

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MÍDIA, CULTURA E PRODUÇÃO DE SENTIDO

JOANA D'ARC DE NANTES SILVA

Ver e rever: um estudo sobre a reassistibilidade de telenovelas mexicanas no Brasil

Niterói
2018

JOANA D'ARC DE NANTES SILVA

Ver e rever: um estudo sobre a reassistibilidade de telenovelas mexicanas no Brasil

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Comunicação. Área de Concentração: Mídia, Cultura e Produção de Sentido.

Orientador: Prof. Dr. Bruno Campanella

Niterói
2018

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá

- S586 Silva, Joana d'Arc de Nantes.
Ver e rever : um estudo sobre a reassistibilidade de telenovelas mexicanas no Brasil / Joana d'Arc de Nantes Silva ; orientador: Bruno Roberto Campanella. – 2018.
157 f. : il.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense. Departamento de Estudos Culturais e Mídia, 2018.
Bibliografia: f. 135-145.
1. Telenovela. 2. México. 3. Brasil. 4. Mediação. 5. Recepção. 6. Emoção. I. Campanella, Bruno. II. Universidade Federal Fluminense. Departamento de Estudos Culturais e Mídia. III. Título.

JOANA D'ARC DE NANTES SILVA

Ver e rever: um estudo sobre a reassistibilidade de telenovelas mexicanas no Brasil

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Comunicação. Área de Concentração: Mídia, Cultura e Produção de Sentido.

Aprovada em 22 de fevereiro de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Bruno Campanella

Universidade Federal Fluminense - PPGCOM

Profª. Dra. Mayka Castellano

Universidade Federal Fluminense - PPGCOM

Profª. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Universidade de São Paulo - PPGCOM ECA

Niterói
2018

Para Monica Nantes, minha mãe, que abraça todos os meus sonhos como se fossem seus e me faz acreditar que sou capaz.

Dedico também para minha avó, Zilda Pereira, que é a maior fã de telenovelas mexicanas que conheço.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, fonte da minha força e perseverança.

Aos meus amores que partiram, bisô Francisco, tia Adriana e Nino. Vivenciei o luto dissertando, buscando demonstrar a garra e a força que aprendi com eles. Obrigada por tudo!

À minha mãe, que esteve ao meu lado em todos os momentos, vibrando por cada página escrita nesta dissertação. Ela é o motivo pelo qual eu continuo estudando. Essa é a minha forma de retribuir os sacrifícios que ela fez ao longo da vida por mim. Agradeço o carinho, a dedicação, a paciência, os mimos e todo o amor. Mamãe, eu te amo!

Ao meu namorado, Paulo Dejean, que há 10 anos abraça meus sonhos como se fossem dele e nunca me deixa desistir. “Dengo... em você encontrei o meu melhor”. Obrigada por compreender minha ausência e por cuidar de mim. Como sempre digo: essa conquista é nossa! Eu te amo infinito e além!

À minha família, pai, avós, avô, tios, tias, primos e primas... Amo muito cada um de vocês. Agradeço especialmente às minhas “primanas” Tati e Mires, por toda a motivação. Para Mires minha enorme gratidão por ter sido “minhas mãos” nos momentos em que a saúde não deixava eu digitar, obrigada pela ajuda também nas transcrições das entrevistas! Eu te amo.

À minha afilhada, Gabriela, pelo mais puro amor. Te amo muito!

À minha irmã, Marcela, que reencontrei depois de mais de 20 anos e que me encheu de amor e motivação. Espero poder te dar muito orgulho nessa vida e compartilhar muitos momentos felizes como a concretização desta dissertação. Eu te amo!

Ao meu orientador, Bruno Campanella, que me acompanha desde a primeira graduação, sempre me ensinando tanto. Meu professor e amigo, agradeço por toda a confiança e paciência. Obrigada por aceitar me guiar em mais essa fase acadêmica.

À Ohana Boy, minha amiga há tantos anos e que amo muito! Ela esteve comigo desde o processo seletivo, sempre me incentivando e dando conselhos para me manter calma e firme. Minha amiga diva, obrigada por ouvir meus longos desabafos e por ter sempre algo bom para dizer. Obrigada também pelas dicas de textos e leituras. Devo muito desse processo a você.

À minha amiga Fernanda, presente que o mestrado me deu. Jamais teria conseguido sem toda a ajuda dela. Agradeço ao destino por ter cruzado nossos caminhos, tenho certeza que essa amizade vem de outras vidas. Minha canceriana preferida, obrigada pelo ombro amigo, por todo apoio, pelas noites que virou comigo, pelas revisões, pelas risadas, pelas músicas e séries compartilhadas. “*You are my person. You always be my person!*”

Ao meu querido amigo Pedro, que estava comigo no processo seletivo e com quem dividi muitos momentos felizes. Agradeço a companhia nas aulas, nos congressos e a amizade para a vida.

À minha amiga Paula pela companhia virando noites para fazer artigos e nas viagens para os congressos. Obrigada por ter compartilhado comigo sua conta do Netflix para garantir que eu tivesse momentos de distração. Obrigada também por ter topado assistir comigo à uma telenovela mexicana. Sou muito grata pelos momentos que vivemos juntas e pelo seu carinho e amizade.

Aos meus outros colegas de turma, em especial, Ale, Aline, Dani, Camila e Pat e Tati... Meninas, obrigada por tornar essa fase ainda mais incrível e feliz! Sou muito grata por ter me tornado amiga de vocês!

Às minhas amigas de toda uma vida, Laryssa, Luyse e Thamyres, que sempre me apoiam e me salvam com revisões e tirando dúvidas de português, espanhol e inglês. Eu amo vocês!

Às minhas amigas Bia, Carol e Deborah, que estavam vivendo momentos acadêmicos parecidos e com quem troquei conquistas e inseguranças.

Aos professores com quem tive disciplinas e tanto aprendi, Carla Barros, Flora Daemon, Marco Roxo e Maurício de Bragança. Ao professor Maurício agradeço duplamente, pois fez parte da minha banca de qualificação e trouxe infinitas contribuições para este trabalho.

À Ana Enne, que mesmo não tendo sido minha professora no mestrado, está presente nesta dissertação através das dicas e sugestões que me deu durante a graduação.

À Mayka Castellano por ter “me adotado” durante o estágio docência e ter me ensinado tanto. Agradeço às circunstâncias da vida por ter tido a honra de dividir uma disciplina com você. Agradeço também pelas contribuições na qualificação e por ter aceitado fazer parte da banca de conclusão desta dissertação. Obrigada por tudo!

À professora Maria Immacolata Vassallo de Lopes por ser uma das minhas principais referências acadêmicas e por ter me dado a honra de aceitar fazer parte da minha banca.

A todos os entrevistados por terem aceitado fazer parte desta pesquisa e também aos membros dos grupos “Drama Mexicano – DM” e “SBTlizando” pela ajuda.

Ao colega acadêmico pesquisador de produções do SBT, Rafael Fialho, por todas as trocas durante esse processo.

À Luciana, secretária do PPGCOM-UFF, que sempre respondia prontamente minhas dúvidas e me ajudava no que fosse necessário.

À CAPES pela bolsa concedida para o desenvolvimento desta dissertação.

“[...] percebi que eu só quero pesquisar o que me dê esperança.
Porque pesquisar para me tornar mais triste, mais pessimista,
não serve para ninguém” (MARTÍN-BARBERO, 2009b).

RESUMO

Pretende-se através desta pesquisa de dissertação refletir sobre a prática dos telespectadores brasileiros de assistir às reprises de telenovelas mexicanas que são transmitidas, no horário da tarde, pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Parte-se da hipótese de que a “reassistibilidade” (MITTELL, 2011) das telenovelas mexicanas se dá como “experiência emocional” e/ ou “social” para a recepção. Isto é, configura-se uma “experiência social” na medida em que as pessoas reveem as narrativas visando compartilhar informações nos ambientes sociais em que estão presentes. Caracteriza-se como uma “experiência emocional” uma vez que os telespectadores buscam reviver as emoções acionadas quando viram aquela narrativa anteriormente. Com base nos dados da pesquisa empírica, essas formas de reassistir são expandidas, levando em consideração as particularidades do objeto de estudo. A metodologia proposta para este trabalho inspira-se na teoria das mediações desenvolvida por Jesús Martín-Barbero (2004; 2015), apoiando-se na perspectiva do “mapa das mediações comunicativas da cultura”. O estudo de recepção concentra-se nos telespectadores das telenovelas “A Usurpadora” e “Rubi”, reprisadas nos anos de 2016 e 2017.

Palavras-chave: telenovela mexicana, reassistibilidade, reprise, mediações, recepção

ABSTRACT

This thesis intends to reflect about the practice of brazilian viewers to watch the reruns of mexican telenovelas that are transmitted in the afternoon by Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). The hypothesis is that the “rewatching” (MITTELL, 2011) of mexican telenovelas is given as “emotional experience” and / or “social” for reception. That is, a “social experience” is configured as people review the narratives in order to share information in the social environments in which they are present. It is characterized as an “emotional experience” as viewers seek to relive the emotions triggered when they have seen that narrative previously. Based on empirical research data, these forms of reassessment are expanded, taking into account the particularities of the object of study. The methodology proposed for this work is inspired by the theory of mediation developed by Jesús Martín-Barbero (2004, 2015), based on the perspective of the “map of communicative mediations of culture. The reception study concentrates on the viewers of the telenovelas “A Usurpadora” and “Rubi”, reprised in 2016 and 2017.

Keywords: mexican telenovela, rewatching, rerun, mediations, reception

RESUMEN

Se pretende, a través de esta investigación de disertación, reflexionar sobre la práctica de los telespectadores brasileños de ver a las repeticiones de telenovelas mexicanas que son transmitidas, en el horario vespertino, por el Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Se parte de la hipótesis de que la “reasistibilidad” (MITTELL, 2011) de las telenovelas mexicanas se da como una "experiencia emocional" y/ o "social" para la recepción. Es decir, se configura como una "experiencia social" a medida en que las personas ven las repeticiones de telenovelas para intercambiar información en los ambientes sociales que están presentes. Se caracteriza también como una "experiencia emocional", ya que los telespectadores buscan revivir las emociones accionadas cuando vieron aquella narrativa anteriormente. Con base en los datos de la investigación empírica, esas formas de reasistibilidad se expanden, teniendo en cuenta las particularidades del objeto de estudio. La metodología propuesta para ese trabajo se inspira en la teoría de las mediaciones, desarrollada por Jesús Martín-Barbero (2004; 2015), apoyándose en la perspectiva del "mapa de las mediaciones comunicativas de la cultura". El estudio de recepción se centra en los telespectadores de las telenovelas "A Usurpadora" y transmitidas en los años 2016 y 2017.

Palabras clave: telenovela mexicana, reasistibilidad, repetición, mediaciones, recepción

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa das mediações comunicativas da cultura.....	26
Figura 2 – Personagens Paulina e Paola.....	93
Figura 3 – Personagem de Carlos Daniel.....	94
Figura 4 – Personagem Rubi.....	96
Figura 5 – Personagem Maribel.....	97
Figura 6 – Personagens Heitor, Rubi e Alessandro.....	98
Figura 7 – Meme da Paola Bracho 1.....	123
Figura 8 – Meme da Paola Bracho 2.....	124
Figura 9 – Memes na chamada “Amiga, samba na cara das inimigas”.....	125

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Reprises por período.....	63
Gráfico 2 – Telenovelas exibidas pelo SBT em 1981 e 2017.....	63

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
Premissas teóricas e procedimentos metodológicos.....	23
CAPÍTULO 1 – O SBT, AS REPRISES E A REASSISTIBILIDADE	28
1.1. O que é grade de programação?	29
1.2. Nos capítulos anteriores: a televisão no Brasil antes da fundação do SBT.....	33
1.3. A trajetória do SBT	43
1.3.1. “Ma ôe”, quando tudo começou	44
1.3.2. Os primeiros anos do SBT: a retomada do “popularesco”	45
1.3.3. Nova programação e velhos hábitos	50
1.3.4. Pausa para o intervalo comercial	57
1.4. Vem aí: mais uma reprise	59
1.4.1. Reprises.....	59
1.4.1.1. Reprises de telenovelas no SBT	62
1.5. A reassistibilidade.....	64
CAPÍTULO 2 – AS TELENÓVELAS MEXICANAS	68
2.1. As matrizes	69
2.1.1. Melodrama	69
2.1.1.1. Melodrama no cinema mexicano	75
2.1.2. Folhetim	78
2.1.2.1. Folhetim mexicano	82
2.1.3. Radionovela mexicana.....	83
2.1.4. Teleteatro mexicano.....	86
2.2. O universo das telenovelas mexicanas	87
2.2.1. As características	89
2.2.2. O modelo da Televisa	91
2.2.3. “A Usurpadora”	92
2.2.4. “Rubi”	95
CAPÍTULO 3 – A REASSISTIBILIDADE DE TELENÓVELAS MEXICANAS	100
3.1. As formas de reassistibilidade	102
3.1.1. Reassistir como hábito	102
3.1.2. Reassistir por razões emocionais	104

3.1.3. Reassistir como uma experiência social	108
3.1.4. Reassistir como forma de adquirir conhecimento	110
3.1.5. Reassistir com outro olhar	111
3.2. As diferentes interpretações sobre as telenovelas mexicanas	114
3.2.1. Personagens femininos	114
3.2.2. Conservadorismo	115
3.2.3. Amor	116
3.2.4. Violência.....	117
3.3. Telespectadores fiéis: os SBTistas.....	119
3.4. Apropriações das telenovelas mexicanas: o caso dos memes	122
3.5. Para algumas pessoas telenovela mexicana é um “lixo”	126
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	130
REFERÊNCIAS	135
APÊNDICES	146

INTRODUÇÃO

“Um grande sucesso é para sempre. A Usurpadora vai roubar seu coração mais uma vez...”¹. Essa foi a narração da chamada de mais uma reprise da telenovela mexicana no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) em novembro de 2016. Tratava-se da sétima exibição da trama no canal que ocorria, apenas, 14 meses e 12 dias após a transmissão anterior. Com isso, presenciava-se uma estratégia de repetição da emissora e, mais do que isso, podia-se observar um público motivado a rever esse produto.

O desenvolvimento de novas tecnologias tem ofertado, cada vez mais, distintas possibilidades de ver e rever um conteúdo audiovisual, onde, quando e quantas vezes desejarem, seja por meio de um DVD ou um *download* do produto via internet ou por meio de uma plataforma *on-demand*, como Netflix, por exemplo. No entanto, ainda é possível se deparar com uma audiência interessada em assistir conteúdos repetidos oferecidos na grade de programação de emissoras abertas. Esse fenômeno é particularmente visível nas reprises de telenovelas mexicanas transmitidas pelo SBT. Assim, esta pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de refletir sobre a prática de reassistibilidade desse tipo de conteúdo.

Sabe-se que reprises de filmes, séries, telenovelas e outros produtos midiáticos ocupam horários em diversas emissoras de televisão pelo mundo, não se trata de algo novo. A repetição de produtos e fórmulas é comum à lógica da indústria cultural, na qual a mídia televisiva está inserida. No Brasil, alguns canais de TV aberta dedicam uma parcela do período vespertino para a exibição de reprises, como é o caso do SBT, que constantemente reexibe telenovelas mexicanas – produções que fazem parte do canal desde o início da década de 1980. Esse artifício é tão usual que ao longo desse tempo, a emissora já contabiliza mais de 60 dessas reexibições.

Contudo, ainda que as reprises sejam recorrentes atualmente, no início da implantação da televisão não havia a possibilidade de gravar e reexibir um conteúdo televisivo. Quando começaram a ser desenvolvidos os primeiros sistemas de televisão na Europa e nos EUA, na década de 1930, os conteúdos eram em sua totalidade ao vivo. Só passaram a ser utilizados materiais gravados, posteriormente, com a exibição de películas cinematográficas através de um equipamento específico para este feito, o “telecine”. Esse quadro começou a se modificar profundamente nos anos 1950 com o advento do videoteipe (VT).

Nesse contexto, havia um produto de grande relevância na América Latina que passou a ser gravado e reprisado: a telenovela. No Brasil, sua produção foi iniciada em 1951, sendo

¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wEXKB7Rgl5M>>. Acesso em: 27 mar. 2017.

exibidas duas a três vezes por semana, com poucos capítulos de aproximadamente vinte minutos. Nesse período, elas não tinham muito sucesso de público e eram inferiores aos olhos dos profissionais do meio televisivo (HAMBURGER, 2005, p. 27). A preferência era pelos teleteatros, que consistiam em encenações ao vivo para a televisão de adaptações de textos clássicos da literatura e do teatro mundiais (ALENCAR, 2004, p. 128).

No decênio de 1960, as telenovelas começaram a despontar como formato de maior popularidade (BRANDÃO, 2010, p. 48) e, nessa mesma fase, passaram a ser gravadas antecipadamente em videotape. A primeira trama brasileira a utilizar essa tecnologia foi “Gabriela Cravo e Canela”, no ano de 1961. A narrativa era exibida às terças e quintas-feiras pela TV Tupi do Rio de Janeiro. O VT também permitiu que a transmissão desse produto passasse a ocorrer diariamente e, em 1963, o Brasil exibiu a sua primeira telenovela diária, intitulada “2-5499 Ocupado”.

Ao buscar no acervo do Jornal do Brasil² a primeira menção à reprise de uma telenovela, constatou-se que ela ocorreu em 1966, quando a TV Rio divulgou que rerepresentaria em um sábado os quatro primeiros capítulos de “A noiva do passado” (1966). Segundo o anúncio, tratava-se do pedido de “milhares” de telespectadores por “cartas, bilhetes, cartões, telegramas, telefonemas”³. Não se pode confirmar que essa tenha sido a primeira telenovela retransmitida, uma vez que não foi possível, no escopo desta pesquisa, localizar informações mais detalhadas e precisas da programação na época. Contudo, esse comunicado expressava um desejo do público pela reprise de um folhetim televisivo. Assim, supõe-se que, tanto essa, quanto outras rerepresentações, garantiram bons números de audiência com baixos custos – já que não precisariam gravar o material –, configurando-se em uma estratégia eficaz para os canais de televisão.

Um aspecto que parece ser sintomático do êxito de reprises é o estabelecimento de espaços nas programações de distintos canais exclusivos para essas produções. Em 1980, por exemplo, a Rede Globo instituiu uma sessão específica para reexibições, intitulada “Vale a pena ver de novo”⁴, que permanece no ar até o presente. Nela, uma trama do canal é exibida de segunda-feira a sexta-feira, no período vespertino. Em 2001, ocorreu uma única exceção, a emissora colocou na sessão o programa “Você Decide”, exibido originalmente entre 1992 e

² O acervo faz parte da Hemeroteca Digital Brasileira da Biblioteca Nacional Digital. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docmulti.aspx?bib=030015&pesq=>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

³ Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/030015_08/85664>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁴ Nas pesquisas ao acervo digital do Jornal do Brasil constatou-se que a TV Excelsior exibiu uma atração homônima em 1963, contudo, de acordo com a descrição da programação eram reprises de programas e não telenovelas como é o caso da sessão da Rede Globo. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=030015_08&pagfis=45188>. Acesso em: 4 abr. 2017.

2000.⁵ Porém, essa tentativa não obteve bons resultados de audiência e a atração foi substituída, em menos de um mês, pela reapresentação de uma telenovela.

Outra emissora da TV aberta que também ocupa sua grade com reprises é a Rede Record. Diferente da Globo, não há um título que englobe a faixa, são utilizados os nomes originais, e reexibidas, normalmente, duas produções à tarde e uma no horário da noite. Entre os canais por assinatura é possível destacar o Canal Viva, fundado em maio de 2010, exclusivo para reprises dos mais distintos programas da Rede Globo.

O SBT, no entanto, é o único canal de TV aberta que exibe e reexibe com mais regularidade telenovelas estrangeiras. No ar desde 1981, a emissora paulista mantém desde o início a transmissão de tramas importadas. A primeira delas foi a produção mexicana “Os Ricos Também Choram” – de título original “*Los ricos también lloran*” (1979). Ela foi exibida entre 5 de abril de 1982 e 24 janeiro de 1983, sendo reprisada no mesmo ano de seu término (de julho a dezembro de 1983) e no ano seguinte (entre setembro de 1984 e fevereiro de 1985). A apresentação de telenovelas importadas tornou-se tão habitual que, em 2010, o SBT fixou a faixa vespertina – denominada de “Novelas da Tarde”⁶ – para elas, dividindo-as entre tramas inéditas e reprises.

Minha relação com o tema desta dissertação começou desde cedo, pois cresci assistindo a todas as tramas que o SBT transmitia. Nos casos de produções que já haviam sido reprisadas algumas vezes, eu protestava para as “quatro paredes” da minha sala e assistia mesmo assim. Ou seja, não importava quantas vezes reexibiam a telenovela ou mesmo se promettesse a mim mesma que não veria, se eu tivesse horário disponível, estaria na frente da televisão assistindo. Mas, em meio a todo esse envolvimento com as narrativas mexicanas, nunca parei para pensar o que me fazia revê-las. Até que, durante minha pesquisa monográfica, me dei conta de que, assim como eu, havia uma parcela significativa da audiência que assistia a essas reprises. Isso me intrigou e foi o estopim para que iniciasse este estudo.

Nesse sentido, este trabalho busca refletir sobre a prática de reassistir, especificamente, às tramas mexicanas, entendendo que elas se constituem de forma distinta de produções nacionais. É importante pontuar que esta dissertação discute sobre telenovelas já encerradas, que diferente daquelas que estão em produção, não correspondem a um texto aberto. Aqui o

⁵ Nessa versão da atração, havia uma nova apresentadora que ambientava o telespectador para a história que seria transmitida e as opções para escolher como desfecho, que poderia ser igual ou diferente do que a maioria do público elegeu na primeira exibição. Disponível em: <<https://observatoriodatelevisao.bo1.uol.com.br/historia-da-tv/2017/07/ha-16-anos-globo-reprisava-voce-decide-no-vale-a-pena-ver-de-novo>>. Acesso em: 5 jul. 2017.

⁶ Na análise da grade, constatou-se que essa denominação foi utilizada em 1993 pelo SBT, mas não teve continuidade no ano seguinte.

público já está inteirado sobre o que irá acontecer com a trama, logo, não é o caráter surpresa que conquista a audiência. Assim, questiona-se: o que o telespectador busca ao rever uma narrativa cujo começo, meio e fim ele já conhece? Ou ainda, o que o telespectador busca ao reassistir uma telenovela mexicana?

Para ponderar acerca dessas indagações, utilizou-se o conceito de “reassistibilidade”⁷, cunhado por Jason Mittell (2006). Segundo o autor, há diferentes formas de rever produções ficcionais seriadas, dentre as quais este estudo se apropria de duas para pensar as motivações para os telespectadores reassistirem às telenovelas mexicanas: “reassistir por razões emocionais” e “reassistir como experiência social”. Contudo, vale ressaltar que a perspectiva proposta por Mittell (2011) sobre esses modos de reassistir está relacionada às produções de séries televisivas em um contexto norte-americano. Dessa forma, essas categorias aqui são ampliadas e são acrescidas particularidades imbricadas nas tramas mexicanas.

Assim, a hipótese que norteia este estudo é a de que a reassistibilidade das telenovelas mexicanas se dá como experiência emocional e/ ou social. Isto é, configura-se uma experiência social na medida em que as pessoas reveem visando a compartilhar com o outro, tanto as questões e os detalhes da trama, quanto o instante em si. Trata-se de um “rever junto”, que não implica necessariamente em uma co-presença física no tempo e espaço, pode-se partilhar essa experiência através do meio digital, por exemplo. Tal como pontua Campanella (2010), novas tecnologias como *blogs*, fóruns on-line e *sites* de redes sociais são adotados pela audiência para debater conteúdos que lhe pareçam pertinentes.

Em minhas incursões pelo universo dos admiradores de telenovelas mexicanas (em páginas no Facebook⁸, grupo do WhatsApp⁹ e perfis no Twitter¹⁰), pude notar interações, entre

⁷ O termo advém do original “*rewatchability*” utilizado por Mittell em *Narrative Complexity in Contemporary American Television* (2006). Em uma publicação de 2012 o vocábulo foi traduzido como “reassistência”. Acredita-se que as duas traduções são possíveis. Na publicação de 2011, a palavra utilizada pelo autor é “*rewatching*”, que entende-se como o ato de reassistir e que, no ponto de vista deste trabalho, tem um sentido semelhante ao termo anterior.

⁸ Inicialmente eu passei a curtir diversas páginas dedicadas às telenovelas no Facebook, assim como a página oficial do SBT. Meu interesse era acompanhar os *posts* sobre as reprises e observar comentários sempre que possível. Eu queria saber o que as pessoas falavam sobre essas tramas e buscava uma pista de qual poderia ser a motivação para as reverem.

⁹ Desde o início de 2015, faço parte de um grupo no WhatsApp intitulado “Drama Mexicano – DM”, no qual as pessoas conversam sobre telenovelas mexicanas que estão sendo exibidas pelo SBT, além de outros assuntos relacionados com a cultura mexicana. Descobri o grupo através da página de mesmo nome no Facebook e, para fazer parte, entrei em contato com a moderação, expliquei sobre a minha condição de pesquisadora e fui inserida. A princípio, esta pesquisa teria os membros desse grupo como informantes, porém, optou-se por outro recorte, e apenas dois integrantes dessa comunidade foram selecionados.

¹⁰ Constantemente buscava no Twitter pessoas que mencionavam as palavras “reprise SBT”, além de monitorar diariamente as *hashtags* de capítulos das reprises e expressões que remetiam às telenovelas mexicanas. Através de análise dos *tweets*, eu passei a selecionar alguns perfis para seguir e acompanhar as publicações.

pessoas de diversas regiões do país, surgindo a partir do gosto em comum por essas telenovelas. Ao conversar com alguns telespectadores das reprises, eles afirmaram que, normalmente, as telenovelas mexicanas são encaradas como algo de “mau gosto”. Por isso, tinham dificuldades de encontrar nos seus ciclos de amizades alguém para comentar sobre essas tramas. Através do desenvolvimento da internet e das novas tecnologias, eles viram a possibilidade de localizar e de se aproximar de pessoas que também gostavam desses produtos e, então, puderam conversar entre si sobre essas narrativas que já haviam visto e revisto tantas vezes.

É importante pontuar que, a meu ver, o “reassistir como uma experiência social” não diz respeito apenas às tramas mexicanas, ele pode ser atrelado a outros produtos culturais. Porém, trata-se de algo que identifiquei como marcante ao olhar para o público que assiste às telenovelas mexicanas no Brasil. O mesmo se aplica à “experiência emocional”, que está relacionada com a busca de reviver as emoções acionadas na primeira vez que viram aquela narrativa, seja a raiva (ou algumas vezes amor) pela(o) vilã(o) ou mocinha(o) ou até mesmo o riso por determinada atuação. Nesse viés está para mim a questão mais pujante que impulsiona o telespectador a reassistir essas telenovelas, tendo em vista que as emoções são frequentemente incitadas devido à base melodramática clássica das tramas mexicanas.

Durante as minhas conversas no grupo do WhatsApp, quando falávamos da importância das telenovelas mexicanas em nossas vidas, uma das participantes comentou que rever essas telenovelas a remetia ao passado, nas palavras dela: “[...] me faz lembrar da minha infância, onde eu deitava a cabeça no colo do meu pai e assistia com ele” (mulher, 25 anos, RJ)¹¹. Em vista disso, complemento que a “experiência emocional” está associada não só ao desejo de resgatar uma emoção que a narrativa provoca mas também de rememorar um sentimento vivido. Nesse sentido, a “experiência emocional” é atravessada por sensações de afeto e nostalgia das lembranças que aqueles produtos carregam.

Tendo em vista as particularidades encontradas no objeto de estudo no decurso do desenvolvimento da pesquisa empírica, acrescentou-se a essas formas de reassistibilidade propostas por Mittell (2011), outras três: “reassistir como hábito”, “reassistir como forma de adquirir conhecimento” e “reassistir com outro olhar”.

Assinala-se ainda que as telenovelas imbricadas nesta pesquisa advêm da Televisa, a maior rede de televisão do México, na qual grande parte das produções são maniqueístas, reproduzem uma moralidade católica, costumes conservadores, assim como o apreço pelos valores tradicionais (MAZZIOTTI, 2006). Contudo, isso não significa que o público enxergará

¹¹ 21 ago. 2015, WhatsApp, grupo “Drama Mexicano – DM”.

da mesma forma os valores e os reproduzirá em seu dia-a-dia. Ancorando-se nos estudos culturais, em especial latino-americanos (com autores como Guillermo Orozco, Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Jesús Martín-Barbero), a recepção é tomada aqui como ativa e cada pessoa poderá ter um olhar diferente sobre um mesmo produto cultural. Dessa forma, a interpretação da audiência sobre uma telenovela pode tanto ser similar ao discurso que a emissora defende, como ela pode ser contrária e ressignificar as questões.

Para além do caráter ativo do público, nesta pesquisa, parte-se da perspectiva de que a recepção não se dá apenas no ato de assistir, ela se inicia antes e tem continuidade depois (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 40-41). Desse modo, para estudar a prática de reassistibilidade da audiência de telenovelas mexicanas busquei não me prender a um olhar dualista, que enxerga o consumidor e a produção como aspectos separados, mas sim fazer um esforço de pensá-los como relação complexa.

