

Profissão de protagonista x Profissão de vilão: representação do trabalho em telenovelas da TV Globo

Valmir Moratelli¹

Recebido em setembro de 2021

Aceito em dezembro de 2021

RESUMO

Este trabalho reflete sobre as mudanças de representação dos personagens principais da telenovela brasileira ao longo de vinte anos, compreendido entre 1998 e 2017. A escolha metodológica por este recorte se deve ao que foi considerado contexto da “era de ouro” da ficção televisiva mundial, devido à quantidade, audiência alcançada e qualidade das produções nas principais redes de TV do mundo. Identificando possíveis interlocuções midiáticas, têm-se como ponto central as representações do protagonista e do vilão em produções ficcionais audiovisuais da TV Globo. Pretende-se contribuir para os estudos culturais, visando a um olhar crítico das representações simbólicas e da ressignificação de profissões à luz dos acontecimentos sociais, políticos e históricos.

Palavras-chave: Telenovela; Representação; Séries; Audiovisual; Ficção.

Profession of protagonist x Profession of villain: an analysis of representations in TV Globo soap operas

ABSTRACT

This work proposes a reflection on the changes in the representation of the main characters of the Brazilian telenovela over the course of twenty years, between 1998 and 2017. The methodological choice for this cut is due to what was considered the context of the “golden age” of global television fiction, due to the quantity, audience reached and quality of productions on the main television networks in the world. Identifying possible media interlocutions, the protagonist and the villain in fictional audiovisual productions by TV Globo. It is intended to contribute to cultural studies, aiming at a critical look at symbolic representations and the reframing of professions in the light of social, political and historical events.

Keywords: Soap Operas; Representation; Series; Audio-visual; Fiction.

¹ Doutorando do PPGCOM da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Rio de Janeiro, Brasil. Contato: vmoratelli@gmail.com / *Orcid*: <https://orcid.org/0000-0002-6071-1360>.

*Na segunda-feira eu não vou trabalhar/ Na terça não vou pra poder descansar
Na quarta preciso me recuperar/ Na quinta eu acordo meio-dia, não dá
Na sexta viajo pra veranear/ No sábado vou pra Mangueira sambar
Domingo é descanso e eu não vou mesmo lá*

Martinho da Vila, *Samba do trabalhador*

É o melodrama a principal característica das nossas primeiras experiências com telenovela, que remetem a modelos cubanos e estadunidenses de produção audiovisual. Isso tem a ver com o êxito da radionovela cubana, cujo dramaturgo Félix B. Caignet, autor de *O direito de nascer* (1964), entre outras, se destaca. Além das transmissões radiofônicas, eram produzidos no país, já nos anos 1950, livretos com capítulos da novela vendidos em bancas de jornal. O texto recebeu ainda duas versões para telenovela (na extinta TV Tupi, em 1965 e 1978). As telenovelas às quais habitualmente assistimos, apesar do requinte de cenários, locações e figurinos, são narradas basicamente por meio de diálogos, sendo, portanto, verbais, “mas com uma vantagem arrebatadora sobre o rádio: na TV, assiste-se a quem se ouve; o som tem forma visual e o dono da voz tem forma física” (SADEK, 2008, p. 34).

A telenovela brasileira, ao longo de sete décadas completadas em dezembro de 2021, se sofisticou e se tornou um produto diferenciado em qualidade e características em relação a produções de outros países. É por isso que se faz necessário contextualizar historicamente como as representações sobre a vida pública (JOVCHELOVITCH, 2000) se transformam em espaço simbólico, visto que o Brasil ainda discute a formulação de modelos para organizar o que se entende como país em sua complexidade sociocultural. E esse debate acaba inevitavelmente passando:

[...] pela discussão do que é nacional (e, portanto, autêntico para uns, mas atrasado para outros) e o que é estrangeiro (e, portanto, espúrio para uns, mas moderno para outros). Ou seja, o país continua girando em torno da questão da identidade nacional, que é reposta e reatualizada à medida que novos contextos são criados (OLIVEN, 2001, s/p).

O objetivo deste artigo é analisar uma pesquisa exclusiva feita por este autor, com foco na análise das representações das profissões dos personagens centrais de telenovelas brasileiras. Foi feito um levantamento de todas as novelas, séries e

minisséries da TV Globo, emissora hegemônica em produção e audiência no país, no período de vinte anos (janeiro de 1998 – dezembro de 2017). A escolha metodológica por este recorte se deve ao que foi considerado contexto da “era de ouro” (SEPINWALL, 2012; MARTIN, 2013) da ficção televisiva ocidental, levando em conta o *boom* de produções ficcionais de aderência popular (ou audiência) e qualidade técnica.

A partir disso, aprofundar-se-á o embate central entre protagonista x vilão e como eles são caracterizados nas tramas, para se perceber como as questões sociais interferem nas escolhas autorais. Quer-se entender como se dá a construção simbólica do trabalho dentro dessas narrativas.

Quando se refere a trabalho, não se limita às nuances simbólicas da palavra emprego. Apesar de os dois termos serem comumente empregados como sinônimo, possuem carga semântica diferente. Trabalho está relacionado a algo construído a partir de um crescimento pessoal, uma contribuição para o mundo, uma forma de fazer diferença no meio pessoal e social. Assim, o trabalho, muitas vezes não tem valor financeiro, mas pode ser remunerado – como por exemplo “trabalho voluntário”. Também é definido como ocupação. Já o emprego é simplesmente uma forma de conseguir renda. Pode também ser definido como ofício. Para Karl Marx, trabalho é a atividade sobre a qual o ser humano emprega sua força para produzir meios para seu sustento (WAGNER, 2002). A relação entre trabalho e subsistência, ou sobrevivência, seria íntima e direta, por isso Marx classifica força de trabalho como bem inalienável do ser humano.

