

## Muito Além do Final Feliz: A Trajetória e a Consolidação da Telenovela como Produto Cultural<sup>1</sup>

Phillipe XAVIER<sup>2</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### RESUMO:

Este artigo visa a analisar a trajetória e a consolidação da telenovela como produto cultural, apresentando um histórico de sua origem desde a Idade Média, período das novelas de cavalaria, passando pelo século XIX, com os folhetins e outras obras literárias, e pelo século XX, quando as histórias, antes restritas à oralidade e à escrita, chegaram ao rádio e, por fim, à televisão. Este trabalho traz ainda reflexões sobre como as telenovelas tornaram-se principal item de exportação de emissoras televisivas da América Latina e como elas influenciam a sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** ficção; televisão; teledramaturgia; telenovela.

Encantando e cativando públicos de diferentes gêneros e idades, a telenovela tornou-se alegoria que vem servindo como espelho da sociedade ao mostrar hábitos e costumes da população, principalmente dos países latinoamericanos. Sua história, inclusive, pode ser entrelaçada com a condição de desenvolvimento da América Latina, que passou no século XX por inúmeras transformações e acontecimentos marcantes, tanto políticos quanto sociais.

Para situar a relevância da telenovela como produto, é preciso, antes, defini-la e remontar sua trajetória, que culminou com o destaque das últimas décadas. Segundo Calza (1996, p. 7), a telenovela pode ser caracterizada basicamente como “uma forma de arte popular que não é literatura, cinema, teatro ou produto de outro meio qualquer. Uma telenovela é uma peça dramática que pode surgir da adaptação de um livro ou mesmo ser inspirada em um poema, mas nunca se confundirá com eles”.

A palavra *telenovela* é resultado da fusão entre os termos *tele*, que remete à televisão, e *novela*, tipo de literatura popular. Conforme Massaud Moisés (2006), o vocábulo *novela* remonta possivelmente ao italiano *novella*, que teria origem no termo latino *novella*, de *novellus*, por sua vez um adjetivo diminutivo originário de *novus*.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no II04 – Cinema e Audiovisual do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 7 de setembro de 2015.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), e-mail: phillipexavier@gmail.com. Orientado pela professora doutora Margarete Almeida Nepomuceno.

Ainda de acordo com o autor, após sofrer mudanças e ganhar outras significações, a palavra derivou para *embaraçado* e *enredado*, tendo, no período da Idade Média, atingido a acepção de *enredo*, *entrecho* e, por conseguinte, de *narrativa enovelada*.

E foi justamente na Idade Média, por volta do século XI, como afirma Moisés (2006), que as novelas tiveram sua raiz, de forma oral e interpretada para multidões. Nessa época, eram comuns nas cortes encontros em que as novelas de cavalaria, tipo de prosa ficcional cuja procedência vem das canções gestas francesas e cujo foco são as narrativas de experiências de guerreiros, eram apresentadas com cantorias e festejos. Esse tipo de história não tinha autoria definida e circulava por todos os países da Europa, influenciando hábitos e visões de mundo.

Durante a Renascença, de acordo com Moisés (2004), surgiram, além das narrativas históricas, aquelas de caráter cômico: as chamadas *novelas picarescas*. Conforme Rebouças (2009, p. 3), nesse período, pode ser destacada “a obra de Giovanni Boccaccio (1313-1375), o Decameron, ou Decamerão, que é a junção de cem novelas contadas por dez pessoas, refugiadas numa casa de campo para escaparem aos horrores da Peste Negra”.

Pelos séculos XVII e XVIII, a novela, como gênero literário, continuou ganhando público, dessa vez, como doses maiores de aventura e romance. O romantismo, aliás, para Moisés (2004), fez com que as novelas passassem a figurar como um tipo de entretenimento caro e frequente no dia a dia da burguesia, por oferecer estímulo à imaginação e desempenhar um papel de preencher os momentos de ócio:

Assim se explica a voga das narrativas em folhetim, que cruzou todo o século XIX e permaneceu até bem recentemente. Mesmo os escritores mais exigentes não ficaram imunes ao fascínio exercido pela novela. E, quase sem exceção, caldearam em suas obras recursos narrativos peculiares à novela (MOISES, 2004, p. 32).