Diante disso, a base conceitual que inspirou o desenvolvimento metodológico desta pesquisa foi o “mapa das mediações comunicativas da cultura”, componente da teoria das mediações desenvolvida por Jesús Martín-Barbero (2004; [1998] 2015). O mapa serviu como inspiração para a construção dos capítulos da dissertação e as mediações nortearam o roteiro de entrevistas feito com telespectadores das reprises. Assim, buscou-se não se deter ao âmbito da produção ou da recepção, mas considerar as mediações que perpassam essas dimensões.

O estudo concentrou-se no público de duas tramas: “A Usurpadora” e “Rubi”¹². Essa escolha se deu pelo fato de suas exibições coincidirem com o período em que esta pesquisa seria realizada. Inicialmente, pretendia-se selecionar amostragens de diferentes gêneros, faixas etárias, níveis de escolaridade e regiões do país para a composição dos informantes deste estudo. Contudo, houve resistência de muitas pessoas em aceitar participar da pesquisa, portanto, optou-se por delimitar apenas a necessidade de ter assistido ao menos uma vez a telenovela em questão e estar vendo a reprise.

Considerando minha proximidade com os fãs de telenovelas mexicanas, também defini que não entrevistaria pessoas com quem mantivesse prévia relação afetiva¹³. Como consequência, entrei em contato com pessoas que eu não conhecia e que publicavam sobre as

¹² “A Usurpadora” (1998) foi exibida pelo SBT nos anos de 1999, 2000, 2005, 2007, 2012-2013, 2015, 2016-2017, contabilizando sete reprises. Enquanto “Rubi” (2004) foi transmitida em 2005, 2006, 2013 e 2017 pelo canal, somando três reexibições.

¹³ As únicas exceções foram dois telespectadores de “A Usurpadora” que faziam parte do grupo do WhatsApp “Drama Mexicano – DM”, em que estou inserida há dois anos e onde já tenho um laço de proximidade com os integrantes. Esses interlocutores haviam entrado recentemente no grupo, quando eu já não interagía com frequência e não nos conhecíamos. Eles se mostraram muito interessados na trama e solicitaram contribuir com a pesquisa, então, resolvi entrevistá-los.

tramas selecionadas no Twitter, Facebook e grupos do WhatsApp. Além disso, fiz um vídeo¹⁴ e o distribuí nessas mídias sociais. Nele expliquei sobre a pesquisa e pedi às pessoas interessadas em participar para entrar em contato comigo. Ao final, realizei, sob respaldo da técnica qualitativa, 21 entrevistas semiestruturadas – sendo dezoito delas on-line e três pessoalmente.

No que se refere à estrutura desta dissertação, ela é dividida em três capítulos. Começo o primeiro capítulo com reflexões sobre o conceito de “grade de programação” e as primeiras décadas da TV no Brasil. Em seguida, apresento a trajetória do SBT a partir da análise da grade do canal entre os anos de 1981 e 2017 e estudos sobre a emissora e a televisão no país (ALVES, 2008; BRANDÃO, 2010; MIRA, 1995; SIMÕES, 1986). Assim, busco identificar as mudanças e permanências na programação do canal, bem como enfatizar seu posicionamento enquanto uma emissora popular, o que reflete no fato de continuar importando as telenovelas mexicanas.

Ao final desse primeiro capítulo, discorro sobre a estratégia de reprises do meio televisivo e sobre o fenômeno da reassistibilidade, que estão diretamente associados com o SBT e às suas reexibições de telenovelas mexicanas. Para tal, apresento um histórico do desenvolvimento das reprises na televisão ancorado por autores como Derek Kompare (2005), Fernandes (2013) e Xavier e Sacchi (2000). Na sequência, desenvolvo uma reflexão sobre o que constitui o fenômeno de reassistibilidade, apoiada por Mittell (2011).

O segundo capítulo corresponde à discussão sobre o formato de telenovelas mexicanas (MAZZIOTTI, 2006; OROZCO, 2006; TREJO SILVA, 2011). Nessa parte, trato sobre a sua origem e estrutura, a partir da compreensão do melodrama, do folhetim, da radionovela e do teleteatro como pilares fundamentais dessas produções. Para complementar essa reflexão, discorro sobre as características das telenovelas mexicanas, com destaque para o modelo desenvolvido pela Televisa, que corresponde ao exibido pelo SBT. Ao final, apresento as telenovelas que compõem o estudo de recepção desta pesquisa.

No último capítulo, trago como foco os telespectadores de telenovelas mexicanas do SBT, especificamente aqueles que assistiam às reprises de “A Usurpadora” (1998) ou “Rubi” (2004) na época do estudo. Meu objetivo neste capítulo é apresentar como se dá a prática de “reassistibilidade” desses sujeitos. Assim, apresento as cinco formas de reassistir identificadas na pesquisa de campo: “reassistir como hábito”, “reassistir por razões emocionais”, “reassistir como uma experiência social”, “reassistir como forma de adquirir conhecimento” e “reassistir com outro olhar”. Trato também sobre os telespectadores fiéis da emissora, que foram

¹⁴ Disponível em: <<http://dai.ly/x5ilni9>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

identificados nas entrevistas, bem como sobre os sentidos e apropriações construídos a partir das tramas. Como contraponto, apresento uma reflexão sobre a demarcação hierárquica pelo gosto feita a partir de *tweets* que falavam mal das telenovelas mexicanas, coletados durante a exibição das reprises.

Premissas teóricas e procedimentos metodológicos

Em 1987, Martín-Barbero publicou o clássico *De los médios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*¹⁵, em que propôs que as pesquisas não partissem de uma reflexão das lógicas de produção e recepção para depois buscar as imbricações ou enfrentamentos nesses campos (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 294). Mas sim, mover as análises dos meios para as mediações¹⁶, que “[...] são esse ‘lugar’ de onde é possível perceber e compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção” (MARTÍN-BARBERO; MUNHOZ, 1992, p. 20 apud LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 39).

Desse modo, Martín-Barbero (2015, p. 290) trouxe a proposição de “mudar o lugar a partir do qual as perguntas são formuladas”, estruturando para tal o que chamou de mapa noturno¹⁷. A proposta do teórico era de que esse mapa servisse para questionar a dominação, a produção e o trabalho, porém, a partir da perspectiva advinda das brechas, do consumo e do prazer (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 290). Então, como composição de seu mapa, sugeriu três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. Tratavam-se das “mediações culturais da comunicação”.

O primeiro lugar de mediação, a cotidianidade familiar, trata-se do ambiente em que ocorrem conflitos e tensões, entendido pelo autor como um lugar social fundamental para abordagem dos setores populares (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 295). Contudo, Martín-Barbero destaca que essa mediação não se restringe à esfera da recepção, uma vez que se inscreve também no discurso televisivo. Já o segundo lugar de mediação corresponde à temporalidade social, que se refere à aproximação do tempo de programação da televisão com o tempo cotidiano, ambos regidos por uma lógica de repetição e fragmentos. Isto é, esse lugar de mediação indica como a televisão se aproxima da rotina dos receptores para gerar lucro. O terceiro lugar de mediação proposto é a competência cultural, que “[...] diz respeito a toda vivência cultural que o indivíduo adquire ao longo da vida, não apenas através da educação formal, mas por meio das experiências adquiridas em seu cotidiano” (WOTTRICH; SILVA; ROSSINI, 2009, p. 9), de tal modo que a mesma pode também ser acionada quando se assiste à televisão.

¹⁵ Título da publicação em português: *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*.

¹⁶ Deve-se pontuar que, do mesmo modo que há diferentes versões de mapas noturnos, “não há uma definição única de mediação, uma vez que ela parece ser uma noção movente, que acompanha permanentemente as mutações da sociedade especificamente no que diz respeito ao papel da comunicação” (LOPES, M. 2014, p. 70).

¹⁷ A denominação de “mapa noturno” também é utilizada para os mapas subsequentes, como se pode constatar em Martín-Barbero, 2009b.

Ao longo dos anos, Martín-Barbero retomou as reflexões acerca das mediações em distintas obras e trouxe novas contribuições¹⁸ para sua teoria. No ano de 1990, em *De los medios a las prácticas*, o autor propôs transformar os lugares de mediação em três dimensões¹⁹: a socialidade, que “refere-se à interação social permeada pelas constantes negociações do indivíduo com o poder e com as instituições”; a ritualidade, que “relaciona-se com as rotinas do trabalho imbricadas com a produção cultural”; a tecnicidade, que “refere-se às características do próprio meio” (WOTTRICH; SILVA; ROSSINI, 2009, p. 4).

Em 1998, passados mais de dez anos da publicação da edição espanhola *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonia*, Martín-Barbero escreveu um novo prefácio²⁰, atualizando o conteúdo do livro através da apresentação de um novo mapa das mediações, que tinha como propósito abranger as “[...] novas complexidades nas relações constitutivas entre comunicação, cultura e política” (MARTÍN-BARBERO, [1998] 2015, p. 15). Pouco tempo depois, em 2002, o autor aprofundou essa concepção na obra *Ofício de Cartógrafo. Travesías lationamericanas de la comunicación en la cultura*. Intitulado “mapa das mediações comunicativas da cultura”, esse novo mapa acrescentava às três mediações anteriores – socialidade, ritualidade e tecnicidade – uma quarta: a institucionalidade, imbricada de interesses e poderes contrapostos que afetam continuamente a regulação de discursos (MARTÍN-BARBERO, [1998] 2015, p. 17). Segundo Martín-Barbero, a comunicação “vista a partir da institucionalidade [...] se converte em questão de meios, isto é, de produção de discursos públicos cuja hegemonia se encontra hoje paradoxalmente do lado dos interesses privados” (MARTÍN-BARBERO, [1998] 2015, p. 18).

As novas mediações, então, são dispostas em meio a um mapa configurado a partir de dois eixos: o diacrônico ou histórico de longa duração, que é tensionado pelas relações entre as Matrizes Culturais e os Formatos Industriais; e o sincrônico, que é tensionado pelas relações entre as Lógicas de Produção e as Competências de Recepção ou Consumo. Desse modo, distintos regimes de institucionalidade medeiam as relações entre Matrizes Culturais e Lógicas de Produção, ao passo que as relações entre Matrizes Culturais e Competências de Recepção ou Consumo são mediadas por diferentes formas de socialidade. Já as relações estabelecidas entre Lógicas de Produção e Formatos Industriais são mediadas pelas tecnicidades e as relações

¹⁸ Para uma reflexão sobre as modificações que o mapa de mediações apresentou ao longo dos anos: Cf. LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. *Matrizes*, v. 8, n.1, jan-jun, p. 65-80, 2014.

¹⁹ Contudo, ainda que as dimensões fossem subsequentes temporalmente aos lugares de mediação elaborados em 1987, o autor não estabeleceu uma relação direta entre os termos (ROSSINI, 2010, p. 6).

²⁰ O prefácio foi traduzido para o português e intitula-se “Pistas para entre-ver meios e mediações” ([1998] 2015).

entre Formatos Industriais e as Competências de Recepção ou Consumo são mediadas pelas ritualidades.

Com o “mapa das mediações comunicativas da cultura”, Martín-Barbero assumia o protagonismo que o comunicativo estava ganhando naquele contexto (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 152). Dessa forma, a partir dessa nova proposição de mapa noturno o olhar se inverte não mais dos meios às mediações, mas sim da cultura à comunicação (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 153). Ainda de acordo com essa nova configuração do mapa “é a própria noção de comunicação que é repensada. Passa-se a dar mais densidade epistemológica ao momento de conhecer o que vem da comunicação” (LOPES, M. 2014, p. 71).

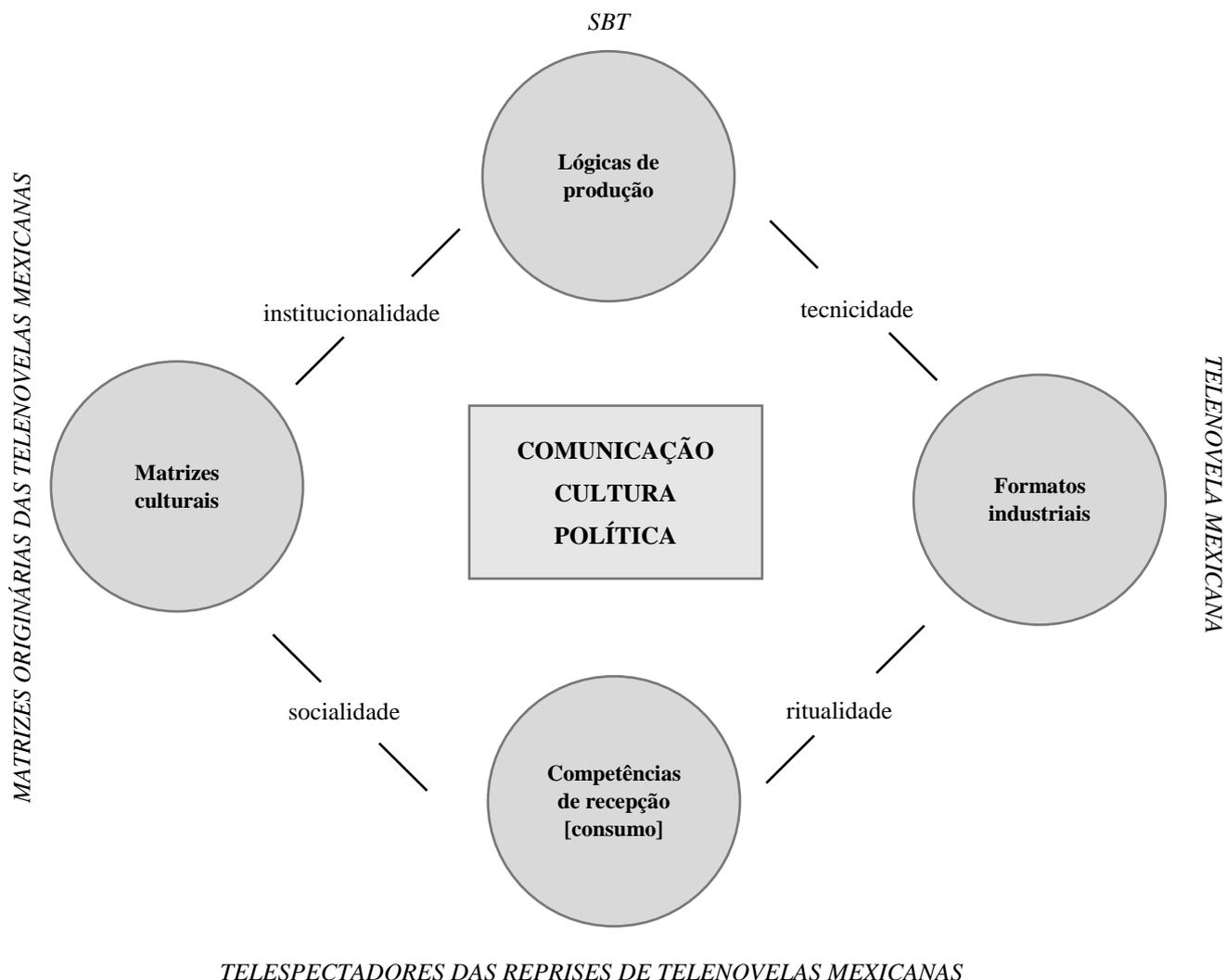
Alguns anos depois, em 2009, em uma entrevista para Fapesp, o pesquisador apresentou um novo mapa²¹, o “mapa das mutações culturais”, que se articula a partir das dimensões de tempos, espaços, migrações e fluxos. Nele, mantém-se as mediações de tecnicidade e de ritualidade, enquanto a institucionalidade e a socialidade são retiradas, dando lugar para a identidade e cognitividade, ou seja, para a transformação. Assim, na ótica de Martín-Barbero, “[...] as mediações passam a ser transformação do tempo e transformação do espaço a partir de dois grandes eixos, ou seja, migrações populacionais e fluxos de imagens.” (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 14).

Muito embora o mapa das mutações traga novas e relevantes contribuições para o campo da comunicação, defende-se neste estudo que ele não invalida a formulação anterior. Dessa forma, em um esforço de realizar um estudo empírico apoiando-se na teoria das mediações, opta-se por desenvolver esta pesquisa inspirada no “mapa das mediações comunicativas”.

Tendo em vista que objetiva-se refletir sobre os telespectadores de reprises telenovelas mexicanas exibidas pelo SBT, esta dissertação tem como enfoque principal a dimensão da recepção do mapa. No entanto, busca-se abarcar, em alguma medida, a esfera da produção. Com isso, os dois primeiros capítulos são dedicados à emissora em questão, o SBT, bem como as matrizes culturais da telenovela e o formato mexicano. Enquanto o terceiro capítulo apresenta a análise dos dados coletados através da pesquisa empírica com os telespectadores. Em termos gráficos, o mapa que se utiliza como base para o desenvolvimento desta dissertação se configura da seguinte forma:

²¹ O autor também discorreu sobre esse mapa na introdução da edição *De los medios a las mediaciones* publicada em Barcelona no ano de 2010.

Figura 1 – Mapa das mediações comunicativas da cultura



Fonte: mapa das mediações comunicativas de cultura - MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 16; versão adaptada de desenho elaborada pela autora.

No que se refere às mediações associadas à esfera de produção, tanto a institucionalidade, quanto a tecnicidade, atravessam, ao menos em parte, os aspectos discutidos nesta dissertação. Embora não haja, por exemplo, uma reflexão sobre a economia política da televisão ou análises mais profundas sobre os discursos e questões imbricadas nas tramas pesquisadas ou ainda que não se tenha debruçado de forma sistemática para as estratégias utilizadas para a rerepresentação das telenovelas mexicanas, nenhuma dessas são questões negligenciadas. Ao contrário, ainda que não ocorra de forma explícita, é feito um esforço de contemplar essas mediações no desenvolvimento deste trabalho.

Já as mediações ligadas diretamente à recepção, à socialidade e à ritualidade, foram inspirações para a construção das perguntas realizadas nas entrevistas.²² Sob a influência das estratégias empregadas no trabalho desenvolvido por Lopes, Borelli e Resende (2002)²³, realizou-se entrevistas semiestruturadas que contemplavam: 1) a socialidade, através do perfil sociocultural dos telespectadores, buscando compreender o contexto social em que o entrevistado estava inserido. 2) a ritualidade, com perguntas que refletiam sobre os cenários onde ocorriam o processo de recepção de conteúdos vinculados na televisão de um modo geral, de telenovelas mexicanas e de reprises – aqui também está vinculado o fato de estar sozinho ou acompanhado quando ocorre a recepção. É importante reforçar que a recepção é entendida aqui como um processo que acontece antes e durante o ato de ver TV e tem prosseguimento através dos comentários. Assim, por meio de perguntas inspiradas nessa mediação, buscou-se analisar se havia de fato a reassistibilidade como uma experiência social e também investigar se de fato a procura pela experiência emocional aparece nas falas da audiência.

²² Não delimitou-se quais perguntas estavam associadas a determinadas mediações, uma vez que se entende que essas mediações não ocorrem de forma separada. Acredita-se que elas se mesclam na recepção e àquelas que fossem destaque nas falas se sobressaíram na análise, portanto, separá-las em blocos de perguntas não seria essencial a este trabalho.

²³ Esta pesquisa é uma referência em termos de estudos de mediações, construída de forma complexa, apresentando uma variedade de técnicas para contemplar quatro mediações – cotidiano familiar, subjetividade, gênero ficcional e videotécnica. Uma das técnicas eram entrevistas tematizadas com as mediações selecionadas. No caso desta dissertação, realizei apenas uma entrevista que foi desenvolvida a partir do olhar de duas mediações – socialidade e ritualidade.

CAPÍTULO 1 – O SBT, AS REPRISES E A REASSISTIBILIDADE

Existem diversos fatores que influenciam na definição dos produtos que serão exibidos ou não por uma emissora, tais como: pesquisas com o público, aferição de dados de audiência²⁴ de programas similares e aspectos históricos, sociais e culturais relacionados com o canal e com o contexto de transmissão. O que é escolhido é de suma importância para as redes de televisão, pois são os programas que a compõem que construirão a sua imagem (SOUZA, 2015, p. 56). Tal como afirma Wolton (1996, p. 113), a programação corresponde à carteira de identidade de um canal de televisão, seja ele público ou privado. Uma observação atenta para as atrações de uma rede de TV nos possibilita, portanto, compreender a sua estruturação.

Levando em consideração essas questões, este capítulo irá se debruçar sobre a grade de programação do SBT correlacionando-a com estudos sobre a televisão no Brasil para discorrer sobre a trajetória da emissora, bem como refletir sobre a identidade popular²⁵ que ela construiu ao longo de seus mais de 35 anos de existência. Para isso, foi feita uma coleta da grade²⁶ entre os anos 1981 e 2017²⁷. Inicialmente, a pesquisa concentrou-se nos acervos digitais do Jornal do Brasil e Jornal Extra. Posteriormente, observou-se que nos anos 2016 e 2017 não foram feitas mais publicações diárias das grades, em vista disso, essas informações foram recolhidas no *site* Notícias da TV brasileira.

Baseando-se no estudo de José Carlos Aronchi de Souza (2015), buscou-se analisar um período em que não havia nenhum evento de grande porte que pudesse interferir na programação (como, por exemplo, eleições, Copa do Mundo e Olimpíadas). Assim, optou-se pela primeira semana completa²⁸ do mês de abril de cada ano, com exceção de 1981, no qual os dados advêm de agosto, pois foi quando a rede inaugurou. Porém, notou-se que mesmo apurando informações nessas datas, as grades de programação apresentaram conteúdos como

²⁴ Wolton (1996, p. 46) destaca que o público é uma questão “difusa, móvel e anônima”. Isto é, embora seja possível contabilizar quantos telespectadores assistiram determinado produto, é difícil saber quem são eles e, ainda mais, o porquê de optarem por ver esse programa.

²⁵ O conceito de “popular” será problematizado mais adiante nesta dissertação.

²⁶ Constatei que havia algumas diferenças nos primeiros anos na grade de programação do SBT em regiões distintas, porém, não pretendo no escopo deste trabalho fazer um comparativo das grades de programação, apenas refletir sobre a trajetória da emissora, evidenciando os programas que permaneceram presentes e aqueles que foram excluídos ao longo dos anos. Dessa forma, optei por concentrar a análise na grade de programação do canal 11, o mais antigo da emissora, transmitido no Rio de Janeiro.

²⁷ APÊNDICE A - Grades de programação analisadas.

²⁸ Considero como a “primeira semana completa” a primeira segunda-feira do mês até o domingo da mesma semana. Em casos que o mês começou na terça-feira, por exemplo, foram coletados os dados da semana seguinte. Isso foi feito, pois pretendia analisar a grade de uma semana televisiva completa de cada mês. Esse mesmo procedimento foi realizado nos anos em que não havia exemplares da primeira semana de abril para análise.

“Boletim da Copa” e “Horário Político”. Supõe-se que isso ocorreu, pois tratavam-se dos anos de realização desses acontecimentos.

Através da análise foi possível evidenciar não somente o percurso histórico do SBT e a constituição da sua marca popular, como também o uso contínuo da estratégia de reprisar programas, especialmente as telenovelas mexicanas. Desse modo, a última seção deste capítulo se dedica a discorrer sobre as reprises televisivas e a prática de reassistibilidade por parte dos telespectadores, que são os alicerces desta dissertação.

Contudo, antes de adentrar nessas reflexões acerca do SBT e os programas que fizeram parte de sua composição, é necessário pontuar algumas questões que perpassam essas exposições. A começar pela conceituação de “grade de programação”, que norteia esse debate, de mesmo modo, é preciso apresentar um panorama sobre a implantação da televisão no Brasil para que seja possível compreender as mudanças que a TV sofreu no país e o contexto em que o SBT surgiu. Haja vista a relevância desses tópicos, eles são os pontos de partida deste capítulo.

1.1. O que é grade de programação?

O termo “grade de programação” é frequentemente chamado apenas de “grade”. Segundo o dicionário *Aurélio*, esse vocábulo refere-se à estrutura de programação de uma rede de televisão, que é composta por um conjunto de programas e de intervalos comerciais. No campo acadêmico, é possível constatar uma série de pesquisas (ERTHAL, 2013; FECHINE, 2014; SEVERINO, 2015; SOUZA, 2015) que apresentam definições para o termo. Nota-se que nelas a expressão, geralmente, aparece associada não somente com a estruturação, mas também com o período de veiculação dos produtos televisivos. Isto é, de forma sucinta, conceitua-se “grade de programação” como a distribuição de programas em horas, dias, semanas e meses, balizando também a regularidade e a duração dos mesmos.

No Brasil, a grade de TV aberta é estabelecida a partir da articulação de dois eixos: o vertical e o horizontal. O primeiro diz respeito a criação de encadeamento entre os programas exibidos no decorrer de um dia, que para Jost (2010) são fixados em função da temporalidade social. Dessa forma, os domingos, por exemplo, que são para a reunião e/ ou descanso familiar, apresentarão programações relacionadas com essa conjuntura. Já o segundo se refere à exibição de uma atração na mesma faixa horária cotidianamente e pode ser exemplificado com a consolidação dos horários das telenovelas.

Jost (2010) complementa ainda que o eixo horizontal objetiva prender a atenção do telespectador o maior tempo possível e para tal lança mão de várias técnicas, como: o *stripping*, que equivale a programar a mesma emissão, todos os dias na mesma hora; o *lead in*, também conhecido como “efeito locomotiva”, em que se coloca um programa popular no início de uma faixa horária visando manter o público para a faixa seguinte; o *hammocking*, que consiste em colocar um programa novo entre duas emissões de sucesso com o propósito de garantir a audiência (JOST, 2010, p. 84).

No que tange à grade programação em canais de TV por assinatura, ela é distinta dos canais abertos de televisão, tem uma configuração vertical e diagonal. Desse modo, “[...] os programas mudam durante a semana e são reprisados, para ter audiência em vários horários” (SOUZA, 2015, p. 55).

Ainda que as proposições apresentadas até aqui associem a grade principalmente a um esquema gráfico, existem reflexões que vão além e pontuam outras implicações. Esse foi o caso de Raymond Williams que, em 1974²⁹, publicou a obra *Television Technology and Cultural Form*³⁰, na qual defendeu a ideia de que a televisão não era mais estruturada por uma grade de programação composta de programas tidos como unidades separadas, mas sim de um fluxo planejado e ininterrupto. Nesse sentido, haveria, cada vez mais, um desaparecimento das passagens de uma atração para outra e, até mesmo os comerciais estariam envolvidos nesse processo e poderiam aparentar ser “um único e irresponsável fluxo de imagens” (WILLIAMS, R. 2016, p. 102). Sob essa ótica, a experiência de assistir TV também se afetaria. Ou seja, o telespectador ainda poderia ligar a televisão, no momento em que desejasse, para ver um conteúdo específico, contudo, o oferecimento em fluxo, sem interrupções, o prenderia e o estimularia a continuar assistindo às atrações seguintes.

Com o decorrer dos anos, essa conceituação de “fluxo” passou a ser revista³¹ e contestada (TURNER, 2016, p. 8). Machado e Vélez (2007), por exemplo, optam pela apreciação a partir do “programa” – que para eles carrega um caráter seletivo e qualitativo – em detrimento do “fluxo televisivo” – que homogeneizaria toda a produção televisiva. Dessa forma, afirmam que, mesmo que não seja fácil identificar e definir um programa, ainda assim, ele apresenta “uma singularidade distintiva” (MACHADO; VÉLEZ, 2007, p. 3). Acrescentam

²⁹ Vale ressaltar que no momento em que Williams desenvolveu essa reflexão, estava inserido em um contexto – a análise dele da programação concentrou-se na Grã-Bretanha e Estados Unidos –, onde a televisão ainda sofreria mudanças significativas em comparação ao presente. Por exemplo, as emissoras estavam começando a oferecer mais horas de programação, ou seja, ainda não tinham transmissão 24 horas.

³⁰ No Brasil, o livro ganhou uma versão traduzida intitulada *Televisão: tecnologia e forma cultural* (2016).

³¹ Cf. ELLIS, John. *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*. London: Routledge and Kegan Paul, 1982.

a essa perspectiva que pesquisas empíricas têm atestado que a produção e a recepção televisivas continuam tendo como alicerce categorias como gêneros, formatos e programas.

Outro estudo que apresentou ponderações significativas associadas à grade de programação foi o de Dominique Wolton. Em sua obra, *Elogio do Grande Público* (1996), o teórico francês afirmou que a programação³² toma formas distintas de acordo com o tipo de TV. Na televisão geralista – que no Brasil corresponde à maior parte das emissoras de canais abertos – ela oferecerá um “menu” diversificado, com programas organizados ao longo do dia para agradar diferentes públicos. Já na televisão fragmentada – referente à maioria dos canais a pagos –, a programação é “à la carte” e visa atingir um público específico, respondendo a gostos e demandas individuais. À vista disso, na perspectiva do autor, a programação é o símbolo da televisão geralista e diminuiu seu valor quando empregada na TV fragmentada, pois nela não há diferença entre oferta e demanda.

Wolton (1996) pontua ainda, que por programação, deve-se apreender três fenômenos distintos: 1) a função de um calendário, ordenando tanto os programas, quanto o tempo cotidiano; 2) a distinção do que se compreende da informação (que transmite o “mundo objetivo” e mobiliza o “cidadão como espectador”) e do restante dos programas (que requerem o público mais como apenas um “espectador”); 3) o estabelecimento de um modo de consumir a partir da sua organização, criando uma “codificação” da emissão que assinala o fato da recepção não ser totalmente livre (WOLTON, 1996, p. 69-70). Nesse sentido, a programação permite que o telespectador escolha o que vai assistir, mas isso se dá a partir de uma oferta previamente organizada, pois ele não é o programador (WOLTON, 1996, p. 18).

