

Guacamole da Paixão E Uma Análise Intertextual Com A Usurpadora¹

Jabes Augusto Venancio TEIXEIRA²

Patrick DIENER³

Centro Universitário Internacional Uninter, Curitiba-PR

RESUMO

A publicidade moderna usa diversas estratégias para conquistar a atenção e gerar curiosidade no espectador para, assim, aumentar o consumo e visibilidade de produtos e marcas. Algumas empresas buscam soluções híbridas para anunciar, entreter e interagir de modo conjunto. Dessa forma o presente trabalho busca realizar uma análise comparativa entre o novo comercial do McDonald's - Guacamole da Paixão -, que tem formato de mininovela, e a telenovela mexicana A Usurpadora, já que a identificação da semelhança entre ambas é quase imediata. Para tanto, a abordagem da intertextualidade, que separa intertexto de cópia, faz-se necessária. A atuação do (a) dublador (a) exagerada, o uso de cores quentes, de maquiagens fortes e contrastantes, expressões corporais, trejeitos marcantes e enredos dramáticos são conhecidos estereótipos das telenovelas mexicanas exibidas no Brasil. A produção do comercial do sanduíche Original Mex deixa essas características ainda mais marcantes e parece reforçar a imagem cômica e caricata que o brasileiro tem das produções mexicanas.

PALAVRAS-CHAVE: A Usurpadora; McDonald's; Intertextualidade; Telenovela; Publicidade.

1. INTRODUÇÃO

Original Mex, o novo sanduíche do McDonald's para a Linha Signature, ganhou uma ação publicitária inédita⁴ para ser apresentado ao público brasileiro. A campanha conta com uma peça audiovisual em formato de mininovela inspirada nos folhetins mexicanos e foi produzida em parceria entre DPZ&T e Globosat. Intitulada Guacamole da Paixão, exibida nos

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Publicidade e Propaganda, XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Estudante do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Uninter, e-mail: jabesvenancio@live.com

³ Professor orientador do trabalho. Mestre em Comunicação e Linguagem do Centro Universitário Uninter, e-mail: patrick.d@uninter.com

⁴ Vídeo disponível para visualização no *YouTube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=I-V2v1zcWqs>>. Acesso em 28 de março de 2017.

canais Globosat⁵ em um formato também inédito, terá em seu intervalo a estreia do comercial criado para TV. Estrelado pela apresentadora Titi Muller e pelo ator Bruno de Luca, o dramalhão mexicano tem duração de 1’30” e conta a história de um amor. Em 16 de março de 2017, o site Clube de Criação⁶ publicou a matéria “Guacamole da Paixão – McDonald’s cria novela para apresentar novo sanduíche” na qual explica:

Para lançar o Original Mex, sanduíche da linha Signature, o McDonald’s resolveu investir em entretenimento. Em ação criada pela DPZ&T, a marca apresenta a novidade por meio de uma mininovela com veiculação nos canais Globosat. No ar desde a noite da quarta-feira 15, “*Guacamole da paixão*” é um projeto que mistura a novela e um comercial, apresentado no *break* comercial do folhetim. A campanha inclui material de restaurante, mobiliário urbano e merchandising no programa Vídeo Show (Globo). Inspirada nas novelas mexicanas, o folhetim tem a participação da apresentadora Titi Muller e do ator Bruno de Luca. (PRADO, 2017).

O presente artigo expõe uma análise audiovisual comparativa do novo comercial do McDonald’s com a telenovela *A Usurpadora*. Como explica Laís Prado, na matéria publicada no site Clube de Criação, a mininovela *Guacamole da Paixão* acontece em dois capítulos. Bem-humorada, a história é de um amor que começou embaixo de um abacateiro no México. Durante a exibição da peça está o comercial que fala da linha Signature. A ação contou com uma fase *teaser*⁷ com chamadas que convidavam o público a assistir à estreia da novela, que foi produzida em parceria da DPZ&T com a Globosat. O comercial para TV, que traz o chef que “criou” os sanduíches da linha Signature, relembra uma viagem de férias, mostra ingredientes e sabores mexicanos e introduz o novo sanduíche. Esta linha é posicionada no mercado como *premium* e artesanal, elaborada com itens exclusivos.