Elementos fundamentais para explicar a trajetória e o conceito das novelas, os folhetins são um tipo de edição seriada, de obras literárias do gênero prosa de ficção ou romance, publicado em periódicos, como jornais e revistas. O crescimento dos folhetins teve origem por volta de 1830 na França, interligado com o desenvolvimento das técnicas da imprensa na Europa. De acordo com Souza (2004), inicialmente, o espaço dedicado aos folhetins nos jornais era reservado para formas de escrita livres e voltadas essencialmente à diversão da população, sem profundidade.

Conforme Souza (2004), foi a partir do aumento da autonomia e da criatividade dos editores de jornais e revistas que o folhetim começou a ganhar relevância entre as publicações e serviu como grande atrativo para as vendas dos jornais, abrindo caminhos para novas modalidades de escrita do gênero: a ficcional e a serial. Souza (2004, p. 87) afirma que “sua consolidação em 1936 estabelecerá o consumidor das histórias fundadas a partir do ‘continua amanhã’”.

Visto por alguns autores como o primeiro produto, de fato, da cultura popular, o folhetim também suscitava a vontade do público em participar e colaborar para o desenvolvimento das histórias. Isso porque frequentemente leitores enviavam cartas para as redações dos jornais, propondo desfechos, destinos de personagens e buscando saber detalhes a mais sobre a biografia de cada um.

Surgiram clássicos como *Madame Bovary* de Gustave Flaubert que antes de ser editado na forma de livro, veio a público em capítulos publicados na *Révue de Paris* em 1856. No Brasil, Machado de Assis lançou mão desse formato para conquistar leitores para o drama vivido por Bentinho em *Dom Casmurro*. E, enquanto algumas obras saíam das páginas dos jornais e ocupavam as estantes de críticos admirados, o folhetim se mantinha vivo pelo século XX e logo foi absorvido por uma nova mídia: o rádio (CABRAL, 2008, p. 13).

### **Radionovelas: óperas de sabão**

Fenômeno que ampliou o alcance das histórias baseadas no ‘continua amanhã’, as radionovelas surgiram a partir da década de 30, nos Estados Unidos, como uma maneira de ocupar a programação das rádios. Conforme Rebouças (2009), “as radionovelas eram muito ricas em suas sonoplastias. Por não terem uma imagem, as pessoas tinham que imaginar a cena e as entendiam pelos sons produzidos junto das vozes”.

Segundo Ortiz (1991), popularmente conhecidas como *soap operas* – óperas do sabão, em inglês, uma vez que eram patrocinadas majoritariamente por empresas de sabão –, as radionovelas em pouco tempo obtiveram grande aceitação do público, principalmente das mulheres. Por causa disso, tornaram-se feitos comerciais, atraindo cada vez mais anunciantes que investiam gradativamente em mais inserções nas programações das emissoras e valiam-se do fato de que a população americana da época abraçava com empolgação a tecnologia.

A primeira *soap opera* radiofônica de que se tem registro é *Painted Dream* (Sonho Pintado), de Irina Phillips, que estreou em uma rádio local de Chicago em outubro de 1930 e depois passou a ser transmitida nacionalmente pela CBS até julho de 1943.<sup>3</sup>

Como um exemplo do potencial das histórias veiculadas pelas rádios nesse período, pode ser citado o pânico gerado pelo diretor, produtor e escritor Orson Welles, em 1938 nos Estados Unidos, ao transmitir ao vivo e em formato jornalístico uma encenação sobre a descida de marcianos para a Terra. Com descrições detalhadas dos supostos danos causados por extraterrestres no planeta, o relato provocou desespero na população e tornou-se um marco. A iniciativa teve como objetivo chamar a atenção dos ouvintes para *War of the Worlds* (Guerra dos Mundos), radionovela que estreava naquele dia.

Assim como os Estados Unidos, Cuba entrou no meio radiofônico com mesma ou até maior intensidade. Neste início da *era do rádio*, as emissoras do país começavam a transmitir esboços do que viria a ser considerado o estilo latinoamericano de dramaturgia. Chaves (2007) relata que Félix Caignet, escritor das aventuras radiofonizadas de Chan Li Po, inspiradas no detetive chino-americano Charlie Chan, foi moldando seu estilo literário com o passar dos anos e produziu em 1935 *El Derecho de Nacer* (O direito de Nascer), grande sucesso de público.

