

## **A consolidação da teledramaturgia Brasileira no exterior através das telenovelas da Rede Globo<sup>1</sup>**

Michael Douglas da Silva Pimenta<sup>2</sup>

Manuela Costa Bandeira de Melo<sup>3</sup>

UniFanor Wyden, Fortaleza, CE

### **Resumo**

As telenovelas brasileiras tornaram-se um dos principais expoentes da cultura nacional pelo mundo. Inúmeras produções, especificamente da Rede Globo de Televisão, foram responsáveis por levar para mais de 150 países um paradigma ficcional da sociedade brasileira. Desta forma, foi possível estabelecer no desenvolvimento do artigo uma cronologia do crescimento da exportação. A emissora conseguiu no decorrer dos anos fazer da telenovela um produto cultural. As telenovelas: *O Bem-Amado* (1973), *Gabriela* (1975), *A escrava Isaura* (1976), *O clone* (2001) e *Avenida Brasil* (2012) foram escolhidas como exemplo para análise e discussão do tema abordado, no intuito de expor a internacionalização por meio da TV Globo e seus impactos nos países onde foram exibidas.

**Palavras-chave:** Telenovelas; Televisão; Exportação; Produto Cultural; Rede Globo.

### **Introdução**

Com o advento da televisão no Brasil nos anos 50, logo após o primeiro ano da inauguração da TV Tupi de São Paulo, “Sua Vida Me Pertence” foi à primeira telenovela brasileira. Sendo exibida de 21 de dezembro de 1951 a 2 de fevereiro de 1952, às 20 horas e com um total de 15 capítulos. Um conceito que partiu de uma sugestão do então diretor artístico da emissora, Cassiano Gabus Mendes discutia sobre uma produção que assemelhava ao cinema ou dramaturgia. Wálter Foster que escreveu, dirigiu e estrelou a trama, foi o primeiro a falar em telenovela, uma associação em relação com televisão das já famosas radionovelas.

Só que, nas imagens da TV, o resultado foi outro – de extraordinária repercussão. Essa repercussão gerou uma popularidade inimaginável e duradoura, o que incentivou os homens de TV a investirem mais na telenovela. Na virada da década de 60/70, essas histórias parceladas encontraram uma linguagem própria e tipicamente brasileira, utilizando sobremaneira todos os recursos da televisão – a imagem sobrepondo-se

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido na IJ04 – Comunicação Audiovisual do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Unifanor Wyden. E-mail: [douglas.hsm@gmail.com](mailto:douglas.hsm@gmail.com)

<sup>3</sup> Professora Mestre do Curso de Jornalismo – Unifanor Wyden, [manuela.melo@unifanor.edu.br](mailto:manuela.melo@unifanor.edu.br)

---

aos diálogos; a produção passa a ter a mesma importância do texto e da direção. (FERNANDES, Memória da telenovela brasileira, 1994, p.21).

Sendo exibida ao vivo<sup>4</sup> e duas vezes por semana, narrava a história uma violenta paixão de uma moça por um homem que desdenha de seu amor. Um enredo simples, uma produção que contava com dois cenários e a marca de reproduzir o primeiro beijo da televisão brasileira foram o suficiente para o surgimento de um gênero que só cresceu com o passar dos anos. Anos mais tarde, em 1963, a extinta TV Excelsior exibe “2-5499 Ocupado” que surge como a primeira telenovela diária. Somente em 1964 é que a TV Tupi teve noção de um grande sucesso, com a telenovela “O Direito de Nascer”.

A partir deste sucesso, as emissoras começaram a produzir telenovelas sistematicamente. “Beto Rockfeller” de Bráulio Pedroso foi exibida nos anos de 1968 e 1969 e representou uma enorme inovação, diferente dos últimos sucessos do gênero que em grande maioria possuíam enredos cubanos ou uma reprodução de outras sociedades, “Beto Rockfeller” insere o uso da linguagem coloquial e constrói um retrato ao tratar da realidade brasileira. Entre as adversidades dos personagens, a trilha sonora com os sucessos populares da época e até um modelo de interpretação dos atores, que passou dos exagerados gestos dramáticos para uma forma natural. Esses seriam conceitos que estabeleciam o sucesso do gênero.