Em contraposição com essa limitação enfrentada pelo público com as grades de programação, nas últimas décadas, os avanços tecnológicos e transformações no meio digital têm ofertado novos modos de distribuição de conteúdos televisivos (e audiovisuais de uma maneira geral). Cada vez mais surgem plataformas que flexibilizam o acesso, permitindo ao telespectador ver a atração que escolher, quando e onde desejar. Sendo assim, torna-se possível para o usuário assistir a programas inteiros ou a partes específicas, apartados da programação, customizando uma grade particular (FECHINE, 2014, p. 115). Esse cenário, bem como a segmentação da audiência em canais temáticos, corrobora com a disseminação na academia do discurso sobre o fim da televisão.

³² Em suas reflexões, Wolton (1996, p. 70) define a “programação” como um ordenamento de imagens em uma grade. Nesse sentido, compreende-se que essa noção se trata de um sinônimo do que se conceitua aqui como “grade de programação”.

Normalmente, essa proclamação da “morte” da televisão corresponde à declaração de óbito do modelo de transmissão *broadcasting*, em que se emite uma programação para grandes audiências (de um para todos). Com o término desse tipo de emissão contesta-se também a manutenção da prática de assistir à televisão seguindo a grade de programação. Pontua-se que, talvez, esse comportamento esteja dando lugar a uma emissão que se dá de um para um (VILELA, 2017, p. 198). No entanto, embora esse discurso ainda seja corrente³³, existem pesquisas que destacam a permanência e a relevância não somente do *broadcasting* – que, por exemplo, é predominante na TV aberta brasileira –, como da grade em si.

Uma dessas pesquisas que argumenta a favor da grade de programação é de Yvana Fechine (2014), desenvolvida a partir de um olhar para experiência televisiva no contexto brasileiro. A autora questiona se, em meio a diversos dispositivos e conteúdos, ainda faz sentido assistir à programação televisiva. Respondendo de maneira afirmativa a essa indagação, Fechine apresenta dois sentidos da programação. O primeiro trata-se do hábito, ou seja, ela faz sentido na medida em que se articula com as práticas e temporalidades cotidianas dos telespectadores. O segundo sentido da programação está na “presença”, que corresponde a uma sensação de “estar com”, “vendo junto” criada pela similaridade da programação e simultaneidade em que ela é transmitida.

Fechine (2014) acrescenta que, em meio ao desenvolvimento das mídias sociais, essa experiência de “ver junto” não chegou ao fim, ao contrário, tem sido reforçada. Ela exemplifica esse fato com a TV Social – que, resumidamente, consiste na conversação em rede desencadeada por estratégias de produções de empresas – que tem estimulado o acompanhamento da grade de programação. Isto é, as emissoras têm fomentado publicações/comentários do público sobre seus programas em *sites* de redes sociais, muitas vezes enquanto eles estão sendo exibidos, conectando os telespectadores em um “sofá expandido” nesse universo on-line. Frequentemente, essas postagens são incorporadas pelas atrações e aparecem nas imagens ou são lidas por apresentadores, ampliando ainda mais essa conversa. Para a autora há também o caso dos conteúdos de “segunda tela” (idealizados para dispositivos móveis), que são materiais complementares ao que é oferecido pelo fluxo televisivo e só fazem sentido ou funcionam em sinergia com o programa principal. Com isso, é necessário que o telespectador acompanhe o que é transmitido na grade para que entenda e possa consumir esse conteúdo

³³ Para tratar do momento atual da televisão, alguns pesquisadores criaram designações como: “pós-televisão”, “hipertelevisão”, “pós-broadcast” e “pós-rede”. Pesquisas como a de Buonanno (2015) e Vilela (2017) apresentam um panorama dessas perspectivas e embates acerca das transformações no meio televisivo. Contudo, não interessa a esta pesquisa optar por uma ou outra dessas correntes, mas sim apresentar o contexto presente do meio televisivo.

expandido. Além disso, em alguns casos, ele sai do ar quando o produto termina na televisão (FECHINE, 2014, p. 13). Dessa forma, Fachine evidencia que, mesmo com novas possibilidades de acesso aos conteúdos, são notórios os estímulos para que os indivíduos continuem seguindo a grade de programação.

Tendo em vista toda a exposição feita até aqui, nota-se que a grade é parte significativa de uma emissora. Contudo, ela nem sempre esteve presente na televisão brasileira e isso será tratado na seção seguinte, que reflete sobre o desenvolvimento dela no país através de um panorama do início da TV, antes da criação do SBT.

1.2. Nos capítulos anteriores: a televisão no Brasil antes da fundação do SBT

[...] a garotinha Sonia, de 5 anos de idade, apareceu na televisão. [...] Lá no estúdio pequeno, vestiram-na com uma calcinha especial, um cocar na cabeça com uma peninha e só. Ela era o indiozinho da televisão. Mandaram e ela disse: *Está no ar a televisão do Brasil*. Era o indiozinho, o símbolo, o logotipo da televisão Tupi de São Paulo (ALVES, 2008, p. 63; grifo do autor).

A televisão chegou ao Brasil graças aos esforços do empreendedor Assis Chateaubriand, que conheceu a nova tecnologia em uma viagem para os Estados Unidos em 1944 e decidiu que a implantaria na sua nação. Experiente no ramo da comunicação, o empresário havia fundado no ano de 1924 o Diários Associados, uma empresa que começou com um jornal e, gradativamente, tornou-se um dos principais conglomerados de mídia brasileiros incluindo cadeias de jornais, revistas e rádios. Essa corporação incorporaria também a primeira estação de TV do país, mas antes de pôr em prática o empreendimento, Chateaubriand esperou o novo meio de comunicação “amadurecer” nos EUA e na Inglaterra e, somente depois disso, solicitou subsídio junto a anunciantes para importá-lo (SIMÕES, 1986, p. 19).

Foi então que, em 1946, quatro grandes empresas nacionais – a Companhia Antarctica Paulista, a Sul América Seguros de Vida, o Moinho Santista e a Organização Francisco Pignatari – se uniram aos Diários Associados na empreitada para viabilizar esse projeto. De acordo com Marialva Barbosa (2010, p. 19), foi o dinheiro proveniente da venda de espaços publicitários por um ano para essas organizações que custeou as duas primeiras estações de televisão do grupo dos Associados. A precursora foi inaugurada em 19 de setembro de 1950, tratava-se da TV Tupi Difusora de São Paulo, também conhecida como PRF-3. Já a segunda, era a TV Tupi do Rio de Janeiro, que começou a transmissão pelo canal 6 no dia 20 de janeiro de 1951.

Em seu primeiro dia no ar, a PRF-3 exibiu o programa “TV na Taba”, comandado por Homero Silva, com apresentações de música e dança clássica, teatro, crônicas sobre esporte e

política, pequenos quadros humorísticos e um infantil, além de uma performance de Lolita Rodrigues cantando o “hino da televisão”, que foi composto para a ocasião (ALVES, 2008, p. 65-67). Contudo, para os dias seguintes não havia nada previamente estabelecido e tudo foi definido naquela mesma noite; em uma reunião de Cassiano Gabus Mendes (diretor artístico) com alguns funcionários, eles resolveram buscar filmes em consulados e exibi-los (ALVES, 2008, p. 70). Esse fato evidencia uma das principais características dos primeiros anos da televisão no país: o improviso.

Naquele período, os profissionais que atuavam no meio televisivo não tinham qualquer experiência com essa nova mídia, assim, se baseavam nos conhecimentos adquiridos no teatro e no rádio para formular o conteúdo. Experimentavam programas, formatos, iluminações, angulações de câmeras e efeitos buscando desenvolver uma linguagem própria para a TV. No entanto, enfrentavam também dificuldades estruturais com um número reduzido de estúdios, que não ofereciam isolamento acústico e uma boa ventilação, além da escassez de equipamentos (BRANDÃO, 2010, p. 46). Sem a possibilidade de gravar e editar os conteúdos de forma ágil e com qualidade, os erros eram transmitidos ao vivo e a solução, muitas vezes, era improvisar. Desse modo, com o limitado recurso financeiro e material, a criatividade era mais uma faceta usual desses profissionais.

Outro fator marcante desse momento inicial era o número reduzido de pessoas que tinham televisores. Seis anos antes da implantação dessa nova tecnologia, circulou um anúncio sobre a sua chegada no Brasil corroborando com a construção de um imaginário sobre o produto (BARBOSA, M. 2010, p. 22). Contudo, não houve uma preocupação prévia em promover a formação de um público televisivo, tampouco ações para impulsionar a fabricação de receptores no país, com isso, “a TV brasileira acontece na base do ‘cheguei’” (SIMÕES, 1986, p. 23). Por exemplo, conta-se que foi apenas um mês antes da inauguração da PFR-3 que descobriram que não havia um televisor sequer entre a população para captar as imagens. Diante disso, Chateaubriand mandou contrabandear do exterior duzentos receptores. Ele, então, comprou metade desses aparelhos para presentear empresários e personalidades – entre elas o presidente em exercício Eurico Gaspar Dutra –, e o restante foi colocado à venda nas vitrines de lojas (MORAIS, 1994, p. 500).

No final de 1951, havia no Brasil – concentrados entre Rio e São Paulo – 7 mil televisores, passando para cerca de 11 mil em 1952 (BARBOSA, M. 2010, p. 20; SIMÕES, 1986, p. 23). Ainda que o salto tenha sido de 4 mil aparelhos entre um ano e outro, tratava-se

de uma quantidade pequena se comparada aos 51.944.397³⁴ habitantes do Brasil contabilizados pelo Censo em 1950. Nesse sentido, salienta-se a fala de Simões (1986) de que, na década de 1950, o país não apresentava condições socioeconômicas favoráveis ao desenvolvimento próspero e imediato da TV. A população brasileira era predominantemente rural e o rádio e o cinema figuravam como os meios mais populares.

Pontua-se que o aspecto financeiro também influenciava na baixa aquisição de televisores no país. A princípio, como os receptores eram importados, isso encarecia o custo. Posteriormente, em 1951, começaram a ser produzidos nacionalmente pela marca Invictus, porém, ainda assim tinham um preço elevado para a maior parte dos brasileiros. A título de exemplo, um aparelho da Invictus era três vezes mais caro que uma radiola, até então um dos maiores objetos de desejo da classe média ascendente (BARBOSA, M. 2010, p. 20).

Devido a essa particularidade, o modo de se assistir ao novo meio tornou-se compartilhado. Isto é, uma vez que nem todos tinham condições de comprar televisores, as pessoas passaram a se reunir nas salas das casas de vizinhos que possuíam TV para poder ver os programas favoritos, constituindo, assim, os chamados “televizinhos”. Segundo Marialva Barbosa (2010, p. 32), isso revela que o “ver com” – em que se compartilha opiniões sobre o que está sendo exibido com a pessoa ao seu lado – estava presente desde as primeiras emissões televisivas em nosso país.

Vale ressaltar que, de acordo com Sérgio Mattos (2010), a história do desenvolvimento da televisão é dividida em diferentes fases³⁵. Para o autor, esse período inicial, em que a televisão era considerada um artigo de luxo para a população, é denominado “elitista” e transcorreu entre os anos de 1950 e 1964.

Em relação à programação, o que se via nos primeiros meses da televisão na TV Tupi de São Paulo era uma busca por conteúdos que preenchessem os horários (BRANDÃO, 2010, p. 38). Assim, copiava-se boa parte dos programas do rádio e a grade era estruturada apenas de forma verticalizada. Inicialmente, as emissões ocorriam de segunda a sábado, começando às 20h e com uma duração de, aproximadamente, uma hora e meia. Em outubro de 1950 passou-se a exibir partidas de futebol aos domingos e, gradativamente, estendeu-se também o tempo de transmissão diária, iniciando-se às 17h. De um modo geral, a maioria das atrações eram

³⁴ Dado coletado pelo IBGE. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/67/cd_1950_v1_br.pdf>. Acesso em: 5 mai. 2017.

³⁵ Mattos (2010) elenca sete fases: a primeira delas é a de 1950 a 1964, chamada elitista; a segunda é a populista e ocorreu entre 1964 a 1975; a terceira ocorreu entre 1975 e 1985 e foi a fase do desenvolvimento tecnológico; a quarta foi a fase da transição e da expansão internacional, compreendida entre 1985 a 1990; entre os anos de 1990 a 2000 foi a fase da globalização e da TV paga; a partir de 2000 até o presente é a fase da convergência e da qualidade digital.

feitas e transmitidas ao vivo. O restante da grade era composto por alguns filmes e por uma pequena quantidade de materiais captados para exibição através do telecine. Como afirma Nunes (2013), em 1950, a programação da PFR-3 era variada, formada por:

[...] reportagens (“Imagens do dia”, de Rui Rezende e Paulo Salomão); Vídeo político com Maurício Loureiro Gama (comentários das eleições); apresentações musicais (orquestras, cantores do rádio, instrumentistas, etc); dança; documentários; lutas (Ring na TV, Hercules e seus lutadores), desenho animado; telefilme; mágica; poesia; humor (Rancho Alegre com Mazzaroppi); Folclore com Alceu Maynard Araújo; Teatro de Walter Forster; entre outros (NUNES, 2013, p. 170).

Quando a TV Tupi do Rio de Janeiro foi fundada, buscou-se apresentar conteúdos similares nas duas estações. Mas como a programação era majoritariamente ao vivo e o alcance de transmissão era muito limitado, a solução para replicar o material localmente com algumas adaptações. Ou seja, produziam e exibiam as mesmas atrações com apresentadores e equipes diferentes em cada região. Para manter um certo padrão esse esquema também foi aplicado nas emissoras (próprias e afiliadas) dos Diários Associados que se sucederam em meio a essa limitação técnica de reprodução.

Entre os programas ficcionais vinculados no primeiro decênio da TV, os que despontavam como de maior prestígio para os profissionais do meio, os críticos e o público – o qual, vale ressaltar, era pequeno e composto por uma elite circunscrita, especialmente, no eixo entre Rio e São Paulo – eram os teleteatros. De acordo com Brandão (2010, p. 37), a estima por essas atrações decorria do fato de que se abasteciam de clássicos da dramaturgia e literatura mundiais advindos de uma “alta cultura” e, também, porque levavam para a televisão atores renomados do teatro brasileiro.

Nesse período, as telenovelas também eram produzidas, mas, diferente dos teleteatros, eram consideradas um produto inferior (HAMBURGUER, 2005, p. 27). Elas ainda não eram diárias e suas transmissões ocorriam por três ou quatro meses, duas ou três vezes na semana com duração dos capítulos de, aproximadamente, vinte minutos. Além disso, elas não eram frequentes na programação e, quando uma trama chegava ao fim, a emissora nem sempre a substituía por outra. Isto é, às vezes, uma atração distinta era colocada no horário (BRANDÃO, 2010, p. 49).

Durante a década de 1950, a Tupi vivenciou um momento promissor, expandindo-se para outras regiões do país – como Belém, Belo Horizonte, Campina Grande, Curitiba, Fortaleza, Goiânia, Porto Alegre, Recife, Salvador e São Luís (HAMBURGUER, 1998, p. 444) – e figurando como líder absoluta em audiência. Contudo, ela não era a única, entre 1955 e 1961, por exemplo, foram fundadas 21 emissoras no país (BARBOSA, M. 2010, p. 21). Dentre

as concorrentes das Associadas estavam: a TV Paulista, criada em 1952; a TV Record de São Paulo, que ganhou a concessão em novembro de 1950, mas só entrou ao ar oficialmente em 1953; a TV Rio, fundada em 1955.

Foi no início dos anos 1960 que se inaugurou a TV Excelsior³⁶, responsável por mudanças significativas no modo de fazer televisão no Brasil. Até então vigorava na TV o aluguel de horários, nos quais poderia produzir o que se desejasse, e as atrações eram fortemente submetidas às ordens dos patrocinadores. No entanto, com a chegada dessa nova rede essa relação começou a mudar. A TV Excelsior estabeleceu políticas internas a partir das quais os anúncios deveriam ser reservados aos intervalos comerciais e, no caso dos programas, poderiam ser feitos apoios comerciais, porém, estariam subordinados aos departamentos especializados das emissoras. Contudo, não foram todas as emissoras que incorporaram esse novo trato com os anunciantes. A TV Tupi, por exemplo, manteve o sistema de locação de horário (SIMÕES, 1986, p. 42).

Com uma perspectiva empresarial, a TV Excelsior passou também a oferecer salários mais elevados para quem compusesse seu quadro profissional e a investir na produção de telenovelas, com a criação de departamentos específicos³⁷ como os de figurino e de cenografia (BRANDÃO, 2010, p. 54). Além disso, introduziu-se³⁸ no país uma concepção de grade de programação estruturada em uma malha vertical e horizontal, que obedecia a horários e dias previamente estabelecidos. Segundo Bergamo (2010), a TV Excelsior deu início a um processo em que a grade começou a ser pensada para se ajustar, cada vez mais, à “rotina familiar”. Nessa conjuntura, a televisão foi deixando de lado, aos poucos, a característica de “lazer noturno familiar”, estendendo seus horários para períodos matutinos e vespertinos, e firmando-se como forma de “lazer” e “informação” para as famílias brasileiras (BERGAMO, 2010, p. 64).

Nesse período, a tecnologia do videoteipe foi implementada no país, possibilitando que a TV Excelsior produzisse e transmitisse a primeira telenovela diária em 1963. Intitulada “2-5499 Ocupado” a trama era uma adaptação de um roteiro originalmente argentino. Destaca-se que recorrer a textos de outras regiões da América Latina como Argentina, Cuba e México era um hábito comum no início da produção de telenovelas brasileiras. De mesmo modo, profissionais de outros países foram trazidos para atuarem nas redes de televisão nacionais.

³⁶ A primeira emissora dessa rede foi TV Excelsior de São Paulo, que entrou no ar em 9 de julho de 1960.

³⁷ O primeiro departamento de telenovela foi criado em 1962 pelo argentino Tito di Miglio na TV Excelsior.

³⁸ A TV Globo foi responsável pelo aprimoramento dessa concepção de grade nos anos seguintes (SIMÕES, 1986).

Em 1965, Roberto Marinho, proprietário das Organizações Globo³⁹, criou a TV Globo do Rio de Janeiro. Essa nova emissora causou um forte impacto na indústria televisiva, tendo em vista que surgiu ancorada por um acordo com o grupo *Time-Life*, que deu a ela suporte financeiro e conhecimento técnico para desenvolver uma empresa moderna, diferentes das atuantes no país. No entanto, essa associação gerou um grande debate entre o setor televisivo e político, pois não era permitido por lei que instituições estrangeiras gerenciassem empresas de comunicação. Então, em 1969, o governo julgou definitivamente ilegal a sociedade e a TV Globo foi nacionalizada. Porém, mesmo com o pouco tempo de fusão com *Time-Life*, a Rede Globo⁴⁰ adquiriu instrumentos valiosos para se expandir e assumir a liderança entre as audiências.

Já no âmbito político, até o início dos anos 1960, não havia muita regulamentação sobre a televisão no Brasil. Foi a partir de 1964, no regime ditatorial, que o governo aumentou as intervenções nesse setor. Considerando a indústria televisiva estratégica, os militares passaram a investir em sua infraestrutura através de financiamentos diretos e do desenvolvimento de uma estrutura nacional de telecomunicações. Simultaneamente, foram criados órgãos de controle e censura, que reforçavam a ingerência do Estado sobre esses meios (FREIRE FILHO, 2004; HAMBURGUER, 1998).

Nesse contexto, o governo propiciou também a diminuição de preços e a ampliação de crediário, o que fez com que a compra de televisores crescesse exponencialmente, alcançando um público de menor poder aquisitivo pertencente as classes C e D. Assim, buscando atingir esse perfil da audiência, as emissoras ampliaram o investimento em conteúdos populares para a grade de programação. Para Mattos (2010), essa fase – compreendida entre 1964 e 1975 – denomina-se “populista”.

Preenchem a TV atrações denominadas como “popularescas”, um termo oriundo da crítica de espetáculos teatrais utilizado para caracterizar o que era considerado “vulgar”, “grosseiro”, “malicioso” e “pouco elaborado” (MIRA, 1995, p. 29, p. 127). Com uma conotação negativa, o “popularesco” refere-se à degenerescência do popular (MIRA, 2010, p. 166). Até mesmo alguns programas jornalísticos eram tachados desse modo, tendo em vista que muitos deles exploravam o chamado “mundo cão”. Ou seja, tratavam de temáticas ligadas, por

³⁹ Naquele período, esse conglomerado de mídia incluía empresas do setor impresso e radiofônico, com o passar dos anos foi ampliando sua área de atuação e, atualmente, conta com diversas empreendimentos como, por exemplo, Globo Filmes, Globosat, Som Livre, entre outras. Além disso, a partir de 2014 esse conjunto de empresas passou a ser denominado de “Grupo Globo”. Disponível em: <http://www.grupoglobo.globo.com/noticias/marca_grupo_globo.php>. Acesso em: 18 mai. 2017.

⁴⁰ A Globo se estabeleceu como uma rede de televisão em 1966, quando a TV Paulista foi comprada por Roberto Marinho.

exemplo, à violência urbana, e exploravam mazelas humanas, levando à televisão personagens como mendigos, viciados, ladrões e loucos. Um exemplo desse tipo de programa é “O Homem do Sapato Branco”, que foi apresentado em 1963 por Jacinto Figueira Júnior na TV Cultura (à época, pertencente aos Diários Associados) e, posteriormente, entre 1968 e 1969, na TV Globo (MIRA, 1995, p. 110; RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 111).

Foi nessa conjuntura de ênfase à uma programação “popular” que os “eruditos” teleteatros começaram a perder espaço para as telenovelas, que os substituíram definitivamente no ano de 1967 (MIRA, 1995). Contudo, dentre essas atrações que objetivavam agradar o “grande público” destacam-se os programas de auditório, que tiveram início no Brasil na década de 1930 com os programas de calouros nos rádios. Esses foram incorporados pela TV desde o decênio de 1950, porém foi nos anos 1960⁴¹ que se multiplicaram e cresceram em popularidade nessa mídia (MIRA, 1995, p. 30).

Com diversas apresentações, concursos, prêmios entre outras formas de entretenimento, os programas de auditório constituíram-se como uma bricolagem entre características do circo e de festas populares (MIRA, 1995, p. 125), em que a participação da plateia é fundamental. Neles, despontaram⁴² marcantes comunicadores da televisão brasileira, como Abelardo Barbosa (o Chacrinha), Flavio Cavalcanti e Silvio Santos, o fundador do SBT. No entanto, ainda que muito relevante para a TV, a trajetória de Silvio será relatada mais adiante, pois, neste momento, o trabalho irá se ater às atuações dos outros dois apresentadores.

Chacrinha e Flavio Cavalcanti estrearam na televisão em meados da década de 1950⁴³. No decorrer da década de 1960, ambos passaram por várias emissoras como a TV Rio, a TV Tupi e a TV Excelsior. Em 1967, Chacrinha foi para a TV Globo, apresentando: “Discoteca do Chacrinha” e o programa de calouros “A Hora da Buzina”. A “Discoteca do Chacrinha” foi uma das suas atrações mais emblemáticas. O comunicador havia iniciado ela no rádio e transposto, posteriormente, para a TV, passando por diferentes redes de televisão. Nesse

⁴¹ Durante a década de 1960, os programas de auditório lideravam audiências, apenas entre 1965 e 1967 foram ofuscados pelo grande sucesso dos programas musicais transmitidos pela TV Record. No entanto, posteriormente, superaram os concorrentes retomando a liderança (MIRA, 1995, p. 31). É possível aprofundar-se sobre essas questões no texto “A MPB na era da TV” (2010) de Napolitano, em que o autor descreve a trajetória de êxito da música na televisão nesse período.

⁴² É importante pontuar que eles não eram novos nos meios de comunicação. Esses comunicadores, bem como muitos desse período, iniciaram as carreiras no rádio e, posteriormente, migraram para a televisão. Muitos, inclusive, já eram famosos no meio radiofônico e, por isso, foram convidados para atuar na TV.

⁴³ Há informações destoantes sobre o início da carreira na televisão desses apresentadores. Enquanto alguns autores (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010) relatam que Chacrinha iniciou em 1956 na TV Rio e que Flavio Cavalcanti estreou um ano antes na mesma emissora, outros (PENTEADO, 1993; MONTEIRO, 2014) contam que Chacrinha começou na TV Tupi em 1956 com quatro programas e Flavio também na mesma estação de TV, mas em 1957, e com apenas um programa.

programa, suas vestimentas eram fantasias, apresentava concursos variados – como, por exemplo, o cachorro mais belo, a galinha que colocava ovos mais depressa ou, ainda, o cão com o maior número de pulgas –, premiava os participantes, jogava alimentos para a plateia – como sacos de farinha e café –, além de contar com as “sensuais” chacretes dançando no palco (MONTEIRO, 2014; RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010).

Flavio Cavalcanti, a partir de 1966, se estabeleceu na TV Tupi – onde já havia trabalhado anteriormente. Nessa emissora, conduziu distintas atrações como “Um Instante, Maestro!”, “A Grande Chance”, “Sua Majestade é a Lei” e, a partir de 1970, estreou o “Programa Flavio Cavalcanti”. Esse último era composto por concursos, premiações, quadros de reportagens e entrevistas. Segundo Monteiro (2014), tratava-se de um programa similar ao “A Hora da Buzina”, porém, um pouco mais sofisticado e não havia alimentos sendo jogados para o auditório. Flavio vestia-se de terno, falava de forma enérgica e tinha como característica tirar e colocar os óculos de grau frequentemente.

Nessa fase, Chacrinha e Flavio eram concorrentes diretos⁴⁴ aos domingos. Em uma disputa “destemida” pelos altos números de audiência, eles apelavam, cada vez mais, com o uso de atrações sensacionalistas⁴⁵ (SIMÕES, 1986). Como consequência, alcançavam o objetivo e se destacavam com bons números no IBOPE. Entretanto, paralelamente, inúmeras críticas a eles estampavam jornais da época, rotulando os programas de auditório, juntamente com os “enlatados”⁴⁶, como “[...] os principais responsáveis pela má qualidade da programação de TV nos anos [19]60” (MIRA, 1995, p. 30).

No artigo “Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira” (2004), Freire Filho⁴⁷ revisitou as críticas feitas à mídia televisiva no Brasil ao longo dos anos. Através desse trabalho, é possível constatar que, nos primórdios da TV no país, ela era elogiada pela elite intelectualizada por se aproximar de clássicos da literatura com seus teleteatros e, também, por transmitir apresentações de manifestações da “alta cultura” como, por exemplo, o

⁴⁴ Silvio Santos também era concorrente de Flavio, uma vez que nesse período também atuava na TV Globo aos domingos. No entanto, Chacrinha e Flavio protagonizavam a disputa com episódios marcantes na história da televisão.

⁴⁵ Entende-se que o termo “sensacionalista” e/o u “sensacionalismo” é complexo e possui distintas apropriações. Muitas vezes, intitular um produto como sensacionalista, por exemplo, é reduzi-lo à “manipulação, degradação ou interesse comercial” (AMARAL, 2005, p. 2). No entanto, essa como outras são percepções problemáticas e simplistas do conceito. Em razão disto, é necessário destacar que a utilização do termo (e seus correlatos) nesta dissertação distancia-se de uma conotação comparativa ou negativa sobre produções designadas como tal.

⁴⁶ “Enlatados” é uma denominação para os produtos importados de outros países. Ressalta-se que nos primeiros anos do Golpe Militar essas produções ocuparam 50% da programação da televisão brasileira. Mattos (2010, p. 97) aponta que eram produtos “mais baratos e não causavam transtornos com a censura vigente” no período.

⁴⁷ Outras contribuições do autor sobre o tema: Cf. FREIRE FILHO, João. TV de qualidade: uma contradição em termos?. *Líbero*, ano IV, v. 4, n. 7-8, p. 86-95, 2001.

balé e a ópera. No entanto, no início da década de 1960, começaram a aparecer nos jornais e revistas, rejeições ao modelo de televisão comercial e às suas programações. Recriminavam, dentre outras coisas, a forte presença dos filmes estrangeiros e a baixa frequência das “artes verdadeiras” como “a música, o teatro, o cinema, o *ballet* e a pantomima” (FREIRE FILHO, 2004, p. 94).

Notabiliza-se que, no final dos anos 1960 – quando os conteúdos populares já preenchiam a maior parte das grades de programação –, as críticas se intensificaram e recaíram, não somente sobre os programas de auditório, mas sobre diversos produtos televisivos do período. Nos trechos de reportagens reproduzidos por Freire Filho (2004), é possível observar, por exemplo, a condenação às telenovelas e aos os programas que exploravam o “mundo cão”. Dizia-se que a TV era uma “fábrica de psicopatas”, sinônimo de “entorpecimento” e “alienação”, e que por conta da programação, os telespectadores da elite com maior nível cultural mantinham, em protesto, os seus receptores desligados (FREIRE FILHO, 2004, p. 96). Nesse cenário surgiu uma campanha para extinguir o que chamavam de “grotesco na televisão”:

[...] organizada, no Rio de Janeiro, pela *Última Hora*. Eli Halfoun, colunista de TV do jornal, descera seguidamente a lenha nos programas que conseguiam audiência à custa da “exploração gratuita da miséria, do analfabetismo, do subdesenvolvimento”. A plataforma do crítico não era a defesa de uma “televisão cultural”; contentava-se, apenas, com uma “televisão sadia”, desocupada de atrações que abusavam da “boafé” do público, como *Desafio à Bondade* (TV Tupi), *SOS Amor* (TV Globo), *Casamento na TV* (TV Globo), *Dercy de Verdade* (TV Globo) e o infame entre os infames, *O Homem do Sapato Branco* (TV Globo) (FREIRE FILHO, 2004, p. 96-97, grifo do autor).