Chaves (2007) descreve ainda que, seguindo o padrão das produções norte-americanas, “as radionovelas cubanas eram patrocinadas, inicialmente, por fábricas de sabão cubanas, como a Crusellas e Savatés, que, rapidamente, foram incorporadas às grandes empresas como Colgate-Palmolive e Procter e Gamble” (p. 25). Ortiz (1991) explica a preferência das empresas de produtos de limpeza por terem seus nomes associados às radionovelas:

Até meados de 30, os programas das rádios cubanas se dirigiam a um público genérico; eles se compunham de musicais, de radioteatro, de dramas de aventuras como Tazã, inspirados na estórias-em-quadrinhos. As radionovelas mudam este quadro, na medida em que elas “se dirigem primeiro a uma audiência feminina, e logo para o resto da família” (ORTIZ, 1991, p. 24).

---

<sup>3</sup> Informação extraída da página oficial do *Guinness World Records*. Disponível em: <<http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/6000/first-soap-opera>>. Acesso em 05 de ago. de 2014.

Foi ainda na metade da década de 30, aliás, que Cuba apostou mais nos dramas novelescos, empregando maior tom melodramático às histórias, cuja estrutura tinha começo, meio e fim, e inspirando outros países, como a Argentina, a seguirem seu modelo. Aprimorando as técnicas de produção e, conseqüentemente, sendo vistos em seguida como os novos destaques no universo das radionovelas, os argentinos inovaram nas narrativas e passaram a associar as obras do rádio ao jornal, enviando, por exemplo, fotografias dos sets onde ocorriam as gravações para as publicações impressas.

Vale destacar que o sucesso das radionovelas era tão grande no país, que impulsionou a carreira da então atriz Maria Eva Duarte, que viria a se tornar Evita Péron, primeira-dama da Argentina, quando o general Juan Domingo Perón, seu marido, foi eleito presidente em 1946.

No México, de acordo com o autor Octavio Isaac Rojas Orduña (2001), as radionovelas tiveram uma trajetória parecida com as de outros países pioneiros, como Estados Unidos e Cuba, pois também eram patrocinadas por empresas de sabão e artigos para casa. Para Octavio, o grande trunfo por trás das produções mexicanas estava na originalidade e na força das histórias, que contavam com a criatividade de grandes escritores e atores que passaram a compor a *era de ouro* do rádio mexicano. Conforme ele (2001), as produções do México tinham tanta qualidade, que eram exportadas para diversos países da América Latina, Espanha e até para os Estados Unidos. “Em outras nações do Cone Sul, os melodramas radiofônicos também causaram rebuliço, como prova disto está o destaque de autores como Mario Vargas Llosa, Gabriel García Márquez e Mario Benedetti”.<sup>4</sup>

No Brasil, as radionovelas tiveram impacto a partir da década de 40, como destaca Cabral (2008), que cita como ponto de partida a transmissão, em 1941 de *A predestinada*, pela Rádio São Paulo, e de *Em Busca da Felicidade*, pela Rádio Nacional, ambas exportadas de Cuba. Ortiz (apud Cabral, 2008) observa que, assim como em outras partes do mundo, no país as produções também tiveram êxito e auxiliaram a expansão das emissoras de rádio em diversas regiões:

Entre 1943 e 1945, foram transmitidas 116 novelas pela Rádio Nacional, num total de 2.985 capítulos. A Rádio São Paulo, que se

---

<sup>4</sup> Extraído do artigo escrito em 2001 pelo autor Octavio Isaac Rojas Orduña para a revista mexicana *Etcétera*. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20010624222226/http://etcetera.com.mx/rad43.asp>>. Acesso em: 8 jul. 2015. Tradução nossa.

especializou no gênero, tinha novelas nos três períodos, chegando a ter no ar, diariamente, nove novelas no horário diurno. As histórias produzidas em São Paulo e Rio de Janeiro eram ainda gravadas e distribuídas em todo país (ORTIZ apud CABRAL, 2008, p. 17).