Num curto espaço de tempo, a telenovela modificou sensivelmente a programação da televisão brasileira e os hábitos dos fiéis telespectadores. A dramaturgia que, por essa época, surgia no vídeo em forma de pomposos teleteatros transformou-se pela bem-sucedida novidade que tomou de assalto as emissoras (...) A explosão de O Direito de nascer, um divisor de águas, fez com que as investidas fossem muito mais ousadas e prudentemente mais profissionais. Também estabeleceu com precisão que a telenovela é uma arte popular bem ao gosto dos brasileiros. Portanto, uma eficaz forma de entretenimento. Se sua introdução no país refletiu o que se fazia no rádio e na televisão da América Latina, ao menos aqui ela apresentou uma surpreendente novidade: a industrialização do gênero, auxiliada que foi pela revolução de 64, pois passou a ser a única produção artística sem os rigores da censura. (FERNANDES, Memória da telenovela Brasileira, 1994, p.37-38).

O crescimento da televisão como produto possibilitou maior sucesso às produções e contribuíram para a repercussão do gênero, o que acabou possibilitando aprimoramento

---

<sup>4</sup> O videoteipe, também conhecido como VT tratava-se de uma fita de material plástico, muito fina, com uma cobertura de partículas magnéticas usadas para registrar imagens televisivas, só chegou no Brasil no final de 1959, antes disso todas as telenovelas eram exibidas ao vivo.

dos recursos técnicos, atores e autores migrando para a televisão, atraídos por melhores salários. A década de 1970 incorpora a hegemonia da Rede Globo na produção de telenovelas, o que se mantém até hoje. Nesse período, Janete Clair foi responsável pelos maiores sucessos e que lhe colocou como uma das principais autoras, entre eles tramas como *Irmãos Coragem*, *Selva de Pedra* e *Pecado Capital*.

Surtem as produções em cores e novos horários estabelecidos nas grades de programação. O horário das seis na Globo, marcado por adaptações de obras literárias, coloca o novato Gilberto Braga em destaque com a sua versão de *Escrava Isaura* de 1976 e torna-se uma das telenovelas brasileiras mais exibida no mundo e nos anos posteriores diversas outras tramas retrataram os aspectos sociais do Brasil, personagens que se assemelham a pessoas comuns e reais e assim a telenovela se estabeleceu como o principal produto audiovisual nacional. As narrativas se alimentam das “dimensões ritualizadas da vida cotidiana” que podem ser representadas em ações, valores, comportamento, relações de poder, entre outras situações.

Independentemente da discussão que se possa empreender sobre a telenovela como um todo, na infinidade de detalhes que compõem sua produção (equivalente à de vários filmes para cinema), no ritmo frenético de escrita, produção e gravação diárias durante seis meses e da qualidade artística final alcançada, levando-se ainda em conta 5 os diferentes estilos dos autores e os constrangimentos do meio televisão, não há como não reconhecer a excelência do trabalho ficcional desse gênero que insistimos em denominar de telenovela brasileira. (MOTTER, 2003, p. 78).

Nesse sentido, as telenovelas brasileiras alcançam uma qualidade tanto técnica, quanto de enredo que possibilita pessoas de amplas realidades se identificarem com temáticas e retratos apresentados dentro desse produto audiovisual.

### **A Primeira telenovela exportada**

A Rede Globo se consolida como a maior produtora de telenovelas no Brasil e segunda maior do mundo, perdendo somente para a emissora de televisão mexicana *Televisa* que apesar de número maior de produções possuem como contraponto o custo de produção muito menor que as produções brasileiras. “*O Bem-amado*”, além de ser a primeira produção em cores, de possuir o texto da premiada peça de Dias Gomes, a história do prefeito Odorico, foi à primeira telenovela exportada. Em março de 1976, foi ao ar pela TV Monte Carlo, de Montevideu, o primeiro capítulo de “*El Bien Amado*”.

