

Novela Cartão-Postal: Imagens de ‘O Outro Lado do Paraíso’ e o Turismo no Jalapão¹

Natiele Lopes COSTA²
José Tarcísio OLIVEIRA FILHO³
Rafael Fialho BARBOSA⁴
Universidade Federal de Minas Gerais, MG

RESUMO

As narrativas ficcionais seriadas produzidas para televisão se consolidaram no Brasil e atualmente se constituem como um importante objeto de análise sociocultural nos estudos da Comunicação. Este trabalho tem o objetivo de observar como o turismo, enquanto atividade econômica, é abordado na telenovela *O Outro Lado do Paraíso*, produzida e exibida pela TV Globo em 2017 e 2018. Através da metodologia de estilo televisivo, busca-se observar como o folhetim, ambientado principalmente no estado do Tocantins, faz emergir elementos que possibilitam caracterizar o turismo na região. Entre as conclusões, elenca-se a emergência de um destino idealizado e higienizado, que ao mesmo tempo também se mostra segregador e sócio normativo.

PALAVRAS-CHAVE: Telenovela; Turismo; Tocantins; TV Globo; Ficção Seriada.

INTRODUÇÃO

A telenovela é um produto cultural midiático que se consolidou no Brasil desde a origem da televisão, na década de 50. Hoje compõe um importante campo de estudos e reúne milhares de pessoas em frente à TV para acompanhar narrativas ficcionais que dialogam com situações públicas e privadas baseadas na vida real. *O Clone*, *Caminho das Índias*, *Salve Jorge*, *Belíssima*, *Passione* e *América* são algumas novelas que têm como ponto em comum icônicas ambientações que chamaram a atenção do público: Marrocos, Índia, Turquia, Grécia, Itália e Estados Unidos, respectivamente, entraram nas casas dos mais diversos espectadores. A Ilhéus de *Gabriela*, o Monte Roraima de *Império*, o Pará da recente *A Força do Querer* são exemplos de lugares do Brasil que chegaram às telas como cenários de folhetins da TV Globo.

¹ Trabalho apresentado no IJ04 - Comunicação Audiovisual do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

² Bacharel no Curso de Jornalismo da UFMG, e-mail: natiele.lopesc@gmail.com

³ Orientador do Trabalho. Doutorando em Comunicação/UFMG, e-mail: jtarcisiofilho@gmail.com

⁴ Coorientador do trabalho. Doutorando em Comunicação/UFMG, e-mail: rafaelbfialho@gmail.com

As gravações em diferentes lugares conseguem aproximar distâncias e apresentar culturas e cenários muitas vezes desconhecidos para parte do público, fazendo-a “viajar” sem sair do lugar. Por outro lado, o turismo enquanto atividade econômica gera empregos, renda e impactos sociais, e é, atualmente, um importante setor responsável por 10,4% do PIB mundial⁵. O Brasil registrou, em 2017, a chegada de mais de 6 milhões de visitantes internacionais e cerca de 92 milhões de desembarques nacionais nos aeroportos (BRASIL, 2018). Com este panorama em vista, propomos compreender como se estabelece a relação entre a telenovela brasileira e o turismo. Para isso, tomamos como questão central a reflexão acerca de como a telenovela pode ser capaz de exaltar atrativos turísticos de um destino, criando uma (possível) idealização sobre o mesmo e despertando a intenção de viagem. A telenovela escolhida para análise foi *O Outro Lado do Paraíso*, transmitida na faixa das 21 horas, na TV Globo, entre 23 de outubro de 2017 e 11 de maio de 2018.

O enredo do folhetim pode ser observado em duas fases. Na primeira, é apresentado um triângulo amoroso envolvendo a inocente Clara, o médico Renato e o rico Gael. Clara morava com seu avô, Josafá, na região da cidade fictícia de Pedra Santa (Tocantins) e conhece Gael durante a viagem de férias do rapaz ao Jalapão, local onde ela trabalhava como professora em um quilombo - onde também trabalhava Renato. O casal Clara e Gael se apaixona rapidamente e o casamento é realizado com a bênção de Sophia, que vê na união de seu filho a chance de explorar esmeraldas que existem nas terras da nora. O protagonista, nesse momento, tem atitudes agressivas com a recém esposa na casa em Palmas, capital do Tocantins. Clara pensa em se separar, mas desiste ao descobrir uma gravidez. Já Sophia articula, com a ajuda de sua filha Lívia, do psiquiatra Samuel, do delegado Vinícius e do juiz Gustavo, um plano para isolar Clara em uma clínica psiquiátrica e, assim, fazer a extração de pedras preciosas do terreno que agora está em nome do neto. A segunda fase que tem início após a passagem de 10 anos da internação de Clara. A protagonista foge da clínica, resgata uma herança milionária e vai a Palmas em busca de vingança a todos que contribuíram para seu isolamento. Clara, agora rica, faz seu retorno em uma importante festa da alta sociedade da capital. Nesse momento, a trama divide-se entre os núcleos de Palmas, capital de Tocantins, e Pedra Santa, cidade onde fica localizado o garimpo de esmeraldas.