Para Ortiz (apud Cabral, 2008), durante a etapa inicial da consolidação das radionovelas no Brasil e por conta do crescente sucesso do gênero, era comum que grupos e equipes fossem montados para aperfeiçoar as produções, garantindo maior autonomia e liberdade em relação às histórias que eram essencialmente importadas. “Acumula-se desta forma um *know-how* sobre a literatura melodramática, que será posteriormente transferido para a televisão” (p. 17).

### **Chegada à televisão**

Após o início da proeminência televisiva no final da década de 40 e das primeiras transmissões, era evidente que as emissoras, assim como no caso das rádios, começariam a buscar formatos e produtos para preencher o tempo de suas programações. Dessa forma, a migração de musicais, humorísticos e, especialmente, das radionovelas para a recém-inaugurada TV tornou-se algo inevitável, seguindo o mesmo curso dos antigos folhetins impressos, que foram absorvidos pelas rádios.

A primeira produção teledramática foi registrada nos Estados Unidos em 1946. Chamada de *Faraway Hill* (Colina Distante), a história girava em torno de uma mulher que se mudava para uma cidade pequena e se apaixonava por um homem comprometido.<sup>5</sup> Vale ressaltar que os americanos desde então também já classificavam as adaptações das radionovelas para a TV como *soap operas*, pois as empresas de sabão e itens para a casa continuavam a patrocinar estas transmissões. É interessante ainda frisar que esse produto cultural até hoje é desenvolvido pelas emissoras americanas e continua comumente associado a um entretenimento voltado para donas de casa.

Conforme Rogers (apud Frey-Vor e Mazziotti, 1996), algumas considerações precisam ser feitas no que tange às diferenças entre as *soap operas* dos países de língua inglesa e as telenovelas latinoamericanas:

Uma das diferenças principais é que a soap opera, nascida nos Estados Unidos, é escrita para ser infinita, indo ao ar enquanto houver uma audiência suficiente para persuadir os patrocinadores a pagar pelo

---

<sup>5</sup> Informação extraída da página oficial do *Guinness World Records*. Disponível em: <<http://www.guinnessworldrecords.com/records-6000/first-television-soap-opera>>. Acesso em 05 de ago. de 2014.

programa. A telenovela, por outro lado, é escrita para ter uma duração de 120 a 300 capítulos, hoje padronizada entre 180 a 200 capítulos. Na telenovela, os protagonistas são, geralmente, um casal, enfatizando o star system, enquanto que na versão norte-americana os protagonistas são uma família ou uma comunidade inteira. Conflito de classes e mobilidade social também são apresentados mais comumente nas produções latino-americanas (ROGERS apud FREY-VOR e MAZZIOTTI, 1996, p.2).

No México, a primeira telenovela a ser exibida, de segunda a sexta-feira, foi *Senda prohibida* (Caminho proibido), em 1958, escrita por Fernanda Villeli e adaptada de uma radionovela. Segundo Bruno (2004), a obra, transmitida pelo canal 4, teve investimentos fortes da empresa Colgate-Palmolive e era acompanhada pelo lema “Su telenovela Colgate”. De acordo com a autora (2004), naquele período, na TV mexicana, era comum que os programas fossem produzidos por agências de publicidade, com o patrocínio de clientes, ou por espécies de produtores independentes, conhecidos como *brokers*, que adquiriam os direitos de transmissão com os canais, produziam o material e depois vendiam o espaço publicitário aos anunciantes.

*Caminho proibido* era transmitida no horário da tarde, com uma duração de meia hora, e era composta por 50 capítulos que representaram 10 semanas de exibição. (...) com isto se recuperava a experiência de transmissão diária das radionovelas. (...) desde aquela época, não se deixaram de transmitir telenovelas no México, de modo que são décadas de contínua familiaridade com um gênero que além de constante, tem sido prolixo: entre 1952 e 1978 foram produzidas mais de 700 novelas. Após *Caminho proibido*, veio o êxito da telenovela *Gutierritos*, com a mesma duração que a anterior e com o mesmo sucesso, que se viu acrescentado por uma expansão da quantidade de televisores existentes (BRUNO, 2004, p. 50).<sup>6</sup>

Somam-se às telenovelas pioneiras do México as produções *Más allá de la angustia* (Além da angústia) e *Un paso al abismo* (Um passo para o abismo), ambas de 1959, que abriram espaço ainda maior para o gênero na televisão do país. É válido observar que, a partir da década de 60, o número de tramas criadas para as emissoras aumentou em volume considerável, o que se mantém em média até os dias atuais.