---

Após edição e transcodificação, a fita matriz foi enviada para a CINSA (Cinematográfica Internacional), responsável pela inserção de sonorização, dublagem, ruídos e fundo musical. A edição para a primeira exibição ficou a cargo do diretor Paulo Ubiratan, que realizou todo o trabalho de reedição da novela. Distribuída para a América do Sul, teve seus 178 capítulos originais transformados em 223, porque cada capítulo deveria ter uma duração menor. A novela alcançou outros extremos, tendo sido exportada para 30 países, entre eles os Estados Unidos.

Em 1977, toda a América Latina, com exceção da Venezuela, assistia à telenovela *O Bem-Amado* através da extinta *Spanish International Network*. Em sua trajetória internacional, a novela atingiu o mercado europeu através da venda de direitos de exibição em Portugal. Coincidência ou não, a penetração da telenovela em países do exterior, foi aumentando e se solidificando à medida que nos distanciávamos cada vez mais da estrutura arcaica das décadas de 50/60; sem, entretanto, deixarmos de lado as características básicas do texto novelístico.

### **A relação entre Ilhéus e os lusitanos**

Jorge Amado escreveu em *Ilhéus* um dos seus romances mais célebres: a história de uma moça bonita, com cheiro de cravo e cor de canela. Não seria diferente com sua adaptação para a televisão. A cena de Gabriela, interpretada pela atriz Sônia Braga, subindo em um telhado para retirar uma pipa está na memória dos brasileiros desde que a novela foi ao ar, em 1975, há exatos 40 anos. Justamente em 1977, Portugal passava por um período de transição após os anos da revolução que colocou fim no regime ditatorial estabelecido no Estado Novo Português.

Em maio de 1977, quando a novela estreou no país, a Rádio e Televisão Portuguesa (RTP) promoveu um show com Vinicius de Moraes, Toquinho e Maria Creuza. Elizabeth Savala conta que ela e Fúlvio Stefanini viajaram a Portugal para promover a produção, e foram recebidos por uma multidão no aeroporto. Todas as meninas tinham o corte de cabelo de Malvina (personagem), enquanto os rapazes portavam pentes iguais ao usado pelo personagem Tónico Bastos. Assim como Savala, Fúlvio Stefanini marcou época com seu papel.

Foi à primeira telenovela brasileira exibida em Portugal e contribuiu para o cenário social do país em colocar emergência de uma nova sociedade e estilos de vida,

bem como outra imagem da mulher, centrados em novos valores. Diversos jornais portugueses enalteciam a produção, inúmeras publicações colocaram temas como emancipação feminina e a influência da trama para futuras produções portuguesas envolvidos ao contexto da telenovela. O trecho a seguir expõe informações sobre o final da veiculação da telenovela na RTP (emissora de televisão portuguesa):

A Gabriela despede-se amanhã dos telespectadores. O epílogo daquela que foi a emissão de mais audiência neste país, que manteve “suspensos” meses a fio, milhões de portugueses, abre sem dúvida um novo capítulo na programação da nossa televisão”. Constatado o êxito de Gabriela, uma equipa de responsáveis da RTP, deslocou-se ao Brasil e visionou mais de uma vintena de telenovelas produzidas pela TV Globo... podemos adiantar, ainda, que a RTP pensa reatar a emissão da hora do almoço incluindo nesse período uma telenovela. (MARISTA, Emanuel. Diário de Lisboa. Lisboa, 14 de maio de 1977, p. 6).

Nesse mesmo período, A Escrava Isaura tinha se tornado o maior fenômeno de audiência no Brasil e seus personagens estavam prestes a conquistar o mundo.

### **Nenhuma escrava viajou tanto como Isaura**

A Escrava Isaura, romance de Bernardo Guimarães, foi, em 1976, adaptada por Gilberto Braga para o então novo horário das seis na Rede Globo. O enredo gira em torno da história de Isaura (Lucélia Santos), uma escrava branca educada, nobre e vítima de um homem sem escrúpulos, o impiedoso Leôncio (Rubens de Falco). Após a enorme repercussão no Brasil, a novela tinha conseguido até 1981 ser vendida para mais de 16 países, até que a aquisição da novela em 1984 para a televisão chinesa *Beijing Media Network* colocou outra proporção para a produção.