É necessário pontuar que, embora as críticas desse período perpassem por questões relacionadas ao que se convencionou chamar de “TV de qualidade” (ou na expressão original “*quality television*”), o conceito ainda não havia sido cunhado. Ele só aparecerá na academia mais tarde, na década de 1980, no contexto britânico (FREIRE FILHO, 2001, p. 92). Nessa conjuntura, as discussões incluíam tanto os aspectos estéticos quanto os éticos – que estavam associados ao papel social da televisão, bem como sua função educativa (ALVES, C. 2010, p. 52).

Ao tratar sobre o uso do conceito “TV de qualidade” no Brasil, destaca-se a reflexão desenvolvida por Freire Filho (2001) acerca das problemáticas de sua utilização em revistas e jornais sobre cultura e televisão. O autor aponta que, em alguns casos, o termo pareceu tornar-se sinônimo de “TV sem bunda”, com uma roupagem de um “discurso moralizante”, enquanto em outros tornou-se sinônimo de uma programação *midicult*, que tem o papel de informar e instruir o grande público. Vale ressaltar que o texto em questão data do início dos anos 2000, porém, a despeito do período, é importante para situar a associação reducionista que a “TV de

qualidade” ganhou em determinados contextos. Além disso, nos dias de hoje, ainda é possível localizar esse discurso no senso comum, muitas vezes, por exemplo, colocando “TV de qualidade” como o antagonico ao que se apresenta no SBT.

Retomando o debate acerca do “grotesco na televisão” no final dos anos de 1960 e início dos anos 1970, destaca-se um episódio considerado como a expressão do “baixo nível” na televisão, envolvendo Chacrinha e Flavio Cavalcanti, que gerou fortes repercussões. Em 29 de agosto de 1971, os comunicadores levaram aos seus respectivos programas – “A Hora da Buzina”, na TV Globo e “Programa do Flavio Cavalcanti, na TV Tupi” – a mãe de santo Dona Cacilda que recebia a entidade “Seu Sete da Lira”, um exu da Umbanda. Durante a participação, a senhora chamou aos palcos pessoas que ela havia curado da cegueira, câncer e deficiências locomotoras. Também fumou charuto, rezou, cantou e jogou cachaça no auditório. Toda essa performance causou tumulto e histeria nas plateias, resultando em reações negativas por parte do governo e da igreja, que classificaram os acontecimentos, dentre outras coisas, como “exploração da credence popular”, “charlatanismo” e “atividades pseudo-religiosas” (MIRA, 1995, p. 36).

Por conta dos conteúdos tidos como “apelativos” e das condutas consideradas como “impróprias”, a Censura do governo já havia punido Chacrinha, bem como Dercy Gonçalves, com afastamento da televisão por um determinado tempo. Mas no caso do “Seu Sete da Lira”, foram as próprias emissoras envolvidas (Tupi e Globo) que reagiram, redigindo e assinando um protocolo de autocensura, antecipando-se, assim, às possíveis medidas punitivas governamentais. O documento estabelecia, dentre outros pontos, que seria proibido apresentar, em qualquer programa, pessoas portadoras de deformações físicas ou mentais, assim como não seria permitido se valer de credences ou incitar superstições. Ficava vetado também promover quadros ou concursos, que explorassem a miséria, a desgraça, a degradação e a tragédia humanas (TVS..., 1971, p. 12). Todavia, mesmo com a formulação do protocolo, em 10 de maio de 1972, o Ministério das Comunicações instituiu que “[...] todas as emissoras deveriam gravar antecipadamente os programas de auditório, submetendo-os à autocensura ou à censura oficial” (MIRA, 1995, p. 37).

Depois disso, em dezembro de 1972, Chacrinha foi demitido da TV Globo e contratado pelo TV Tupi. Pouco mais de um ano depois, foi dispensado da rede das Associadas, que não tinha condições de pagar o seu salário e cumprir suas demandas em relação à produção. Então, em 1975, migrou para TV Record, ficando até 1977. Nesse ano retornou para Tupi, onde acabou se afastando da televisão até os anos 1980. Paralelamente, a trajetória de Flavio Cavalcanti

também decaiu. Em 1973, ele se envolveu com outro acontecimento polêmico e seu programa foi suspenso por dois meses pela Censura. Aproximadamente um ano depois, seu contrato chegou ao fim e ele foi para TV Rio (MIRA, 1986, p. 38-39; RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 120).

A partir de 1973, os programas de auditório, juntamente com várias atrações humorísticas, começaram a ter sua participação reduzida nas grades de programação, chegando quase a serem suprimidos do meio televisivo (MIRA, 1995, p. 31). Uma das poucas atrações do gênero que se mantém é a de Silvio Santos. De acordo com Ribeiro e Sacramento (2010, p. 122), “[...] sua permanência fazia sentido”, o comunicador “[...] se utilizava muito das técnicas de comunicação radiofônica e da interação com o público no auditório, mas não era apelativo e nem abusava de elementos considerados grotescos”.

Assim, observa-se, ao longo da década de 1970, o engendramento de um processo modernizador na televisão brasileira, especialmente na Rede Globo, onde foram realizadas grandes mudanças nas produções e na grade de programação. As transformações nessa emissora incluíam, entre outros aspectos: uma profissionalização da TV através da contratação de especialistas advindos do mercado publicitário; alterações na grade, com o apagamento de programas “popularesco”, a inclusão de atrações “modernas” e/ ou modernização dos conteúdos existentes; estabelecimento de um “padrão de qualidade”, que exigia um cuidado visual e técnico na elaboração dos programas. Corroborando com esse panorama, salienta-se a classificação de Mattos (2010) que determina os anos de 1975 a 1985 como a fase do “desenvolvimento tecnológico”, na qual as redes de TV aperfeiçoaram a produção, objetivando, inclusive, à exportação.

Nesse contexto de inovações e refinamento das produções televisivas, a Rede Globo se solidificava como líder de audiência. Enquanto isso, a TV Excelsior já havia sido cassada pelo governo militar em 1969 e a TV Tupi mantinha o segundo lugar, porém vivenciando reflexos de uma crise financeira e administrativa, que levariam ao seu desmantelamento em 1980. Foi devido à extinção dessas emissoras que o surgimento do SBT se tornou possível, e é sobre a trajetória dele que este trabalho irá se debruçar na próxima seção.

1.3. A trajetória do SBT

1.3.1. “Ma ôe”⁴⁸, quando tudo começou

Consegui ser dono de televisão por acaso, não foi uma coisa perseguida por mim. – Depoimento [de Silvio Santos] para o livro 50 anos de TV no Brasil, organizado por J.B. de Oliveira, [em 2000] (MORGADO, 2017, p. 120).

A história da fundação do SBT está intrinsecamente relacionada com a trajetória do seu fundador, Senhor Abravanel – popularmente conhecido como Silvio Santos. Com aspirações empreendedoras, Senhor começou a trabalhar como camelô na década de 1940. Devido ao seu talento para vendas, o jovem, na época com quatorze anos, chamou a atenção de um diretor da fiscalização da Prefeitura, que o mandou procurar um amigo na Rádio Guanabara. Então, ele passou em primeiro lugar em um concurso de locutores e ficou por um mês trabalhando na rádio (SILVA, A. 2000). Assim, teve início seu percurso nos meios de comunicação de massa.

Posteriormente, Silvio chegou a atuar em outras rádios no Rio de Janeiro, como a Rádio Mauá, a Rádio Tupi e a Rádio Continental (SILVA, A. 2000). Nos anos de 1950, ele decidiu passar uma temporada em São Paulo trabalhando na Rádio Nacional para juntar dinheiro e quitar algumas dívidas e, o que era para ser uma estadia passageira, tornou-se uma moradia fixa. Entre os anos de 1950 e 1958, Silvio partilhou sua carreira de locutor com diversas outras atividades: abriu um bar, fabricou “folhinhas”, fez figuração na televisão, trabalhou no circo, realizou uma campanha política em troca de um carro, lançou uma revista de charadas e palavras cruzadas e atuou como ajudante de animador no programa televisivo “A Praça da Alegria” de Manoel de Nóbrega, seu colega de trabalho na Rádio Nacional (MIRA, 1995, p. 11).

Naquele período, Silvio Santos foi convidado por Manoel de Nóbrega⁴⁹ para ajudar a encerrar uma sociedade que havia dado errado. Ele deveria ressarcir os compradores e fechar o negócio (SILVA, A. 2000). Tratava-se do Baú da Felicidade, empreendimento que vendia carnês que deveriam ser pagos mensalmente a fim de fornecer aos compradores uma cesta de brinquedos no final do ano (MIRA, 1995, p. 12-13). Senhor Abravanel viu ali uma grande oportunidade e pediu para ser sócio de Nóbrega e salvar o Baú. Após algum tempo, Manoel de Nóbrega, que considerava o ramo muito arriscado, preferiu se retirar da sociedade e o presenteou com o negócio (MIRA, 1995, p. 14). O Baú da Felicidade foi, então, o início de uma

⁴⁸ Um dos bordões utilizados por Silvio Santos, que pode ser entendido como uma forma do apresentador de falar “mas, oi”.

⁴⁹ Ao longo dos anos apareceram outras pessoas reivindicando a criação do Baú da Felicidade (MIRA, 1995, p. 12), contudo, optou-se por descrever neste trabalho a história relatada na biografia de Silvio Santos “A Fantástica História de Silvio Santos” (2000) de Arlindo Silva.

série de empreendimentos que iriam compor futuramente o Grupo Silvio Santos (MIRA, 1995, p. 21).

Na televisão, Silvio Santos iniciou como animador em 1961 com o programa “Vamos brincar de força?” exibido na TV Paulista. Buscando reforçar a divulgação do Baú, em 2 de junho de 1963, estreou, nessa mesma emissora, o “Programa Silvio Santos”. Apresentada aos domingos, a atração tornou-se um grande sucesso de público (MORGADO, 2017, p. 59). Em 1965, a TV Paulista foi comprada pela Rede Globo e, com o processo modernizador da Globo, eles passaram a exigir uma série de padrões aos locatários – dentre eles, o próprio Silvio, que alugava horas da programação. Assim, o comunicador que já produzia seu programa, ampliou sua equipe para realizar as melhorias no padrão de produção (MIRA, 2010, p. 162).

Em 1973, o animador comprou 50% das ações do Grupo Record⁵⁰, que estava em crise devido à ascensão da Globo. A negociação ocorreu em sigilo, tendo em vista que uma das cláusulas do seu último contrato com a Rede Globo (que tinha vigência de 1971 a 1976) o proibia de pleitear concessões e adquirir ações de outras emissoras. Com o decorrer dos anos, Silvio passou a investir, cada vez mais, no setor de comunicações e, em 1974, fundou a central de produções Studios Silvio Santos de Cinema e Televisão, situada na Vila Guilherme, que se ocuparia da produção e distribuição, não somente do “Programa Silvio Santos”, mas de uma série de outros programas “populares” (MIRA, 2010, p. 163). No ano seguinte, em 1975, o apresentador e empresário obteve a licença para operar o canal 11 de televisão do Rio de Janeiro, que se tornou a TV Studio (TVS).

Em 30 de setembro de 1980, juntando canais das extintas TV Tupi, TV Excelsior de São Paulo e TV Continental do Rio de Janeiro, o governo abriu uma licitação de duas novas redes de televisão⁵¹ (SILVA, A. 2000, p. 93). Nessa disputa, Silvio Santos ganhou a concessão de quatro canais que, somados à TVS do Rio, constituíram, oficialmente, em 25 de março de 1981⁵², o Sistema Brasileiro de Televisão (SILVA, A. 2000).

1.3.2. Os primeiros anos do SBT: a retomada do “popularesco”

A minha televisão será diferente de todas as que existem. Não dependerá de Ibope. Seria mesmo a televisão que o povo e o governo gostaria de ter no momento. – [Silvio Santos para] *Veja*, 28 de maio de 1975 (MORGADO, 2017, p. 121).

⁵⁰ O Grupo Record foi vendido por Silvio Santos e seu sócio Paulo Machado de Carvalho em 1989 para o Bispo Edir Macedo.

⁵¹ Uma com quatro canais e outra com cinco.

⁵² Essa é data em que o presidente em exercício, João Figueiredo, assinou o decreto de concessão da rede para Silvio Santos. Porém, foi somente em 19 de agosto de 1981 que a emissora iniciou as transmissões.

Ao entrar no ar, o Sistema Brasileiro de Televisão retomou uma série de atrações que haviam sido rechaçadas da televisão brasileira na década de 1960. Estavam de volta, por exemplo, “O céu sem limite”⁵³ (que passou a se chamar “Show Sem Limite”), “O Homem do Sapato Branco” e “Programa Flavio Cavalcanti”. A nova emissora recuperou também programas originários da década de 1970 que estavam na Tupi à época de sua extinção. O restante da grade de programação foi composto por “enlatados” (desenhos, seriados, filmes e novelas) e por novos produtos feitos a partir de bases familiares para o público, tais como “[...] shows musicais, humor e variedades, gravados com a presença de auditório, alguns com boa dose do que se considera na imprensa como ‘sensacionalismo’” (MIRA, 2010, p. 164-165). Seguindo essa lógica de “recuperação”, para complementar a sua equipe foram trazidos muitos profissionais que estavam afastados do mercado televisivo.

A partir da análise da grade do SBT, em 1981, no ano de sua estreia, nota-se que grande parte era constituída de produtos estrangeiros e voltados para o público infantil. No entanto, destaca-se entre as atrações dessa época, “O Homem do Sapato Branco” e “O Povo na TV”, que reviviam o “mundo cão” na televisão. A primeira, refere-se a um dos programas mais criticados na década de 1960 por explorar a miséria humana. A segunda, “O Povo na TV”, tinha sido lançada pela TV Tupi no final da década de 1970 com o título “Aqui e Agora”. Apresentando-se como “um serviço de utilidade pública” (MIRA, 2010, p. 165), o programa era exibido diariamente e trazia diversas atrações, como: música, notícias do dia-a-dia e matérias relacionadas com moda, culinária, turismo, entre outros temas. Porém, os que mais se sobressaíam eram as reportagens policiais, os debates sobre questões relacionadas com o bem-estar da população e as pessoas pobres que apareciam no programa pedindo algum tipo de auxílio – médico, jurídico e/ ou financeiro. Em uma dessas ocasiões, exibiu-se a morte de um bebê ao vivo, quando a mãe foi pedir ajuda para conseguir atendimento médico (ROXO, 2010, p. 187). “O Povo na TV” apresentava ainda curas ao vivo realizadas por Lengruber, uma espécie de médico espiritual (MIRA, 1995, p. 114; MIRA, 2010, p. 165). Com isso, a exploração das mazelas da população, bem como de suas crenças e superstições também haviam sido retomadas pelo SBT.

Conduzindo as histórias de uma forma melodramática, o apresentador de “O Povo na TV” buscava prender a atenção de seus telespectadores. O programa alcançava 15 pontos no Ibope, com picos de 20, chegando a empatar com a Rede Globo (MIRA, 2010, p. 165). Da

⁵³ Primeiro programa de auditório a alcançar popularidade, marcando um índice de 92% de audiência (MIRA, 1995, p. 107).

mesma forma, as outras atrações da grade traziam bons índices de audiência, como era o caso das telenovelas, que começaram a ser transmitidas no ano seguinte à inauguração da emissora. A maior parte delas era importada de outros países da América Latina ou eram adaptações de textos dessas regiões. Por exemplo, entre as primeiras produções estavam “Destino” (1982) – uma adaptação de um roteiro mexicano – e a original do México, “Os Ricos Também Choram” (1982). Ambas foram reprisadas no ano subsequente e o êxito do produto inteiramente importado foi tão grande no país, que o SBT decidiu firmar uma parceria com a emissora mexicana responsável pela produção, a Televisa (MOTTA, 2006, p. 47).

Com essa programação, o SBT surge com um apelo popular e é batizado de “TV Povão” (MIRA, 1995, p. 128). Tendo em vista essa identidade “popular” associada à emissora de Silvio Santos e a complexidade relacionada ao termo, faz-se necessário problematizar essa conceituação e, para isso, toma-se como referência as ponderações de Hall (2003) sobre a temática. Segundo o autor, essa palavra pode ter distintos significados, sendo a mais corrente no senso comum a de que é “‘popular’ porque as massas o escutam, compram, leem, consomem e parecem apreciá-lo imensamente” (HALL, 2003, p. 253). Outra definição indica como “popular” tudo aquilo que “o povo” faz ou fez (HALL, 2003, p. 256).

No entanto, independente das distintas definições, o que Hall (2003) pretende apresentar como “popular” é uma denominação complexa, que implica embates. Nesse sentido, o autor opta por definir o “popular” como:

[...] em qualquer época, as formas e atividades cujas as raízes se situam nas condições sociais e materiais de classes específicas; que estiveram incorporadas nas tradições e práticas populares. Neste sentido, a definição retém aquilo que a definição descritiva tem de valor. Mas vai além, insistindo que o essencial em uma definição de cultura popular são as relações que colocam a “cultura popular” em uma tensão (de relacionamento, influencia e antagonismos) com a cultura dominante (HALL, 2003, p. 257).

Em consonância com essa perspectiva, a “cultura popular” é, então, o lugar onde operam as lutas. Nas palavras do autor: “a cultura popular não é, num sentido ‘puro’, nem as tradições populares de resistência a esses processos, nem as formas que as sobrepõem. É o terreno sobre o qual as transformações são operadas (HALL, 2003, p. 248-249). Pontua-se, ainda, que assim como Hall (2003, p. 254), este estudo parte da perspectiva de que não há uma “cultura popular” íntegra e autônoma, apartada das batalhas das relações de poder e dominação culturais.

No que se refere ao “popular” no campo televisivo, é importante relatar que, ainda que o modelo o hegemônico vigente de televisão “odeie as diferenças”, isso não impossibilita que o “diferente” atravesse as brechas e seja exibido. Afinal, a TV também é formada por contradições (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 319). Nas palavras de Martín-Barbero (2004):

[...] se gostamos ou desgostamos da televisão, sabemos que é, hoje, ao mesmo tempo o mais sofisticado dispositivo de moldagem e deformação da cotidianidade e dos gostos dos setores populares, e uma das mediações históricas mais expressivas de matrizes narrativas, gestuais e cenográficas do mundo da cultura popular, entendendo por isto não as tradições específicas de um povo, mas o caráter híbrido de certas formas de enunciação, certos saberes narrativos, certos gêneros novelescos e dramáticos das culturas de Ocidente e das mestiças culturas de nossos países (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 27).

Assim, deve-se ter em mente que a marca “popular” da emissora de Silvio Santos serve ao público das classes populares, mas também serve aos interesses econômicos do mercado, que irá alcançar esse nicho.

Nesse sentido, em pouco tempo no ar a emissora conquistou a vice-liderança, crescendo significativamente entre as classes C e D. Observa-se também que a chegada do SBT causou impactos nas concorrentes – especialmente na Rede Globo – que foram obrigadas a se popularizar, retomando, por exemplo, programas de auditório e humorísticos (MIRA, 2010, p. 169). Foi nesse período que Chacrinha voltou para a TV, apresentando na Globo o programa “Cassino do Chacrinha” entre 1982 e 1988 – ano de seu falecimento. Vale ressaltar que, essa atração não era tida como “popularesca”, pois era mais suave e produzida a partir do “padrão de qualidade” da emissora de Roberto Marinho (MIRA, 2010, p. 169).

Contudo, ainda que vivenciasse o sucesso em número de audiência e impactasse os concorrentes, o SBT começou a enfrentar a rejeição da imprensa e do mercado publicitário, essencial para a manutenção financeira de qualquer rede de televisão. As agências de publicidade recusavam até mesmo anúncios gratuitos no canal do Silvio Santos, como relata Mira (2010):

Toda a programação concebida por Silvio Santos e sua equipe foi condenada pelo mercado publicitário. Seus diretores chegaram a oferecer publicidade gratuita para que os anunciantes pudessem observar o retorno. Mas eles recusaram: comercial no SBT, nem de graça. Nenhuma agência queria programar anúncios numa rede tão malvista, pois os anunciantes não queriam associar sua imagem e a de seus produtos à do SBT (MIRA, 2010, p. 166).

Nesse contexto, ainda de acordo com Mira (2010, p. 166), as telenovelas veiculadas no SBT eram consideradas “excessivamente sentimentais e melodramáticas”, os programas humorísticos eram classificados como “apelativos”, “grosseiros” e “vulgares”. No entanto, a maior rejeição era reservada ao ‘O Povo na TV’, pois “seu ‘sensacionalismo’ era considerado ‘agressivo’ ao telespectador”.

Um aspecto fundamental para a compreensão dessa grade de programação, segundo Mira (1995), pode ser atribuído à origem da equipe. A maior parte dos funcionários havia começado em funções como, por exemplo, de *office-boy*, e acompanharam o crescimento de

Silvio Santos, chegando a cargos de diretores de programas. Dessa forma, esses profissionais ou tinham origem nas classes populares ou apreenderam através de sua trajetória profissional a produzir programas destinados ao consumo dessas classes (MIRA, 1995, p. 97). De acordo com a autora, os profissionais da Vila Guilherme tinham gostos e valores muito próximos da camada popular para a qual era destinada a programação: “os produtores populares se identificam com seu público porque não são muito diferentes dele. Partilham do mesmo universo cultural e simbólico” (MIRA, 1995, p. 99).

Nesse contexto, o que a equipe do SBT parecia não entender era que, em se tratando de televisão, não basta atingir um grande volume de audiência, é necessário alcançar pessoas com relevante poder de consumo. Afinal, “[...] a televisão não vende programas, ela vende publicidade de acordo com a audiência” (MIRA, 2010, p. 167). Com isso, para ter retorno financeiro, não adiantava ser como a emissora de Silvio Santos e ter um público grande, mas concentrado nas classes de nível socioeconômicos baixos, era preciso reverter esse quadro atingindo as classes A e B.

Com uma grade de programas “popularescos”, o SBT foi rapidamente assolado por uma crise financeira, o que fez com que a equipe da emissora percebesse “[...] que para fazer televisão no Brasil nos anos [19]80 o ‘show’ tem limites” (MIRA, 1995, p. 154). Então, em 1983, Silvio Santos contratou um grupo de profissionais experientes na área de *marketing* e publicidade para ocupar a diretoria comercial. Assim, iniciou-se um processo de modernização no SBT, que implicou na diminuição de autonomia dos produtores que atuavam na empresa, na extinção de mais de vinte programas da grade – dentre eles, os citados “O Homem do Sapato Branco” e “O Povo na TV” – e na inclusão de novos. Além de um grande “[...] empenho no campo das relações públicas para melhorar a imagem da emissora diante dos publicitários, vistos como uma elite que desvalorizava os programas populares” (ALMEIDA, 2001, p. 106). Dessa forma, o objetivo era tornar o Sistema Brasileiro de Televisão viável comercialmente.

Em meio a essas transformações, poucas atrações foram mantidas, como, por exemplo, o infantil “Bozo”, o humorístico a “A Praça é Nossa” e os programas de auditório o “Programa Flávio Cavalcanti”⁵⁴, “Programa Silvio Santos” e o “Viva a Noite”. Porém, salienta-se, ainda, que alguns deles precisaram sofrer alterações para se enquadrar na nova fase da emissora. Assim, passaram a ter uma produção mais sofisticada, com novos cenários, figurinos e iluminação. Com o passar do tempo e como consequência dessa renovação, a emissora assumiu a posição de um “popular modernizado”, que passa a ser taxada como sinônimo de “brega”

⁵⁴ O programa foi exibido no SBT entre 1983 e 1986, ano em que o apresentador veio a falecer.

(MIRA, 1995, p. 177). Este não era o rótulo que ela buscava, mas não tinha uma carga tão depreciativa como “popularesco” e, além disso, normalmente, “[...] faz parte de indústrias culturais altamente rentáveis” (MIRA, 2010, p. 168).

O recorte feito nesta pesquisa para análise não oferece dimensões detalhadas, mas permite observar alguns aspectos das grades de programação entre 1981 e 1986⁵⁵. Assim, nota-se, além dos programas anteriormente listados, a permanência dos “enlatados” e de conteúdos voltados para o público infantil. Foi nesse período, em agosto de 1984⁵⁶, no *game show* “TV Pow”, que começaram a ser exibidos “Chaves” e “Chapolin”, os seriados mexicanos que se tornaram marcas da emissora, sendo reprisados inúmeras vezes ao longo das décadas.

No que concerne as transformações na grade, aparentemente, de segunda a sexta-feira, em 1986, concentraram-se os desenhos, que antes eram exibidos individualmente, em uma faixa matutina, intitulada “Sessão dos desenhos”. No período vespertino, no horário antes ocupado pelo “O Povo na TV”, foram incluídas telenovelas e uma sequência de “TV Pow” com desenhos. Pela noite mantiveram-se a variação de atrações (com desenho, novela, filmes, séries, programas de auditório), incluindo três diferentes telejornais, nenhum deles trazendo o “mundo cão”. Destaca-se que nesse período a programação ainda não era 24 horas, assim, a primeira atração de 1986 ia ao ar às 6h45 e a última à 00h30.

Em relação aos finais de semana, a programação não sofreu muitas alterações a partir de 1986. O que se nota de mais significativo é o desaparecimento, aos sábados, do programa “Almoço com as estrelas” – oriundo de 1960 – e do “Programa Raul Gil” – cujo o apresentador migrou para Rede Record. Já nos domingos, o período noturno parece ter sofrido as maiores mudanças. Até os anos 1985, essa faixa era ocupada por uma variedade de atrações como séries, programas humorísticos e esportivos. Em 1986, passou a ter apenas um filme, seguido pelo programa “Ideia Nova”, que continha entrevistas e debates com personalidades da política, ciência, saúde entre outras áreas.

1.3.3. Nova programação e velhos hábitos

Mesmo frente às inúmeras mudanças, ainda permaneceu entre os profissionais do SBT uma concepção de que a televisão “popular” deve ser “quente”. Nesse sentido, não pode haver “excessos de tecnologia” – as edições não devem predominar sobre os programas – e é de suma importância a integração com o público, seja com a participação de uma plateia e/ ou com os

⁵⁵ Apêndice B – Transformações da grade: da fase “popularesca” para “popular modernizado”

⁵⁶ Disponível em: <<https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento/2017/08/24/nem-bozo-nem-mallandro-saiba-quem-apresentou-a-estreia-de-chaves-no-sbt.htm>>. Acesso em: 27 ago. 2017.

telespectadores em suas casas (MIRA, 2010, p. 170). Esses aspectos são perceptíveis ao longo de toda a trajetória do SBT, especialmente em seus programas de auditório. Não por acaso eles continuaram sendo produzidos sob a mesma lógica, antes, durante e depois das modernizações na emissora.

O “Programa Silvio Santos”, por exemplo, embora tenha passado a ser gravado, é exibido como se fosse ao vivo, sem muitos cortes e edições. Além disso, o apresentador interage constantemente com a plateia e olha diretamente para a câmera como se estivesse conversando com o público de casa. Através de artifícios como esses, a atração mantém sua característica “quente” e a aproximação com o público. Em sua análise sobre esse programa, Sousa (2009) evidenciou outras estratégias discursivas que garantiriam o “efeito de proximidade”: “[...] tipo de enquadramento de câmera, posicionamento do apresentador, gestos como apontar [...] e também [...] verbos no imperativo, uso da primeira pessoa, construção da subjetividade (SOUSA, 2009, p. 181).

Salienta-se, ainda, que esses mesmos artifícios podem ser vistos em outras atrações da grade, até mesmo nas que não há plateia. A “TV Pow”, por exemplo, que era exibida na década de 1980, baseava-se, especialmente, na interação com o público de casa. Tratava-se de um formato americano, que consistia em um *game show*, no qual o telespectador ligava e precisava falar a palavra “pow” para realizar movimentos em um jogo de videogame exibido em um telão do cenário. Enquanto a pessoa “jogava”, o apresentador vibrava e incentiva a participação e, ao final, o participante recebia um prêmio em dinheiro de acordo com a sua pontuação. Essa forma de “aproximação” e “interatividade” por telefone também marcou outros programas como foi o caso de “Fantasia” e “Bom Dia & Cia”, surgidos na década de 1990 na emissora.

Retomando a análise da grade, especificamente entre 1987 e 1990, o que se pode ver no SBT são alterações dos horários de alguns programas, bem como o encerramento e a inclusão de outros, mas, de uma maneira geral, os tipos de atrações são mantidos. Ou seja, permanecem os programas infantis, de auditório e humorísticos, as ficções seriadas (estrangeiras e nacionais), os filmes e os telejornais. Assim, aparentemente, o “popularesco” parecia mesmo ter sido abandonado pela emissora. Porém, em maio de 1991, estreava o telejornal “Aqui Agora”, inspirado no programa argentino “Nuevodiário”⁵⁷. Essa nova atração nada mais era do que “O Povo na TV” com o seu primeiro nome⁵⁸, como pontua Mira (2010) era:

⁵⁷ Tratava-se de um popular programa da televisão argentina, em que os repórteres iam para as ruas, exploravam ambientes não convencionais e utilizavam como técnica de registro o plano sequência, que não tem cortes e se aproxima das transmissões ao vivo (BECKER, 2010, p. 253).