Outro ponto interessante é que, neste cenário posterior da teledramaturgia, a telenovela *Los ricos también lloran* (Os ricos também choram), produzida pela Televisa em 1979, marcou o início da propagação das tramas mexicanas pelo mundo, inclusive em regiões consideradas impenetráveis, como a Europa, Ásia e Oriente Médio. Com

---

<sup>6</sup> Tradução nossa.

baixos custos de produção, a história significou grandes conquistas para a emissora e possibilitou aprimoramentos ainda maiores em obras futuras. *Os ricos também choram* seria revisitada anos depois, em 1995, inspirando a telenovela *María la del barrio* (Maria do Bairro). É possível citar ainda como destaques nos últimos anos as telenovelas *La usurpadora* (A usurpadora), de 1997; *El Privilegio de Amar* (O privilégio de amar), de 1998; *Rebelde*, de 2004; e *Soy Tu Dueña* (Sou tua dona), de 2010, notórias tanto nacionalmente quanto internacionalmente.

No Brasil, de acordo com Cabral (2008, p. 18), “a ficção seriada só surgiria em 1951, com *Sua vida me pertence*, de Walter Foster, apresentada pela TV Tupi duas vezes por semana”. Foi neste período, como menciona o autor (2008), que as telenovelas, que eram realizadas ao vivo, começaram a representar um elemento relevante na programação das emissoras brasileiras. Curiosamente, contudo, ainda segundo Cabral, (2008) as telenovelas apenas viriam a ser transmitidas diariamente no país a partir de 1963, quando novos empresários por trás da administração da TV Excelsior enxergaram potencial no gênero e investiram na história *2-5499 ocupado*, baseada em um texto argentino e estrelada pelo casal Tarcísio Meira e Glória Menezes. Fernandes (apud Cabral, 2008) analisa o panorama daquele período de forma favorável:

A modificação no gênero estava feita, acabando de vez com o esquema da TV brasileira de mostrar histórias parceladas em duas ou três apresentações por semana, embora nessa fase de implantação da telenovela ainda se encontrem alguns títulos apresentados no velho estilo. O advento do vídeo-tape propiciou um ritmo maior de produção: agilizou a utilização de vários cenários e de tomadas externas; além da possibilidade infinita de corrigir erros, repetir e selecionar cenas, como a técnica de edição cinematográfica (FERNANDES apud CABRAL, 2008, p. 18).

A rede Tupi foi uma das principais emissoras produtoras de telenovelas no início da expansão do gênero pelo Brasil. Inclusive, muitas histórias que foram exibidas pelo canal, como *Mulheres de Areia* (1973), *A Viagem* (1975) e *O Profeta* (1977), superavam a Rede Globo em índices de audiência na década de 70 e ganharam refilmagens nos anos seguintes, alcançando o mesmo sucesso. Em 1977, *Escrava Isaura*, uma adaptação do romance de Bernardo Guimarães pelo novelista Gilberto Braga, foi a responsável pela abertura do mercado das telenovelas brasileiras para o mundo e por ratificar o status de poder da Rede Globo, em fase de consolidação.



Nas décadas posteriores, a emissora se firmou ainda mais como um império produtor de telenovelas com obras que mobilizam a população e alcançam êxito em escala global. Sobressaem-se tramas como *Roque Santeiro* (1985), *Vale Tudo* (1988), *Tieta* (1989), *O Clone* (2001) e *Avenida Brasil* (2012), exemplos do potencial da Rede Globo e do mercado brasileiro para os estrangeiros, uma vez que a exportação das obras fez com que as telenovelas brasileiras já tenham sido assistidas por telespectadores de mais de 100 países.<sup>7</sup>

### **Telenovelas como produtos *mainstream***

Segundo Mariasole Raimondi (2011), ao contrário do que se pode imaginar, em vez de comparar as telenovelas latinoamericanas com as *soap operas* norteamericanas no que se refere à produção, é possível fazer uma lógica conexão da indústria da teledramaturgia com o sistema hollywoodiano. Isso porque existe uma complexa estrutura por trás do gênero montada pelas emissoras, com forte aplicação de capital, principalmente em equipes especializadas, tecnologias de ponta, cidades cenográficas milimetricamente montadas, figurinos trabalhados detalhadamente, atores com status de estrela e muitos outros elementos.