A realidade do trabalhador no Brasil, temática pouquíssimo debatida na teledramaturgia, é a sua dificuldade em se manter ou ainda de reingressar no mercado formal, o que está relacionada a diversas questões, entre elas, a precarização das relações profissionais, baixos salários, escassez de oferta de oportunidades, crises econômicas, reformas trabalhistas, preconceito quanto à idade e o tema da aposentadoria. A manutenção no mercado de trabalho, por exemplo, é uma das dificuldades a serem enfrentadas pelas pessoas de idade mais avançada. Para Argimon, Lopes e Nascimento (2001), é comprovada a importância do trabalho na qualidade de vida de idosos, já que influencia no desenvolvimento físico, cognitivo e emocional destes. Quando o trabalho é atrelado à ideia de satisfação e realização pessoal, as possibilidades de uma sobrevida

mais digna e saudável são maiores, “preservando assim o papel social do sujeito em seu próprio meio” (GOULART JR, 2009, p. 432).

Base do folhetim

Além do conteúdo em constantes alterações, a forma de se assistir a produções audiovisuais também viria a sofrer grande impacto nestas duas décadas de análise. Na onda da expansão dos bens de consumo, os serviços de streaming se popularizaram, a internet se tornou mais abrangente aos brasileiros e os dispositivos móveis já parecem imprescindíveis à vida contemporânea.

Antes de prosseguir neste percurso contemporâneo, faz-se necessário trazer um contexto histórico desse produto da sociedade de consumo² (BAUDRILLARD, 2011), que viria a se tornar tão popular entre os brasileiros. É sabido que o romance folhетinesco surge na França, em pleno movimento romântico, estreitamente ligado a uma literatura relacionada ao mercado consumidor. Com a revolução industrial, e conseqüentemente as profundas mudanças ocorridas na sociedade europeia a partir da segunda metade do século XVIII (CAVALCANTE, 2005), surgia uma sociedade aberta a transformações. Construía-se um mundo mercantilizado, onde tudo, incluindo as artes, transformavam-se em objeto de compra e venda.

[...] Daí a necessidade que sentiam os escritores da primeira metade do século XIX em retratar essa nova forma de pensar a arte. O desafio colocado para eles era a representação do todo social e seu processo de mudança. Cabia à literatura criar uma nova imagem do mundo social que se adequasse às novas demandas da produção e circulação de mercadoria. O produto da literatura deveria, também, transformar-se em material de consumo, agradável e vendável ao público consumidor dos centros urbanos (CAVALCANTE, 2005, p. 40).

A base estrutural da telenovela, o melodrama originalmente francês, também foi a mesma para o cinema e para produções teatrais e musicais. Há um preconceito contra o melodrama, talvez, por ser associado à “canastrice”, ao dramalhão, que, sem

² Para Baudrillard, o consumo se define sempre pela substituição da relação espontânea mediatizada por meio de um sistema de signos, os quais são impostos pelo sistema hegemônico.

dúvida, em muito caracterizou cenas de novelas, principalmente em sua fase inicial de produções no Brasil, quando ainda eram influenciadas por produções cubanas (CALZA, 1996, p. 12).

Essa nascente sensibilidade, até se codificar em gênero, como assinala Martín-Barbero (2001), percorre um longo percurso:

[...] As paixões políticas despertadas e as terríveis cenas vividas durante a Revolução [Francesa] exaltaram a imaginação e exacerbaram a sensibilidade de certas massas populares que afinal podem se permitir encenar suas 'emoções'. E para que estas possam desenvolver-se o cenário se encherá de prisões, de conspirações e justiçamentos, de desgraças imensas sofridas por vítimas e traidores que no final pagarão caro suas traições (...). Antes de ser um meio de propaganda, o melodrama será o espelho de uma consciência coletiva (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 152).

Tomando como princípio que a telenovela é entendida como um meio que ativa na audiência uma competência cultural em função da construção de um repertório comum, ela passa a um repertório compartilhado de representações identitárias, seja sobre a realidade social ou sobre o próprio indivíduo (LOPES et al. 2002, p. 23). Ressalta-se que esse repertório entre a produção e a audiência foi construído ao longo de décadas de telenovela no Brasil e, mais precisamente, de atenção diária às telenovelas da TV Globo.

Sendo assim, a telenovela se constitui representante da tardia modernidade brasileira. Como aponta Souza (2006), a atual ausência crônica de perspectivas de futuro em países periféricos, como o Brasil, tem a ver com a obsolescência dos antigos projetos políticos que se baseavam em análises tradicionais.

[...] A tendência a se acreditar num "fetichismo da economia", como se o crescimento econômico por si mesmo pudesse resolver problemas como desigualdade excludente e marginalização, o hábito de se estabelecer clivagens regionais entre partes modernas e tradicionais dentro do país ou ainda as cruzadas populistas contra a corrupção se legitimam a partir desse mesmo caldo de ideias e servem como máscara ideológica contra a articulação teórica e política dos conflitos específicos de classe na periferia (SOUZA, 2006, p. 24).

Para não sairmos do foco de análise pretendido, a representação do trabalho, não nos aprofundaremos neste percurso histórico da popularização das telenovelas no país. Porém, é importante ressaltar que a televisão brasileira, conseqüentemente a

telenovela como seu principal produto, é beneficiada por contextos políticos vigentes. A própria ação de investimento em infraestrutura, possibilitando a instalação de satélites em diversos cantos do país, seria incentivo à indústria da televisão, entende-se como este meio teria papel fundamental na política de integração nacional, perante o discurso nacionalista e autoritário do governo militar já na década de 1960. Com a ditadura militar [1964-1985], passou a imperar uma nova vertente de modernidade. “A televisão foi essencial para esta conjectura. [...] A telenovela viria a ocupar a função de amálgama das diferentes regiões do país, tão caro ao projeto militar” (MORATELLI, 2019, p. 42-43).