⁵⁸ Retirou-se apenas um “e” da primeira versão, que se chamava “Aqui e Agora”.

[...] a mesma receita: crimes e ocorrências policiais, com a reportagem acompanhando a perseguição aos supostos “bandidos” e outras tantas reportagens de impacto. A isso se acrescentava fofocas sobre a vida dos artistas famosos e um quadro de “defesa dos direitos do consumidor” que, colocando frente a frente comprador e vendedor, muitas vezes, terminava em agressão física (MIRA, 2010, p. 173).

A volta desse programa repercutiu negativamente entre os críticos. Segundo Roxo (2010, p. 189), um dos aspectos que causou incômodo foi o fato dele ter sido elaborado por jornalistas profissionais e se constituir como uma atração jornalística. Diferente do “O Povo na TV”, que era apresentado por um “não-jornalista” e mesclava programa de auditório e jornalismo. Contudo, mesmo com a rejeição entre os intelectuais, a atração continuou por mais alguns anos na grade, antecedendo uma série de novos programas ditos “popularescos” que apareceriam no decorrer da década, não só no SBT, mas em outras redes de televisão.

Nesse período, o crescimento econômico ocasionado pela contenção da inflação durante o Plano Real possibilitou que as pessoas aumentassem seu poder de compra. Com isso, entre os anos 1994 e 1998, foram comercializados 28 milhões de receptores no Brasil, que para cerca de 6 milhões representava o primeiro aparelho televisor, enquanto para outros seria apenas mais uma TV em casa (COSTA, 2014; MIRA, 2010). Como relata Mira (2010, p. 172), nessa fase houve um aumento da individualização do hábito de assistir à televisão e, ao mesmo tempo, ocorreu uma “nova onda de popularização do veículo”, tendo em vista que muitos desses aparatos eram os primeiros das famílias e tinham sido adquiridos por pessoas de nível socioeconômico muito baixo. Foi ainda nesse contexto que as classes mais altas começaram a migrar para a TV a cabo.

Assim, se fez um cenário propício para uma nova proliferação dos conteúdos marcados como “popularescos”. As telenovelas mexicanas do SBT, por exemplo, cresceram em popularidade e em audiência entre as classes C e D. Mas isso não foi bem recebido pela imprensa e autores de tramas brasileiras, que denominaram o momento como “mexicanização” da televisão brasileira, um “sinônimo de rebaixamento estético” (COSTA, 2000, p. 105). Nessa conjuntura, a emissora vivenciou novamente o aumento da audiência, mas não em termos de capital.

Segundo o próprio departamento comercial do SBT, canal que negociou com a Televisa mexicana sua exibição no Brasil, esse fenômeno de popularidade entre as classes populares não angariou nem um anunciante a mais, porque as classes C e D eram vistas como um público sem poder aquisitivo para as agências de publicidade acostumadas a vender para as classes A e B (COSTA, 2014, p. 140).

Porém, mesmo em meio às críticas e sem gerar retorno financeiro para o SBT, o sucesso dessas tramas e de outros programas de caráter “popular” impulsionaram mudanças nas grades

de programação de outros canais, dentre eles a própria Rede Globo. Em sua coluna, o jornalista Artur Xexéo descreve o panorama daquela década:

A televisão brasileira está ruim? Pois acredite, vai piorar. Executivos de programação de todos os canais chegaram a uma evidente constatação. O público elitizado se transferir para as TVs por assinatura. A única saída para as emissoras convencionais é investir na popularização da programação. E popularização no Brasil é sinônimo de baixaria. A mexicanização da TV nacional parece irreversível (XEXÉO, 1997, p. 8)⁵⁹.

Independentemente das críticas, o sucesso da “mexicanização” da TV indicou que, ao mesmo tempo que havia um público interessado em tramas nacionais – com uma linguagem brasileira e alto padrão estético –, existia uma parcela do público interessada na antiga fórmula simples dos “dramalhões mexicanos” (COSTA, 2014).

Paralelamente, em 1993, estreava o “Domingo Legal” nas tardes de domingo do SBT. Comandado, à época, por Gugu, a atração protagonizou guerras pela audiência com Fausto Silva, que já estava à frente do “Domingão do Faustão” na Rede Globo, desde 1989. A disputa entre esses programas de auditório gerou episódios taxados como “sensacionalistas” (MIRA, 2010, p. 172), dentre os quais, pode-se citar, na atração de Fausto, o caso do “sushi erótico”, em que foram exibidas mulheres nuas cobertas apenas por comidas japonesas. Já no programa do SBT, via-se todas as tardes de domingo o quadro “banheira do Gugu”, onde artistas com trajes de banho procuravam sabonetes enquanto uma assistente do programa, usando biquíni, tentava impedir.

Em 1997, o “Aqui Agora”⁶⁰ saiu do ar, mas isso não significou o fim do “mundo cão” na TV (ROXO, 2010, p. 193). Nessa época, já existiam outros programas similares na televisão brasileira como: “Cidade Alerta”, “Brasil Urgente”, “Repórter Cidadão”, entre outros (MIRA, 2010, p. 173). Além disso, como já foi citado neste trabalho, o “Aqui Agora” havia sido o princípio de inúmeros programas “popularescos” nessa fase. Por exemplo, no ano de 1998, Carlos Massa (popularmente conhecido como Ratinho), que estava na Rede Record, foi contratado pelo SBT. Com uma postura “jocosa”, o apresentador “[...] fala, grita e ri o tempo todo e muito alto, uma banda toca, um auditório também grita, um boneco representando um ratinho retruca de forma estridente e outros tipos ‘grotescos’ ou ‘bizarros’ circulam pelo palco” (MIRA, 2010, p. 173) reinando, de um modo geral, a “confusão” durante todo o programa.

Foi também na década de 1990 que o SBT firmou uma parceria com empresas argentinas para a realização de duas coproduções: “Antônio Alves, Taxista” (1996) e “Chiquititas” (1997-

⁵⁹ Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/030015_11/205902>. Acesso em: 25 ago. 2017.

⁶⁰ Em 2008, o SBT voltou a exibir o “Aqui Agora”, mas não rendeu bons índices de audiência e a atração foi cancelada no mesmo ano.

2001). Essa última foi um sucesso de audiência e tornou-se a primeira de uma série de adaptações de telenovelas infantis que a emissora produziria mais adiante. Ainda nesse mesmo decênio, estrearam “Bom Dia & Cia” e “Sabadão Animado”, ambos programas infantis e que continuam sendo exibidos até o presente. Em relação a esse fato, é importante reforçar a contínua presença de conteúdos voltados para crianças na grade dessa rede de TV durante todos os anos analisados.

Em 1998, ainda em meio aos expressivos programas “sensacionalistas”, o secretário nacional dos Direitos Humanos solicitou às emissoras que estabelecessem uma auto-regulamentação para que pudessem polir essas atrações. Contudo, o prazo para a entrega da documentação de controle interno acabou em janeiro do ano seguinte e somente a TV Bandeirantes havia entregue. Então, em setembro de 2000, o Ministério da Justiça estabeleceu uma classificação⁶¹ para TV em que a exibição das atrações deveria obedecer aos horários indicados pela faixa etária (FREIRE FILHO, 2004, p. 106).

Contudo, essas limitações não significaram o fim do “popular” na televisão, que continuou presente, em especial no SBT. Em 2004, por exemplo, foi ao ar “Casos de Família”, um programa de auditório, em que os protagonistas são pessoas comuns que vão à atração tratar de assuntos pessoais. A apresentadora, junto com uma psicóloga e a plateia opinam sobre as situações e realizam uma espécie de “terapia” com os participantes. Algumas vezes ocorrem brigas e discussões, mas tudo, aparentemente, dentro do que é permitido para o horário. Cada episódio é regido por uma temática previamente selecionada que privilegia experiências pessoais que possam “[...] despertar o interesse e a identificação cúmplice ou condolente do público, graças ao seu caráter individual e autêntico e, ao mesmo tempo, modelar e representativo” (FREIRE FILHO, 2007, p. 71). Dessa forma, como afirma Freire Filho (2007, p. 71), *talk shows* como esse, “[...] faturam em cima dos presumidos déficits afetivos ou emocionais da audiência, ancorados numa estrutura de produção de baixíssimo custo”.

Ainda no cerne da década de 2000, destaca-se a exibição do reality “Casa dos Artistas”, que teve quatro edições entre 2001 e 2004. Apresentado por Silvio Santos, o programa consistia em um confinamento de um grupo de doze pessoas em uma residência por um longo período, com câmeras acompanhando os participantes 24 horas. Era um formato muito próximo⁶² ao

⁶¹ Em 2016, o Supremo Tribunal Federal findou a regra de classificação indicativa. As emissoras passaram a ser obrigadas apenas a estampar o selo de recomendação etária, podendo definir o horário da programação. Contudo, durante esta pesquisa não se identificou casos que desobedecessem às regras anteriormente impostas.

⁶² As similaridades não eram por acaso, o SBT havia tomado conhecimento do formato do Big Brother anteriormente, em vista disso, a Rede Globo e a Endemol entraram com um processo por plágio e, em 2015, após ter sido julgado em todas as instâncias, a emissora paulista foi condenada a pagar aproximadamente 18 milhões de

famoso *Big Brother* criado pela Endemol e, no Brasil, produzido pela Rede Globo desde 2002. Porém, o diferencial era que todos os integrantes da casa eram famosos. Assim, “[...] as celebridades se transformam em gente comum e aproximam-se do público, enquanto na casa brotheriana os anônimos tendem a abandonar sua condição obscura” (ROCHA, 2009, p. 13). Com a aproximação das celebridades com o público, a atração agradou e a final da primeira edição do programa, em 2001, atingiu a marca de 55 pontos, a maior audiência da história do SBT.⁶³

Um aspecto importante para apontar em relação à análise desse decênio diz respeito a 2007. Ao longo desta pesquisa, não foi possível localizar informações da programação desse ano. Ao buscar as razões, constatou-se que a emissora havia desativado o departamento de assessoria de imprensa em dezembro do ano anterior. O SBT não esclareceu os motivos e parou de divulgar a grade, que estava instável com mudanças sem aviso prévio, como é possível observar na matéria a seguir:

Uma gafe da âncora do “SBT Brasil” no último sábado reflete o caos instalado na emissora em razão das constantes e repentinas mudanças de programação determinadas por Silvio Santos. O vídeo com o erro circula na internet. Ao encerrar o telejornal, a jornalista Juliana Alvim escorregou: “O ‘SBT Brasil’ termina aqui. Assista daqui a pouco o... [para alguns segundos, procura no papel na bancada] Assista daqui a pouco o... o programa... [desiste] Boa noite.”

Há uma semana, a confusão no SBT se agravou quando Silvio Santos determinou o fechamento da assessoria de imprensa da emissora e a proibição da divulgação de qualquer informação, inclusive da grade de programação (GAFE..., 2007).

Muito embora essa instabilidade na grade de programação pareça ter sido intensa nesse período, vale destacar que se trata de algo comum na emissora. No decorrer do desenvolvimento deste trabalho foi possível presenciar esse aspecto, e o caso será abordado mais adiante.

Durante os anos de 2010 a 2017, o SBT investiu em adaptações de telenovelas infantis. A primeira foi *Carrossel* (2012-2013), um “[...] sucesso comercial e de público. ‘*Carrossel*’ inspirou o SBT a embarcar numa viagem no tempo e ressuscitar mais um sucesso infantil dos anos 1990” (NO EMBALO..., 2012). Na sequência, a emissora produziu uma nova versão de “*Chiquititas*” (2013-2015), “*Cúmplices de um Resgate*” (2015-2016) e “*Carinha de Anjo*” (2017-). Ao observar o quadro atual de programas infantis na grade de outras emissoras, nota-se pouco ou nenhum horário destinado para as crianças. Em vista disso, a emissora ganha destaque nesse nicho de telespectadores.

reais pela infração. Disponível em: <<http://f5.folha.uol.com.br/colunistas/camilagomes/2015/03/1608398-com-casa-dos-artistas-sbt-e-condenado-por-plagiar-bbb.shtml>>. Acesso em: 13 nov. 2017.

⁶³ Disponível em: <<http://natelinha.uol.com.br/noticias/2016/08/19/as-cinco-maiores-audiencias-do-sbt-em-seus-35-anos-101490.php>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

Foi também a partir dos anos 2010 que três das seis filhas de Silvio Santos assumiram atrações na emissora. Em 2011, Patricia Abravanel iniciou a empreitada na televisão como garota-propaganda de empreendimentos do Grupo Silvio Santos. No mesmo ano, passou a integrar o quadro “Jogo dos pontinhos” no “Programa Silvio Santos” e apresentou o especial “Festival SBT 30 anos”. Após essas experiências iniciais, Patricia comandou outras atrações, tais como: o *game show* musical “Cante se puder” (entre 2012 e 2013); o *game show* “Roda a Roda Jequiti” (entre 2012 e 2016); o programa “Máquina da Fama” (entre 2013 e 2017).

O caso da “Máquina da Fama” traz uma particularidade, uma vez que evidencia o apreço dos telespectadores do canal por programas de auditório. A atração apresentada por Patricia Abravanel substituiu a competição de *covers* de artistas “Famoso Quem?”, que era composta por um repórter, três jurados e preparadores artísticos. O formato, criado pela FremantleMedia, ficou aproximadamente dois meses no ar, e atingia cerca de 4 a 5 pontos de audiência. Hergesel e Ferraraz (2017) destacam que a equipe do SBT constatou que essa baixa adesão do público foi causada pelo fato do produto não trazer marcas de estilo da emissora. Em vista disso, propôs-se modificações para a segunda temporada, que foram recusadas pelos criadores. Os autores complementam o relato indicando que

Com base nisso, o canal resolveu romper contrato e desenvolver sua própria competição de *covers*, trocando o repórter por uma apresentadora e os jurados por uma plateia – configurando, de fato, um programa de auditório, principal característica do SBT –, além de realocar o horário de exibição para as noites de segunda-feira (HERGESEL; FERRARAZ, 2017, p. 83).

Ainda no que se refere à participação das filhas de Silvio Santos em programas da emissora, em 2015, Silvia Abravanel (diretora do núcleo infantil do SBT) substituiu duas crianças que atuavam no programa “Bom dia & Cia”. O caso ocorreu porque os apresentadores mirins foram impedidos pela justiça de trabalhar por tempo indeterminado. Com isso, a filha de Silvio Santos surpreendeu os telespectadores assumindo o comando do programa. O caso era para ser temporário, porém, ela acabou se tornando a apresentadora fixa da atração. Já em 2016, foi a vez de Rebeca Abravanel (diretora da Jequiti Cosméticos) ganhar um espaço na frente das câmeras, quando passou a comandar o programa “Caldeirão da Sorte”. No ano seguinte, Rebeca também assumiu a apresentação do “Roda a Roda Jequiti”. Salienta-se que o vocábulo “família” está presente na missão e nos pilares constituintes do SBT, e as aparições das filhas do fundador da emissora parecem materializar essa característica.

De um modo geral, através da análise da programação, nota-se que o SBT manteve nos anos de 2010 a 2017 suas atrações características – os jornais populares, as séries e seriados estrangeiros, os filmes, as telenovelas nacionais e mexicanas, os programas de auditório, os

humorísticos e os infantis. Acrescenta-se ainda, os programas de competições culinárias “Bake off Brasil” e “BBQ Brasil”, que começaram a ser exibidos, respectivamente, nos anos de 2015 e 2016 em consonância com o período que outras emissoras de TV aberta aderiram a programações similares.

Destaca-se que foi nesse período, em 2016, que presenciei uma constante mudança na grade em relação à atração “Fofocando”, que estreou nas tardes da emissora em agosto daquele e, em janeiro do ano seguinte, foi transferida para o período da manhã. No mesmo mês, o programa mudou de cenário, retornou para o horário vespertino e passou a se chamar “Fofocalizando”. Como já pontuado anteriormente, essa inconstância trata-se de uma característica da emissora – no que diz respeito aos horários e à inclusão e suspensão de atrações (GALHARDI; MOHEDANO; IGARTUA, 2017, p. 5).

1.3.4. Pausa para o intervalo comercial

Diferentemente da grade de programação – que pode ser encontrada em arquivos de jornais –, não há registros de intervalos comerciais e para coletá-los é necessário acompanhar em tempo real a exibição. Contudo, acredito que eles façam parte da construção da identidade das redes de TV. Assim, busquei acompanhar, entre 22 de maio e 29 de maio de 2017, os intervalos durante a reprise de “Rubi”⁶⁴ – uma das telenovelas estudadas nesta dissertação –, visando elaborar uma reflexão sobre a relação desses anúncios com o SBT e o produto televisivo em questão.

De acordo com Almeida (2001), para trazer retorno financeiro, uma atração necessita ter três características: 1) popularidade, que está diretamente relacionada com o alto índice de audiência; 2) qualificação da audiência, que corresponde em alcançar diferentes públicos alvos, mas, especialmente, os de maior poder aquisitivo (concentrados nas classes A, B e C); 3) prestígio, que está associado à qualidade do programa como produto cultural, “[...] cujos espectadores afirmem, sem medo ou vergonha, que gostam de assistir” (ALMEIDA, 2001, p. 93).

No caso do SBT, sabe-se que muitas dificuldades foram enfrentadas para estabelecer anunciantes durante o seu período inicial, o que pode ser atribuído à “qualificação da audiência” e ao “prestígio dos programas”. Com o passar do tempo, a emissora conseguiu reverter esse quadro ao assumir uma posição “popular modernizado” e não mais “popularesca”. Assim,

⁶⁴ Concentrei-me apenas em “Rubi”, pois a necessidade de pensar sobre os intervalos só surgiu para mim no meio do desenvolvimento da pesquisa, quando “A Usurpadora” já havia chegando ao fim.

alguns programas ao sofrerem modernizações, encontraram facilidade em atrair publicidades e, aqueles ainda ditos de “menor prestígio” passaram a contar, na maioria das vezes, com anunciantes mais próximos do perfil do seu público, que segundo Almeida (2001) são:

Anunciantes de menor porte (que não têm verba suficiente para anunciar na Globo [...]), ou de produtos muito populares de uma empresa maior, mas que podem ser desvinculados da marca da empresa, no caso dela ter produtos para diferentes classes sociais (incluindo grandes anunciantes). E varejo, que é uma grande categoria de anunciante, que está em todos os programas de TV, quase todas as emissoras e horário variados – são os supermercados, as lojas de produtos para o lar, de departamentos, shopping centers, etc. Ainda assim, mesmo empresas de grande porte e respeitáveis, como a Estrela, podem achar conveniente vincular-se ao Ratinho através de um produto que consiste certamente numa marca licenciada pela emissora (ou pelo próprio apresentador) (ALMEIDA, 2001, p. 99).

Em relação às telenovelas, além dos intervalos comerciais, muitas delas englobam merchandising em suas cenas. Entretanto, as reprises são tramas acabadas⁶⁵ e de diferentes contextos – algumas foram produzidas em outros anos e/ ou países. Desse modo, não é possível incorporar anúncios dentro da narrativa, somente nos intervalos. Isso é o que se dá na emissora do Silvio Santos, em que toda a publicidade das reexibições mexicanas se concentra nas pausas comerciais.

Ao acompanhar os intervalos durante a reexibição de “Rubi”, constatou-se a ocorrência de duas pausas, com aproximadamente seis minutos cada uma, compostas por 15 diferentes anúncios, dentre os quais estavam: produtos de higiene, beleza e saúde; brinquedos; alimentos e bebidas; vestimenta; TV por assinatura; supermercados; apartamentos financiados; universidade particular; títulos de capitalização; plano de saúde; produtos do Grupo Silvio Santos – como Carnê do Baú e Tele sena –; outros programas da emissora. Salienta-se que em um mesmo intervalo havia, por exemplo, a inserção de empresas concorrentes, como foi o caso do Supermercado Guanabara e Intercontinental. Além disso, no retorno dos comerciais, uma locução *off* avisava “Rubi, um oferecimento de...”, seguindo pelo nome de uma ou mais marcas, que variavam.

Observa-se que, de um modo geral, os comerciais são longos e trazem uma diversidade de anunciantes. Possivelmente, o número de propagandas está atrelado à impossibilidade de inserção dentro da narrativa. Nota-se também a forte presença de produtos que, normalmente, têm como público-alvo mulheres de classes populares, o que nos leva a supor que seja esse o perfil dos telespectadores dessa faixa.

⁶⁵ Normalmente as telenovelas são obras abertas, escritas enquanto são exibidas, o que permite alterações. Existem apenas algumas exceções em que a trama é inteiramente gravada e exibida posteriormente. Como foi o caso da telenovela “Pérola Negra”, transmitida pelo SBT em 1998.

1.4. Vem aí: mais uma reprise

1.4.1. Reprises

“A televisão é reiteradamente definida como uma indústria dentro da cultura de massa particularmente afeita à repetição como *modus operandi*” (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2017, p. 63, grifo do autor). No contexto televisivo americano, há anos a lógica de reiteração de produtos é uma estratégia habitual, tendo em vista que propicia retorno financeiro atraindo os telespectadores através de produtos familiares (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2017, p. 67-68). Salienta-se que, até o final dos anos de 1950, os únicos materiais previamente gravados disponíveis para a televisão eram as películas fílmicas e foram com elas que as emissoras norte-americanas começaram as reprises televisivas, reexibindo os mesmos títulos – de filmes e séries – dias seguidos (KOMPARE, 2005). Isso era possível devido ao uso do já citado sistema “telecine”, que consistia na captação da projeção dos filmes através de câmeras que transformavam as imagens óticas em sinais eletrônicos para transmissão na televisão (BALAN, 2012, p. 2).

Naquele período, portanto, as câmeras utilizadas para transmissões televisivas não gravavam, apenas enviavam sinais eletrônicos. Somente em 1947, a empresa DuMont Laboratories desenvolveu um equipamento para gravação em filme de imagens reproduzidas pela televisão, o *kinescope*, que foi lançado comercialmente pela Kodak (MARTIN, 2005, p. 47). O aparelho era composto de uma câmera de filmes posicionada em frente a um monitor de televisão especial e com eles sincronizados eram feitas as gravações. Inicialmente, eram utilizadas películas de 16 mm e, posteriormente, foram adotados também os filmes de 35 mm. Até o início da década de 1950, o *kinescope* foi utilizado por algumas emissoras nos Estados Unidos para garantir a exibição em estações de televisão que não estavam ligadas por cabo aos meios de transmissão ao vivo. A ferramenta também era utilizada pelos norte-americanos para regiões com fuso-horários distintos, assim, as gravações eram transportadas por via aérea até as estações filiais para exibição.

No território brasileiro, o *kinescope* aportou em 1955 e foi utilizado poucas vezes (XAVIER; SACCHI, 2000). O resultado obtido através do artefato era considerado no meio televisivo de baixa qualidade em comparação às produções ao vivo e às películas de filmes e séries exibidas pelo aparelho de “telecine” (MARTIN, 2005, p. 49). Ao final da década de 1950, surge no Brasil o videoteipe, que passa a ser utilizado com regularidade no decênio de 1960. O equipamento, que havia sido lançado em 1956 nos EUA pela Ampex, permitia a gravação do

sinal eletrônico das câmeras de TV em fitas magnéticas, que poderiam ser reutilizadas. Essa possibilidade de reaproveitamento de uma mesma fita trouxe vantagens – como, por exemplo, as regravações para correção de eventuais erros – e desvantagens, pois fez com que muitos arquivos brasileiros fossem perdidos e que não houvesse um acervo de boa parte da produção televisiva até os anos de 1990, quando teve início a prática de conservação desses materiais.

Outra mudança significativa ocorrida com o advento do videoteipe foi a possibilidade de edição dos conteúdos televisivos, que em um primeiro momento era feita manualmente, com cortes nas fitas guiados pelos áudios e emendas com *splicer* (fita adesiva para utilização nessas edições). Anos mais tarde, em 1963, a Ampex apresentou o EDITEC, um editor eletrônico de VT que permitiu a montagem de cenas com precisão, facilitando o processo de edição e a utilização de efeitos visuais (XAVIER; SACCHI, 2000, p. 127).

Mesmo com esses diversos benefícios que o aparelho trazia, a princípio a classe artística brasileira teve uma certa resistência em aceitá-lo. Havia diferentes discursos contra a utilização do VT: alguns afirmavam que a televisão era diferente do cinema e, portanto, deveria ser feita ao vivo, enquanto outros justificavam que demoraria mais para produzir conteúdo, tendo em vista que teriam que repetir as cenas diversas vezes até ficarem perfeitas (XAVIER; SACCHI, 2000, p. 124). Com o passar do tempo, começaram a constatar as vantagens já descritas e outras que o aparelho trazia, como a possibilidade de deixar um material gravado antecipadamente e descansar em um feriado; a capacidade de reproduzir um mesmo conteúdo, simultaneamente, em lugares distintos, em que os sinais de transmissões eletrônicas não alcançavam, necessitando apenas transportar o conteúdo; a execução de reprises de produções da TV, o que daria ao telespectador a oportunidade de ver ou rever em outra ocasião (XAVIER; SACCHI, 2000, p. 126).

Nesse contexto, os “enlatados” de séries americanas ocupavam cada vez mais a programação e, por apresentarem, na maior parte das vezes, uma qualidade técnica superior ao produto nacional também geravam insatisfação nos profissionais do meio artístico da TV. Era considerada uma concorrência injusta, pois os recursos da televisão brasileira eram escassos em comparação aos de emissoras estrangeiras (XAVIER; SACCHI, 2000, p. 124-125). Ainda que esses “enlatados” estivessem presentes desde o começo da televisão no Brasil com a exibição dos filmes, através do videoteipe tornou-se mais fácil não somente a gravação, mas também a importação e exibição desse material. Tratava-se de uma solução que preenchia os horários na televisão de forma mais barata e com produtos de qualidade. Nesse sentido, é possível supor

que muitos ou alguns deles tenham sido reprisados. No entanto, é difícil mensurar esses números devido à dificuldade de localizar informações detalhadas da programação na época.

Alguns exemplos de retransmissão de filmes (tanto estrangeiros, quanto nacionais) são encontrados na faixa “Sessão da Tarde”, na Rede Globo de Televisão, que não era destinada exclusivamente para reexibições, mas reprisou alguns títulos. Criada em 1974, a faixa permanece no ar e, desde então, exibe filmes de segunda a sexta-feira no período vespertino. Dentre os longas-metragens mais reprisados nessa sessão está “A Lagoa Azul” (1980), que foi exibido 27 vezes desde 1986⁶⁶. Em 2017, a emissora reconheceu a contínua repetição através de uma chamada para mais uma exibição do longa, na qual a locução em *off* afirmava: “Que eles vivem na ‘Sessão da Tarde’, você já sabe. A novidade é que hoje a gente parte para ‘A Lagoa Azul’ para fazer mais uma visitinha a esse clássico”⁶⁷.

Independentemente dos filmes e séries agradarem ao público brasileiro, havia um tipo de produção televisiva que, desde a década de 1960, já começava a angariar bastante popularidade e se tornou um dos mais importantes produtos ficcionais do país: a telenovela. No decorrer dos anos, diversas redes de TV reexibiram tramas brasileiras e, na década de 1980, a TV Globo foi a primeira a estabelecer uma faixa exclusiva para reprises de suas produções, denominada “Vale a pena ver de novo”. Em 1983, a emissora de Roberto Marinho estreou o “Vídeo Show”, que tinha “[...] a proposta de divulgar programas da própria emissora e resgatar a memória da televisão” (FERNANDES, 2013, p. 47). Foi nesse programa que começou a ser apresentado, em maio de 2012, o quadro “Novelão da Semana”, com telenovelas em formato compacto, com cinco a dez capítulos de aproximadamente cinco minutos, guiados por uma narração em voz *off*. Em julho de 2013, a atração foi descontinuada, mas retornou no ano seguinte com a denominação de “Novelão”.

O Grupo Globo também é responsável pelo “Canal Viva”, transmitido em TVs por assinatura, que apresenta uma série de materiais relacionados com o arquivo da emissora – entre eles, antigos conteúdos da teledramaturgia, humorísticos, bem como programas atuais da TV Globo em horários alternativos e novas versões de extintas atrações (FERNANDES, 2013). No entanto, ainda que traga reprises, evita-se essa associação:

O Canal Viva não usa em suas peças de divulgação palavras como “reassista”, “reveja” ou “reapresentação”, pois parte-se do princípio que, mesmo tendo sido exibida originalmente em outra emissora, é a primeira vez que determinado produto está sendo exibido no Canal Viva (FERNANDES, 2013, 83-84).

⁶⁶ Disponível em: <<https://rd1.com.br/globo-faz-piada-com-repeticao-de-a-lagoa-azul-na-sessao-da-tarde/>>. Acesso em: 5 abr. 2017.

⁶⁷ Chamada de “A Lagoa Azul” na “Sessão da Tarde” em março de 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/RedeGlobo/videos/1316065228489854/>>. Acesso em: 5 abr. 2017.