⁵ Os canais Globosat são: GNT, SporTV, MultiShow, Mais Globosat, BIS, Viva, Canal Off, Gloob, Telecine, Universal Channel, Syfy, Studio Universal, GloboNews, Canal Brasil, Megapix, Futura, Premiere, Combate e Viu. Disponível em: <<http://globosatcomercial.globo.com/quemsomos/canais>>. Acesso em 04 de abril de 2017.

⁶ Disponível em: <<http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/guacamole-da-paixao/>>. Acesso em 29 de março de 2017.

⁷ *Teaser* é algum indício de algo que vai ser revelado posteriormente. A tradução literal seria algo como “Provocador”. Assim, em publicidade e Marketing, um *teaser* se refere à divulgação de algo que está para acontecer, seja uma campanha, um filme, uma peça de teatro ou o lançamento de um produto. Disponível em: <<http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos3/O-que-e-Teaser.htm>>. Acesso em 04 de abril de 2017.

Já a telenovela *A Usurpadora*, produzida em 1998 pela emissora mexicana Televisa⁸ e exibida dublada pela primeira vez no Brasil em 1999 pelo SBT⁹, conta a história de Paulina Martins e Paola Bracho, ambas interpretadas por Gabriela Spanic. Duas mulheres idênticas na aparência, mas com personalidade e padrão de vida completamente opostos. Paulina é uma moça pobre e honesta, que vive com a mãe numa pequena choupana no litoral e trabalha como arrumadeira num elegante clube da cidade. Paulina vive um drama pessoal com a doença da mãe, dona Paula, que está desenganada pelos médicos. Paola, por sua vez, é uma jovem senhora da alta sociedade. Mulher fria, calculista, aventureira e de muitos amantes.

Apesar de ser casada com Carlos Daniel, Paola só pensa em encontrar uma maneira de se divertir longe do marido e da família. Um dia, o destino coloca frente a frente Paulina e Paola e, ao perceber a incrível semelhança que existe entre elas, Paola tem uma ideia para se livrar do marido sem que ele perceba: transformar Paulina em sua usurpadora. A arrumadeira, porém, nega a proposta de Paola. Os Brachos vivem outro problema: a fábrica da família está numa situação muito difícil e seu futuro preocupa Carlos Daniel. A saúde de dona Paula se agrava e Paulina fica desesperada pois não tem dinheiro para comprar os remédios de que sua mãe necessita. Paulina pede um empréstimo ao patrão, mas, diante da negativa, sua única saída é pedir ajuda a Paola.

Além da depressão pela morte de sua mãe (dona Paula) Paulina vive a tristeza de uma decepção amorosa. Paola, então, volta a insistir na troca de identidade. Paulina se nega terminantemente, mas é vítima da ambição de Paola que, para conseguir o que quer, é capaz de qualquer coisa, até de acusar alguém injustamente. Acusada de roubo, Paulina é obrigada a aceitar a troca para não ser presa. Paulina se culpa por estar enganando a família Bracho e por ter se submetido ao capricho de Paola. Para reparar o erro, Paulina se dedica a cuidar bem da família Bracho. Apoia Carlos Daniel em tudo, ajuda a salvar a fábrica da falência, é muito amorosa com seus dois filhos e trata com carinho a Vovó Piedade, que, com sua ajuda, liberta-se do vício em álcool. Apesar de não ter percebido a troca, Carlos Daniel sente que está mais apaixonado pela esposa. É que Paulina é mais doce, dedicada e compreensiva. Paulina também

⁸ Televisa é uma das maiores emissoras do mundo e a principal emissora de TV aberta do México. A emissora foi fundada em 1952 como *Telesistema Mexicano*. Recebeu seu atual nome a partir da fusão do *Telesistema Mexicano* com a *Televisión Independiente do México* e a quinta maior do mundo, atrás somente da ABC, NBC, CBS e Rede Globo. Disponível em: <<http://www.televisa.com/corporativo/quienes-somos/historia/>>. Acesso em 28 de março de 2017.