Por dedicarem grande parte de suas grades às telenovelas e terem como retorno a procura massiva de anunciantes para inserções entre os programas, fica claro o porquê dessa atenção excessiva às obras. Só no Canal de las Estrellas, principal emissora mexicana pertencente à rede Televisa, de segunda à sexta, são exibidas cinco telenovelas, todas inéditas. Já na Rede Globo, são quatro telenovelas inéditas e uma reprise transmitidas, em sua maioria, de segunda à sábado, sem contar séries e minisséries. Vale mencionar que de tempos em tempos a emissora vem usando a faixa das 23h para exibir outras telenovelas inéditas.

Fora a relevância alcançada pelas emissoras dentro dos próprios países, como visto anteriormente, o desejo de conquistar novos públicos e multiplicar os investimentos no setor figuram como aspirações que, de certa forma, complementam o ciclo que envolve as produções de telenovelas e resultam na venda das produções para outras partes do mundo.

---

<sup>7</sup> Informação extraída do *Guia Ilustrado TV Globo – Novelas e Minisséries*, publicado em 2010 pela Jorge Zahar Editor, que contém relatos das produções de 252 novelas e 66 minisséries exibidas na TV Globo ao longo de 45 anos, desde a inauguração da emissora até 2010.

O mercado internacional de telenovelas representa atualmente uma guerra cultural entre a maioria dos países da América Latina, conduzida por poderosos grupos de mídia. A concorrência é tanto mais exacerbada na medida em que não existe uma rede comum aos países da América Latina, como a Star TV na Ásia ou a Al Jazeera no mundo árabe. O gigante brasileiro TV Globo enfrenta o gigante mexicano do entretenimento Televisa, mas também a Telefe na Argentina, a RCN na Colômbia e a Venevision na Venezuela (que tem a particularidade de produzir suas telenovelas em Miami, em parceria com a americana Univision) (MARTEL, 2012, p. 312).

Segundo Martín-Barbero (2004), a globalização da telenovela carrega fatos curiosos, como paradoxos relacionados à cultura dos povos. O autor afirma que nos últimos anos, ao mesmo tempo em que os países produtores destas obras precisam “moldar a imagem desses povos em função de públicos cada dia mais neutros, mais indiferentes” (p. 27), existe a necessidade de integração entre as nações e a reafirmação do caráter latino, com empresas de televisão “juntando na mesma telenovela histórias brasileiras ou venezuelanas, atores mexicanos e diretores colombianos ou argentinos” (p. 27). Isso faz com que a telenovela fique “cada dia mais barata economicamente e culturalmente reduzida a um receituário rentável de fórmulas de narrativas e de estereótipos folclóricos” (p. 27).

E essa dinâmica de trocas internacionais de cultura, como define Martel (2012), é delimitada basicamente pelo potencial das regiões que adquirem estas obras e seus impactos. Conforme ele (2012), as telenovelas brasileiras têm como principais consumidores países hispânicos, como Argentina; lusófonos, como Portugal; da Europa Central e oriental, como a Romênia; e do Oriente Médio, esse último tendo feito inclusive o Brasil agregar elementos árabes em produções recentes, “o que também terá contribuído para sua difusão” (p. 309-310).

As telenovelas mexicanas, por sua vez, são consumidas praticamente pelas mesmas regiões que assistem às brasileiras, acrescidas da Espanha e dos Estados Unidos. Nestes últimos, de acordo com Martel (2012), os mexicanos levam vantagem estilística e numérica. Sobre os países anglo-saxônicos, é importante considerar a quantidade de imigrantes de nações latinoamericanas que residem em seus territórios. “Com 45 milhões de hispânicos em solo americano, para não falar dos 10 a 15 milhões de imigrantes ilegais, majoritariamente mexicanos, os Estados Unidos são atualmente o segundo maior país hispanófono do mundo, depois do México mas antes da Espanha” (MARTEL, 2012, p. 312). Essa população, tanto nos Estados Unidos quanto em alguns

países europeus, contribui bastante para o sucesso das tramas em escala global e simbolizam uma nova reconfiguração cultural e migratória no que tange à história, como menciona Martín-Barbero (2004):