Retomando aos canais da TV aberta, destaca-se o caso do SBT, que diferente das outras emissoras, transmite, em sua maioria, reprises de telenovelas de outros países. No ano de 2016, apresentei uma pesquisa monográfica⁶⁸ em que tratei, entre outras coisas, da presença de tramas estrangeiras na grade da emissora de Silvio Santos. Nesse momento, visando complementar a pesquisa iniciada na graduação, apresento a recorrência dessas produções, pontuando o número de reprises.

1.4.1.1. Reprises de telenovelas no SBT

Como foi possível observar, a prática de compra de telenovelas estrangeiras iniciada nos primórdios do SBT, ganhou regularidade e, nos anos seguintes, a emissora exibiu e reprisou várias produções. Durante a década de 1980, a rede do Silvio Santos contabilizou um total de 63 transmissões de telenovelas, dentre as quais, 34 eram de reprises, sendo: 8 de origem mexicana, 4 de outros países, 5 nacionais e 17 de adaptações de textos estrangeiros. Desse período, destaca-se, entre as tramas mexicanas, “Chispita”, que embora tenha sido reprisada apenas uma vez no decênio de 1980, na década seguinte ganhou mais duas reapresentações, somando ao todo quatro exibições.

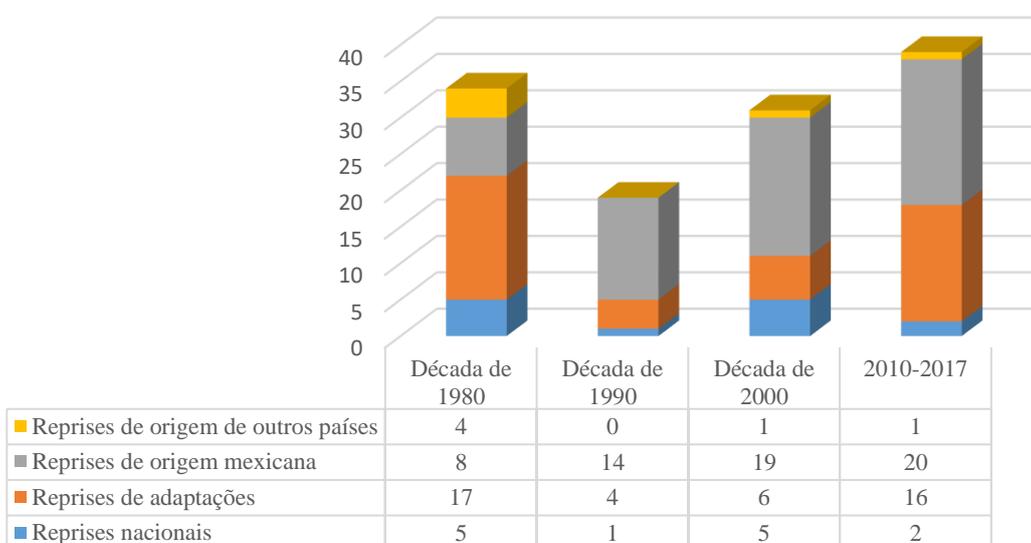
Nos anos 1990, a produção de novas tramas nacionais e adaptações do SBT decaiu e, mais da metade das telenovelas inéditas exibidas foram importadas do México. Foi nessa fase que a emissora exibiu pela primeira vez as três narrativas mais reprisadas ao longo de sua história: “Marimar”, com cinco exibições e “Maria do Bairro” e “A Usurpadora”, cada uma com sete transmissões. Nesse período, o SBT contou com 54 telenovelas, sendo 19 reprises, que correspondiam a 14 mexicanas, 4 adaptações de textos estrangeiros e 1 nacional.

No decênio seguinte, em 2000, foram exibidas 91 tramas e o número de telenovelas inéditas estrangeiras foi o maior de todos os anos. Mais de 73% das novas produções eram importadas, dentre as quais 65% tinham origem mexicana. Em relação às reprises, somou-se um total de 31, sendo 19 advindas do México, 1 de outro país, 6 de adaptações de textos de outros países e 5 de reprises nacionais. Foi nesse período, em 2005, que ocorreu a primeira exibição de “Rubi” no canal. A trama foi reprisada logo no ano seguinte e, posteriormente, em 2013 e 2017. Salienta-se que essa prática de reexibição em espaçamentos curtos de tempo é habitual na emissora.

⁶⁸ Monografia intitulada *Audiência da telenovela mexicana no Brasil: o caso de A Usurpadora*, defendida na Universidade Federal Fluminense.

No que se refere aos anos de 2010 e 2017⁶⁹, contabilizou-se um total de 63 telenovelas, dentre as quais, mais da metade, eram reprises. Ao todo foram 39 reexibições (20 de origem mexicana, 1 de outro país, 16 de adaptações de textos estrangeiros e 2 nacionais). Destaca-se ainda que, embora o período de 2010 a 2017 não corresponda a uma década completa, foram reprisadas mais telenovelas do que os decênios anteriores, como é possível ver no Gráfico 1. Além disso, nota-se uma maior ocorrência de reprises mexicanas ao longo dos anos.

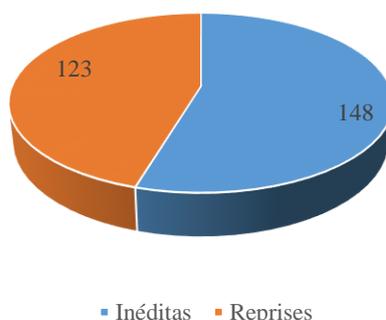
Gráfico 1 – Reprises por período



Fonte: elaborado pela autora.

O Gráfico 2 apresenta um panorama do número de reexibições em comparação às tramas inéditas de toda a história do SBT e é possível constatar a expressividade das reprises.

Gráfico 2 – Telenovelas exibidas pelo SBT entre 1981 e 2017



Fonte: elaborado pela autora.

⁶⁹ Destaca-se que a pesquisa coletou dados até maio de 2017, época do encerramento da exibição de “Rubi”.

Associado ao artifício de reprisar tramas, destaca-se a estratégia de divulgar e rememorar esses produtos através da participação de protagonistas em programas da emissora em períodos distintos. Por exemplo, a atriz Lucero Hogaza León (a protagonista de “Chispita”) veio ao Brasil pela primeira vez em 1985 devido ao sucesso de “Chispita”, que na época estava sendo reprisada no país. Anos mais tarde, em 2015, quando a trama “Dona” também protagonizada pela atriz estava sendo exibida, ela veio novamente visitar o país e participou do “Teleton”. Em 2016, Lucero foi convidada para atuar no *remake* brasileiro da telenovela mexicana “Carinha de Anjo”. Da mesma forma, outras atrizes mexicanas, como Thalia (protagonista da trilogia das Marias) e Gabriela Spanic (protagonista de “A Usurpadora”) foram, em diversos momentos, a programas do SBT. O que se nota é que, em alguma medida, a participação dessas celebridades em outras atrações da grade do SBT corrobora com a manutenção da lógica de repetição empregada por essa rede de TV.

1.5. A reassistibilidade

O desenvolvimento de novas tecnologias, mídias de distribuição e a transmissão via *streaming* têm oferecido, cada vez mais, uma maior autonomia para as pessoas verem e reverem os conteúdos. Porém, a prática de reassistibilidade não advém desse período. Como constatou-se no decorrer deste capítulo, trata-se de uma atividade factível desde que foi possível tecnicamente a reprise de produtos audiovisuais.

Na academia, alguns estudos se concentraram em investigar a inserção das reprises sob a perspectiva da indústria televisiva norte-americana (WILLIAMS, P. 1994; KOMPARE, 2005; 2010), destacando-se aqui as obras de Derek Kompare. Em *Rerun nation: how repeats invented american television* (2005) – supracitada neste trabalho – o autor esmiúça a história da radiodifusão e da televisão estadunidense no século XX, demonstrando seu desenvolvimento baseado na exploração industrial e cultural da repetição. Anos mais tarde, em 2010, complementou essa reflexão no artigo *Reruns 2.0: Revising Repetition for Multiplatform Television Distribution*, no qual discorreu sobre a cultura da repetição no contexto em que se desenvolve múltiplas plataformas de compartilhamento de conteúdo. Segundo o pesquisador, nessa conjuntura, ainda é possível ver reprises através de DVD, TV a cabo e por meio de *broadcasting*, “[...] mas a distribuição on-line está crescendo e se desenvolvendo como uma

forma variada e participativa através da qual as pessoas, ao invés de simplesmente assistir, utilizam a reprise televisiva”⁷⁰ (KOMPARE, 2010, p. 80, tradução nossa).

Outra perspectiva que reflete sobre as repetições na TV dos EUA é o trabalho de Weispenning (2003), que analisa a função cultural das reprises. No entanto, esta dissertação se aproxima mais dos estudos que enfocam no ato de reassistir, como o de Bentley e Murray (2016), que desenvolveram uma pesquisa nos Estados Unidos, em que quantificaram os tipos de conteúdo que são revistos e investigaram qualitativamente as motivações e os contextos imbricados na prática de rever. Para refletir sobre esse aspecto, apropria-se aqui do que Jason Mittell (2006) denominou de “reassistibilidade”, que corresponde justamente à possibilidade de reassistir um produto televisivo (LEAL; BORGES, p. 7). Contudo, “[...] não deve ser confundida com a reprise, prática antiga na indústria televisual [...]. Na reassistibilidade, o foco muda para o ato de ler o texto” (PELEGRINI, 2012, p. 641-642).

A reassistibilidade proposta por Mittell está fortemente associada à fruição de narrativas complexas, que para ele “[...] são mais ricas e mais multifacetadas do que aquela oferecida pela programação convencional” (MITTELL, 2012, p. 31). Isto é, na perspectiva do pesquisador, os produtos narrativamente complexos exigem um maior engajamento do telespectador e, portanto, são aqueles que possuem um maior grau de reassistibilidade (MITTELL, 2012). Assim, o público irá buscar ver e rever diversas vezes para compreendê-lo.

Outra particularidade dessa perspectiva de Mittell sobre a reassistibilidade é o fato dela não ter sido pensada diretamente para produtos imersos na grade televisiva, tendo em vista que, para o autor, nesses casos “[...] reassistir é muito mais efêmero, incontrolável e imprevisível quando comparado ao estruturado reassistir autocontrolado que é ativado por conjuntos de caixas de DVD”⁷¹ (MITTELL, 2011, tradução nossa). Nesse sentido, o teórico estava pensando, mais especificamente, em produtos disponíveis em diferentes plataformas, que podem ser revistos sempre e quantas vezes o indivíduo desejar.

Acerca desse ponto de vista, refletindo sobre produções ficcionais seriadas televisivas em um contexto norte-americano, Mittell (2011) elencou quatro diferentes formas de reassistir, que são: 1) o reassistir analítico, que diz respeito a rever para se apreender mais sobre a história que é contada – tanto no sentido textual, quanto estético. Ainda de acordo com autor, algumas produções incitam esse olhar cauteloso do telespectador a partir da forma que apresentam e

⁷⁰ No original: “*but online distribution continues to grow and develop as a more varied and participatory means through which people use, rather than only view rerun television.*”

⁷¹ No original: “*where rewatching is much more ephemeral, uncontrolled and erratic when compared to the structured self-controlled rewatching enabled by DVD box sets.*”

narram os fatos; 2) o reassistir por razões emocionais, que está relacionado com uma necessidade e/ ou desejo de se reviver uma emoção causada pela narrativa anteriormente ou até mesmo lembrar o momento da vida em que se estava na época; 3) o reassistir como experiência social, que corresponde ao rever para compartilhar com o outro a experiência, ou até mesmo, para acompanhar as reações do outro assistindo; 4) o reassistir como uma forma lúdica, que está associado ao rever para se divertir, englobando todas as outras maneiras de reassistir.

Ao observar trabalhos brasileiros fundamentados na concepção de reassistibilidade (PELEGRINI, 2012; PELEGRINI; NEMETH, 2012; MUNGIOLI; PENNER, 2014; PENNER, 2016; LEAL; BORGES, 2017), nota-se que as análises se concentram em produtos ficcionais classificados como complexos. Nesses estudos, a forma de reassistir analítica se sobressai e é compreensível, tendo em vista que corresponde ao olhar mais criterioso exigido para o entendimento de narrativas complexas. Porém, o que se pretende fazer nesta dissertação diferencia-se dessas perspectivas bem como do enfoque de Mittell (2011). Nesta pesquisa, a prática de reassistibilidade está relacionada com telenovelas mexicanas reprisadas no contexto brasileiro e inseridas no fluxo da grade de programação televisiva de uma rede de TV aberta. Analisa-se produções que não possuem complexidade narrativa, são de fácil compreensão, e em muitos aspectos chegam a ser óbvias para o telespectador. Dessa forma, acredita-se que, entre os telespectadores dessas reprises, o reassistir não ocorre de forma analítica.

Parte-se da hipótese de que o público revê as reprises de tramas mexicanas como uma *experiência social e/ ou emocional*. Assim, as pessoas estão interessadas em “reassistir como experiência social” para compartilhar o que estão revendo ou, até mesmo, o próprio instante. O que conta nesse sentido é “rever junto”, seja no mesmo espaço físico ou no ambiente on-line. Já o “reassistir por razões emocionais” diz respeito a reviver emoções. Uma vez que esses sentimentos são continuamente incitados nas telenovelas mexicanas, devido à sua base melodramática clássica, supõe-se que a experiência emocional seja a motivação mais potente responsável pela reassistibilidade desses produtos.

Ainda no que se refere ao “reassistir por razões emocionais”, defende-se que essa motivação para rever também está relacionada com um desejo de resgatar uma emoção vivenciada quando se assistiu ao produto anteriormente. Como se, ao rever uma trama, o telespectador revivesse o momento e os sentimentos vivenciados na transmissão que ocorreu antes. Essa particularidade parece se assemelhar àquilo que Proust descreveu em seu romance *Em busca do tempo perdido* (2002) como a memória involuntária provocada ao se comer uma

Madeleine. No livro, quando o personagem come esse biscoito, ele recobra um momento do seu passado, como é possível ver no trecho a seguir:

Ela então mandou buscar um desses biscoitos curtos e rechonchudos chamados madeleines, que parecem ter sido moldados na valva estriada de uma concha de São Tiago. E logo, maquinalmente, acabrunhado pelo dia tristonho e a perspectiva de um dia seguinte sombrio, levei à boca uma colherada de chá onde deixara amolecer um pedaço de madeleine. Mas no mesmo instante em que esse gole, misturado com os farelos do biscoito, tocou meu paladar, estremei, atento ao que se passava de extraordinário em mim. Invadira-me um prazer delicioso, isolado, sem a noção de sua causa. [...] E de súbito a lembrança me apareceu. Aquele gosto era o do pedacinho de madeleine que minha tia Léonie me dava aos domingos pela manhã em Combray (porque nesse dia eu não saía antes da hora da missa), quando ia lhe dar bom-dia no seu quarto, depois de mergulhá-lo em sua infusão de chá ou de tília (PROUST, 2002, p. 51-53).

Fazendo uma analogia com essa proposição literária de Proust, as telenovelas mexicanas seriam como *madeleines* e ao reassisti-las seria possível rememorar – através de uma memória involuntária – sentimentos vividos em outra exibição. Muito embora essa seja uma metáfora com um aspecto do romance, ela possibilita compreender a potência para os telespectadores ao reassistir essas produções. Para além disso, essa associação demonstra que a faceta do “reassistir por razões emocionais” é também atravessada por sensações de afeto e de nostalgia das lembranças que esses produtos carregam. Vale ressaltar que essas formas de reassistibilidade serão exploradas com mais profundidade no capítulo três, que apresenta as análises desta pesquisa.

CAPÍTULO 2 – AS TELENVELAS MEXICANAS

No escritório da Cerâmica Bracho, Paulina (que está se passando por Paola Bracho) está trabalhando e soa o apito do telefone, trata-se da secretária, Paulina aperta um botão no aparelho e se comunica com ela.

– Sim, Branca.

– Telefone senhora.

– Obrigada.

Paulina atende ao telefone.

– Alô!

Do outro lado da linha está uma mulher idêntica a Paulina, porém com vestimenta diferente. Enquanto Paulina está vestida com um terno rosa e maquiagem clara, a mulher está usando preto e maquiada com tons escuros.

A mulher responde a Paulina:

– Oi, Usurpadora.

Paulina fica estarecida.

A mulher continua:

– Sabe quem sou eu? A verdadeira Paola Bracho.

Paulina não responde e apenas transparece o espanto com o olhar e do outro lado da linha é possível ouvir a mulher repetindo:

– A verdadeira Paola Bracho.

Com o olhar assustado de Paulina, a cena é cortada e entra a chamada da telenovela para os comerciais.

(Descrição de trecho de A USURPADORA..., 1998).⁷²

Essa é parte de uma cena emblemática da trama “A Usurpadora”, em que a vilã entra em contato com a mocinha por telefone. Através desse segmento é possível ter conhecimento do espanto de Paulina ao ouvir a revelação de quem é a pessoa no outro lado da linha telefônica. Observa-se também que o corte da cena deixa um suspense sobre o que ocorrerá na sequência. Esses aspectos correspondem a características das telenovelas, que são construídas com capítulos diários. Em cada um deles são desenvolvidas situações que têm o intuito de impulsionar a expectativa do telespectador sobre o que vem a seguir e prender sua atenção (SILVA, R. 2012).

Certamente, por meio desse fragmento, não é possível ter conhecimento de toda a narrativa. Talvez um leitor não consiga identificar, por exemplo, quem é a vilã e a mocinha ou se existem tais tipos de personagens. No caso exposto, trata-se de uma versão textual simples, que não explora o amplo detalhamento que a descrição de um produto audiovisual possibilita. Porém, mesmo que a exposição fosse minuciosa, ainda assim, muitas particularidades se perderiam ou ficariam a cargo da imaginação do leitor como, por exemplo, os elementos visuais – como a caracterização e o figurino –, as expressões dos personagens e os sons. Para as

⁷² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LfEBU98Uy70>>. Acesso em: 27 out. 2017.

telenovelas mexicanas⁷³, esses aspectos são fundamentais no seu desenvolvimento e carregam influências de sua origem.

Assim, voltar o olhar para as matrizes das telenovelas mexicanas possibilita compreender aspectos de produtos atualmente populares. Em vista disso, este capítulo se dedica a discorrer sobre o melodrama, o romance folhetim, a radionovela e o teleteatro – formatos narrativos que influenciaram na gênese dessas ficções seriadas no México. Para complementar essa reflexão, serão apresentadas as características dessas tramas, bem como as especificidades do modelo desenvolvido pela Televisa. Por fim, serão apresentados os enredos e os personagens principais de “A Usurpadora” e “Rubi”, as reprises pesquisadas durante este estudo.

2.1. As matrizes

2.1.1. Melodrama

A etimologia da palavra “melodrama” advém da junção de dois vocábulos gregos que traduzidos para o português são “canto” e “drama”⁷⁴. Assim, pode-se dizer que o termo se refere a dramas cantados, e foi com essa significação que começou a ser utilizado. De acordo com Thomasseau (2012, p. 16), essa denominação surgiu na Itália, no século XVII, para designar dramas inteiramente cantados. Tratava-se, mais especificamente, das operetas italianas – que eram um tipo de ópera popular (ROSÁRIO; COCA, 2015).

No século XVIII, o termo “melodrama” começou a ser empregado na França. Em 1775, Jean-Jacques Rousseau deu um novo sentido ao vocábulo ao afirmar que o monólogo “Pigmalião” era um melodrama intermediário, entre a simples declamação e o drama inteiramente cantado. A apresentação a que se referia o filósofo era uma cena lírica encenada em apenas um ato, “[...] entrecortado e sustentado por frases musicais que sublinham uma expressiva pantomima” (THOMASSEAU, 2012, p. 17). Com isso, a palavra tornou-se moda e passou a ser utilizada para classificar outras peças teatrais similares. Aos poucos, passou a englobar além de monólogos, apresentações com mais personagens e que incluíam dança. Vinte anos mais tarde da declaração de Rousseau, em 1795, o vocábulo ganhou um mais novo sentido e começou a intitular “a pantomima muda ou dialogada e o drama de ação” (THOMASSEAU, 2012, p. 18).

⁷³ Existem diversos países que produzem telenovelas pelo mundo, muitos deles, em especial na América Latina, possuem influências e origens similares às das tramas mexicanas. No entanto, o escopo desse trabalho se dedicará ao gênero desenvolvido pelo México, que é o país de origem das produções pesquisadas.

⁷⁴ No idioma original: *μέλος* e *δράμα*.

Foi, então, nesse contexto do território francês no final do século XVIII, no campo teatral, que o melodrama começou a se desenvolver enquanto gênero. De acordo com Martín-Barbero (2015), tratava-se de um espetáculo popular, que não estava atrelado rigorosamente a uma tradição teatral. Ele condizia mais com apresentações de feiras, e seus temas se aproximavam mais das narrativas da literatura oral, especialmente dos contos e relatos de medo, terror e mistério (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 163).

O marco desse gênero foi *Celina ou a filha do mistério* (originalmente intitulado *Coelina ou l'Enfant du mystère*). Escrito no ano de 1800 por Gilbert de Pixérecourt, o espetáculo foi considerado o primeiro e fidedigno melodrama da história. Isso porque, as obras teatrais precedentes, embora apresentassem características do melodrama, em geral, não possuíam um ou mais elementos constitutivos do gênero (THOMASSEAU, 2012, p. 23).

Ressalta-se que, mesmo o primeiro melodrama sendo proveniente do ano de 1800, fatores anteriores contribuíram com a formação do gênero. Tais como, as medidas governamentais estabelecidas na França e na Inglaterra a partir do final do século XVII, que proibiram a existência de teatros populares, visando conter o alvoroço e preservar o “verdadeiro” teatro. Com essas determinações, os teatros oficiais tornaram-se exclusividade das classes altas e ao povo restaram as representações sem falas e nem mesmo cantos (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 163), ou seja, apresentações próximas ao que se convencionou chamar como melodrama. Esse fato perdurou até 1806 e proporcionou que o “[...] gênero desenvolvesse os artifícios visuais e sonoros em detrimento da linguagem falada, o que facilitou, portanto, sua posterior adaptação para o cinema e a televisão” (SILVA, R. 2012, p. 161).

O melodrama também teve forte associação com a Revolução Francesa, que ocorreu entre os anos de 1789 e 1799. Nesse período, a França passou por profundas transformações sociais e políticas, que acarretaram para a população experiências assustadoras e intensas, as quais acenderam a imaginação e a sensibilidade de certos grupos. Assim, o surgimento do gênero melodramático, pouco depois da Revolução, proporcionou que essas emoções do povo fossem representadas através do triunfo da vítima sobre o traidor. Conforme ressaltou Martín-Barbero (2015, p. 164) citando P. Reboul, nessas circunstâncias, o melodrama se configurou como “o espelho de uma consciência coletiva”.

Destaca-se que, apesar de ser considerado um gênero teatral ligado às classes mais populares, não eram apenas elas que apreciavam o melodrama. Como afirma Thomasseau (2012, p. 14), “a ética melodramática realiza [...] os desejos de todas as classes da população”. Isto é, segundo o autor, as classes populares se reconhecem no gênero, na medida em que a

vítima triunfa contra o opressor; a burguesia estima o culto aos valores tradicionais e à honra presentes nas obras; e a aristocracia admirava as apresentações que conservavam a hierarquia e afirmavam a existência de um poder estabelecido.

Ao longo do século XVIII, mesmo satisfazendo um grande público, o melodrama sofreu a “ironia” e a “ridicularização” dos críticos e dos historiadores da literatura. Sob essa ótica depreciativa, o gênero era considerado como sinônimo de um “drama exagerado e lacrimajante” (THOMASSEAU, 2012, p. 9). Muito embora essa visão pejorativa tenha se transformado com o decorrer no tempo, nota-se que, em alguma medida, o vocábulo ainda carrega essa perspectiva negativa. As telenovelas mexicanas, por exemplo, são muitas vezes criticadas pelo senso comum por serem “melodramáticas”. Dessa forma, o que seria uma característica das tramas, acaba sendo tratado como defeito.

Independentemente das críticas, o melodrama permanece usual na atualidade. Ele é flexível, se atualiza, modifica seus temas e suas estruturas para acompanhar as questões sociais vividas no período. Para Thomasseau (2012), que analisou o gênero da sua origem até início do século XX, existiram três diferentes fases, divididas em: o melodrama clássico (1800-1823), o melodrama romântico (1823-1848) e o melodrama diversificado (1848-1914).

No melodrama clássico⁷⁵, inicialmente, os autores seguiam meticulosamente as formulações apresentadas em notas no começo das peças impressas do gênero e, sobretudo, se baseavam em livros⁷⁶ desenvolvidos por Pixérécourt, que traziam essa temática. Dessa forma, os espetáculos melodramáticos apresentavam poucas variações. Inspirados na divisão da ópera, ocorriam em três atos: no primeiro ato, geralmente, apresentava os personagens, no segundo ocorria o infortúnio para a vítima e, no último ato, havia a restauração da justiça. Esse formato permaneceu até os anos de 1815, quando começaram a surgir apresentações com cinco atos.

Em termos da estrutura do melodrama, os monólogos cumpriam importantes funções. De acordo com Thomasseau (2012), destacam-se dois tipos deles: os recapitulativos, que eram utilizados no começo do primeiro ato para explicar ao público os fatos que antecederam a história a ser apresentada; e os patéticos, que tinham a função de provocar e/ ou manter o *pathos*. Esse monólogo pode ser, por exemplo, o do vilão, que mente para os outros personagens e, ao ficar sozinho, declara a verdade para o público. Como também pode ser o da vítima, que lamenta

⁷⁵ Sobre o qual este trabalho irá se aprofundar mais, tendo em vista a sua influência nas telenovelas mexicanas.

⁷⁶ De acordo com Thomasseau (2012, p. 28), as obras que serviam como base para os melodramaturgos na época eram especificamente: *Paris ou le Livre des Cent-et-um* (1832), *Guerre au mélodrame* (1818) e *Théâtre choisi* (1841-1843).

seu sofrimento em uma súplica a Deus. A cena tem sua dramaticidade reiterada pelo acompanhamento musical de uma orquestra ou pelas pausas na fala do personagem.

Há que se destacar que esses monólogos estão presentes na atualidade nos melodramas televisivos, dentre os quais as telenovelas mexicanas. Marcia Trejo Silva (2011), pontua que os monólogos recapitulativos aparecem, principalmente, através de três recursos: a voz em *off*, quando uma fala é proferida como se fosse um pensamento do personagem; o *flashback*, que se manifesta como uma recordação visual ou auditiva; a recapitulação de uma ou mais cenas, que são apresentadas no início do capítulo para situar o telespectador sobre o que ocorreu até então na trama. Já os monólogos patéticos estão presentes tanto por meio de voz em *off* como por discursos acompanhados de uma música ao fundo.

Retomando o melodrama clássico, de uma forma geral, ele se sustentava em dois aspectos básicos: o triunfo da inocência perseguida e a punição à tirania. O que diferenciaria um melodrama de outro eram os meios que levavam à vitória e ao castigo (THOMASSEAU, 2012, p. 34). Em meio a essa composição do melodrama clássico, havia três eixos temáticos básicos que o atravessavam. O primeiro era a “perseguição”, que se constituía como a base de toda a intriga e iria estar presente em quase todos os atos do espetáculo. Esse tema era personificado através da figura do vilão, que perseguia e causava sofrimentos ao personagem bom da história. Enquanto o segundo tema consistia no “reconhecimento” que, normalmente, ocorria no fim do terceiro ato. Tratava-se do reconhecimento de pais e filhos, bem como dos erros que ocorreram ao longo do desenrolar da trama. Desse modo,

[...] os equívocos do melodrama jogam com fatos (cartas extraviadas, perdidas, reencontradas; encontros desmarcados, falsos endereços) ou com pessoas (substituição de crianças, semelhanças fortuitas ou premeditadas, usurpações de qualidades ou de títulos). O reconhecimento corrige, em suma, esta série de enganos que possibilitaram o desenvolvimento da intriga e sobre cuja originalidade repousa, efetivamente, o interesse anedótico do melodrama (THOMASSEAU, 2012, p. 37).

Nessa conjuntura, o “amor” era a terceira temática imbricada no melodrama clássico e para ele restava o segundo plano. Em outras palavras, pode-se dizer que perante a “perseguição” e o “reconhecimento”, o romantismo entre casais era pouco explorado na história. O que se preferia abordar era o amor filial, maternal e paternal que estava envolto na trama de separações, dilaceramentos e do reconhecimento.

No que se refere aos personagens, o melodrama clássico possuía uma simples divisão, na qual havia sempre um opressor e um oprimido. Isto é, desenvolvia-se a partir de uma dimensão maniqueísta, com a divisão das figuras “boas” e das “más”. Além disso, os personagens eram tipificados com “[...] máscaras de comportamentos e linguagens fortemente

codificadas e imediatamente identificáveis” (THOMASSEAU, 2012, p. 39). Entre eles havia os seguintes tipos: o vilão, a inocência perseguida, o personagem cômico, o pai nobre, o personagem misterioso e os animais.