A primeira e mais evidente justificativa para a escolha do objeto empírico consiste na ambientação da narrativa, realizada no Tocantins. O folhetim contou com gravações na

5 Dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo - World Travel & Tourism Council (WTTC). Disponível em: <<https://www.wttc.org/>>. Acesso em: 23 nov. 2018.

região do Parque Estadual do Jalapão. O destino já é considerado um ponto turístico da região, abrangendo uma área de preservação ambiental distribuídos em três municípios tocantinenses. Houve um forte investimento institucional da emissora carioca em vincular a novela à região geográfica e turística do Jalapão (por meio de matérias no site oficial da novela, uma edição temática do *Globo Repórter* sobre o Jalapão após o último capítulo, entre outras), realizando uma interação entre ficção e realidade que, certamente, contribui para ambas as partes: ganha a telenovela, por ser ambientada em local fora do eixo Rio-São Paulo, o que acrescenta novidade e dinamismo à sinopse, que, por sua vez, amplia possibilidades de desdobramento do enredo e ganha o turismo do Jalapão, que recebeu ainda mais visibilidade a partir da exibição da novela.

Para dar conta da forma audioverbovisual da TV, lançamos mão da metodologia estilística televisiva desenvolvida por Jeremy Butler (2010), que nos permite identificar quais funções são desempenhadas pelos elementos que compõem o texto televisivo. Porém, antes de discutir os operadores de análise, consideramos necessária uma discussão histórica acerca da telenovela na sociedade brasileira em articulação com o turismo.

TELENOVELA E TURISMO: INTERLOCUÇÕES TEÓRICAS

O modelo brasileiro de produção de telenovelas é composto por características que o diferem do que é praticado na América Latina. As narrativas nacionais seguem o viés realista, com diálogos coloquiais e abordagem de temas relacionados às tensões sociais de sua época. Em contrapartida, nos países latino-americanos a busca era por distanciamento dos conflitos que envolviam telespectadores e o país (HAMBURGER, 2011).

Esse pode ser considerado um dos motivos pelos quais a telenovela brasileira alcançou, nesses mais de 60 anos, reconhecimento público como produto cultural e espaço de relevância como tema de estudos. A telenovela conquistou a capacidade de alimentar um repertório comum entre pessoas diferentes que “se posicionam e se reconhecem umas às outras” (LOPES, 2003, p. 18), além de também ser responsável por criar um novo espaço público ao oferecer repertório acessível à vários públicos.

A relação entre a telenovela e diferentes figurações da sociedade brasileira se explicita, de acordo com Hamburger (2011), nos momentos em que a competição entre as emissoras se refletiam nos enredos, principalmente a partir da década de 90 com a concorrência entre Globo, que trazia a modernidade como marca, e Rede Manchete, que

vinha em oposição a anterior, com a exibição de séries e telenovelas que tinham o Brasil rural como tema. Na década seguinte, a disputa passou a ser entre as redes Globo e Record.

Por sua vez, o termo turismo possui perspectivas variadas conforme diferentes organizações, pesquisadores e legislações. Nota-se, que apesar de definições formuladas por diferentes autores, elas se complementam. O turismo contemporâneo pode ser visto como destinos organizados fisicamente, que recorrem a recursos comunicacionais voltados para a divulgação – sendo a tecnologia um aliado importante nesse processo. No Brasil, a Lei 11.771 de 2008, que trata sobre a Política Nacional de Turismo, em seu segundo artigo, considera o turismo como sendo “as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (BRASIL, 2008, p. 1). Em seguida, em parágrafo único, o texto destaca que tais estadas devem gerar movimentação econômica, emprego e renda (BRASIL, 2008).

Com a expansão do turismo, seu âmbito econômico se torna cada vez mais competitivo, principalmente para os destinos. As cidades, para serem consideradas turísticas vão precisar de todo aparato midiático para conseguir chamar atenção do público e fazer parte dos sonhos, imaginários e planos dos turistas (FALCO, 2011, p. 25). Segundo Bandeira (2013), a mídia tem papel tão importante quanto o avanço nas estruturas de transporte e hospedagem. Mídia, nesse caso, está presente desde os cartões postais até revistas especializadas e sites da internet. Falco (2011, p. 26) utiliza Gastal (2004) para apontar que todos os tipos de deslocamento têm em comum a presença de imagens porque antes de viajarem para um lugar as pessoas já terão entrado em contato com ele visualmente por meio de fotos em jornais, internet, cenas de filmes e da TV.