Por se tratar de uma “obra aberta”, ou seja, em constante alteração de acordo com a influência da audiência diária (ORTIZ et al., 1989), a telenovela respira a contemporaneidade de forma imediata, sem permitir grandes hiatos entre o barulho das ruas e os dramas representados na televisão. Em algumas vezes, a representação do real é vista nitidamente como inspiração plausível para os produtos audiovisuais.

Sobre as representações

Os desafios atuais permeiam a representatividade de grupos antes marginalizados pelas produções no campo de produção simbólica (BOURDIEU, 1996), com maior poder de consumo e voz; ascensão de classes populares após políticas governamentais; outras narrativas que perpassam por estereótipos (GOFFMAN, 1999; HALL, 2016) clássicos que não condizem com a realidade social; a amplitude da disposição de aparato tecnológico em constante transformação. Entendendo a televisão nacional como ferramenta de inovação e experimentação em sua origem, não significa que os temas agora são outros, mas são *também* outros, dentro de novas formas de complexidade social.

A afirmação usual de que as telenovelas são o retrato do país fica evidente quando se percebe a interferência da realidade nas obras de ficção. Os autores e diretores, as partes técnica e artística responsáveis por darem corpo a ideias, se colocam entre o meio ficcional e o real ao transportarem para a ficção releitura de fatos noticiados, incluindo consequências dos mesmos para a sociedade, seus anseios e inquietudes. As novelas são, portanto, espelho de uma época.

A revista americana *Variety* assim ponderou, já em 2018, a respeito da supremacia da TV Globo no Brasil e sua abrangência em outros países: “A relevância social de muitas séries da Globo pode, de fato, ser uma das razões do seu sucesso no Brasil e no exterior” (SCHRODER, 2018, s/p). Esta relevância é nitidamente construída, segundo Diretor-Geral da Rede Globo, Carlos Henrique Schroder. Em entrevista à mesma publicação, ele reforça os investimentos ao longo dos anos visando à demanda de mercado:

[...] Esses processos (de evolução de uma rede de televisão de transmissão para criadora e produtora de qualidade de conteúdo em multiplataforma) são originários de nossa conexão e alinhamento com a sociedade e fortalecem cada vez mais nosso desempenho nos mercados brasileiro e internacional. A Globo está em constante movimento. Devemos ser capazes de acompanhar mudanças no mercado, nas empresas e no público, sempre em sintonia com os nossos telespectadores e com o mundo (SCHRODER, 2018, s/p).

Para Schroder, estar “alinhado” com a sociedade fortalece o caráter inovador diante do consumidor final, o telespectador em diferentes plataformas. Uma empresa em constante transformação significa, aqui, empresa que acompanha novas exigências da sociedade. Talvez esteja aí o segredo de uma hegemonia que já dura mais de meio século e não se abala pela atual concorrência na TV aberta.

Como nosso foco é a análise do trabalho representado nestas produções, faz-se valer o que o filósofo Homi Bhabha (2013) trata como estereótipos, para quem “não é uma simplificação porque é uma falsa representação de uma dada realidade. É uma simplificação porque é uma forma presa, fixa, de representação” (BHABHA, 2013, p. 130). Uma representação apresenta, comumente, a concepção idealizada da situação acomodada sobre mobilidade social e nos símbolos de status (GOFFMAN, 1999). Já Stuart Hall (2003) lembra que a representação liga o significado e a linguagem à cultura. Assim, representar é usar a língua/linguagem para dizer algo significativo ou representar o mundo de forma significativa a outrem. Em comum estes autores concordam que a representação é parte essencial do processo pelo qual o significado é produzido e trocado entre integrantes de uma mesma cultura.

A reestruturação contemporânea da questão das representações coletivas, detalhadas por Émile Durkheim (1968), para representações sociais aprofundadas por

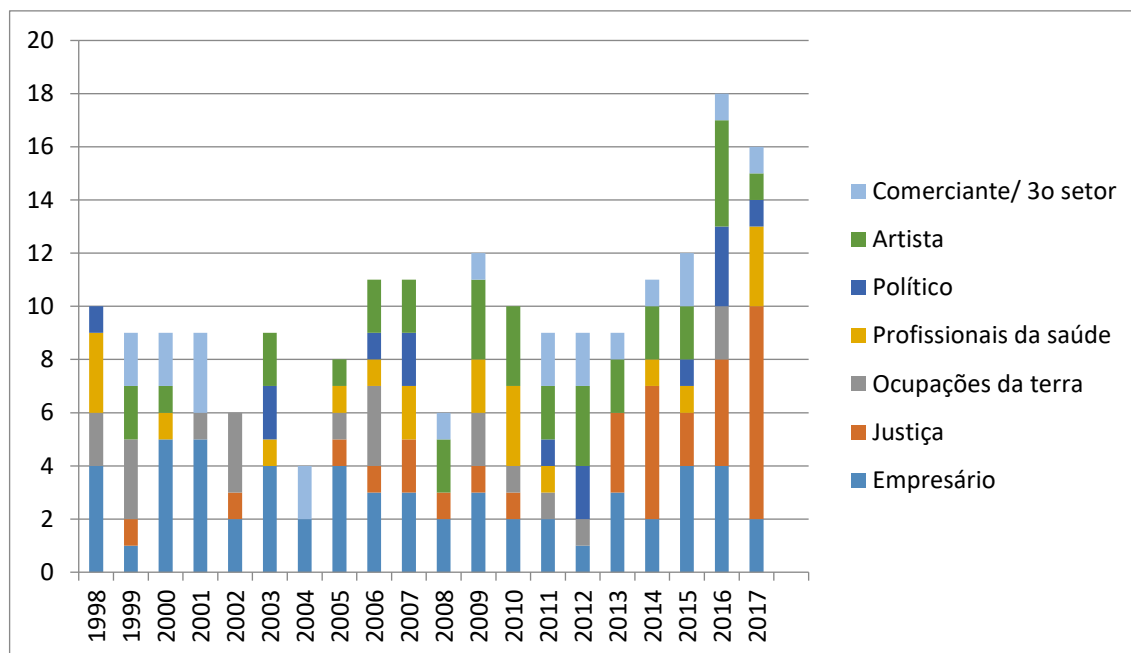
Serge Moscovici (1984), é complementada pela progressão da instalação de uma conexão importante entre as representações sociais enquanto espaço público e da esfera pública enquanto espaço social. Ao compreender os ambientes que originam as representações sociais, Moscovici (1984) mostra que estas representações estão radicadas nos lugares em que os sujeitos sociais se encontram, para falar e dar sentido ao cotidiano, como o lugar em que as representações sociais são formadas, como por exemplo reuniões públicas, restaurantes, ruas etc.