⁹ Sistema Brasileiro de Televisão. Disponível em: <<http://www.arquivosbt.com/2008/05/o-inico.html>>. Acesso em 30 de março de 2017.

está apaixonada por Carlos Daniel, mas sabe que é um amor impossível. Um ano depois, cansada de suas aventuras, Paola decide voltar para ocupar novamente o seu lugar e Paulina é desmascarada¹⁰.

Conquistar a atenção e gerar curiosidade no espectador são estratégias muito eficientes em publicidade. Covaleski (2010, p.47) discorre sobre esse assunto:

Na publicidade, é crescente e perceptível o surgimento de soluções híbridas que aliam as funções de anunciar, entreter e interagir, de modo concomitante: uma nova comunicação publicitária, para novos emissores e receptores. (COVALESKI, 2010, p.47).

A partir dessa informação, quais são as semelhanças entre o comercial Guacamole da Paixão e a telenovela mexicana, e por que foi usada especificamente a Usurpadora como referência?

De acordo com Hutcheon (2006, apud DIEGO, 2009, p. 2), o fenômeno "adaptação" abrange duas instâncias distintas, porém semelhantes: uma adaptação é igualmente um produto e uma produção. Como produto, trata-se de uma entidade formal. Como produção, é um ato criativo que opera um processo específico de leitura, interpretação e recriação a partir de uma obra anterior. Baseando-se nesta premissa, a presente pesquisa levantou a hipótese de que a mininovela Guacamole da Paixão foi produzida com base na trama mexicana A Usurpadora, apontando semelhanças e diferenças audiovisuais explícitas entre os dois produtos.

O objetivo geral deste trabalho é traçar paralelos entre a telenovela A Usurpadora e o comercial do Original Mex, o sanduíche do McDonald's, a partir de uma comparação entre ambos em seus quesitos audiovisuais. Os objetivos específicos são apontar as diferenças entre as obras, identificar os estereótipos relacionados ao México entre os brasileiros, e conceituar a questão de intertextualidade.

Ao assistir A Usurpadora, pode-se reconhecer facilmente os elementos marcantes que compõem a telenovela, desde os figurinos dos personagens, os trejeitos, as expressões, os cenários, até as dublagens exageradas. A partir dessa análise audiovisual, parte-se da premissa de que a propaganda criada para o lançamento do sanduíche do McDonald's foi inspirada no

¹⁰ Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/ausurpadora/>>. Acesso em 28 de março de 2017.

folhetim mexicano supracitado como também a alta popularidade da trama no Brasil, já que foi reprisada sete vezes desde a sua primeira exibição no SBT¹¹. Dessa forma, a presente pesquisa mostra-se relevante para estudos de análises audiovisuais entre peças publicitárias que utilizam cinema e/ou telenovelas como inspirações. Propõe-se trazer respostas sobre as análises realizadas e assim contribuir para a ampliação dos estudos de caso sobre o tema abordado.

Antes de fazer uma breve descrição e comparação das cenas, faz-se necessário abordar a intertextualidade. Através de um levantamento bibliográfico, o presente trabalho apresenta uma breve descrição da intertextualidade e levanta argumentos para separar intertexto de cópia. Segundo Samoyault, que faz uma citação do livro *Palimpsestos*¹², que introduz o trabalho sobre a relação de um texto com outro texto e define, então, a intertextualidade como “a presença efetiva de um texto em um outro”; distingue-a da relação pela qual um texto pode derivar de um texto anterior, sob a forma sobretudo da paródia (transformação) e do pastiche (imitação).