Reconhecendo a importância do audiovisual para a promoção do turismo, o Ministério do Turismo publicou, em 2007, o estudo de sinergia e desenvolvimento entre as indústrias do turismo e audiovisual brasileiras. O documento “tem como diretriz a análise da correlação entre os produtos audiovisuais e a disseminação dos destinos turísticos para a inserção do chamado turismo cinematográfico no contexto nacional” (BRASIL, 2007, p. 3). O estudo que tem os *set-jettters*⁶ como foco, afirma que as locações utilizadas nas produções audiovisuais acabam por influenciar o espectador de forma consciente ou não.

6 *Set-jettters* são turistas que tem como motivação de viagem a visitação de sets e locações de filmes e séries.

Apesar do cuidado ao fazer afirmações sobre o poder de transformação das telenovelas, alguns estudos demonstram que há inferências em determinadas regiões. Oliveira e Barreto (2004), por exemplo, se dedicaram à análise da chamada região cacauzeira situada ao sul da Bahia, um local que já esteve na TV através das telenovelas *Gabriela* e *Renascer*, ambas produzidas pela TV Globo. O enredo da primeira, que teve origem num romance de Jorge Amado, contou com o forte protagonismo da jovem Gabriela, interpretada por Sônia Braga, na cidade de Ilhéus. Hoje, “a cidade é repleta de referências a esse universo ficcional, através de nomes de logradouros, casas comerciais, empresas de ônibus, empresas de comunicação (rádio e jornal impresso), entre outros” (OLIVEIRA & BARRETO, 2004, p. 4).

Neste caso, nota-se uma mão dupla de apropriação: de um lado a ficção que se referênciava na cidade de Ilhéus para contar a história de Gabriela, utilizando-se de seus logradouros, paisagens e costumes e na outra perspectiva, a própria cidade que se utiliza do sucesso da novela para incrementar o turismo. A prefeitura tem reformado prédios que foram referenciados na trama e alguns estabelecimentos foram nomeados com o mesmo nome daqueles que fizeram parte da ficção ou mesmo com homenagens no cardápio, como o Flor da Gabriela – um tipo de chocolate que remete às partes íntimas de Gabriela (OLIVEIRA & BARRETO, 2004, p. 5).

METODOLOGIA: O ESTILO TELEVISIVO

Para entender como determinadas estratégias utilizadas pela telenovela podem colocar um destino turístico em evidência e criar um imaginário idealizado sobre determinado local, será acionada a metodologia de análise do estilo televisivo, como preconizada por Jeremy Butler (2010). Essa metodologia se faz importante pois, de acordo com Butler (2010), o estilo é formado por qualquer padrão de características de som-imagem de todo texto televisivo que cumprem uma função e constroem significados.

De acordo com Simone Rocha (2016), o estudo do estilo é relevante porque torna possível uma melhor compreensão de programas televisivos, permite discutir sobre o contexto cultural no qual ele está inserido e, ainda, analisar as ferramentas utilizadas por seus realizadores. Segundo a autora, “a iluminação de uma cena orienta nossa compreensão dos valores morais que um personagem carrega. Um corte que justapõe imagens de um carro descendo estrada abaixo e de uma jovem garota perseguindo um determinado produto gera uma metáfora visual [...]” (ROCHA, 2016, p. 24).

Metodologicamente, Butler (2010) propôs a divisão da análise do estilo televisivo em quatro dimensões: descritiva, analítica, avaliativa e histórica, das quais apenas as duas primeiras serão executadas em nossa análise devido aos nossos interesses de pesquisa⁷. Primeiramente, no âmbito descritivo é preciso que, além de enunciar características e técnicas em cenas individuais, sejam avaliadas a utilização destas em contextos ampliados. “O que significa dizer que a mesma atenção que roteiristas, diretores, cinematógrafos, editores e demais profissionais dedicaram à construção de um texto deve ser empregada na desconstrução do mesmo” (ROCHA, 2016, p. 31). Dessa forma, fica claro que no processo descritivo estão envolvidas análises de contexto de produção em determinado tempo e espaço. Portanto, a fase descritiva inicia a interpretação do estilo.

A dimensão analítica, ou funcional, se relaciona com os propósitos do estilo. Nesta etapa, o trabalho do pesquisador se concentra em entender e apresentar como essa função é cumprida, buscando padrões de elementos e as relações entre eles. Butler determinou oito funções que o estilo televisivo pode cumprir. São elas:

1. Denotar: Diz respeito a tudo que é apresentado na cena. As pessoas posicionadas, os objetos aparentes, o plano de fundo, entre outros elementos;
2. Expressar: Se relaciona com as características que provocam emoções. Elas podem ser subjetivas (a cena mostra tristeza) ou pretenderem emocionar o espectador (a cena faz me sentir triste);
3. Simbolizar: É a capacidade de materializar conceitos abstratos;
4. Decorar: É o estilo pelo estilo. Também chamado de maneirismo, é a utilização do estilo sem a intenção de transmitir um sentido;
5. Persuadir: Se relaciona com o esforço feito para convencer o espectador a consumir produtos, bem como atrair e manter a audiência;
6. Interpelar: Diz respeito às estratégias utilizadas para chamar a atenção do telespectador, que, geralmente, divide a atenção da TV com outras atividades. Esta, se