Por isso, se faz necessário reforçar o contexto histórico dessas duas últimas décadas e, a partir daí, compreender os espelhos sociais que as produções audiovisuais passaram a refletir. Visto que a telenovela é um produto midiático, de forte apelo comercial e que se caracteriza por uma ampla gama de enredos para cobertura de transmissão nacional, é de suma importância adequá-la no arrojado a que se está inserida no momento de exibição. Assim, pode-se entender mais claramente as escolhas que subjagam temas, personagens, inserções sociais e consequentes reações do público.

A começar, nossa metodologia de análise toma como base a profissão do personagem principal das tramas ficcionais televisivas (telenovelas, séries etc), levando em consideração apenas as atividades remuneradas que: 1. Sejam explícitas desde o começo, já na sinopse de apresentação; 2. Tenham função ao compor a história central da narrativa; 3. Definam o protagonista e/ou o vilão.

Conforme gráfico a seguir, a pesquisa começa com as produções exibidas em 1998, quase na virada do milênio, para compreender o período de duas décadas completas, alcançando a fase do segundo governo de FHC [1999-2002], passando pelos dois governos Lula [2003-2006 e 2007-2010], o período de Dilma Rousseff [2011-2014 e 2015-2016] e chegando ao término do governo Michel Temer [2016-2018].

Gráfico 1: Profissões na ficção – de 1998 a 2017



Fonte: Análise do Autor

Do empresário ao empregado

Ao analisar as produções audiovisuais do primeiro período, a fase da estabilidade econômica e controle da inflação, nota-se que as profissões mais corriqueiras, que circundam o arco dramático principal nas narrativas televisivas, estão a do empresário e a do fazendeiro (ou “profissionais da terra”, incluindo aqui dono de propriedades de terra, agroempresário, grileiro, peão, coronel, capataz etc).

A profissão de empresário é muito utilizada como recurso para composição de personagens ao longo da história da telenovela. Nota-se uma habitual opção por ambientar a trama central em empresas, e partindo para o seu desenrolar (briga por herança, disputa no controle da empresa, ascensão e falência da mesma). É a única profissão que, em todo o período de análise, não deixa de aparecer nas tramas. Como exemplos na transição do milênio: *Era uma vez* (1998), *Labirinto* (1998), *Torre de Babel* (1999), *Suave Veneno* (1999), *O Clone* (2001), entre outras.

A figura do empresário só perde relevância na caracterização do protagonista/vilão no final da primeira década dos anos 2000, quando outras profissões ascendem e as histórias se dinamizam, como consequência das transformações sociais em curso no

país. O trabalhador rural intercala na dianteira, pontuado nos anos de 1999 e 2002, quando há mais produções voltadas ao cenário do campo e, quase sempre, telenovelas de época, como *Força de um desejo* (1999), *Terra nostra* (1999), *O cravo e a rosa* (2000), *Coração de estudante* (2002). O comerciante (Figura 1) surge e desaparece entre 1998 e 2002, como em *Meu bem querer* (1998), *Porto dos milagres* (2001), *A grande família* (2001). E de 2010 em diante, na boa fase econômica do país, ganha relevância mais constante na teledramaturgia, pontuada, entre outros, pela série *Tapas & beijos* (2015).

Figura 1 – Em *Tapas & beijos*, as protagonistas são vendedoras numa loja de vestidos de noiva. Em *A grande família*, o personagem Beicola tem uma pastelaria



Fonte: Reprodução da internet.

A partir de 2008, com a queda da figura do empresário, quando o Brasil vive a fase do pleno emprego com baixas taxas de desocupação, assiste-se a produções que trazem ocupações até então pouco vistas na TV – paleontólogo, ilusionista, arquiteto, técnico em contabilidade, adestrador de cães, maquiadora, cabeleireira, piloto, publicitário etc. Isso é reflexo do dinamismo ocupacional alcançado em diferentes classes sociais. É curioso perceber o equilíbrio de ocupações entre 2008 e 2009.