Parte-se da premissa de que o comercial Guacamole da Paixão é uma paródia, ou seja, uma produção reutilizada, exibindo uma ligação com a telenovela; o assunto é modificado, mas o estilo é conservado. Pode-se observar que a propaganda repete alguns aspectos como paleta de cores, trejeitos, cenários e dublagens. Gérard Genette salienta que “a operação na qual o texto anterior é, de uma maneira ou de outra, reconhecível: a visada da paródia é então lúdica e subversiva (desviar o hipotexto para zombar dele) ou ainda admirativa”.

Em uma análise mais aprofundada, pode-se perceber que o estereótipo¹³ é usado na publicidade há muito tempo. Muda-se apenas o foco, como por exemplo os relacionados à mulher, ao homem, à família, à criança e ao casal. Francisco Leite explica que “os estereótipos sociais são divididos em atributos positivos e negativos e sofrem também duas mobilizações: a que se dirige para o grupo ao qual o indivíduo pertence (auto estereótipo) e a que indica um grupo distinto (hetero estereótipo)” (2008). Dessa forma é possível observar que o brasileiro

¹¹ Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/bad-bad-server/sbt-anuncia-setima-reprise-de-a-usurpadora-e-internet-vai-a-loucura/>>. Acesso em 01 de abril de 2017.

¹² Livro escrito pelo autor Gérard Genette. Um palimpsesto é um pergaminho cuja primeira inscrição foi raspada para se traçar outra, que não a esconde de fato, de modo que se pode lê-la por transparência, o antigo sob o novo. Assim, no sentido figurado, entenderemos por palimpsestos (mais literalmente hipertextos), todas as obras derivadas de uma obra anterior, por transformação ou por imitação. Disponível em: <<https://social.stoa.usp.br/articles/0037/3032/GENETTE-Gerard-Palimpsestos.pdf>>. Acesso em 01 de abril de 2017.

¹³ Cf. SANTOS. 2014, p22. Estereótipo é uma representação mental da realidade, cuja origem é social e que fixa, simplifica ou generaliza certa ideia, geralmente de forma negativa, a atitude orientada por essas imagens preestabelecidas pode ser considerada um preconceito, ou seja, um julgamento negativo manifestado pela pessoa em relação a um grupo ou a um indivíduo pertencente ao grupo.

tem uma ideia estereotipada das telenovelas mexicanas: dublagem exagerada, uso de cores quentes, maquiagens fortes e contrastantes, expressões corporais e trejeitos marcantes e enredos dramáticos.

A produção do comercial Guacamole da Paixão parece corroborar com este pré-conceito, pois conta com uma abordagem cômica e caricata. Conforme cita Pereira:

Os asiáticos são sempre representados como lutadores de karatê, os latinos, como exímios dançarinos de salsa, os russos, como membros da KGB ou, se o filme for mais recente, como membros da máfia russa. Nos filmes ambientados no México, cedo ou tarde, o herói será cercado por um grupo de mexicanos maus, que sorrirão em uníssono do herói, chamando-o de gringo. (2002, p.98).

A ideia de propagandas inspiradas em cinema¹⁴ não é inédita. Um comercial da Volkswagen fez paródia do filme *Forest Gump* – O Contador de Histórias; a Audi, do filme O Poderoso Chefão; o Snickers, do filme Transformers, dentre outros. Ao se inspirar em um filme, o comercial pode ser objeto de comparação.

Em relação à crítica literária, Tânia Franco Carvalhal comenta sobre método, análise e comparação:

No entanto, quando a comparação é empregada como recurso preferencial no estudo crítico, convertendo-se na operação fundamental da análise, ela passa a tomar ares de método- e começamos a pensar que tal investigação é um estudo comparado. Pode dizer então que a literatura comparada compara não pelo procedimento em si, mas porque, como recurso analítico e interpretativo, a comparação possibilita a este tipo de recurso literário uma exploração adequada de seus campos de trabalho e o alcance dos objetivos a que se propõe. (CARVALHAL, 2001).