Sendo até então um sucesso jamais visto na televisão chinesa, atraindo uma audiência de milhões de espectadores, dando ao livro o status de um dos maiores sucessos da literatura estrangeira neste país. Na China, Lucélia Santos ganhou o Prêmio Águia de Ouro, com os votos de cerca de 300 milhões de pessoas – foi a primeira vez que uma atriz estrangeira recebeu um prêmio no país. Em Cuba, Fidel Castro cancelou o racionamento de energia em 1984 para que a população pudesse assistir a "Escrava Isaura"<sup>5</sup>. No mesmo

---

<sup>5</sup> Guia ilustrado TV Globo: novelas e minisséries / Projeto Memória Globo, 2010, p. 86.

país, os horários dos jogos de futebol tiveram que ser alterados, já que a população preferia ficar em casa vendo a novela do que ir aos estádios.

No final de 1985, Escrava Isaura já havia sido vendida para 27 países. A atriz Lucélia Santos visitou todos eles e recebeu diversos prêmios, como o Latino de Ouro, concedido pela Emissora Caracas de Rádio e Televisão, na Venezuela. Em 1989, a novela mais uma vez obteve altos índices de audiência fora do Brasil, dessa vez na União Soviética, onde foi exibida em 15 capítulos.<sup>6</sup>

Em todos os países da então União Soviética, a novela alcançou o mesmo entusiasmo popular, quando em 1987 foi à primeira obra de ficção da TV Globo comprado pela URSS. O sucesso não foi diferente, em pouco tempo de exibição se tornou líder de audiência na rede que era veiculada, algo inédito para uma produção estrangeira. Espalhou-se em diversos jornais artigos sobre o Brasil e notícias de crianças que mudaram o nome de suas bonecas de Natacha ou Macha, tipicamente russos, para Isaura e Santa (personagens da novela), ou de brincadeiras na escola imitando as cenas, com repúdio à figura do vilão Leôncio (Rubens de Falco) além da palavra “Fazenda” ter sido incorporada no vocabulário popular.

### **Clonagem para o mundo ver**

Exibida em mais de 90 países, tratando de temas como clonagem, dependência química e cultura islâmica, o “O Clone” de Glória Perez, foi eleito um dos principais programas da televisão nos últimos 50 anos. A novela da Globo foi a melhor produção de 2001, ano em que foi exibida, segundo a WIT<sup>7</sup>, empresa especializada em rastrear o mundo em busca de tendências de conteúdo de televisão e programação digital. O Clone estreou pouco depois dos atentados terroristas de 11 de setembro em Nova York e Washington, o que poderia prejudicar a boa aceitação da trama entre os telespectadores, já que um dos núcleos principais era de personagens muçulmanos. Mas a novela virou um sucesso de público.

A telenovela funciona como um sedativo sociológico num momento em que o mundo ficou horrorizado com o ocorrido em 11 de Setembro. Na primeira semana após o ocorrido com o World Trade Center, muita gente sequer saía de casa. Em muitos países, houve uma confusão cultural generalizando tudo, e não se sabia o que pensariam do povo

<sup>6</sup> Site Memória Globo ([www.memoriaglobo.globo.com](http://www.memoriaglobo.globo.com)). Acessado em 27/03/2019.

<sup>7</sup> Site Rede Globo (<http://redeglobo.globo.com/novelas/noticia/2013/04/o-clone-e-eleita-uma-das-principais-obras-da-tv-dos-ultimos-50-anos.html>). Acessado em 10/04/2019.

árabe após tudo aquilo. A novela contornou, mostrando muitos lados da cultura, sequer imaginados antes pelo povo brasileiro. Com o sucesso de público as expressões árabes faladas pelos personagens ganharam as ruas, como *Maktub*, *Inshalá*, *Haram*, “Jogar ao vento” e “Arder no mármore do inferno”.