⁷ Sobre a terceira dimensão, a avaliativa, Rocha diz que para Butler ainda não há normas estéticas sistematicamente definidas capazes de guiar a avaliação do estilo televisivo, pois esta dimensão pode se compor por termos problemáticos e com carga ideológica, como “visão artística”, “elegância”, por exemplo (ROCHA, 2014). Por sua vez, a dimensão histórica compreende a evolução estilística. Para esta dimensão, é necessário retroceder em programas de um mesmo gênero a fim de verificar suas transformações ao longo do tempo. Como essas duas dimensões não são o foco desta pesquisa, elas não serão contempladas na fase de análises.

faz presente por meio de sons, iluminação ou outros recursos para convocar o público para acompanhar momentos específicos;

7. Diferenciar: É expressa pelos recursos que são usados para distinguir um programa por outro do mesmo gênero, como diferentes telejornais, por exemplo;

8. Significar ao vivo: Essa função é composta por elementos que indicam que um conteúdo está sendo transmitido ao vivo ou que quer dar esta impressão, utilizando estratégias como a baixa estabilidade de imagem, por exemplo.

As cenas do *corpus* que serão explicitadas sinteticamente⁸ em seguida foram primeiramente descritas, num esforço de desconstrução do objeto. Após, na fase funcional do método de Butler, será realizada a análise, evidenciando as funções desempenhadas pelo estilo e buscando as relações entre telenovela e turismo. Ou seja, analisaremos de que modo as funções do estilo em *O Outro Lado do Paraíso* cooperam para a construção visual de um Jalapão idealizado.

Para que seja viável a análise de um conteúdo audiovisual tão extenso quanto uma telenovela, é preciso delimitar um trecho, uma série de capítulos que serão o *corpus* do trabalho. Para tal, nos apropriamos do critério do “evento narrativo” para a delimitação desses trechos. Rocha (2017) diz que tais eventos são compostos por uma trama que envolvem acontecimentos que garantam um desenvolvimento da história, um exemplo são casamentos, romances, traições, disputas de poder, entre outros. O evento narrativo pode durar vários capítulos ou não. Para a análise, escolhemos o evento narrativo que denominamos de “encontro entre Clara e Gael”, transmitido no primeiro capítulo da novela. O evento evidencia o Jalapão⁹, colocando-o em primeiro plano, já que os acontecimentos em si não contribuem muito para o andamento da trama, dando a ideia de que a ambientação é mais importante e, por isso, deve ser mostrada, quase como um *marketing* turístico. Após observações do objeto empírico, foi possível perceber que alguns elementos do estilo da telenovela contribuem de forma mais evidente para a representação visual do Jalapão, sendo considerados por nós como os operadores analíticos: Enquadramento de câmera; Performance/atuação dos personagens; Cenário e Edição.

8 A descrição completa das cenas que compõem o evento narrativo escolhido não foi incluída neste artigo por conta da longa extensão.

9 Dada a importância e o destaque do Parque Estadual do Jalapão como destino turístico brasileiro, tomamos tal região geográfica como símbolo do estado do Tocantins; ou seja, se outras regiões, como Palmas, aparecem na novela, é o Jalapão o principal responsável por simbolizar e representar visualmente o potencial turístico do estado - e, não por acaso, é exaustivamente retratado na trama.

ANÁLISE E DESCRIÇÃO DO EVENTO NARRATIVO

Todo o evento narrativo analisado se desenvolve durante o primeiro capítulo de *O Outro Lado do Paraíso* e, dessa forma, o telespectador ainda não tem completo domínio sobre a personalidade dos protagonistas e de que forma a trama vai se desenrolar a seguir. Portanto, em diversos momentos, elementos estilísticos são empregados com a função de dar “pistas” e construir a história que será apresentada. No início do evento descrito, os enquadramentos em planos gerais com grande amplitude de imagem, os cenários em estradas, e a performance do protagonista Gael em uma moto, tem a função de simbolizar que o personagem vai em busca de aventuras. O figurino, composto de roupas pretas, capacete e óculos escuros compõem a imagem misteriosa de um “*bad boy*”. A falta de close-ups impede que vejamos o rosto do protagonista por um longo período, simbolizando o mistério que ele carrega.

Em outra sequência, Gael entra em uma disputa de velocidade com cavalos de corrida. Nela, foram utilizados recursos estilísticos como a performance do personagem, que se levanta do assento da moto diversas vezes, e a edição, intercalando imagens lentas e rápidas, com a função de expressar sensações de liberdade e adrenalina. Por outro lado, as sequências de Clara contam com elementos do estilo que a colocam no lugar de boa moça. Nas imagens em que a protagonista visita a colheita do capim dourado a luz do sol transpassa seu corpo. O estilo, portanto, cumpre a função de simbolizar Clara como uma pessoa iluminada. A performance desenvolvida nessa sequência, em que a personagem brinca com crianças e pega uma delas no colo, é outro elemento usado para compor a mocinha.