De acordo com o artigo Autoria coletiva, autoria ontológica e intertextualidade na Ciência, “a autoria não está restrita ao texto — literário, científico, técnico, jornalístico, etc -, mas a qualquer tipo de criação humana: da arquitetura à música, da fotografia às artes cênicas, com suas peculiaridades e problemáticas próprias. A intertextualidade na literatura e as citações ostensivas na ficção e textos científicos — em ‘revisões de literatura’ e no ‘estado da arte’ — são reconhecidas e valorizadas sempre e quando haja o reconhecimento explícito das origens

¹⁴ Melhores propagandas fazendo paródia de filmes. Disponível em: <<http://plugcitarios.com/2012/10/15/melhores-propagandas-fazendo-parodia-de-filmes-parte-2/>>. Acesso em 01 de abril de 2017.

dos elementos textuais e imagéticos apropriados”. Desta forma, a peça publicitária do McDonald’s é automática e explicitamente reconhecida por ter sua origem audiovisual na telenovela A Usurpadora.

A metodologia usada no presente trabalho, foi o método comparativo. De acordo com Gil (2008, p.16-17):

O método comparativo procede pela investigação de indivíduos, classes, fenômenos ou fatos, com vistas a ressaltar as diferenças e similaridades entre eles. Sua ampla utilização nas ciências sociais deve-se ao fato de possibilitar o estudo comparativo de grandes grupamentos sociais, separados pelo espaço e pelo tempo. Assim é que podem ser realizados estudos comparando diferentes culturas ou sistemas políticos. Podem também ser efetivadas pesquisas envolvendo padrões de comportamento familiar ou religioso de épocas diferentes.

Também foi realizada uma pesquisa bibliográfica de estudos intertextuais, movimentos cinematográficos e análise observacional entre a telenovela e a propaganda citada. A partir desses estudos e observações foram selecionadas algumas cenas da telenovela A Usurpadora e do comercial do McDonald’s. Pode-se notar, nas figuras a seguir, similaridade entre os personagens, os figurinos, as maquiagens, os planos e as expressões corporais. As imagens a seguir representam bem tanto o folhetim mexicano quanto a propaganda brasileira.



Figura 1. Fonte: A Usurpadora (1998)



Figura 2. Fonte: Guacamole da Paixão (2017)

Pode-se observar, na comparação entre as figuras um e dois, que há similaridade no enquadramento da câmera, na cor vermelha do figurino dos personagens femininos, nas jóias,

na maquiagem marcante, na atuação irônica, nos gestos e no estilo das roupas usadas pelos personagens masculinos. Outro aspecto a ser analisado é a composição do cenário: ambos são reproduzidos em uma sala de jantar, com os casais se preparando para uma refeição. As duas imagens estão em primeiro plano (PP)¹⁵ e os atores estão em lados opostos.



Figura 3. Fonte: A Usurpadora (1998)



Figura 4. Fonte: Guacamole da Paixão (2017)

Observam-se, no comparativo entre as figuras acima, as expressões similares entre as personagens, assim como o tom de pele, a maquiagem marcante, o batom vermelho, a sombra nos olhos, a coloração dos cabelos e o aspecto da franja. As duas imagens estão em primeiríssimo plano (PPP)¹⁶ e em lados opostos.

¹⁵ A figura humana é enquadrada do peito para cima. Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em 05 de abril de 2017.

¹⁶ A figura humana é enquadrada dos ombros para cima. Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em 05 de abril de 2017.