Com menos de um ano após o sucesso no Brasil, se deu início a exportação da novela. Com a exibição de *O Clone* (*El Clon*) a partir de janeiro de 2002, a Telemundo – emissora voltada para a comunidade hispânica nos Estados Unidos e para os países de língua espanhola – teve sua audiência aumentada em 60%. Uma das influências da novela para comunidade hispânica nos EUA foi que muitos bebês norte-americanos nascidos em 2002 ganharam o nome de Jade, e academias de Portugal passaram a oferecer aulas de dança do ventre.

Em 2004, quando começou a exibição na Rússia a novela se tornou um êxito imediato e permeia até hoje na memória da população. A Rússia que na década de 90 sofreu com a depressão econômica encontrou refúgio nas tramas brasileiras e criaram uma perspectiva para conhecer a nossa cultura. Durante a exibição da telenovela surgiu um interesse para aprender a língua portuguesa, muito espectadores relacionaram a má qualidade da dublagem como um fator para aprender a língua original da telenovela e nas universidades surgiram estudantes interessados em realizar intercâmbios no Rio de Janeiro. Um trecho da introdução da sinopse de *O Clone*, entregue em 1999, que se propõe demonstrar o interesse da história a ser contada.

A proposta é traçar um painel desse final de milênio, mostrando as incertezas e as esperanças com que atravessamos para uma nova era. Convém registrar também que não vamos, propositalmente, diferenciar as correntes do islamismo, de modo a não tomar o partido de nenhuma delas. Assim, não se dirá se as personagens que representam o mundo muçulmano são xiitas ou sunitas-essa é uma polêmica desnecessária para a novela, e estaremos atentos para evitá-la. A história deve ser contada de forma atemporal, não se deixando claro em que ano começa a ser contada. (PEREZ, Gloria. “Apresentação da Sinopse de O CLONE” 2011. Disponível em: <http://gloriaperez.com.br/arquivo-trabalhos/o-clone/apresentacao-da-sinopse-de-o-clone/> Acesso em: 10/04/2019)

*O Clone* foi um fenômeno sem precedentes e apesar de inúmeras tramas terem conseguido sucesso de vendas para mercados internacionais, somente em 2012 tivemos um fenômeno semelhante, *Avenida Brasil*.

---

## Uma avenida que ligou o Brasil com o mundo

Antes de ser um fenômeno arrebatador no mundo, Avenida Brasil se firmou como uma das telenovelas de maior audiência dos últimos anos, veiculada no ano de 2012, alguns dados colocam os efeitos da exibição que contribuíram para tornar a telenovela brasileira mais vendida no mundo. A trama que no decorrer de sua exibição emplacou mais de 46 *trending topics* no *twitter*.<sup>8</sup> foi mais tarde mencionada mais de 200 mil vezes na rede social. Só para ter uma ideia, a P&G (*Procter & Gamble Company*), empresa multinacional norte-americana pagou R\$ 800 mil para um spot (propaganda) de 30 segundos ser veiculado durante a trama.

Atribuída pela conceituada revista econômica *Forbes* como “a novela mais rentável da história” gerando cerca de quase U\$\$ 2 bilhões.<sup>9</sup> A história tem espaço para que estejam refletidas todas as classes sociais. Desde o tradicionalismo representado pelos personagens de classe média até os novos ricos como Tufão e sua família, que nunca terminam de ser aceitos na classe alta, essa que brilha na zona sul, uma das mais sofisticadas do Rio.

Aos poucos foi ganhando o mundo e Portugal graças à parceria vigente entre a Rede Globo e a SIC, com alguns meses de atraso os portugueses puderam acompanhar a trama de Nina para se vingar da Carminha. Considerada pela crítica portuguesa como a melhor estreia de 2013, a telenovela se consolidou como líder de audiência nas noites, algo que não acontecia com tramas brasileiras há bastante tempo, somando uma média mais de um milhão de espectadores por capítulo.