Enquanto durante séculos ela foi na direção Norte-Sul – foi da Europa que saíram milhões de emigrantes em direção à América e à África –, hoje são milhões os latinoamericanos e africanos que saem expulsos pela recessão econômica e pela miséria social para o próspero e fechado Norte euro-americano. E para esses milhões de *vagabundos* provenientes da América do Sul e Central que povoam os Estados Unidos, a Espanha ou a Itália, a telenovela que invadiu esses países não constitui somente uma diversão ou um escape televisivo à sua situação, mas uma parte integral de sua estratégia de caracol, isto é, a telenovela é para os latinos nos EUA ou para os *sudacas* na Espanha uma raiz móvel, uma narrativa que viaja com eles permitindo-lhes habitar de algum modo seu próprio mundo de línguas e costumes (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 28).

Conforme Alvarado (2004), é importante observar que, em relação às telenovelas, os mexicanos têm uma trajetória interna de mercado parecida com a de exportação. A autora (2004) comenta que inicialmente a Televisa era a líder no segmento, “desde a produção da primeira telenovela nos anos 1950 até os anos de 1990, quando surgiram as telenovelas da Televisión Azteca, novelas que, por sua produção e conteúdo realista, como *Mirada de mujer* (Olhar de mulher)” (p. 147) obtiveram destaque. Segundo Alvarado (2004), para a venda aos mercados estrangeiros, a Televisa continuou sendo pioneira e a maior representante do México, figurando “durante mais de duas décadas (...) [como] praticamente a única rede encarregada de exportar e retransmitir telenovelas mexicanas (...) através de sua aliada, a Univisión. Não havia concorrência alguma até a chegada da rede Telemundo” (p. 147).

De acordo com Martel (2012), a disputa pela hegemonia nos Estados Unidos é acirrada entre Univisión e Telemundo. Cada emissora busca, por meio de estratégias diferenciadas, atingir a audiência latina residente em território americano, importando e, muitas vezes, produzindo conteúdo próprio para cada localidade. “A Telemundo, que desde 2002 pertence à NBC-Universal e atinge apenas 10% da audiência, vem avançando acentuadamente na costa Leste. Ao contrário da concorrente, a Telemundo visa o público hispânico em toda a sua diversidade” (MARTEL, 2012, p. 313), como forma de anular a expansão da Univisión, há maior tempo no mercado.

Apesar do aparente cuidado com as produções e da riqueza cultural serem atrativos, uma questão preponderante para o interesse dos estrangeiros nas telenovelas latinoamericanas é o preço. Martel (2012) comenta que, no caso brasileiro, as telenovelas são distribuídas a valores considerados baixos, em comparação com séries e outros produtos americanos. Mato (apud Alvarado, 2004) ratifica essa questão ao afirmar que “a importação de um capítulo de uma telenovela latino-americana em um canal hispânico custe de 2.500 a 5.000 dólares; se fosse investir na produção deste mesmo capítulo, obviamente os custos seriam muito maiores” (p. 153). Estima-se que uma novela com 180 capítulos custe 15 milhões de dólares, o que representa 80 mil dólares por capítulo, como afirma Vassalo de Lopes (2003).

### **Fora dos limites da televisão**

Por serem fenômenos culturais contemporâneos, é de extrema importância mencionar que praticamente tudo o que gira em torno das telenovelas ultrapassa, de certa forma, o espaço da televisão. De acordo com Costa (2000, p. 200), existe “uma boa quantidade de subprodutos que se vinculam à história – trilhas sonoras lançadas em discos e CDs, livros nos quais se baseiam as tramas e até roupas que são lançadas através das personagens –, estimulando o imaginário do público”. Tomando como exemplo as telenovelas brasileiras, oriundas da Rede Globo, canais virtuais, como sites e lojas online, são desenvolvidos com frequência para incentivar a compra de produtos que aparecem nas tramas: desde esmaltes até móveis que compõem o cenário.