Figura 5. Fonte: A Usurpadora (1998)



Figura 6. Fonte: Guacamole da paixão (2017)

Na figura cinco nota-se que o personagem masculino Carlos Daniel veste um paletó azul marinho e camisa branca, está em pé ao lado esquerdo da cena e o cenário se passa em um escritório; já na figura seis, o personagem Brunón de Luca está usando roupas claras, posiciona-se ao lado oposto ao de Carlos Daniel e está sentado à mesa. As duas imagens estão em plano fechado (*close-up*)¹⁷. Estas imagens foram escolhidas devido às semelhanças entre o vestuário, os penteados, o estilo das roupas, a fisionomia, as expressões, os gestos, a dublagem exagerada e também pelo enquadramento da câmera.



Figura 7. Fonte: A Usurpadora (1998)



Figura 8. Fonte: Guacamole da Paixão (2017)

Na comparação acima é possível perceber novamente que a personagem da figura sete, Paola Bracho, usa um vestido vermelho, jóias douradas, sua maquiagem é marcante e o penteado sempre com a franja cobrindo a testa. Outro fator importante a ser comparado, e que

¹⁷ Mostra apenas uma pequena porção do fundo. O sujeito é o foco principal de interesse. BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção e Direção*. Belo Horizonte: Leitura, 2002. p. 251.

é rapidamente reconhecido, é o som da sua gargalhada debochada, que também é reproduzida no comercial do McDonald's, podendo-se fazer uma rápida associação com a dublagem da telenovela.

Embora existam muitas semelhanças, há também aspectos diferentes a serem analisados nas peças, que se destacam em pequenos detalhes. Em algumas cenas as personagens usam por vezes um vestido mais aberto, com ou sem acessórios; os cenários são sala de estar, escritório, os personagens podem estar sentados ou em pé, o enquadramento é variado. Observa-se, portanto, que o comercial analisado, apesar de ter sido inspirado na telenovela, não é uma cópia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Utilizando-se da intertextualidade – o uso de um texto em um outro -, e da paródia, o presente trabalho procurou traçar semelhanças entre o comercial Guacamole da Paixão, do McDonald's, e a telenovela mexicana A Usurpadora. Apesar de pequenas diferenças, o vestuário, os trejeitos, as expressões, os cenários, os penteados e a dublagem permitem associação imediata e explícita entre as duas peças, fazendo com que ambas tenham muito mais semelhanças do que diferenças. Já que há o estereótipo dos folhetins mexicanos de exageros e alta carga dramática, possivelmente o comercial pode não ter a telenovela como única referência. O *zoom in/out* exagerado, por exemplo, tão comum em telenovelas mexicanas, é um dos recursos usados no comercial. Como as autorias não estão restritas ao texto literário, os elementos audiovisuais utilizados nas peças analisadas sugerem que o estado da arte foi valorizado.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

AUTORIA coletiva, autoria ontológica e intertextualidade na ciência: aspectos interdisciplinares e tecnológicos. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/viiencib/paper/viewFile/2487/1618>>. Acesso em 01 de abril de 2017.

A Usurpadora. **SBT**. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/ausurpadora/>>. Acesso em 09 de março de 2017.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Ed. Atlas, 2009.

BOLL, Júlio. SBT anuncia (sétima!) reprise de ‘A Usurpadora’ e internet vai à loucura. **Gazeta do Povo**. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/bad-bad-server/sbt-anuncia-setima-reprise-de-a-usurpadora-e-internet-vai-a-loucura/>>. Acesso em 01 de abril de 2017.

BONASIO, Valter. **Televisão: manual de produção e direção**. Belo Horizonte: Leitura, 2002.

CARVALHAL, Tânia Franco. **Literatura Comparada**. 45. ed. São Paulo: Ática, 2001.

COVALESKI, Rogério. **Publicidade Híbrida**. Curitiba: Maxi Editora, 2010.

DIEGO, Marcelo da Rocha Lima. **Adaptação como adaptação**. Rio de Janeiro, 2009, p.02. Disponível em: <http://www.pgletras.uerj.br/palimpsesto/num9/resenhas/palimpsesto9_resenhas1.pdf>. Acesso em 09 de março de 2017.