Neste contexto, se inaugura uma nova fase marcada pela ascensão da chamada classe C – ou classe popular – ao núcleo principal das telenovelas, pela concorrência com a TV por assinatura e também pela utilização das novas plataformas para a fidelização dos públicos. A expressão “nova classe média”, cunhada pelo economista da Fundação Getúlio Vargas (FGV) Marcelo Neri, é questionada sociologicamente, pois o aumento da renda destes brasileiros não necessariamente muda a realidade social. A contradição na

existência desta nova classe está no fato de que “estar ou não em determinada classe social dependerá não só do padrão de consumo, mas da interação social propiciada pelo mesmo, e dependerá da participação nos rituais de consumo dos membros desta classe” (CASTILHOS, ROSSI, 2013, p. 23).

Vimos acompanhando, paulatinamente, a chegada de um viés mais popular aos protagonistas (Figura 2): os caminhoneiros de *Carga pesada* (2003), a empregada doméstica em *A diarista* (2004), as donas de um bar em *Sob nova direção* (2004) etc. Mas nada que se compare com o feito da novela *Cheias de charme* (2012). A produção foi ao ar em meio às transformações voltadas às classes populares, onde se pontua a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 66/2012, conhecida como PEC das Domésticas³. *Cheias de Charme* traz três empregadas no centro da narrativa dramática. O avanço do tema, entretanto, ainda esbarra na figuração estereotipada das representações (DEUSDARÁ, ATEM, 2017) presentes na construção da personagem “empregada doméstica”. Conforme Goffman (1999), o indivíduo tem de dar expressões a padrões comportamentais ideais na representação, podendo usar de artifícios estereotipados para que seja bem sucedido. Assim, reforça-se que, mesmo em maior presença nas narrativas, a representação de tais profissões costuma ser dotada de padrões estéticos estereotipados – tais como a diarista engraçada, a empregada barraqueira, o caminhoneiro mulherengo, entre outros.

Figura 2 - Os caminhoneiros Pedro e Bino, de *Carga pesada* (2003); a empregada Marinete, de *A diarista* (2004); e as diaristas que se tornam cantoras em *Cheias de charme* (2012)



Fonte: Reprodução da internet.

³ Que significou uma jornada de trabalho de 8 horas por dia, totalizando 44h semanais para domésticas.

O justiceiro também pode ser vilão

O empresário já não é mais o eixo central das narrativas. Somente em 2015 ele tem, outra vez, retorno ao eixo central da composição de personagens. Mas é um fato agora isolado. A figura do profissional de saúde (médico, enfermeiro, dentista, terapeuta, psicanalista etc), quase sempre secundária, ganha contornos na construção de protagonistas de telenovelas e séries, como em *Viver a vida* (2009), *S.O.S. Emergência* (2010), *A cura* (2010), *Afinal, o que querem as mulheres* (2010), *Divã* (2011) etc. E divide espaço com o artista (aqui compreendido em diferentes variações – bailarino, pintor, cantor, ator, artista plástico, músico etc) de 2009 em diante.

Dos destaques a personagens que retratam o mundo artístico, cita-se: *Maysa – Quando fala o coração* (2009), *Som & fúria* (2009), *Cinquentinha* (2009), *Dalva e Herivelton – Uma canção de amor* (2010), *Clandestinos – O sonho começou* (2010) e *Lara com Z* (2011). Há, portanto, uma maior quantidade de produções que trazem metalinguagem da construção artística⁴ para a TV.

Já a figura do político (de diferentes esferas do meio público, de vereador a presidente) aparece apenas uma única vez em 1998, voltando a surgir em 2006 e 2007, 2012 e 2013. Desde 2015 tem sido uma das principais escolhas dos autores, como se pode notar com *Chapa quente* (2015), *Velho Chico* (2016), *A lei do amor* (2016), *Novo mundo* (2017) e *Os dias eram assim* (2017).

No mesmo período em que se nota o avanço das investigações de corrupção política no país, a partir de 2007, a teledramaturgia nacional abriga uma crescente escolha por personagens da área de segurança, de ordem e Justiça (juiz, advogado, delegado, inspetor etc). Várias obras apontam para discussões que permeiam estes cenários (Figura 3). Em *O caçador* (2014), por exemplo, André (Cauã Reymond) sai da penitenciária após três anos, para provar sua inocência. Fora da prisão, quem lhe estende a mão é o delegado Lopes (Ailton Graça), que lhe propõe um novo ofício: ser caçador de

⁴ A primeira novela a adotar esta temática foi *Espelho Mágico* (1977), de Lauro César Muniz, que exibiu filmagens de outra novela, *Coquetel de Amor*, criada especialmente para a trama, dentro dela própria. Era uma novela dentro da novela.

recompensas. A série de humor *Chapa quente* também tem policiais como protagonistas. Em *dupla identidade* (2014), o protagonista é um serial killer com cargo de secretário de segurança. Na série *Justiça* (2016), várias histórias se cruzam entre personagens que “buscam por justiça”. A novela *A lei do amor* (2016) tem como pano de fundo o submundo da política em uma fictícia cidade do interior de São Paulo. Em linguagem bem semelhante a séries americanas, *Supermax* (2017) narra a trajetória de 12 participantes de um reality show numa penitenciária desativada, no meio da Floresta Amazônica, sendo que cada um deles cometeu um crime grave. Com humor, a série *Filhos da pátria* (2017) mostra as origens do mau uso da máquina pública no Brasil Império.

Figura 3 - *Chapa quente* (2015), *O caçador* (2014), *Supermax* (2017), *Justiça* (2016), *Filhos da pátria* (2017). *Dupla identidade* (2014)



Fonte: Reprodução da internet.

A utilização do recurso de tribunais em teledramaturgia promove o setor profissional do judiciário ao topo da tabela. Um ano após o impeachment da presidenta Dilma Rousseff e o aprofundamento da Operação Lava Jato, em 2017 se chega ao recorde de oito produções exibidas com este recurso. Como bem coloca Williams (2016), é interessante notar o caráter altamente especializado da maioria das ficções.