Nos momentos em que esses dois personagens tão distintos estão juntos, passeando pelo Jalapão, a iluminação cumpre papel importante. As imagens são compostas por um jogo de luz e sombra, muitas são escuras e em contra-luz. Esse recurso estilístico simboliza a existência de obscuridade dos protagonistas e da relação - o amor que nasce nas sombras, onde ambos não se conhecem bem. Isso se relaciona também com a própria concepção da narrativa, que aborda “o outro lado” do paraíso tocantinense e com a abertura da novela, que usa do jogo de luz e sombra em paisagens naturais, simbolizando que em tudo há o outro lado, inclusive no paraíso.

Quando se trata de construir a imagem idealizada do Jalapão como destino turístico, o estilo desempenha em muitos momentos a função denotativa. Não há a intenção de ser

implícito; ao contrário, o objetivo é mostrar de forma clara como a região é bela e deve ser conhecida. Portanto, o cenário, enquadramento, performance e diálogos são elementos estilísticos utilizados para reforçar e comunicar essa mensagem sem interferências. O apelo turístico empregado pela novela aborda três frentes: a) a estrutura receptora do turista; b) cultura local como atrativo e c) inúmeras belezas naturais. Explicaremos todos a seguir:

a) A estrutura receptora do turista no Jalapão

Para avaliar o potencial e as condições de uma localidade de receber o fluxo turístico é necessário se atentar para a infraestrutura de apoio do lugar. Fazem parte desse âmbito todos os equipamentos públicos ou privados que proporcionam bem-estar para residentes e visitantes, como sistema e condições de transporte, saúde, saneamento básico, água, energia e outros (BRASIL, 2011). As diversas sequências de imagens do trajeto de Gael desbravando o Jalapão em sua moto pelas estradas, denotam que o sistema de transporte, mesmo que quase todo composto por estradas de terra, é eficiente. O enquadramento e a edição evidenciam estradas largas e retilíneas, que levam o personagem corretamente a diversos atrativos e não há nenhum tipo de problema na viagem - como buracos, atoleiros -, visto que ela não é realizada em um carro com tração. Até mesmo a poeira oriunda da estrada de terra que poderia incomodar o motociclista não aparece no evento, já que não há outros veículos trafegando nas estradas, o que demonstra a composição de uma situação idealizada.

Em contrapartida, ao pesquisar sobre roteiros de viagem para o Jalapão encontramos informações diferentes. Segundo o site Viagem e Turismo¹⁰, as vias de acesso aos atrativos da região não são asfaltadas e, devido ao solo arenoso, a recomendação para quem visita o Jalapão é viajar em um carro com tração 4x4. A sinalização das estradas não é eficiente, a densidade demográfica é baixa e em muitos lugares não há sinal de telefone ou internet, portanto, é um destino difícil para aqueles que viajam sozinhos, como Gael na novela.

Outros fatores a serem observados para se avaliar a potencialidade de um destino é a sua oferta de equipamentos turísticos, tais como serviços de alimentação, meios de hospedagem, diversão, etc, e também o nível de envolvimento e aceitação da comunidade local com o desenvolvimento do turismo (ALMEIDA, 2009). Ambos foram abordados nas cenas que compõem o evento narrativo do encontro de Clara e Gael. Há planos em que o

10 Jalapão: como chegar, hotéis, restaurantes, passeios e mais. Disponível em: <<https://viagemeturismo.abril.com.br/cidades/parque-estadual-do-jalapao/>>. Acesso em: 18 nov. 2018.

protagonista aparece almoçando em um restaurante - que por meio do cenário e adereços simplórios denota que aquele é um estabelecimento simples - mesmo estando em um ambiente que parece distanciado de centros urbanos.

Ao praticar um turismo com caráter de informalidade, Gael parece viajar por conta própria, sem auxílio de guias ou agências e, assim, vai em busca de orientações solicitando-as diretamente para os moradores locais. No âmbito da performance, os moradores locais são receptivos ao turista. Na primeira sequência em que esse contato ocorre, o residente vai ao encontro e aguarda com despojamento a solicitação do forasteiro. Após a pergunta feita por Gael, o personagem responde com prontidão, de maneira tranquila. O morador recebe e conduz Gael até o atrativo indicado. O protagonista conhece, então, a suposta fábrica de refino de drogas de Pablo Escobar. Esse atrativo não é estimulado oficialmente pelo governo local, pois não aparece na lista de atrativos do roteiro “Encantos do Jalapão” disponível no site da Secretaria de Turismo do Estado do Tocantins, provavelmente em razão das controvérsias que envolvem a figura de um traficante. Dessa forma, o conhecimento popular dessa espécie de “lenda” no Jalapão também ganha destaque na narrativa, valorizando-o. Ao fim da sequência o morador ainda sugere outro passeio, o que exalta a sabedoria dos locais sobre o que pode ser conhecido na região.