DIENER, Patrick. **Entre bicicletas e cafés**. Disponível em: <<http://tede.utp.br:8080/jspui/bitstream/tede/215/1/ENTRE%20BICICLETAS%20E%20CAFES.pdf>>. Acesso em 01 de abril de 2017.

Enquadramento: planos e ângulos. **Primeiro Filme**. Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em 05 de abril de 2017.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico**. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2001. Disponível em: <http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/247033/mod_resource/content/1/Syd%20Field.pdf>. Acesso em 10 de março de 2016.

GENETTE, Gérard. **Palimpsestos: a literatura de segunda mão**. Belo Horizonte: ed. UFMG, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Ed. Atlas, 2008. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em 05 de abril de 2017.

HISTÓRIA DA TV: A **MEXICANA TELEVISA**. In Portal UHTV. Disponível em: <<http://www.portaluhtv.com/2011/02/historia-da-tv-mexicana-televisa.html>>. Acesso em: 10 de março de 2017.

LEITE, Francisco. A publicidade contra-intuitiva: possíveis articulações e reflexos nos estigmas e estereótipos sociais. **Rumores**, São Paulo, ed.3. 2008. Disponível em: <http://www3.usp.br/rumores/artigos.asp?cod_atual=93>. Acesso em 08 de abril de 2017.

LIMA, Thaís. **Melhores propagandas fazendo paródias de filmes (parte 2)**. Plugcitários. Disponível em: <<http://plugcitarios.com/2012/10/15/melhores-propagandas-fazendo-parodia-de-filmes-parte-2/>>. Acesso em 01 de abril de 2017.

PEREIRA, M.E. **Psicologia Social dos Estereótipos**. São Paulo: EPU, 2002.

SAMOYAUULT, Tiphaine. **A Intertextualidade**. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://dtllc.fflch.usp.br/sites/dtllc.fflch.usp.br/files/Intertextualidade%20-%20Livro%20completo.pdf>>. Acesso em 01 de abril de 2017.

SANTOS, Amanda Wanderley. **Exportação de Telenovelas: a venda do know-how**. Rio de Janeiro. 2010.

SANTOS, Isandréia Giroto. **Os estereótipos culturais no ensino do FLE**. Teoria e prática. 2012. 151 f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo/SP. Disponível em: <[file:///C:/Users/Jabes/Downloads/2012_IsandreaGirotoDosSantos_VCorr%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Jabes/Downloads/2012_IsandreaGirotoDosSantos_VCorr%20(1).pdf)>. Acesso em 08 de abril de 2017.

SEGER, Linda. **Como criar personagens inesquecíveis**. São Paulo: Ed. Bossa Nova, 2006.

SRRANO, Daniel Portillo. **O que é Teaser?** Portal do Marketing. Disponível em: <<http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos3/O-que-e-Teaser.htm>>. Acesso em 04 de abril de 2017.

YOUTUBE. **Guacamole da Paixão**. Vídeo (2'01"). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jakl0W2UAuw>>. Acesso em 28 de março de 2017.

Anexos.

Decupagem de direção do comercial “Guacamole da Paixão”.