Não diferente a parceria da Rede Globo com a emissora Argentina Telefe já anunciava a novela como “O maior fenômeno da televisão no Brasil, agora na Telefe”. Pouco tempo foi necessário para superar o programa concorrente “*Show Match*” e se consolidou, dando a Telefe durante sua exibição uma de suas maiores audiências. O último capítulo intitulado “*Gran Final*” conseguiu 28 pontos de audiência, considerado elevado para a TV aberta argentina. No estádio Luna Park, em Buenos Aires, foi realizado um grande evento com parte do elenco, reunindo um público de trinta mil pessoas na noite

---

<sup>8</sup> *Twitter* é uma rede social e um servidor para *microblogging*, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, por meio do website do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento.

<sup>9</sup> Site Forbes (<https://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2012/10/19/brazilian-telenovela-makes-billions-by-mirroring-its-viewers-lives/#7612b4f144c0>). Acessado em 10/04/2019.



da final. Alguns personagens foram renomeados para o mercado hispânico, Jorginho personagem do Cauã Reymond, ficou conhecido na Argentina com “*Jorgito*” e o ator se tornou um fenômeno de público, concedendo entrevistas e recebendo convite para filmes.

Até o final de 2016, a telenovela já tinha sido vendida para mais de 130 países e sendo dublada para mais de 19 idiomas<sup>10</sup>.

### **Panorama de audiência e influência**

O Kantar Ibope<sup>11</sup> realizou em 2015 uma pesquisa que apontou a telenovela como o gênero preferido dos latinos na televisão, uma amostra do instituto levantada em 11 países da América Latina, com um universo de 135,5 milhões de espectadores.<sup>12</sup>

Essa narrativa televisiva, que representa o maior sucesso de audiência, dentro e fora da América Latina, de um gênero que catalisa o desenvolvimento da indústria audiovisual latino-americana, justamente ao mesclar os avanços tecnológicos da mídia com as velharias e anacronismos, que fazem parte da vida cultural desses povos. O que, em nenhum momento, pode nos ocultar que o relato telenovelesco remete também à longa experiência do mercado para captar, na estrutura repetitiva da série, as dimensões ritualizadas da vida cotidiana e, juntando o saber fazer contas com a arte de contar histórias, conectar com as novas sensibilidades populares para revitalizar narrativas midiáticas gastas. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 115).

Um exemplo da relevância desse cenário são os estudos recentes levantados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) demonstraram que as novelas apresentadas nos últimos 40 anos estão moldando as famílias em aspectos como número de filhos e divórcios. A pesquisa, que considerou 115 novelas transmitidas pela Globo, nos horários das 19 e 21 horas, constata a formação das famílias com apenas um filho.<sup>13</sup> A emancipação feminina mostrada nas novelas da Globo com a representação das personagens no mercado de trabalho e em cargos emancipadores, contribuiu a

<sup>10</sup> Site Uol TV e famosos (<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/08/vista-por-130-paises-avenida-brasil-e-a-novela-mais-exportada-da-globo.htm>). Acessado em 08/04/2019.

<sup>11</sup> Kantar Ibope Media, empresa especializada em gestão de investimento de informação, com principal especialidade em medição de audiência televisiva.

<sup>12</sup> Site Portal da Propaganda (<http://www.portaldapropaganda.com.br/noticias/1715/kantar-ibope-media-divulga-infografico-sobre-os-generos-de-tv-mais-assistidos-na-america-latina>). Acessado em 10/04/2019.

<sup>13</sup> Site BBC ([https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2009/01/090130\\_noveladivorciobrasil\\_np\\_tc2](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2009/01/090130_noveladivorciobrasil_np_tc2)). Acessado em 02/04/2019.

independência da mulher da vida real, fator que, segundo a pesquisa, também repercutiu em um maior número de divórcios.

Desde que foi ao ar pela primeira vez, na década de 50, a telenovela brasileira tornou-se uma fonte de entretenimento e de informação. Atualmente, elas incorporam elementos do nosso cotidiano e são responsáveis pela criação de novos hábitos e costumes, além de preparar terreno para a discussão de temas e tabus que entraram em cena na sociedade brasileira e dos países aonde são exportadas e obtém êxito. A consolidação das telenovelas brasileiras no mercado internacional se deve a alguns fatores, o custo de produção e qualidade dos profissionais envolvidos são determinantes, diferenciam as produções nacionais no gênero em questão dos produtos oferecidos em outros países, em comparação com as concorrentes mexicanas ou produções turcas, que ganharam destaque em mercados internacionais na última década.