A hospitalidade da comunidade do Jalapão é simbolizada também em um segundo contato, agora no quilombo. A performance é o principal elemento utilizado com essa função. Gael cumprimenta o morador, ele devolve o cumprimento e vai ao encontro do protagonista. O turista pergunta sobre a localização do campo de capim dourado e, na resposta, o personagem se esforça para explicar, indicando com palavras e gestos. No diálogo, o morador é educado e se dirige a Gael como “senhor”. No fim, ele se despede do turista com um aceno. Além dessas duas situações, a representação visual dos moradores locais como povo acolhedor e amigável é coroada pela aceitação e disponibilidade de Clara em levar Gael para conhecer mais atrativos da região.

b) Cultura local como atrativo

Em *O Outro Lado do Paraíso*, os atrativos culturais do Jalapão foram representados visualmente por meio da produção do artesanato com capim dourado e da festa popular em comemoração à colheita do material, ambientados no povoado Formiga. O artesanato feito com o material é típico da região do Jalapão. A prática de criar mais de 50 produtos, como

bolsas, pulseiras, mandalas, entre outros, passada por gerações, se expandiu e atualmente representa importante fonte de renda para a população do Jalapão¹¹. Com o recurso da performance dos corpos, na sequência em que são apresentados os produtos feitos pela comunidade, o estilo cumpre a função de denotar a importância daquela cultura para o quilombo por meio da fala “É do capim dourado que nós vive aqui” dita pela personagem Raquel. Essa sequência poderia ser considerada quase como um *merchandising* feito na novela. O tipo de ação publicitária, que consiste na inserção de um ou mais produtos na narrativa, já é amplamente conhecido. O potencial de divulgação dos produtos de capim dourado foi explorado em uma reportagem¹² exibida pelo Jornal Anhanguera 1ª edição, produzido pela TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo em Palmas, que destacou o crescimento nas vendas do artesanato após as sequências aqui analisadas. “Se o capim dourado já fazia sucesso quando a divulgação era mais no boca-a-boca, imagina agora que está em destaque na novela *O Outro Lado do Paraíso*” diz a voz em *off* da repórter. Uma das artesãs entrevistadas afirma que após o primeiro capítulo houve aumento de encomendas.

O capim dourado ganha destaque também ao ser pano de fundo para o encontro - e o instantâneo interesse - entre os protagonistas Clara e Gael, que acontece durante o momento da colheita do capim. Nessa sequência, o enquadramento em plano detalhe feito na mão de uma das mulheres, a performance dos atores (que estão sorridentes), a música de fundo (que traz certo lirismo para a composição da cena), e o uso da luz do sol (é aparente em muitos planos mas não é colocado como algo que deixa a colheita mais desgastante), são recursos que colaboram para a função decorativa do estilo. O esforço aqui é tornar o processo de colheita esteticamente belo, apagando os conflitos e o desgaste envolvido nessa prática.

O patrimônio cultural do Jalapão foi abordado em mais um momento importante da trama. A Festa da Colheita do Capim Dourado é o ambiente em que se desenrola o início do romance dos protagonistas. O evento, promovido pela Associação dos Artesãos do Povoado Mumbuca, marca o início da colheita e possui apresentações, shows, cavalgadas, desfiles, além de palestras e debates.

A cena que retrata a Festa da Colheita tem início com uma edição de cortes rápidos que simbolizam a diversidade de manifestações culturais da comunidade. O desfile a cavalo,

11 Informações retiradas do site da secretaria de turismo do estado do Tocantins. Disponível em: <<https://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/encantos-do-jalapao/principais-atrativos/mateiros/artesanato-em-capim-dourado/>>. Acesso em: 01 nov. 2018.

12 Estreia de *O Outro Lado do Paraíso* aumenta venda de acessórios de capim dourado. Disponível em: <<https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/estreia-de-o-outro-lado-do-paraiso-aumenta-venda-de-acessorios-de-capim-dourado.ghtml>>. Acesso em: 21 nov. 2018.

mostrado na sequência, é uma das atrações da programação do evento em Mumbuca. Apesar da intenção da novela de abordar a festa popular do quilombo, nesse momento o estilo cumpre uma função decorativa. Os adereços de cena coloridos, como o estandarte, as fitas e os enfeites fazem com que a festa seja similar às demais festas populares brasileiras. A novela acaba por criar uma generalização das manifestações culturais da região, fazendo com que o folclore pareça sempre igual, não importando a individualidade de cada local. Na novela, os ornamentos feitos com fitas, papel crepom e outros poderiam corresponder às festas populares do congado ou reinado em Minas Gerais, por exemplo. Os únicos elementos que denotam a singularidade do Jalapão são: 1) a música em *off* dos violeiros que aborda a cultura local e diz de onde provém tal tradição dita na letra: do Jalapão; e 2) a viola de Buriti, instrumento típico da região, que é destacada em três planos diferentes.