Minutos	Descrição do comercial	Plano	Movimento de câmera	Cenário
00:03	Vinheta da mininovela			
00:04	Brunón de Luca atravessa a sala de jantar olhando em seu relógio de pulso. Titita está do lado de fora da mansão e aperta a campainha.	Plano geral (PG)	Pan	Sala de jantar a esquerda e hall de entrada ao centro.
00:10	Brunón de Luca está segurando a mão de Titita e estão caminhando para a mesa de jantar	Plano geral (PG)	Pan	Sala de jantar a esquerda e hall de entrada a direita.
00:14	Brunón e Titita estão caminhando em direção a mesa de jantar	Plano americano (PA)	Pan	Sala de jantar, abajur, mesa, bandeja de alimento de metal, lareira.
00:17	Rosto de Brunón, em seguida rosto de Titita e logo depois transição de vídeo com efeito de lembrança.	Primeiro plano (PP)	Câmera fixa	Sala de jantar, abajur, mesa, bandeja de alimento de metal, lareira.
00:20	Brunón e Titita estão à beira da piscina tomando sol, em seguida Brunón colhe uma fruta do abacateiro.	Plano americano (PA)	Pan e tilt	Piscina, cadeira de praia, abacateiro e vegetação ao fundo.
00:21	Brunón corta o abacate e em seguida prepara o molho de guacamole.	Plano detalhe (PD)	Pan e tilt	Piscina, cadeira de praia, abacateiro e vegetação ao fundo.
00:22	Brunón serve o molho de guacamole, em uma colher, na boca de Titita.	Plano detalhe (PD)	Pan e tilt	Piscina, cadeira de praia, abacateiro e vegetação ao fundo.
00:23	Titita aprecia o molho e aplaude enquanto Brunón está a sua frente admirando.	Plano médio (médium shot)	Pan	Piscina, cadeira de praia, abacateiro e vegetação ao fundo.

00:27	Titita e Brunón estão sentados à mesa	Primeiro Plano (PP)	Câmera fixa	Sala de jantar, abajur, mesa, bandeja de alimento de metal, lareira.
00:37	Brunón tira a tampa da bandeja de metal e mostra o novo sanduiche mexicano.	Plano detalhe (PD)	Câmera fixa	Pratos, mesa e talheres.
00:40	Titita pega o sanduiche e em seguida morde.	Primeiro plano (PP)	Câmera fixa	Lareira, pratos de porcelana, quadro e relógio.
00:45	Brunón corta o abacate, mistura o molho, corta o tomate e seguida pica a cebola.	Plano detalhe (PD)	Pan	Mesa e faca.
01:00	Fachada de uma loja do McDonald's.	Plano médio, contra plongée	Tilt	Céu a noite e fachada de um loja do McDonald's.
01:02	Cozinheiro abrindo o abacate	Plano detalhe (PD)	Câmera fixa	Mesa com legumes.
01:03	Placa "Bienvenidos" da Cidade do México.	Plano americano (PA)	Travelling	Árvores, estrutura de cimento e placa.
01:15	Chef escolhendo frutas e legumes em uma feira	Meio primeiro plano (MPP)	Pan	Feira, barracas de madeira e lona, legumes e pessoas.
01:18	Hambúrguer sendo assado na chapa.	Plano detalhe (PD)	Câmera fixa	Chapa para lanche de aço.
01:24	Mulher provando o sanduiche mexicano.	Primeiro Plano (PP)	Pan	Restaurante McDonald's, pessoas, mesas, cadeiras.
01:27	Sanduiche e <i>lettering</i> do McDonald's.	Plano detalhe (PD)		Cozinha e tábua de madeira de cortar alimentos.
01:42	Titita e Brunón estão sentados à mesa conversando e logo em seguida Brunón levanta uma sacola de papel do McDonald's.	Primeiro Plano (PP)	Tracking	Sala de jantar, mesa e cadeiras de madeira, abajur, lareira, quadros.

01:50	Titita se levanta, sai da sala de jantar e vai para sala de estar. Logo em seguida Brunón vai em seu encontro e se ajoelha a sua frente.	Plano Americano (PA)	Pan	Sala de estar, vasos de flores, quadro, porta de madeira pintada de branco, luzes acesas.
01:53	Titita sai pela porta de entrada da sala de estar.	Primeiro Plano (PP)	Câmera fixa	Sala de estar e porta de madeira pintado de branco.
01:58	Brunón está sentado à mesa comendo o sanduíche mexicano.	Meio Primero Plano (MPP)	Câmera fixa	Sala de jantar, mesa de madeira, velas, lareira e flores.
2:00	<i>Lettering</i> McDonald's.			