Outro ponto válido frisar e que confirma ainda mais a soberania das telenovelas é o status que atores e atrizes que interpretam personagens nas obras adquirem no transcorrer e depois do término das produções. Alimentando a engrenagem da indústria de celebridades, não é raro que eles estampem capas de revistas, anunciem produtos e passem a simbolizar o glamour que a fama pode representar, assim como acontece com as estrelas de Hollywood. A exposição diária na televisão durante meses faz com que eles se tornem ídolos e importantes figuras nos países onde atuam e para onde as telenovelas são exportadas, gerando o interesse da mídia e do público por suas opiniões e estilos de vida.

Também é primordial citar que as telenovelas surgem como importantes dispositivos de controle que retratam e criam padrões, valores e sentidos da cultura

social, expressas na estética, nos discursos, nos gestos e nos hábitos. Isso fica claro ao acompanhar a influência que as produções têm, sobretudo, em discussões cotidianas, como nas relacionadas às polêmicas que envolvem o beijo entre pessoas do mesmo sexo, ainda um tabu no Brasil; na moda e nos comportamentos de maneira geral. Trazendo uma espécie de agendamento temático, as telenovelas pautam inclusive veículos da imprensa a partir do que é tratado nas obras e estabelecem não apenas como o público deve pensar, mas no que deve pensar.

## Referências

- ALVARADO, Ana Bertha Uribe. As telenovelas mexicanas no México de afuera. In: VASSALO DE LOPES, Immacolata (Coord.). **Telenovela**. Internacionalização e Interculturalidade. São Paulo: Ediciones Loyola, 2004.
- BRUNO, Cecília Solange. **Comercialización de la telenovela latinoamericana**. 2004. Trabalho acadêmico (Licenciatura em Publicidade) – Universidad Abierta Interamericana, Faculdade de Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires, 2004.
- CABRAL, Paulo. **A história da telenovela**: porque o mundo adora os folhetins. 1. Ed. São Paulo: Terceiro nome, 2008.
- CALZA, Rose. **O que é telenovela**. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- CHAVES, Glenda Rose Gonçalves. **A Radionovela no Brasil**: um estudo de Odette Machado Alamy. (1913-1999). Belo Horizonte: Universidade Federal De Minas Gerais, 2007.
- COSTA, Maria Cristina Castilho. **A milésima segunda noite**. São Paulo: Anablume, 2000.
- FREY-VOR, Gerlinde; MAZZIOTTI, Nora. Telenovela e Soap Opera. In: **Comunicação e Educação**. São Paulo, nº 6, p.47-57, 1996. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36243/38963>>. Acesso em 8 jul.2015.
- MARIASOLE RAIMONDI, Marta. **La telenovela en América Latina**: experiencia de la modernidad en la región y su expansión internacional. Madri: Boletín Elcano (136). 8 p.. 2001. Disponível em: <[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/3e2df280468ddca6b698bfc4d090bb2e/ARI74-2011\\_Raimondi\\_Telenovela\\_America\\_Latina.pdf?MOD=AJPERES](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/3e2df280468ddca6b698bfc4d090bb2e/ARI74-2011_Raimondi_Telenovela_America_Latina.pdf?MOD=AJPERES)> Acesso em: 8 de julho de 2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. In: VASSALO DE LOPES, Immacolata (coord.). **Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade**. São Paulo: Ediciones Loyola, 2004.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream**. A guerra global das mídias e das culturas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MOISÉS, Massaud. **A criação literária – prosa I**. São Paulo: Cultrix, 2006.

\_\_\_\_\_. **Dicionário de termos literários**. 12ª ed. São Paulo: Cultrix, 2004.

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.

REBOUÇAS, Roberta de Almeida e. Telenovelas: história, curiosidades e sua função social. In: **Anais – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar)**. VII Encontro Nacional de História da Mídia – Fortaleza.,CE – 19 a 21 de agosto de 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Telenovela-%20historia-%20curiosidades%20e%20sua%20funcao%20social.pdf>> Acesso em: 8 de julho de 2015.

SOUZA, Maria Carmem Jacob de. **Telenovela e representação do social**: Benedito Ruy Barbosa e a representação do popular na telenovela Renascer. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2004.

VASSALLO LOPES, Maria Immacolata. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. In: **Comunicação & Educação**, v. 26, p. 17- 34 São Paulo: USP, 2003.