c) As belezas naturais do Jalapão

Ao longo de todo o evento narrativo, podemos ver inúmeros planos que possuem alguma paisagem natural como cenário. Quando se trata de mostrar as belezas naturais do Jalapão, o estilo cumpre a função denotativa e de forma bastante explícita muitas vezes dá protagonismo para os atrativos em vez dos personagens na trama. São variadas as imagens que envolvem belos cenários da região e que, em contrapartida, pouco colaboram para o desenvolvimento da narrativa. O uso excessivo de planos gerais, por exemplo, evidencia o cenário e fazem com que os personagens não sejam o mais importante na imagem. Muitas vezes, eles aparecem pequenos e em contra-luz, não sendo possível observar suas expressões faciais de felicidade ou paixão. Portanto, nesses momentos a função expressiva foi deixada em segundo plano. Os usos da voz e dos diálogos em *off*, com imagens do Jalapão sobrepostas às falas e aos corpos, também contribuem para a função claramente denotativa, com as imagens sobrepostas aos elogios a aquele ambiente.

A presença de paisagens que possuem água é uma constante, são vários planos em que os personagens se banham ou relaxam próximos de rios, cachoeiras e outros lugares convidativos. As imagens subaquáticas denotam águas cristalinas e limpas. Entretanto, Clara e Gael aparecem, depois, em meio as dunas, num cenário mais árido e seco. No trecho em que Gael viaja sozinho há sequências ambientadas em cenários naturais. Nessas imagens, a performance do ator que permanece de olhos fechados, se movimenta pouco e tem expressão tranquila é o elemento que cumpre a função de expressar o relaxamento da viagem ao

Jalapão: um cenário ideal para fugir da correria dos centros urbanos. Em um segundo momento, o casal desempenha uma performance diferente. Eles caminham e exploram as possibilidades do Jalapão. Essas situações distintas, inseridas no mesmo evento narrativo cumprem a função de simbolizar que a região oferece variadas paisagens - com água em abundância, lugares áridos, atrativos relaxantes e opções em que é possível explorar - que agradam a diferentes perfis de visitantes. O enquadramento, que evidenciam o sol e o céu azul em muitos planos, a escolha das gravações durante o dia e os diálogos, elogios de Gael à luz e a cor das paisagens, simbolizam que a viagem pelo Jalapão pode ser amplamente aproveitada pois os dias são quentes e ensolarados.

CONCLUSÃO

Por meio da metodologia de análise estilística foi possível perceber que em *O Outro Lado do Paraíso* os operadores foram utilizados para cumprir duas principais funções: denotativa e decorativa. São eles: a) enquadramentos em planos gerais, utilização de drones que se movimentam para ampliar a profundidade de campo, a escolha por enquadrar produtos e cenários em detrimento aos personagens; b) encenação - diversidade de cenários, performance dos atores que caminham, fecham os olhos ou abrem os braços, iluminação com a luz do sol aparente; c) som - diálogos que exaltam a beleza e a cultura de um lugar e músicas de fundo que falam sobre relaxar e descansar; e d) edição - cortes rápidos com variados planos de paisagens, imagens que se sobrepõem a diálogos.

A novela recorre a essas funções/operações com o objetivo de exaltar o que há de bom e de belo de maneira explícita. Quando se trata das sequências que possuem características do Jalapão, como as que retratam o passeio do casal e a cultura do capim dourado, são raros os momentos em há lugar para o implícito e as funções expressiva e simbólica são pouco recorrentes. Portanto, o que se deseja, aqui, é mostrar como o lugar é lindo, possui uma rica cultura popular e uma infinidade de atrativos. O povo é acolhedor e trata bem o turista. As estradas são boas. Há bons restaurantes. A colheita é um momento bonito, que deve ser apreciado como fez Gael ao receber a indicação de um morador. A Festa do Capim Dourado é uma oportunidade única para conhecer a cultura popular expressa na dança e na música. A natureza é imensa e pode ser aproveitada com caminhadas e mergulhos.

A frequente presença de casais aponta ainda para um apelo em divulgar o Jalapão como um destino romântico. Além dos passeios de Clara e Gael, já descritos, Melissa e

Diego, Raquel e Bruno e Laura e Rafael também protagonizaram beijos e carícias tendo as paisagens naturais da região como cenário. A construção da narrativa também se relaciona com o turismo. Todas as viagens discorrem em momentos felizes dos casais, como quando Laura supera o trauma de ter sido abusada pelo padrasto e transa com o marido no Jalapão. O local pode ser relacionado com a própria noção de paraíso, onde as pessoas vivem o amor.