A Rede Globo anualmente apresenta as tramas para o mercado internacional, nas maiores feiras de comercialização de produtos televisivos do mundo. A MipCom, evento que acontece em Cannes, fornece fóruns e uma vitrine para empresas de cinema e televisão exibirem e venderem seus produtos, reunindo as maiores produtoras de conteúdo audiovisual. A Napte (*National Association of TV and Program Executives*), em diversas cidades nos EUA; o festival de Dubai e a MIPAsia, são alguns dos eventos que ganharam destaque nos últimos anos e que já contam com a presença da Rede Globo.

Nesses eventos os títulos das telenovelas brasileiras são apresentados em inglês (figuras 1 à 4), com vídeos que apresentam as tramas, esses legendados em inglês ou dublados em espanhol. No desempenho da função de promover a emissora nesses eventos desenvolvido a Central Globo de Negócios Internacionais, cujo principal missão é promover os produtos para o mercado estrangeiro.



Figuras 1 – 4 – Posters de divulgação para mercado internacional, com títulos em inglês.

---

## Considerações finais

Uma nova fase da telenovela brasileira se desenha, principalmente com a realidade da internet que permite uma nova forma de assistir e interagir com essas produções. No mundo, os números provam a crescente demanda do mercado externo pelas produções audiovisuais e isso inclui as produções brasileiras, os títulos aumentam cada vez mais e novos centros de produção surgem motivados pelo mercado de streaming.

O que o Brasil fez com o formato da telenovela é algo especial e muito particular, diferente do que existe no resto da América latina. Foi capaz de introduzir realismo. Integrando assim a vida diária das pessoas de uma forma que é quase jornalística. A importância da Rede Globo para a consolidação do gênero e da qualidade, a mesma produz cerca de 2.500 horas de entretenimento, o que é equivalente a mais de 1000 filmes de longa-metragem.

Observamos toda a influência estética que a Rede Globo vem desempenhando na linguagem televisiva mundial pois, é certo que de nada ou pouco adiantaria qualquer esforço comunicacional sem o devido aparato tecnológico e toda estrutura capaz de unir dramaturgia, produção e direção. Estes são alguns dos pontos fundamentais que tem contribuído para difundir a ficção televisiva brasileira. Parece difícil para a população, de modo geral, considerar autores como Gilberto Braga, Glória Pérez ou Silvio de Abreu como os autênticos tradutores contemporâneos da nossa cultura.

As novelas brasileiras permeiam o imaginário popular, gerando discussões e fomentando tendências replicadas nas ruas, entre as famílias e, mais recentemente, nas redes sociais. Nos âmbitos industrial e artístico, as telenovelas são a maior ferramenta de demonstração da cultura brasileira no mundo. Mesmo com toda a mudança que as telenovelas sofreram ao longo da sua história, elas não perderam o poder de encantar milhares de pessoas. Ganham o mundo e levam aspectos da sociedade brasileiras para as mais diferentes sociedades.

## Referências bibliográficas

MARTÍN-BARBERO, J; REY, G. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

---

MOTTER, M. L. A telenovela: documento histórico e lugar da memória. **Revista USP**, São Paulo, n.48, p. 74-87, dez./fev. 2000-2001, p. 75-87.

O que a ficção pode fazer pela realidade?. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 26, jan./abr. 2003, p. 75-79.

MARISTA, Emanuel. **Diário de Lisboa**. Lisboa, 14 de Maio de 1977, p. 6.

PEREZ, Gloria. “**Apresentação da Sinopse de O CLONE**” 2011. Disponível em: <http://gloriaperez.com.br/arquivo-trabalhos/o-clone/apresentacao-da-sinopse-de-o-clone/> Acesso em: 10/04/2019.

FERNANDES, Ismael. **Memória da telenovela Brasileira** – São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

**Guia ilustrado TV Globo: novelas e minisséries / Projeto Memória Globo** – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.