Em relação ao vilão, Thomasseau (2012, p. 40-41) cita alguns tipos gerais mais recorrentes, que seriam: “o gênio mau da família”, “o fidalgo malvado”, “o conspirador” e “o tirano”. Haveria também aqueles tipos particulares que eram mais raros, como: “o vilão que se arrepende”, “a mulher ‘vilã’” (que era um tipo pouco comum, uma vez que as mulheres estavam destinadas ao papel de guardar as virtudes familiares e não caberia a elas o papel de vilania), “o vilão que se redime ajudando o herói” e “o vilão que o é por ciúmes, gordo e avaro”. Em casos excepcionais, alguns melodramas não tinham o personagem do vilão. Mas, na maior parte dos casos, cabia a ele ser o agente principal da trama, exercendo o papel de perseguir a vítima. Assim, o público esperava que o vilão fosse castigado ao final do espetáculo.

A inocência perseguida era a principal vítima das maldades do vilão e seu comportamento apresenta pouca variação. Era a representação da virtude e, normalmente, a interpretação era feita por mulheres ou crianças. Deve-se salientar, que o melodrama clássico prezava pela moralidade e, dessa forma, apresentava personagens bons, com qualidades que deveriam ser seguidas pela plateia e reforçava a importância dos valores tradicionais. Enquanto os personagens ruins, que traíam a virtude, a honra e a moralidade, deviam ser refutados e castigados, não servindo de exemplo para o povo. Havia, então, nesse melodrama um caráter educador.

O personagem cômico tinha o papel de se manifestar antes ou logo depois de cenas comoventes, amenizando o momento e dando ao público fôlego para acompanhar o restante do espetáculo (OLIVEIRA; MERISIO, 2008, p. 6; THOMASSEAU, 2012, p. 44). Thomasseau (2012) relata que a presença desse tipo de personagem era tão necessária para o melodrama clássico que, em casos que o retiraram, os espetáculos não obtiveram sucesso.

Havia também o personagem do pai nobre, o personagem misterioso e os animais. Ao primeiro cabia a responsabilidade por enunciar sentenças morais. Já o segundo tudo via e tudo sabia e aparecia sempre no momento certo para salvar a vítima. Por fim, havia a presença de animais, que tinham duas funções na história: “por um lado, criar terror ou espanto [...], por outro, fazer participarem diretamente da intriga os animais domesticados” (THOMASSEAU, 2012, p. 46). Nesse caso, a participação consistia, por exemplo, em pombas que levavam recados. Destaca-se que as cenas com animais eram sempre complexas, pois tratavam-se de bichos reais.

Observa-se que essa classificação do teórico francês se aproxima daquela feita por Martín-Barbero (2015) para designar os personagens presentes no melodrama. Segundo o estudioso, existiriam quatro personagens no núcleo do drama, que resumidamente são: o traidor (ou o perseguidor ou o agressor), que corresponde à personificação do mal. Trata-se da figura que engana, persegue e maltrata a vítima. No espectador, causa medo, mas também fascinação; a vítima é a heroína, que representa a inocência e a virtude. Normalmente, esses papéis são interpretados por mulheres; o justiceiro ou protetor é aquele que salva a vítima e pune o traidor; e o bobo é a figura que encarna a comicidade e garante o relaxamento emocional após momentos de tensão.

Resumidamente, a partir desses elementos, temas e personagens, o melodrama clássico se organizava da seguinte forma:

Pegue-se dois personagens simpáticos, um como vítima, outro sempre pronto a ajudar, um personagem odioso para pagar o pato no final da farsa sinistra: introduza-se aí algo de grotesco [...] qualquer cena supérflua escolhida ao acaso na observação cotidiana [...] do momento; misture-se o riso e as lágrimas: coloque-se uma música de fácil refrão. Cinco atos e poucos entreatos: eis a receita (ROLLAND, 1904, p. 119 apud THOMASSEAU, 2012, p. 47).

Essa fórmula serviu como base do melodrama ao longo de muitos anos. Porém, de acordo com a análise de Thomasseau (2012), esse formato caiu em desuso e, entre os anos de 1823 e 1848, emergiu o melodrama romântico. Segundo o teórico, o gênero ainda matinha a estrutura do seu antecessor, mas acrescentou e transformou técnicas e temáticas. Nesse tipo de melodrama alargou-se o exagero, inverteram-se os valores, os vícios tornaram-se mais compreensíveis e as paixões que eram antes discretas, tornam-se explícitas. O melodrama romântico não salvava mais o herói com tanta frequência, a morte era recorrente. Em meio a esse período, constataram-se melodramas “caóticos”, “violentos” e “sangrentos” (THOMASSEAU, 2012, p. 68).

Para Thomasseau (2012, p. 97), entre os anos de 1818 e 1914, o melodrama acompanhou os movimentos teatrais do período, sem grandes modificações. Essa fase, segundo ele, corresponde ao melodrama diversificado, que era formado por quatro tipos: 1) o melodrama militar, patriótico e histórico, que apresenta temáticas políticas daquele período; 2) o melodrama de costumes e naturalista, que retrata questões familiares e sociais; 3) o melodrama de aventuras e de exploração, que aborda viagens e aventuras longínquas dos heróis; 4) o melodrama policial e judiciário, no qual um inocente era acusado e tornava-se suspeito de um crime, sendo salvo no último momento por um policial “perspicaz” e “obstinado”.

Embora tenha nascido na França, o melodrama não se conteve à Europa, ele progrediu para outros continentes, como, por exemplo, o americano. No teatro mexicano, o gênero aportou a partir do século XIX, em um período que a tradição teatral ainda estava se constituindo no país. Nessa conjuntura, os espetáculos melodramáticos retratavam, de forma idealizada e maniqueísta, os conflitos da época (TREJO SILVA, 2011).

Vale ressaltar, que o melodrama se tornou o gênero de maior expressão da América Latina (SILVA, L. 2013), tendo sido apropriado pelas telenovelas, que não por acaso, são descritas como “o expoente televisivo do melodrama” (MAZZIOTTI, 2005, p. 21). De acordo com Martín-Barbero, trata-se do modo de expressão mais próximo à maneira de viver e sentir do povo latino-americano, ele traz “muito do que somos – machistas, fatalistas, supersticiosos – e do que sonhamos ser, o roubo da identidade, a nostalgia e a raiva” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 305).

Joseph Straubhaar (2004) sugere que o melodrama possa ser um dos motivos para o fluxo das telenovelas de origem latino-americanas em outros países. De acordo com o teórico, o melodrama possui uma estrutura que reveste diversas culturas, sendo constituído a partir de estruturas orais, fórmulas e arquétipos que podem ser amplamente compartilhados. Ainda segundo ele, a cultura inerente às estruturas do melodrama tem alvos em toda parte do mundo, possibilitando o amplo alcance do gênero (STRAUBHAAR, 2004, p. 95).

Observa-se, sobretudo, a flexibilidade do melodrama, que tem sobrevivido ao longo de tantos anos e vem sendo absorvido por diversos formatos. Além de estar no teatro e nas telenovelas, ele se faz presente, por exemplo, no romance folhetim e no cinema mexicano. Estes que serão abordados nas próximas sessões deste capítulo.

2.1.1.1. Melodrama no cinema mexicano

As primeiras imagens cinematográficas foram capturadas e projetadas no México, em 1886, pelo francês Gabriel Veyre, um agente dos irmãos Lumière⁷⁷ (ESCOBAR, 2011, p. 8, STANDISH, 2008, p. 519). Rapidamente, os empresários mexicanos começaram a investir na nova tecnologia e promovê-la pelo país. Contudo, nos primeiros anos da sétima arte no México, não havia uma preocupação em relação aos roteiros, os filmes locais não tinham temas específicos, uma vez que o interesse estava em mostrar ao público imagens em movimento.

⁷⁷ Responsáveis por criar o cinematógrafo, aparelho que captava imagens fixas e as projetava em sequência dando a impressão de que estavam em movimento.

Em 1910, a maior parte das produções, exibições e distribuições estavam a cargo de empresas nacionais. De acordo com King (1994, p. 33), isso ocorreu, dentre outros fatores, porque a Pathé, companhia de cinema francês, não quis construir estúdios no México, como havia feito em outras nações. Em razão disso, a consolidação da indústria cinematográfica no país se deu de forma lenta, tendo seu ápice entre os anos 1936 e 1959, período denominado Época de Ouro.

No início da década de 1930, foi exibido o primeiro filme com som direto do país, intitulado “Santa” (1931). A narrativa era baseada em um romance homônimo de Federico Gamboa e, no cinema, se converteu em um melodrama de êxito comercial. Salienta-se que o cinema sonoro foi uma importante escola do melodrama no século XX, e segundo Gallarino (2011, p. 54), por essa razão, o gênero começou a tomar forma na indústria fílmica com grande velocidade e aceitação. Assim, pouco tempo depois, durante a Época de Ouro, se viu estabelecer no cinema mexicano uma tradição audiovisual melodramática, que influenciaria as telenovelas locais (PAXMAN, 2004, p. 11).

Nos melodramas cinematográficos, as emoções e os sofrimentos eram exaltados pelas histórias e pelas atuações, levando o público às lágrimas. Na maioria dessas produções, as músicas também tinham um papel fundamental, tendo em vista que cabia a elas acompanhar as cenas visando “exagerar situações, aumentar tensões e vincular sentimentos com as letras das canções” (GALLARINO, 2011, p. 54). Observa-se que, o que se via no formato audiovisual tinha muita proximidade com o gênero clássico no teatro.

Dentre outras características dos melodramas no cinema mexicano – em especial dos que foram desenvolvidos na Época de Ouro – destaca-se a perspectiva fortemente conservadora que transmitem da sociedade, em que:

A família está acima de tudo. A religião (católica, obviamente) constitui um pilar fundamental da sociedade que não está sujeita a dúvidas, a Virgenzinha sempre ajuda seus filhos e, se ela não responde aos seus argumentos, certamente é porque ela está te colocando à prova. O amor, se verdadeiro, superará todas as adversidades. A sexualidade só deve ser vinculada a um objetivo puramente reprodutivo. A mulher deve ser boa, honesta, submissa, resiliente e tem uma capacidade infinita de sofrimento. O homem não deve permitir usurparem seu papel de provedor e seus erros e defeitos serão perdoados, sempre que ele os reconsiderar. A pobreza está relacionada à bondade, honestidade e verdadeira felicidade. A ascensão social nas mulheres só é possível através do casamento. Se recorre à mentira, ao interessar ou se tira proveito da beleza corporal, os benefícios só serão transitórios e a mulher retornará ao seu status original ou menor no caso de Rubí. Nos homens, o trabalho pode dar uma opção para ascender economicamente, mas não significativamente. A maternidade é sagrada e os filhos devem respeitar e obedecer seus pais e suas ideias, caso contrário, eles pagarão com o sofrimento (TREJO SILVA, 2011, p. 49, tradução nossa).⁷⁸

⁷⁸ No original: “*La familia está ante todas las cosas. La religión (católica, obviamente) constituye un pilar fundamental de la sociedad no sujeta a dudas, la Virgenzinha ayuda siempre a sus hijos y si en alguna ocasión no*

No que se refere aos personagens que encarnam essa forma de ver o mundo, Trejo Silva (2011) elenca alguns tipos recorrentes, entre os quais, estão, por exemplo, os membros da família. No caso da “mãe”, manifesta-se como a maior sofredora da narrativa. Normalmente, trata-se de uma mulher muito bondosa, que perdoa os erros de sua prole e se dedica em manter a família unida. Ela segue e ensina a religião e os valores “certos” para seus filhos, ou seja, “a submissão da mulher e a dominação do homem” (TREJO SILVA, p. 47). Nos raros casos em que a mãe não cumpre com esses deveres, ela é tachada como “mãe má”.

O “pai”, que normalmente costuma ocupar o papel de juiz no lar. Quando ele é irresponsável de alguma forma (seja bebendo ou traindo), há sempre uma justificativa que será proferida pela sua esposa. Em casos em que comete infidelidade, acaba se dando conta de que não há nada mais importante que sua família e abandona “a outra” – que terminará sozinha como um “castigo justo” por atentar contra um lar (TREJO SILVA, 2011, p. 47).

O “filho” também está presente nos enredos melodramáticos do cinema, sendo retratado de duas formas: ou “bom” ou “ingrato”. Independentemente de ambas, a obediência aos pais irá prevalecer, então, ele irá se dar conta de que estava errado e será perdoado pelos progenitores.

De acordo com Trejo Silva (2011), existe também a figura do “varão”, que se refere ao homem que ainda não é pai. Quando é jovem pode se embriagar, ser mulherengo e irresponsável, mas sem desrespeitar as mulheres da sua família. Para ele, existem dois tipos de mulheres: as com quem irá se divertir – que, para ele, não seguem os valores da sociedade – e aquelas que são para casar – ou seja, as recatadas e submissas.

Corroborando com esse ponto de vista dos “varões” sobre as mulheres, Trejo Silva (2011) afirma, que, invariavelmente, a figura da “mulher” ou segue “o caminho do bem” – respeitando os valores morais de uma sociedade conservadora – ou os desrespeita e é castigada. Em alguns casos de mulheres que se tornaram prostitutas, a história apresenta uma justificativa que a forçou seguir por aquele caminho e demonstra, através de outras características, que ela ainda mantém uma “espécie de pureza”.

responde a sus súplicas, es porque seguramente los está poniendo a prueba. El amor si es verdadero, superará todas las adversidades. La sexualidad sólo debe vincularse a un objetivo meramente reproductor. La mujer debe ser buena, honesta sumisa, aguantadora y con una infinita capacidad de sufrimiento. El hombre no debe dejarse usurpar su papel de proveedor y sus deslices y defectos le serán perdonados, siempre que recapacite. La pobreza se relaciona con la bondad, la honestidad y la felicidad verdadera. El ascenso social en las mujeres sólo es posible a través del matrimonio. Si se recurre a la mentira, el interés o el aprovechamiento de la belleza corporal, los beneficios sólo serán transitorios y la mujer retornará a sus estatus original o uno más bajo con en el caso de Rubí. En los hombres, el trabajo puede dar opción a ascender económicamente, pero no de manera significativa. La maternidad es sagrada y los hijos deben guardar respeto y obediencia a sus padres y sus ideas ya que, de lo contrario, lo pagarán con sufrimiento.”

Observa-se que esses personagens descritos pela autora são como máscaras que os atores assumem no decorrer da narrativa dependendo da situação em que estão circunscritos. Com isso, um “varão” também pode ser um “filho”, bem como pode se tornar “pai”. Em alguma medida, podem ser compreendidos como personagens “cambiantes”.

No que concerne às temáticas que perpassam essas narrativas, destaca-se os apontamentos de Trejo Silva (2011) em relação ao “amor” (seja materno, filial ou de um casal), que no melodrama cinematográfico mexicano sempre enfrentará obstáculos. Segundo a autora, o enredo precisa que existam os empecilhos para que a história possa se desenvolver. Mas na resolução do filme, o amor “vence” e os personagens alcançam seu “final feliz”. Salienta-se que, em relação aos casais, o sexo só deve acontecer após o casamento. Se ocorrer antes, será um marco de uma irresponsabilidade da mulher. Além disso, o sexo com prazer é feito por “varões” e “prostitutas”, no matrimônio ele é um meio de constituir uma família.

É necessário frisar, que esses modos de vida e valores propagados pelo cinema mexicano da Época de Ouro, serviam ao mesmo tempo como modelos advindos da sociedade no período com os quais o público podia se identificar, como, também, referências de comportamento – impregnadas de um discurso dominante, hierárquico, além de conservador. Tal qual afirma Escobar (2011, p. 28), esses filmes “[...] contribuem para a instalação de todo um sistema de valores, atitudes, crenças, moralidade, etc., que, de uma forma ou de outra, permitem sustentar a ordem estabelecida e os interesses da classe dominante”⁷⁹ (ESCOBAR, 2011, p. 28, tradução nossa).

Na década de 1950, último decênio do ápice da cinematografia no México, a televisão chegou ao país e começaram a ser criados diversos canais. Com eles, surgiram distintos produtos para o novo meio, dentre os quais estavam as telenovelas. Essas que se inspirariam em diversos formatos, entre eles, as produções melodramáticas daquele período.

2.1.2. Folhetim

O folhetim (*le feuilleton* em francês), também conhecido como romance-folhetim, surgiu na França, pouco mais de três décadas depois o melodrama teatral. Assim como seu antecessor, se desenvolveu em meios às transformações sociais e econômicas do país no período pós Revolução Francesa.

⁷⁹ No original: “*contribuyen a la instalación de todo un sistema de valores, actitudes, creencias, moralidad, etc., que de una u otra manera permiten sostener el orden establecido y los intereses de la clase dominante.*”

Para além dessa proximidade temporal, havia no folhetim muitos elementos decorrentes do melodrama. De mesmo modo, o melodrama se abastecia da fonte folhetinesca. Talvez tenham compartilhado até o mesmo público. Dada as semelhanças, pode-se dizer que o romance-folhetim equivaleria ao melodrama teatral na literatura (SILVA, F. 2005).

No que concerne a essa similaridade, nota-se uma reincidência nos romances-folhetins de temáticas já vivenciadas através do melodrama, tais como as histórias de trocas de paternidades, os filhos bastardos e as heranças usurpadas. Todas acompanhadas por duelos, raptos, traições, assassinatos e prisões (NADAF, 2002, p. 21), ou seja, cheias de situações de tensões e com forte apelo sentimental.

Além desses enredos que têm o intuito de provocar no público distintas emoções – como, por exemplo, a alegria, a angústia, o medo e a compaixão –, a descrição dos ambientes e das ações é feita de forma quase teatral e extremamente detalhada, como em uma alusão às apresentações teatrais melodramáticas. Nesse sentido, de maneira semelhante ao melodrama, há no romance-folhetim o desejo expresso de envolver o leitor na trama.

Os dois formatos têm também como característica comum os personagens tipificados e a luta maniqueísta, ou seja, de um lado os bons (o herói e a vítima) e, do outro, o mau (o vilão). Os primeiros carregam os valores “corretos” e as suas “purezas”, enquanto o segundo é a representação das transgressões dos códigos morais da sociedade (TREJO SILVA, 2011, p. 43).

Essas aproximações entre as produções talvez estejam associadas ao fato de os criadores de peças melodramáticas também atuarem escrevendo folhetins e vice-versa. Assim como podem ter decorrido do fato de peças teatrais melodramáticas terem sido editadas em formato de romance-folhetim que, igualmente, foram adaptados para o teatro. Um exemplo desse “intercâmbio” foi o clássico *Les mystères de Paris*, de Eugène Sue, publicado a partir de 19 de junho de 1842 no *Journal des Débats*. O texto teve como inspiração o melodrama *Les deux serruriers* de Félix Pyat e, devido ao sucesso da versão em folhetim, tornou-se um novo melodrama (SILVA, F. 2005, p. 49).

O entrelaçamento entre os dois formatos é tamanho que, sobretudo na América Latina, é comum a utilização, por engano, do termo folhetim para tratar e explicar o melodrama e vice-versa (SILVA, F. 2005, p. 49). De mesmo modo, posteriormente, passaram a utilizar ambas expressões para nomear as telenovelas. Trata-se de algo compreensível, tendo em vista a influência deles. Mas independentemente dessa mistura de denominações, é necessário atentar para as singularidades de cada um dos formatos.

Tratando-se especificamente do folhetim, o termo é originário do século XIX na França. Em um primeiro momento, chamava-se folhetim de variedades (em francês *feuilleton variétés*) e ocupava os rodapés das primeiras páginas dos jornais, que tinham receitas culinárias, resenhas teatrais, anúncios, piadas, entre outros. Devido à censura sofrida pela imprensa à época de Napoleão, o espaço foi a forma encontrada para entreter os leitores em meio aos anúncios oficiais de governo que preenchiam a maior parte dos espaços nas páginas desses periódicos.

Em 1836, os jornais franceses passaram ao *status* de empresas comerciais, o que acarretou algumas mudanças significativas, tais como: a inclusão de anúncios pagos por palavras e de narrativas de romancistas da moda, visando alcançar o “grande público” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 177). Nessa conjuntura, o espaço antes destinado às variedades passou, aos poucos, a ser preenchido por romances. Por exemplo, o periódico *Le Siècle* começou a publicar, em partes, na sua primeira página, *Lazarillo de Tormes*⁸⁰, de autor desconhecido. Já o *La Presse* encomendou ao escritor Balzac a obra *La vieille fille* para ocupar seu rodapé.

Destaca-se que muito embora tenham sido publicados distintos romances nos periódicos no decênio de 1830, para Martín-Barbero (2015, p. 177), “o primeiro verdadeiro folhetim” é *Mémoires du diable*, de Frédéric Soulié, publicado em 28 de setembro de 1837 pelo *Journal des Débats*, uma vez que só ele trazia todas as características do formato.

Os textos dos folhetins eram simples, voltados, principalmente para as classes populares. Os autores os escreviam conforme os capítulos eram publicados, o que possibilitava, em certa medida, que acompanhassem⁸¹ a resposta do público e recuassem ou avançassem com determinado aspecto ou personagem da história. Além disso, contavam com cortes sistemáticos dos capítulos mantendo o suspense da história e criando uma expectativa para o próximo número. Assim, tinham-se os dois elementos básicos que garantiam o sucesso do folhetim: a sucessividade na narrativa e o corte do capítulo (NADAF, 2009, p. 121).

Tal qual os já citados *La Presse* e *Le Siècle*, outros periódicos franceses aderiram a publicação de romances folhetinesco. Alternando entre produções originais e reproduções de obras já consagradas, o segmento viu subir de forma significativa o número de assinaturas e a tiragem dos jornais. Ao mesmo tempo, coincidindo com essa era do sucesso dos folhetins junto ao público, surge na França a prensa rotativa, que permitiu um aumento de 1.100 para 18 mil páginas por hora na média de impressão (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 177).

⁸⁰ O romance teve sua primeira publicação em 5 de agosto de 1836.

⁸¹ Há uma semelhança dessa característica com as telenovelas atualmente, que enquanto obras abertas possibilitam que o autor acompanhe a opinião dos telespectadores e realize mudanças na trama se julgar necessário.

Amparado pela melhoria da qualidade da reprodutibilidade técnica, o folhetim, “vendido pelas ruas ou distribuído de casa em casa pelos entregadores [...], se inscreve nesse outro modo de circulação que passa do popular ao massivo sem passar pelo “culto”, ou melhor, pelos lugares “de culto” da cultura” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 182).

Nesse contexto, salienta-se que é necessário se considerar também os modos de produção e de difusão dessas obras, que se davam, respectivamente e predominantemente, de forma assalariada e através da oralidade. Segundo Martín-Barbero (2015, p. 180), foi inaugurado um novo modo de produção cultural, estabelecendo novas relações entre editor e autor e, por conseguinte, entre escritor e escritura. O tempo e o ritmo de produção passam a ser pautados por lógicas de mercado que precificam e orientam a criatividade do artista. Reside aí a crítica dos que, por entenderem que essa mediação promove uma degradação da escrita, não classificam o folhetim como literatura.

Além disso, uma das formas de produção, em que os autores ditavam os textos para seus ajudantes – otimizando o tempo para finalização do material e permitindo, por exemplo, que duas obras fossem redigidas concomitantemente –, coincide com a sua própria forma de difusão. Em um período que a maioria da população era analfabeta, a “leitura” se dava através da escuta de narradores, que liam o folhetim em voz alta para os demais (TREJO SILVA, 2011).

Cabe destacar também que, nessa conjuntura, além da marca da oralidade, a figura do autor pouco importava, sendo muitas vezes subjugada pelo editor. Esse apagamento era tão evidente que muitos chegavam a acreditar que os autores dos textos seriam aqueles que entregavam as publicações (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 181).

O próprio modo de aquisição dos folhetins, seja pela venda nas ruas ou pela intermediação dos entregadores em domicílio, somado a sua carência de potencialidade material – falta de uma encadernação, seu papel frágil, que uma vez lido, o torna obsoleto – podem ser considerados marcadores de seu *status*. Essas características o impedem de ser “exibido como um expoente cultural” e fazem com que o folhetim nunca obtenha “o estatuto cultural do livro” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 182).

Para Martín-Barbero (2015), essas marcas de legitimação social devem ser inerentes a qualquer estudo sobre o tema, uma vez que são exemplos de como a hegemonia atua. Partir desses pontos, por exemplo, permite vislumbrar como determinadas práticas e experiências exerceram influência na evolução do folhetim ao longo de sua trajetória.

Na França, por exemplo, Martín-Barbero (2015) distingue três fases de desenvolvimento dos folhetins, todas relacionadas a momentos históricos e políticos vividos

pelo país. A primeira delas, em que predomina o romantismo social, vai de 1836 até a Revolução de 1848, retratando uma inquietação social que acabava por findar de modo “mágico-reformista”. Frédéric Soulié, Eugène Sue e Alexandre Dumas são autores ícones desse período. Tomada por histórias de aventuras e intrigas, a segunda fase, que vai até 1970, tem nas figuras de Pierre Alexis Ponson du Terrail e Paul Féval seus principais representantes. Por fim, no período que sucede a Comuna de Paris o folhetim assume, através de autores como Xavier de Montépin, uma posição ideologicamente reacionária. Para Marlyse Meyer (apud NADAF, 2002) nessa etapa o folhetim começa a entrar em decadência e chega ao fim em 1914.

Além da França, o folhetim também alcançou outros países como, por exemplo, Inglaterra, Portugal, Brasil e México. Nesse último, além da importação de obras, iniciou-se também uma intensa produção de conteúdo próprio, repercutindo e popularizando o formato no país.

2.1.2.1. Folhetim mexicano

No México, os romances de folhetins – tanto as versões traduzidas de países estrangeiros, quanto as produções locais – começaram a ser publicados por volta de 1840, na mesma época de seu surgimento. Contudo, a nação já havia vivenciado anteriormente uma experiência similar de publicação de uma obra em fascículos. O caso ocorreu em 1816, quando o romance *El Periquillo Sarmiento*, de Joaquin Fernández de Lizardi, foi publicado em capítulos. Tratava-se de um modelo de distribuição parecido, mas a obra não se constituía um folhetim, pois faltava a ela elementos como, por exemplo, os cortes sistemáticos (ALVES, D. 2010, p. 92).

Em relação ao primeiro folhetim mexicano, há uma imprecisão entre os autores sobre qual seria. Constata-se, por exemplo, que para Cedillo (1984), o precursor é *La Hija del Judío*, de Justo Sierra O’Reilly, que foi publicado em 1848 no jornal “El Fénix”. Enquanto, para Ibarra (2004) dois folhetins foram os primeiros do país: *El fistol Del diable*, de Manuel Payno e *Un año en el hospital de San Lázaro* de Justo Sierra O’Reilly, ambos publicados entre 1845 e 1846.

Independentemente de qual tenha sido o pioneiro do formato no México, deve-se atentar para o contexto em que essas obras foram produzidas. Apenas duas décadas antes do surgimento do folhetim no país, havia ocorrido o processo de independência, que durou entre 1810 e 1821; nos anos que sucederam a essa efeméride, outros conflitos políticos e sociais marcaram a nação. Em razão disso, os folhetins traziam marcas desse ambiente, bem como eram atravessados pelo fervor das diferentes aspirações políticas dos autores.

Destaca-se também a influência do romantismo nos folhetins mexicanos durante o século XIX. Nesse sentido, segundo Trejo Silva (2011, p. 44), é possível identificar, por exemplo: o “eu” e a sensibilidade individual sendo exaltados; as características emocionais predominando frente aos atributos objetivos da realidade; os cenários naturais sendo descritos com diversos traços subjetivos, que possibilitam ao leitor “vê-los”. Ainda de acordo com a autora, esses aspectos não apagaram as marcas melodramáticas presentes no folhetim, pelo contrário, as enriqueceram, gerando histórias de amor em que existia de tudo.

Corroborando com essas questões, sublinham-se algumas características elencadas por Cedillo (2011, p. 28) pertencentes ao folhetim: corresponde a uma literatura urbana; apresenta surpresa e tensão; traz um “tumultuoso” choque de paixões; tem “insaciável sede pelo extraordinário”⁸²; tem a capacidade de “agitar violentamente os nervos, o sangue e a curiosidade”⁸³.

2.1.3. Radionovela mexicana

Na Cidade do México, em uma tarde qualquer. De repente, alguém olha para cima e observa o relógio... a hora se aproxima. Uma mão liga o rádio, gira o mostrador, as lâmpadas vibram e emitem uma leve luz... a magia começa. Sons, vozes e música se unem para criar um mundo alternativo em que quase tudo é possível, um universo de sonhos que, por alguns momentos, podemos acessar. Os personagens ganham vida e nos levam a acompanhá-los em suas tristezas e alegrias. A radionovela chegou ao lar... (TREJO SILVA, 2011, p. 56, tradução nossa)⁸⁴.

A radionovela correspondia à representação de uma história em capítulos emitida através do rádio. Nela, havia sempre a intriga e o drama, em torno dos quais a ação se desenvolvia. Para sua composição, não eram necessários cenários, figurinos e iluminação, se utilizava de efeitos sonoros, vozes e músicas. Assim, sem imagens, ela se desenvolve principalmente na imaginação do público. De acordo com Trejo Silva (2011), trata-se de um subgênero do radiodrama, que, resumidamente, é um gênero que engloba produtos que fazem uso de elementos do meio radiofônico para contar histórias, tal como são, por exemplo, o radioteatro, a radiosérie e tantos outros (GALAY, 2015).

Em se tratando dos efeitos sonoros, cabia a eles contribuir com a ambientação da história e com a veracidade das ações. Dessa forma, por exemplo, se a narrativa estivesse se passando

⁸² No original: “*insaciable sed de lo extraordinario*”.