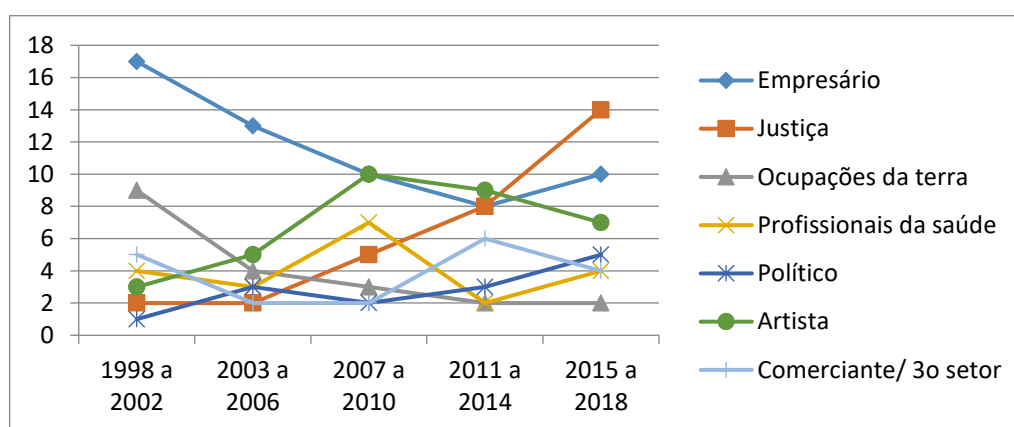
[...] Detetives particulares e policiais, fazendeiros e caubóis, médicos e enfermeiros compõem a esmagadora maioria dos personagens na tela. Todos eles já eram tipos fictícios populares antes da televisão. No entanto, é pouco provável que tenha existido, antes da época das series e dos seriados televisivos,

algo como a atual proporção de atenção dramática ao crime e à doença (2016, p. 71).

Como a proposta desta pesquisa, reforça-se, não é estudar os estereótipos de cada uma das profissões, o que pode ser um importante trabalho para desdobramento futuro, mas sim analisar suas escolhas gerais dentro de um ampliado contexto em constante mudança na TV brasileira; antecipa-se uma constatação: numa típica estrutura maniqueísta bem x mal, proprietários de empresas ou terras, empresários e fazendeiros, na maioria das vezes, são retratados na figura de vilão. O explorado pelo capital, sendo ele o peão ou o pequeno agricultor, está quase sempre na posição característica do mocinho. O delegado que tudo resolve, tal como o advogado que se presta a defender o acusado, ganham contornos variados, tendendo a serem antagonistas nas produções mais recentes.

Em quase todas as representações em telenovelas, quem faz o papel do médico é o mocinho. Há raras exceções, como em *Viver a vida* (2009) e *O outro lado do paraíso* (2017), em que se assistiu à presença de médicos vilões, ainda que nestas mesmas produções também houvesse médicos de caráter idôneo. O estereótipo de político tende a vilanias; como o do artista, em quase todas as ocasiões, veste o protagonista. Por fim, o comerciante pontua produções de comédia, incluindo seriados semanais, tendo aspectos mais cotidianos e retratado como bonachão, inocente e até ingênuo.

Gráfico 2: Profissões na ficção segundo os períodos de governo



Fonte: Análise do Autor

Ao se agrupar as profissões não mais ano a ano, mas pelo período de governo de cada presidente, as mudanças se mantêm gritantes, de acordo com gráfico acima. O constante movimento percebido, e ao qual se refere o diretor-Geral da Rede Globo, Carlos Henrique Schroder, citado anteriormente, tem muito a ver com as modificações que o país e a sociedade passam ano a ano. A escolha por uma profissão em detrimento de outra é intrínseco a fatos que se correlacionam ao cotidiano da vida pública.

Entendendo a TV Globo como emissora hegemônica no país, cujo reconhecimento vem alcançando prêmios e público também no exterior, esta análise contribui para futuras discussões acerca do espelho social que as telenovelas e séries promovem na expansão de suas audiências. Reforça-se que suas produções são de caráter mercadológico, atendendo a um público em constante transformação. A escolha dos temas abordados obedece, portanto, a este princípio.

Avanços e retrocessos na construção de sentidos

É verdade que alguns temas continuam a ser tratados, novela após novela, mudando apenas o enfoque ou a seriedade de acordo com as tramas e o estilo do autor. A boa aceitação do tema transgêneros em *A força do querer* (2017), por exemplo, poderia supor que sua sucessora no horário, *O outro lado do paraíso* (2017), manteria a mesma linha. Com texto repleto de estereótipos, a novela de Walcyr Carrasco freou o debate. Os homossexuais são caricatos, a trama sobre racismo é maniqueísta, as personagens femininas obedecem a uma velha lógica machista e há abundância de situações anacrônicas tratadas com seriedade. Como a do geólogo Diego (Arthur Aguiar) que, na noite de núpcias, diz para a mulher Melissa (Gabriela Mustafá) que não terá relações sexuais porque deseja conservá-la “pura” e que sexo é uma coisa “suja” que só se faz com prostitutas.

Ainda assim, a novela conquistou uma ótima audiência⁵, que não se via desde *Avenida Brasil* (2012). O crítico de TV Maurício Stycer diz que a reposta mais imediata é

⁵ “*O Outro Lado do Paraíso*” teve uma média de 38 pontos de Ibope, enquanto que sua antecessora, “*A Força do Querer*”, ficou em 35,7.

que “o público aprecia o conteúdo especialmente rocambolesco, apelativo e grosseiro que é oferecido, em doses cavalares, na novela” (STYCER, 2018, s/p). Entretanto, há um outro fator que não pode ser ignorado no biênio 2017-18: a crise econômica. Segundo o Ibope, o número de aparelhos de TV ligados alcançou o seu maior patamar em 2017. Ao mesmo tempo, a TV paga perdeu 938,7 mil assinantes (ou 5% do total) em 2017. “O setor regrediu a números de outubro de 2013 – cerca de 17,85 milhões de assinantes. Ao final de 2016, eram 18,79 milhões” (STYCER, 2018, s/p).

