoras de tal ascensão social.

Fig. 5 - Em telenovelas recentes como *Cheias de Charme*, em tempos de crescimento econômico e diminuição das desigualdades com a ascensão da “nova classe média”, o mito da ascensão social e do *self mademan* renovam-se em outra roupagem.



(Disponível em <http://blogdaboitempo.com.br/2012/07/31/a-vida-real-das-empreguetes/>, acessado em 06/03/2015).

³MEMÓRIA GLOBO. “*Cheias de Charme*”. Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/cheias-de-charme.htm>, acessado em 13de janeiro de 2014.

REFERÊNCIAS

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

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

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

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

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

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

HOBBSAWM, Eric. *Era dos Extremos – O Breve Século XX 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

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.

LLOSA, Mario Vargas. *Tia Júlia e o Escrevinhador*. 2.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.

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.

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

MEMÓRIA GLOBO. “*Cheias de Charme*”. Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/cheias-de-charme.htm>, acessado em 13 de janeiro de 2014.

O Futuro de um Império. In: *Revista Veja*, nº 422. São Paulo, 06/10/1976.

OKAMURA, Rita. *A História da Telenovela-1968-1978* (mimeo). Arquivo Multimeios, Centro Cultural São Paulo, Trabalho de Pesquisa 0081, lauda 8.

ORTIZ, Renato. Evolução histórica da Telenovela. In: ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena; RAMOS, José Mário Ortiz. *Telenovela – História e Produção*. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1991, pp. 11-54.

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

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.

PIQUEIRA, Mauricio Tintori. *Entre o entretenimento e a crítica social: a telenovela moderna da Rede Globo de Televisão e a formação de uma identidade nacional (1969-1975)*. Dissertação de Mestrado em História. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2010.

SIMÕES, Inimá. “Nunca fui santa”. In: BUCCI, Eugênio (org). *A TV aos 50 – criticando a televisão brasileiro seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

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

XAVIER, Ismail. *O olhar e a cena. – Melodrama, Hollywood, Cinema Novo*, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.



*Artigo recebido para publicação em 20 de novembro de 2015
Aprovado para publicação em 20 de dezembro de 2015*

COMO CITAR ESTE ARTIGO?

PIQUEIRA, Maurício Tintori. Telenovelas da Rede Globo de Televisão e a Construção da Imagem do "Brazilian Way Of Life". (Dossiê Estética de resistência no pós-1964). *Revista Temporis [Ação]* (Periódico acadêmico de História, Letras e Educação da Universidade Estadual de Goiás). Cidade de Goiás; Anápolis. V. 15, n. 02, p. 29-45 de 207, jul./dez., 2015. Disponível em:

<<http://www.revista.ueg.br/index.php/temporisacao/issue/archive>> Acesso em: < inserir aqui a data em que você acessou o artigo >