Esse, por outro lado, é um paraíso higienizado, que não foi acessado por casais fora do padrão. Não há diversidade de corpos, como pessoas gordas ou mesmo a anã Estela, nem de sexualidade, como no caso do casal homoafetivo Cido e Samuel. Dessa forma, o turista projetado pela novela é jovem, heterossexual, magro e branco, visto que Raquel, a única negra dentre os personagens citados, é uma quilombola já pertencente à região. Essa falta de representatividade exclui outros perfis de visitantes como os idosos, as famílias com crianças e pessoas fora dos padrões sócio normativos. Neste ponto, questiona-se, em uma autocrítica, até o emprego e sentidos do termo “destino idealizado” para se referir aos objetivos deste trabalho ao longo do processo de desenvolvimento. O Jalapão em *O Outro Lado do Paraíso* é idealizado para quem? Para determinadas minorias (PAIVA, 2005) a novela pode ser vista como promotora de um turismo discriminador, que fecha as portas para a diversidade.

A partir de tudo o que foi dito, é possível ainda afirmar que a telenovela se utiliza de recursos do estilo para dar visibilidade à atrativos naturais e culturais de um lugar. O predomínio de imagens do Jalapão em detrimento a dos personagens é um exemplo disso. Ainda assim, os elementos da narrativa não são deixados de lado, já que o desenvolvimento da trama também ocupa um lugar importante e pode contribuir para que o espectador queira viver o que vivem os personagens e visitar as locações de uma gravação - apesar das ressalvas descritas no caso das minorias. Pelo âmbito do consumo, a narrativa ficcional seriada pode ocupar um espaço privilegiado em “vender” um destino turístico, pois insere o melhor dele nos capítulos, criando uma relativa idealização do local e, por consequência alimenta o desejo de conhecê-lo. Funciona como uma publicidade ou uma revista de turismo em que os principais atrativos são mostrados em sua melhor forma, com o benefício de que, na telenovela, eles são envolvidos em uma narrativa que, como já vimos, alcança uma parcela considerável da população brasileira.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Marcelo Vilela de. Matriz de Avaliação do Potencial Turístico de Localidades Receptoras. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v.20, n.3, p. 541-561, dez. 2009.

BANDEIRA, Milena Berthier. Cidades turísticas e seus imaginários: o olhar da imprensa especializada. **Revista Rosa dos Ventos**, Vol. 5, n. 3, Caxias do Sul: jul-set, 2013, p. 439-450.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de sinergia e desenvolvimento entre as indústrias do Turismo & Audiovisual brasileiras**. Brasília, DF, fev. 2007. Disponível em: <
http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_Completo_Cinema.pdf> Acesso em: 08 ago. 2018.

BRASIL. Lei 11.771, de 17 de set. de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. **Diário Oficial da União**, Brasília, 18 set. 2008.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Inventário da oferta turística**. Brasília, DF, 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Anuário Estatístico de Turismo - 2018**. Brasília, 2018.

BUTLER, Jeremy. **Television Style**. New York & London: Routledge, 2010.

FALCO, Débora de Paula. Narrativas Turísticas: imaginário e mídia na experiência urbana do turismo. **Revista Rosa dos Ventos**, Vol. 3, n. 1, Caxias do Sul: jan-jun, 2011, p. 24-38.

FILHO, José Fonseca da Rocha. **No ritmo das águas, na cadência das boiadas**. A inserção do turismo nas fazendas de criação extensiva de gado bovino no Pantanal de Aquidauana/MS. 2010. 248 f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

GASTAL, Susana. **Turismo, Imagens e Imaginários**. São Paulo: Aleph, 2004.

HAMBURGER, Esther. Telenovelas e interpretação do Brasil. **Lua Nova**, n.82, 2011, p.61-86.

LOPES, Maria Immacolata. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 26, 2003.

OLIVEIRA, Rodrigo; BARRETO, Maria. Telenovela e identidade regional: considerações sobre o papel da ficção televisiva no incremento turístico no sul da Bahia. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2004. **Anais...** Porto Alegre: Intercom, 2004.

PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (Orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

ROCHA, Simone. O estilo televisivo e sua pertinência para a TV como prática cultural. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 1082-1099, set.-dez. 2014.

ROCHA, Simone Maria. **O estilo televisivo – E sua pertinência para a TV como prática cultural**. Florianópolis: Insular, 2016.

ROCHA, Simone. Estudios visuales y estilo televisivo: porque no existen medios puramente visuales. Chasqui. **Revista Latinoamericana de Comunicación**, Quito, n. 135, p. 297-316, 2017.

TONDATO, Marcia Percin. Viajando com a telenovela: o turismo ficcional como amplificação de universos simbólicos e materiais. **Revista Comunicación**, v. 1, p. 1031-1046, 2012.