Isso ajuda a explicar os avanços e retrocessos na construção de sentidos de pertencimento (MARTÍN-BARBERO, 1997), que vêm acontecendo na teledramaturgia. A TV paga perdeu assinantes, já acostumados a um outro viés, que migraram de volta à TV aberta, mais ampla e rasa. Estes movimentos são acompanhados de perto por quem cuida da produção. Sérgio Valente, diretor de Comunicação da Globo, costuma dar a ideia de uma piscina para explicar os múltiplos desafios de se alcançar diferentes públicos e exigências.

A Globo é uma piscina de muitas profundidades. Ela precisa ser predominantemente um lugar que dá pé para todo mundo, e também precisa ter um lugar mais profundo no qual convide pessoas a nadar juntas. Quando se tem na programação *Tá no Ar, Zorra, Amorteamo* (2015), *Liberdade, Liberdade*, está se convidando a mergulharem mais profundo nos seus sentimentos, no conhecimento da história, nos comportamentos sociais.⁶

Com a força das empresas de streaming, cada vez mais populares no país a partir da segunda metade da década passada, muito se deve prestar atenção acerca dos movimentos que a TV aberta vem adotando para manter a fidelidade de seu público – um tema que carece de maior investigação e que, com o decorrer da década, se poderá perceber de forma mais contundente as consequências e influências sobre a ficção tradicional entendida como telenovelas. É sabido que as séries conquistam engajamento em redes sociais, maior alcance de público nos centros urbanos e telespectadores jovens. Porém, não se deve esquecer que a telenovela ainda é o maior produto de entretenimento gratuito do país.

⁶ Em entrevista dada ao autor deste trabalho, em 2016.

Trabalho e aposentadoria

Pensar o trabalho em sua etapa final, o da aposentadoria, também é instigante para nossas análises. É importante salientar que o número de brasileiros com mais de 60 anos chegou a 30,2 milhões em 2017, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad) divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)⁷. Em 2012, eram 25,4 milhões – ou seja, em cinco anos, o país ganhou 4,8 milhões de idosos, um acréscimo de 19%. A tendência é que o envelhecimento da população acelere de forma a, em 2031, o número de idosos superar o de crianças e adolescentes de 0 a 14 anos.

Consumo é, como já dito, um importante meio de inserção. Debert (2011) afirma que “a promessa da eterna juventude é um mecanismo fundamental de constituição de mercados de consumo — e nele não há lugar para a velhice”. É notório que a busca por se manter a juventude é uma característica de nossa sociedade. É importante, assim, referendar como o idoso é subvalorizado nas narrativas ficcionais, visto que raras produções colocam personagens idosos no centro da trama.

Para avançar, faz-se também necessário compreender a definição prática do termo “idoso”. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS)⁸, idoso é o indivíduo com 60 anos ou mais. Todavia, para efeito de formulação de políticas públicas, esse limite mínimo varia segundo as características (cultura, demografia, expectativa de vida etc) de cada país. A OMS estabelece que, independentemente do limite mínimo a ser estabelecido, é necessário levar em consideração que a idade cronológica não é um marcador de exatidão para as alterações relacionadas à questão do envelhecimento.

Nenhuma dessas questões tão contemporâneas, mais uma vez, é ressaltada na narrativa. Ainda assim, a precariedade do trabalho, conforme Antunes (2009), promove

⁷ O GLOBO. Brasil já tem 30 milhões de idosos, número de crianças diminui. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/brasil-ja-tem-30-milhoes-de-idosos-numero-de-criancas-diminui-22629229>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

⁸ PORTAL SAUDE.GOV. Saúde da pessoa idosa. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-idosa>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

a exclusão dos trabalhadores considerados idosos “e que, uma vez excluídos do trabalho, dificilmente conseguem reingressar no mercado. Somam-se, desse modo, os contingentes do chamado trabalho informal, aos desempregados, aos trabalhos voluntários etc” (ANTUNES, 2009, p. 236). Em 2019, 12,8 milhões de brasileiros seguiam desempregados, e 11,5 trabalhadores não tinham carteira assinada, conforme dados do IBGE⁹. Este número se alteraria consideravelmente no ano seguinte, com a pandemia de Covid-19. As estimativas, em junho de 2020, eram de que o desemprego no país ultrapassasse a marca de 14% para 2020¹⁰. Porém, como o período está fora do escopo pretendido dessa análise, não entraremos nesta questão.

Reforça-se, ainda assim, que as severas crises econômicas provocam mudanças significativas a uma parcela da população, que passa a ser obrigada a se contentar com subempregos, só para o sustento diário. Sendo naturalizada a ideia de que progresso se impõe sobre a liberdade, tanto jovens ainda sem qualificação quanto idosos que não completaram a contribuição para a aposentadoria ficam às margens das cada vez mais raras oportunidades de emprego formal. Não há qualquer abordagem neste sentido em nenhuma das narrativas analisadas, conferindo uma representação de vida sem a dimensão que se impõe a complexa realidade brasileira.

Considerações finais

A partir da análise aqui exposta, identificando quem são os protagonistas e vilões das produções audiovisuais e ficcionais da TV Globo, chega-se a algumas ponderações instigantes. Entre elas, a de que as mudanças sociais e políticas atravessadas pelo país em duas décadas interferem imediatamente na escolha do que se observa nas ficções.

⁹ PORTAL G1. Desemprego fica em 11,8% em setembro. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/10/31/desemprego-fica-em-118percent-em-setembro-diz-ibge.shtml>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

¹⁰ O ESTADO DE SP. Desemprego pode passar de 14% em 2020. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2020/06/15/desemprego-pode-passar-de-14-em-2020.htm>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

A telenovela fala com o povo o que o povo de fato anseia, tendendo assim a uma escolha mercadológica de consumo. Ou seja, um empresário é protagonista de uma história, enquanto também é agente fomentador de impacto social. O empregado passa a este papel apenas quando, conforme exposto, ascende socialmente e se torna voz ativa e atuante na economia. Conclui-se que os trabalhos representados no centro das narrativas ficcionais obedecem a movimentos econômicos postos em prática na realidade nacional. A eles é dada a devida atenção para que se construa um imaginário que perpetue estereótipos ou promova inquietações sociais à época de sua produção.

Observar a telenovela e suas variações de formato televisivo como um produto catalisador de reações contemporâneas nos diz muito sobre o que somos, o que produzimos, o que consumimos e como somos vistos por nós mesmos. Sendo assim, ressalta-se sua função de entretenimento e, sobretudo, de registro histórico fundamental para os estudos culturais. Ainda que as telenovelas não retratem toda a complexidade da realidade brasileira no que diz respeito ao trabalho, suas representações simbólicas estão sempre carregadas de resignificação oriunda dos agentes de poder, à luz dos acontecimentos sociais, políticos e históricos.

Referências

ANTUNES, Ricardo. Século XXI: nova era da precarização estrutural do trabalho? In: ANTUNES, Ricardo e BRAGA, Ruy (orgs.). **Infoproletários**. Degradação real do trabalho virtual. São Paulo: Boitempo, 2009.

ARGIMON, I. I. L.; LOPES, R. M. F.; NASCIMENTO, R. F. L. **Atualidades sobre o idoso no mercado de trabalho**. 2006. Disponível em: <www.psicologia.com.pt/artigos/textos/Ao300.pdf>.

BAUDRILLARD, J. **Tela Total**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

BHABHA, Homi K. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

CALZA, Rose. **O que é telenovela**. Editora Brasilense, 1996.

CASTILHOS, R. B.; ROSSI, C. A. V.; CAVEDON, N. R. “Cultura e consumo de famílias no Brasil e na França”. In: **Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, 29., 2005, Brasília. Anais. Brasília: ANPAD, 2005.

CAVALCANTE, Maria Imaculada. Do romance folhetinesco às telenovelas. **OPSIS Revista do NIESC**, v. 5, 2005.

DEBERT, G. G. **A reinvenção da velhice**: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. São Paulo: Edusp, 1999.

DEUSDARÁ, Bruno; ATEM, Guilherme Nery. Retórica dos estereótipos, práticas discursivas e performances contemporâneas. **Revista Mídia e Cotidiano Editorial**. Volume 11, Número 3, dezembro de 2017.

DURKHEIM, È. **Les formes élémentaires de la vie religieuse**. Paris: PUF, 1968.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Trad. Maria Célia Santos Raposo. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

GOULART JR, Edward; MERGULHÃO, Lucila Russi; CANÊO, Luiz Carlos; NAJM, Marielly Bueno; LUNARDELLI, Maria Cristina Frollini. Considerações sobre a terceira idade e o mercado de trabalho: questionamentos e possibilidades. **RBCEH**, Passo Fundo, v. 6, n. 3, p. 429-437, set./dez. 2009.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Org: Arthur Ituassu. Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Apicuri, 2016.

JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e esfera pública**: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2000.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. Summus Editorial, 2002.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2001.

MARTIN, Brett. **Difficult men**: behind the scenes of a creative revolution: from The Sopranos and The Wire to Mad Men and Breaking Bad. New York: The Penguin Press, 2013.

MORATELLI, Valmir. **O que as telenovelas exibem enquanto o mundo se transforma**. Rio de Janeiro: Autografia, 2019.

MOSCOVICI, S. **Psicologia Social I**. Barcelona: Paidós Ibérica, 1984.

SADEK, José Roberto. **Telenovela** – um olhar do cinema. Summus Editorial, 2008.

OLIVEN, Ruben George. Cultura e Modernidade no Brasil. São Paulo **Perspectiva**. v.15, no.2, São Paulo, Abr/Jun 2001.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela: História e Produção**. Editora Brasiliense, 1989.

SCHRODER, Carlos Henrique. Berlin Globo Series Showcase Underscores Its Upscale Revolution. [Entrevista concedida a John Hopewell. **Variety**, 20/2/2018. Disponível em: <<http://variety.com/2018/film/festivals/berlin-2018-globo-series-showcase-underscores-upscale-revolution-1202706248/>>. Acesso em: 20/12/2021.

SEPINWALL, Alan. **The revolution was televised: the cops, crooks, slingers, and slayers who changed TV drama forever**. New York: Touchstone, 2012.

SOUZA, Jessé (org.). **A invisibilidade da desigualdade brasileira**. Editora UFMG, 2006.

STYCER, Maurício. Globo hesita em abraçar as séries. **Folha de São Paulo**. 11/03/2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostycer/2018/03/globo-hesita-em-abracar-as-series.shtml>>. Acesso em 20/12/2021.

WAGNER, Eugenia Sales. **Hannah Arendt & Karl Marx: O Mundo do Trabalho**. Ateliê Editorial. 2ª edição, 2002.

WILLIAMS, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. Trad. Márcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. 1a ed. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, PUC-Minas, 2016.