⁸³ No original: “*agitar violentamente los nervios, la sangre y la curiosidad*”.

⁸⁴ No original: “*La Ciudad de México, una tarde cualquiera. De pronto, alguien levanta la vista y observa el reloj... la hora se acerca. Una mano enciende la radio, gira el dial, los bulbos vibran y emiten una ligera luz... la magia comienza. Sonidos, voces y música se conjugan para crear un mundo alterno en el que casi todo es posible, un universo de sueños al que, por algunos momentos, podemos acceder. Los personajes cobran vida y nos lleva a acompañarlos en sus penas y alegrías. La radionovela ha llegado al hogar...*”

em um dia chuvoso, eram emitidos sons semelhantes a chuva, ou se um ator desse um tapa em outro, o que se ouvia era um áudio equivalente. Além disso, esses efeitos também podiam colaborar com a composição dos personagens – seja em relação a sua personalidade ou seu estado de espírito. Nesse sentido, determinada personagem poderia ser associada a um som similar ao de passos de salto alto e, com isso, o público saberia quando ela estivesse entrando em cena; e um som de uma batida de porta poderia enfatizar que um personagem está com raiva.

Já as vozes eram os elementos que davam “vida” à história e seus personagens. Através delas os atores se expressavam e transmitiam os sentimentos. Por essa razão, o que pesava nas radionovelas era a imposição da voz e não os aspectos gestuais da interpretação. Sem elas, os personagens não existiam. Também por meio da voz, um narrador poderia situar os ouvintes sobre os antecedentes da história e descrever a ambientação.

Junto a esses aspectos estavam as músicas, que ofereciam suporte à dramatização. Através delas, emoções eram reforçadas e criavam-se variadas atmosferas, podendo aclimatar a dor, a alegria, o lamento, um sonho, ou ainda, possibilitando dividir uma cena, marcar a entrada de um personagem ou a mudança de um assunto (POLLETO; FERNANDES, 2009).

Vale ressaltar a existência de um elemento diferente desses, mas que cumpria um papel importante nessas narrativas radiofônicas: o silêncio. Esse que se manifestava por meio de pausas e poderia significar a surpresa, o susto ou o suspense (POLLETO; FERNANDES, 2009).

Salienta-se, ainda, que as radionovelas também traziam características dos formatos que as antecederam, como a tipificação dos personagens, a contraposição de valores e o corte de capítulos em momentos de clímax. Essa última estratégia advinha dos romances folhetinescos e era utilizada para que os ouvintes ficassem curiosos e acompanhassem a próxima emissão (TREJO SILVA, 2011, p. 59).

No México, as radionovelas começaram a ser produzidas em 1930. Segundo Trejo Silva (2011, p. 56), há dúvidas de qual teria sido a primeira: alguns acreditam que tenha sido “*El proceso de Mary Dugan*” (1934), de Carlos Chacón, enquanto a estação de rádio XEW defende que foi “*Los três mosqueteiros y D’Artagnan*” (1932). No entanto, essa não foi a primeira experiência do país com radiodramas, uma vez que já produziam radioteatros.

A inspiração para o desenvolvimento das radionovelas mexicanas veio das *soap operas*⁸⁵ radiofônicas estadunidenses, que naquela época eram importadas, traduzidas para o espanhol e emitidas no país. Tendo em vista que essas versões norte-americanas apresentavam

⁸⁵ A *soap opera* é uma produção seriada, que possui a característica de não ter um argumento principal conduzindo a narrativa. Essas tramas norte-americanas emitidas no rádio tornaram-se um sucesso e, posteriormente, foram absorvidas pela televisão.

temas e desenvolvimentos diferentes do modo de ser e pensar mexicano, passaram a ser adaptadas⁸⁶ e a receber os toques locais. Assim, começam a surgir as radionovelas oriundas do México (TREJO SILVA, 2011, p. 56).

Destaca-se que, embora se espelhassem nas *soap operas* americanas, as radionovelas tinham tramas principais que norteavam toda a narrativa e finais previstos, o que a afastava do modelo norte-americano. Esse que apresentava uma história atravessada por vários dramas sem um fio condutor ou um desfecho definido, que acarretava em uma produção com longos anos de duração (SILVA, R. 2012; TORRES, 2009).

Reflexionando acerca das temáticas das radionovelas mexicanas, Trejo Silva (2011) as classifica da seguinte forma: as históricas, que tratam dos acontecimentos históricos do México e de outros países; as sentimentais, em que o amor é o centro da trama; as educativas, que transmitem mensagens de cunho social ou educativo; as religiosas, que versam sobre a vida de santas, santos e beatos; as policiais, que constroem-se em torno do esclarecimento de um crime por um agente da lei (um policial ou detetive); as campestres, que tratam de questões relacionadas com essas localidades; as de aventura, que se referem a um personagem vivenciando diversas aventuras em lugares distintos; as de terror e ficção científica, que abordam o sobrenatural, os avanços da ciência, elementos aterrorizantes entre outros; as bélicas, que se desenvolviam na guerra.

De um modo geral, as radionovelas tiveram muito êxito no México, alcançando o apogeu, em termos de produção e sucesso de público, entre os anos de 1940 e parte de 1960. Nesse ínterim, a televisão chegou ao país e começaram a ser feitos diferentes produtos narrativos, como os teleteatros e as telenovelas – algumas baseadas em textos de radionovelas. Progressivamente, a TV foi conquistando a preferência da população e, com isso, acabou assumindo papel de principal meio de comunicação da nação, anteriormente ocupado pelo rádio. De mesmo modo, os patrocinadores, que mantinham as radionovelas, começaram a ver na televisão como um espaço mais eficaz para publicidade. No entanto, esse quadro não implicou o fim imediato da realização de outras tramas radiofônicas, elas continuaram a ser produzidas e foram diminuindo gradativamente até 1983, quando foram consideradas antiquadas, pouco rentáveis e param de ser produzidas no país (TREJO SILVA, 2011, p. 62).

⁸⁶ Esse processo foi vivenciado, poucos anos antes por Cuba, que foi o precursor no desenvolvimento de radionovelas, produzindo a primeira delas em 1931. Assim, possivelmente o México inspirou-se na radionovela cubana.

2.1.4. Teleteatro mexicano

Os teleteatros foram os primeiros dramas da televisão mexicana. Tratavam-se de apresentações teatrais televisionadas exibidas em um único dia. No período do seu desenvolvimento, os horários na TV do México eram comercializados e não havia uma grade de programação estruturada, com isso, cada um deles era adaptado ao tempo disponível, que correspondia, em média, a cerca de 30 a 60 minutos (IZQUIERDO, 2017).

Sua origem remonta à Europa, onde, em 1937, foi transmitida ao vivo pela primeira vez uma peça teatral na televisão. No ano de 1950, o formato chegou ao México, tornando o país precursor do teleteatro na América Latina. Inicialmente, era chamado de “teatro pela televisão”. Posteriormente, ganhou do crítico teatral Armando de María y Campos a denominação de “televiteatro” e, mais tarde, passou a ser chamado de “teleteatro” (TREJO SILVA, 2011, p. 63).

No início, essas produções mexicanas eram feitas ao vivo, uma vez que não havia a tecnologia do videoteipe. Para atuação foram chamados atores do teatro, que a princípio tiveram um estranhamento em ter que encenar para uma câmera e não ter a presença do público no local, mas foram se acostumando com o novo meio. Da mesma forma ocorreu com os outros profissionais envolvidos (técnicos, produtores, diretores, entre outros), pois entre eles também não havia expertise sobre a TV. Ou seja, todos tiveram que se familiarizar com a televisão e aprender enquanto faziam as atrações.

No que se refere as histórias apresentadas pelos teleteatros, destaca-se que a maior parte delas advinha de textos europeus, mais frequentemente de obras francesas, britânicas e espanholas. Segundo Izquierdo (2017, p. 345-346), essa preferência não era exclusivamente por aspectos culturais, estava relacionada com o fato da maioria dessas narrativas fazerem parte do cânon literário e estarem disponíveis em domínio público. Enquanto, textos atuais de autores mexicanos deveriam ser pagos e os valores não eram baixos.

Durante os anos 1950, os aparatos televisivos no México eram poucos e estavam presentes em lares de classe alta, tendo em vista o seu elevado custo. Em razão disso, muitos telespectadores se reuniam na casa dos que possuíam TV para assistir aos teleteatros, que se tornaram um dos produtos preferidos do público naquela época (TREJO SILVA, 2011, p. 65). Vale ressaltar que, nesse contexto, a televisão estava sendo implementada no país e ainda era circunscrita a um ambiente urbano.

Para executar um teleteatro era necessário ensaiar cerca de quatro horas por dia, durante uma semana. Os cenários e os figurinos deveriam variar de acordo com cada apresentação. Além de demandar uma vasta equipe com atores, produtores, maquiadores entre outros.

Tratava-se, portanto, de um produto trabalhoso e dispendioso. No final da década de 1950, quando as telenovelas começaram a ser produzidas, viu-se uma contraposição a esses requisitos. Isto é, um produto serializado, que utilizava diversas vezes o mesmo cenário, permitia o reaproveitamento dos figurinos e não exigia que fosse reinventado a cada nova emissão. Nesse quadro, as telenovelas eram mais vantajosas que os teleteatros, afinal, otimizavam o tempo e os recursos. Além disso, por encerrar cada capítulo com um momento de clímax – tal qual no folhetim –, mantinha o público interessado em acompanhar a história. Esse aspecto chamou atenção dos patrocinadores, que passaram a ter as telenovelas como preferidas em detrimento dos teleteatros.

Nessa conjuntura, os teleteatros foram aos poucos perdendo espaço na programação e desaparecendo. De acordo com Izquierdo (2017), existem registros deles na televisão até início da década de 1980. Salienta-se que, mesmo eles sendo distintos das telenovelas mexicanas, foi através deles os profissionais aprenderam e acumularam experiências sobre o novo meio. Construindo, assim, uma base para a produção das tramas mexicanas na TV.

2.2. O universo das telenovelas mexicanas

A televisão foi implementada oficialmente no México em 1950, mais precisamente em 1 de setembro daquele ano, quando foi ao ar pelo Canal 4 (XHTV)⁸⁷ um informe do presidente em exercício na época, Miguel Alemán Valdés. Em março do ano seguinte, teve início a transmissão do Canal 2 (XEW TV)⁸⁸ – atualmente denominado como Canal de las Estrellas – e, em 1952, o Canal 5 (XHGC) foi ao ar (DOMÍNGUEZ, 2009; MOTTA, 2006, p. 71; TELEVISA, [200-]).

Nessa época, havia apenas cinco mil televisores em todo o território mexicano. Com isso e a concorrência entre esses três canais, as empresas estavam tendo um déficit financeiro. Para inverter essa situação, em 1955, os canais decidiram se fundir e instituíram o Telesistema Mexicano (TSM). Posteriormente, foram lançados outros canais, dentre eles, o Canal 8 (XHTMTV)⁸⁹, que foi ao ar pela primeira vez em 1968 e até 1972 foi um grande concorrente da TSM. Em novembro de 1972, as empresas donas do TSM e XHTMTV se fundiram e deram origem à Televisa (DOMÍNGUEZ, 2009, p. 37), que se tornou o principal conglomerado de

⁸⁷ A concessão desse canal era de propriedade da Televisión de México S.A, pertencente ao empresário Rômulo O’Farril Silva, também dono do jornal Novedades de la Ciudad de México.

⁸⁸ A concessão pertencia a Televimex S.A., de Emílio Azcárraga Vidaurreta

⁸⁹ A concessão desse canal pertencia às empresas Fomento de Televisión S.A. e Televisión Independiente de México.

comunicação do país, sendo também o maior produtor e exportador de telenovelas da nação mexicana, além de ser responsável pelas tramas implicadas nesta dissertação.

No que concerne às telenovelas no México, desde o início da TV no país, eram feitas experimentações⁹⁰ de formatos narrativos audiovisuais, que culminariam nas telenovelas mexicanas tal qual são conhecidas atualmente. Em 1950, por exemplo, foi transmitido “*Aventuras de Rouletabile*”, uma espécie de teatro seriado. Dois anos depois, em 1952, começou a ser exibido um capítulo por semana “*Ángeles de la calle*”, que era uma adaptação de uma radionovela. Essa história fez tanto sucesso que perdurou até 1955.

Nesse contexto, segundo Orozco (2006), se iniciou a trajetória das telenovelas mexicanas, que o autor divide em cinco etapas⁹¹. A primeira delas é denominada de “pré-histórica” e perdura de 1951 a 1956. Nesse período, as tramas eram feitas ao vivo e seguiam fielmente o modelo das radionovelas. Após essa fase, próximo ao final da década de 1950⁹², foi transmitida, ainda ao vivo, “*Senda Prohibida*”, considerada a primeira telenovela do México.

Em 1957, o videoteipe aportou em solo mexicano dando início à segunda etapa, chamada de “artesanal”. Graças a essa nova tecnologia, as telenovelas passaram a ser gravadas e puderam ser enviadas para regiões do país em que os sinais de transmissões dos canais não tinham alcance, bem como foi possível exportá-las para outras nações. Foi também no final do decênio de 1950 que o ponto eletrônico chegou ao México, diminuindo os tempos de ensaio e gravação. Isto é, se os atores esqueciam alguma fala, a produção os auxiliava através desse novo aparelho (TREJO SILVA, 2011, p. 13). Nessa etapa “artesanal”, o tema mais recorrente era da necessidade do reconhecimento pelo outro, com histórias de:

[...] reconhecimento do filho pela mãe ou pai desconhecido, reconhecimento da mãe pelo seu filho, do avô rico pelo neto desaparecido, do irmão pelo irmão, enfim, reconhecimento da pessoa que sofria tanto por aqueles que a rodeavam, e reconhecimento do que ama em segredo, sem poder confessar, etc (OROZCO, 2006, p. 25, tradução nossa)⁹³.

A terceira etapa foi a de “industrialização” e ocorreu entre meados dos anos 1970 e 1980. Esse período teve como uma das características mais marcantes a diferenciação de

⁹⁰ Torres (2009) indica que, para alguns pesquisadores, estariam entre essas produções a primeira telenovela mexicana. Porém, este trabalho ancora-se na perspectiva de autores como Mazziotti (1996), Orozco (2006) e Trejo Silva (2011), que consideram “*Senda Proibida*” a primeira telenovela do México.

⁹¹ As quatro primeiras etapas foram estabelecidas por Nora Mazziotti em sua obra *La industria de la telenovela* (1996) e são reiteradas por Orozco (2006), que acrescenta uma última fase.

⁹² Há uma inconsistência sobre o ano de exibição dessa trama. Trejo Silva (2011), por exemplo, relata que a exibição se iniciou em 1958, enquanto, Orozco (2006) afirma que foi em 1957.

⁹³ No original: “*el reconocimiento del hijo por su madre o su padre desconocidos, reconocimiento de la madre por su hijo, del abuelo rico por el nieto desaparecido, del hermano por el hermano, en fin, reconocimiento de la que sufrió tanto por los que la rodean, y reconocimiento del que ama en secreto sin poder confesar su amor por la persona amada, etcétera.*”

temáticas entre as telenovelas mexicanas. Foi também nesse ínterim que países como Brasil e México consolidaram a produção industrial de suas tramas, dando início à exportação massiva para outros países. Além disso, segundo Orozco (2006), grandes redes de televisão como a Televisa e a Rede Globo se firmaram em seus territórios nessa fase.

A “transnacionalização” é a denominação da quarta etapa, que compreende os anos de 1990. Nessa época, as tramas tornaram-se sucesso de audiência e foram capazes de mobilizar populações inteiras para assisti-las (OROZCO, 2006, p. 27). A comercialização transnacional de telenovelas mexicanas teve tanto êxito que as produções chegaram a países como China e Rússia. Por exemplo, cada uma das produções da trilogia das Marias (“Maria Mercedes” de 1992, “Marimar” de 1994 e “Maria do Bairro” de 1995) alcançou 70 países (MAZZIOTTI, 2004, p. 393).

Dos anos 2000 em diante acontece a “mercantilização”, correspondente à última e mais recente etapa na trajetória das telenovelas mexicanas. Nela, as tramas são feitas primordialmente, para serem vendidas. Assim, as narrativas são produzidas seguindo o modelo tradicional do melodrama, bem como são criadas produções com várias histórias dentro de um melodrama maior para conquistar uma audiência ainda mais ampla e diversificada. Destaca-se também como mudanças desse período a ampliação do número de cenas por capítulo – que até então tinham uma média de 12 a 14 e passam a ter cerca de 50 – e o aumento de cenas externas. Para Orozco (2006, p. 30), essas mudanças foram muito importantes, uma vez que romperam com uma longa tradição de produção de telenovelas mexicanas, em que quase nada se transformava.

Pontua-se, ainda, que é nesse estágio de “mercantilização”, que surge a fórmula de franquia de telenovelas. Ou seja, tem início a prática em que se compra a obra com inúmeras indicações e elementos que devem ser mantidos para garantir o formato original da trama (OROZCO, 2006, p. 32).

2.2.1. As características

Ao longo deste capítulo, indicou-se alguns aspectos que compõem as telenovelas mexicanas e estão relacionados com outros formatos, tais como: a apresentação de uma narrativa maniqueísta, a recorrência de personagens tipificados, os variados momentos de clímax e suspense e o corte sistemático de capítulos. Entre esses, há que se acrescentar ainda a utilização da música e dos efeitos sonoros para enfatizar a dramatização das cenas, bem como

a ênfase na oralidade frente às ações. Isto é, é possível fechar os olhos e compreender perfeitamente o desenrolar da trama (TREJO SILVA, 2011, p. 75).

Pontua-se, também, que devido a sua forte base no melodrama clássico, o modelo de telenovela do México é construído com o objetivo de provocar emoções no telespectador. Nesse sentido, o conjunto dos elementos que o compõem – desde a história, a interpretação dos personagens, as falas, entre outros – serão direcionados para esse propósito.

Outro aspecto que se faz fundamental em tramas mexicanas é a presença do “amor”. O qual se manifestará na forma romântica – usualmente ocorrendo entre casais héteros, uma vez que a homossexualidade ainda não é muito explorada –, entre familiares, entre amigos, entre outras (TREJO SILVA, 2011). Em contraposição, constata-se uma ausência de questões “políticas”, salvo algumas exceções como a telenovela “*Nada Personal*”, que foi feita por uma produtora independente. De acordo com Orozco (2006, p. 26), talvez não se aborde esses assuntos nessas ficções devido a alianças com os poderes políticos estabelecidos no país.

Vislumbrando o decurso das telenovelas mexicanas, Domínguez (2009) afirma que é possível classificá-las em alguns subgêneros: 1) melodrama tradicional ou telenovela “rosa”, em que ocorrem os amores supostamente impossíveis, que ficam juntos ao final. Nesse caso, a trama gira principalmente em torno da relação romântica de um casal, que luta pelo seu amor ao longo da história e, ao final, o bem é recompensado e o mal castigado; 2) infantis, que são direcionadas para um público entre 4 e 12 anos de idade; 3) juvenis, que são dirigidas para a faixa etária de 13 a 18 anos; 4) históricas, que tratam de uma efeméride ou sobre a vida de algum personagem marcante da história; 5) época, que é ambientada em um período anterior ao da exibição e a trama deve estar relacionada com um acontecimento histórico; 6) policial, em que há suspense e mistério envolvendo a resolução de um crime; 7) terror, que explora de maneira intensa o suspense nas cenas e no enredo; 8) comédia, em que o humor se materializa através dos personagens e da história; 9) didática, que busca orientar o público em relação a algum aspecto social, como, por exemplo, o analfabetismo entre adultos; 10) realista, que tratam de acontecimentos da atualidade, no México ou no mundo. Esse último subgênero teve origem nas primeiras telenovelas da TV Azteca⁹⁴, onde são mais frequentes.

Ainda no que tange às tramas mexicanas, salienta-se a relevância de seus produtores. Cada um possui traços característicos e, por isso, adquirem admiradores, que já esperam determinados estilos e técnicas quando vão ver uma narrativa. Ernesto Alonso, por exemplo, foi um desses produtores mexicanos. Ele tinha como particularidade a experimentação, sendo

⁹⁴ Principal concorrente da Televisa no México.

o criador de vários subgêneros, como foi o caso da telenovela histórica (DOMÍNGUEZ, 2009, p. 83).

2.2.2. O modelo da Televisa

Para além das características que envolvem as telenovelas mexicanas de um modo geral, existem alguns traços que estão diretamente relacionados com a emissora de origem. As tramas da TV Azteca, por exemplo, surgem com o propósito de apresentar histórias da “vida real” (GÓMEZ-GUTIÉRREZ, 2005). Enquanto, segundo Hernandez (2002 apud STRAUBAHAR, 2004, p. 103), as telenovelas oriundas da Televisa enquadram-se na categoria de “*blanda*”⁹⁵. Isto é, as tramas correspondem a uma narrativa melodramática clássica concentrada no amor, com histórias envolvendo situações em família e enredos similares ao da Cinderela. No que se refere aos aspectos técnicos, as ficções dessa classe apresentam closes em rostos expressivos, sequências gravadas em estúdios e um desenvolvimento vagaroso do drama da história.

Para complementar essa perspectiva, destaca-se a descrição da pesquisadora Nora Mazziotti (2006) acerca do modelo de telenovela advindo da Televisa. De acordo com a autora, essas tramas correspondem ao melodrama clássico, e apresentam características fundamentais, tais como: 1) a moralidade católica como um ponto determinante – as expressões de religiosidade estão sempre presentes e só se alcança a redenção através sofrimento; 2) os valores morais estabelecidos são respeitados e com isso as transgressões são castigadas e não há espaço para novos pontos de vista; 3) as histórias têm alto nível de obviedades, que podem torná-las tanto engraçadas quanto comoventes; 4) não há lugar para erotismo nas tramas – a sensualidade é associada ao vilão e deve ser vista como algo negativo; 5) os personagens normalmente são arquetípicos (entre eles, são comuns a mãe, a vilã, a inocente, o ambicioso entre outros) e apresentam caracteres imutáveis os quais são revelados não só através da atuação mas também da maquiagem e da vestimenta.

Apesar do conservadorismo expresso nas características acima, nota-se que algumas produções advindas da Televisa, estão apresentando modernizações. Observa-se, por exemplo, a inserção de personagens híbridos, ou seja, que não são inteiramente “bons” ou “ruins”. Há também a apresentação de situações relacionadas com fatos reais e em voga na sociedade mexicana – como o narcotráfico, que se tornou temática de algumas telenovelas –, e a inclusão de personagens homossexuais nas narrativas.

⁹⁵ Utilizou-se o termo original que, em uma tradução para o português, poderia ser entendida como “suave”.

No entanto, ainda que “inovadores” para o padrão da Televisa, constata-se que alguns desses aspectos podem causar reações contrárias de uma parte do público mexicano. Em 2017, por exemplo, a Televisa transmitiu “*Papá a toda madre*”, uma trama que trazia como personagens um casal homossexual casado legalmente e que desejava ter filhos. Nessa mesma ficção, a rede de TV mexicana exibiu o primeiro beijo gay no horário nobre. Como reação, uma parcela da audiência criou um abaixo assinado para que a telenovela parasse de ser exibida, que coletou mais de 39 mil assinaturas⁹⁶. Nesse sentido, supõe-se que temas como esse apareçam tão raramente na Televisa devido a esse tipo de posicionamento conservador de um segmento da população.

Além disso, salienta-se que o modelo melodramático clássico ainda é predominante e, em todas as telenovelas, mesmo que as modernas, se mantém a estrutura básica do gênero. Assim, as tramas continuam tendendo para o exagero das emoções e das ações, impulsionando distintas sensações no telespectador (GALLARINO, 2011).

2.2.3. “A Usurpadora”

“Mas é claro, eles são Deus e eu o diabo”
(Paola Bracho, vilã da telenovela “A Usurpadora”)⁹⁷.

“A Usurpadora” (título original “*La Usurpadora*”) é um *remake* de uma telenovela venezuelana homônima produzida em 1972 e escrita por Inés Rodena.⁹⁸ A versão mexicana teve como autor Carlos Romero e foi exibida pela Televisa de 9 de fevereiro de 1998 a 24 de julho de 1999. No Brasil, a trama foi transmitida pela primeira vez de 22 de junho de 1999 a 9 de novembro de 1999 pelo SBT, que a reprisou nos anos de 2000, 2005, 2007, 2012-2013, 2015, 2016-2017.

Protagonizada pela atriz Gabriela Spanic (Figura 2), a história gira em torno de Paulina Martins⁹⁹ e de Paola Bracho, duas mulheres de personalidades e classes sociais distintas, mas com aparências idênticas. Paulina é retratada como uma moça pobre, sinônimo de bondade, delicadeza e simplicidade, enquanto Paola é rica, fria, sem escrúpulos e impiedosa. Salienta-se que, assim como antagonista de “A Usurpadora”, grande parte das vilãs de telenovelas

⁹⁶ Disponível em: <<http://www.citizengo.org/es/107372-dejen-emitir-papa-toda-madre>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

⁹⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KEfo9IEUxxg>>. Acesso em: 2 jan. 2018.

⁹⁸ Essa não foi a primeira versão da trama feita pela Televisa. Em 1981, a emissora transmitiu “*El hogar que yo robe*”.

⁹⁹ Na versão mexicana, a personagem se chama “Paulina Martínez”.

mexicanas são de classe econômica alta e, nesses casos, o sobrenome é para elas um símbolo de poder e prestígio que é restrito a poucos (TREJO SILVA, 2011, p. 121).

Figura 2 – Personagens Paulina e Paola.



Fonte: *Site da Revista Quem*¹⁰⁰.

Como se sabe, figurino e maquiagem são algumas das formas de caracterização dos personagens, que no caso de Paola é feita através de roupas sensuais¹⁰¹, a maior parte nas cores vermelho e dourado, e sombras e batons em tonalidades escuras. Em oposição, a caracterização de Paulina se expressa por roupas e maquiagens claras, que transmitem a sobriedade e, até certo ponto, um sentido de castidade e pureza próprias das mocinhas mexicanas.

Em uma viagem com um amante, Paola conhece Paulina e propõe que ela assuma sua identidade por um ano. Dessa forma, ela poderia se afastar por um período da família e aproveitar a vida. A “nobre” jovem, a princípio, se recusa, mas acaba sendo forçada pela vilã a aceitar a proposta e passa a viver como uma “usurpadora” na família Bracho.

No entanto, as personagens desconhecem que são, na verdade, gêmeas separadas quando bebês. Paola foi adotada por uma família rica e Paulina continuou sendo criada por sua mãe biológica de origem pobre. Fingindo ser um dos membros da família Bracho, a gêmea “boa” os cativa com suas atitudes: ela cuida de tudo e de todos, salva a empresa da falência e ajuda a matriarca dos Brachos (vovó Piedade) a se libertar do alcoolismo.

No outro extremo dessa narrativa está Paola Bracho, que é representada como a típica vilã de telenovela mexicana, notoriamente construída para ser odiada: completamente má, não medindo esforços para conseguir o que quer e não demonstrando qualquer remorso por suas atitudes. Ao contrário das expectativas de parcelas moralmente conservadoras da sociedade,

¹⁰⁰ Disponível em: <<http://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2012/09/gaby-spanic-nega-plasticas-e-fala-sobre-tentativa-de-homicidio-que-sofreu.html>>. Acesso em: 2 jan. 2018.

¹⁰¹ A sensualidade é vista como uma característica negativa e, portanto, associada a figura da vilã.

a personagem se recusa a ficar em casa zelando pelos filhos¹⁰² e pelo marido, além de ter vários amantes, não sendo, portanto, uma esposa fiel. Ela também declara abertamente seu interesse pelo dinheiro e, com risadas maléficas, ficou conhecida por frases como: “sempre há uma testemunha perigosa de suas maldades, [...] mas os mortos não falam”¹⁰³.

Ao vislumbrar essas características sob a ótica de uma sociedade conservadora, a personagem poderia ser julgada como uma mulher ruim, péssima mãe e esposa, pois o papel dela deveria ser estar com a família. Possivelmente é esse o sentido que os realizadores da obra esperam que o telespectador produza, ou seja, condizente com o formato mexicano. No entanto, vale ressaltar que a recepção não é homogênea, podendo concordar ou reiterar, mas também pode resistir, ressignificar e desconstruir o que foi transmitido.

No decorrer da trama, Paulina se apaixona pelo marido de sua irmã, Carlos Daniel (Figura 3) – interpretado por Fernando Colunga –, que se vê cada vez mais encantado por essa mulher, que ele imagina estar mudando o comportamento e se tornando uma pessoa bondosa e amorosa. No entanto, Paulina se mantém respeitosa ao casamento da irmã e não permite se relacionar sexualmente com Carlos Daniel, entendendo que o relacionamento entre eles seria impossível. Sob esse aspecto, constata-se que a mocinha demonstra apreço e respeito pelos valores tradicionais da sociedade, tal como se via, por exemplo, no melodrama.

Figura 3 – Personagem de Carlos Daniel



Fonte: *Site Amo Novelas*¹⁰⁴.

Observa-se também que apesar de se envolver afetivamente com essa nova “Paola”, Carlos Daniel corteja mulheres fora do casamento. Paola (que nesse momento é, na verdade, Paulina) demonstra ciúme, mas não confronta o marido sobre suas atitudes. Essas ações relembram os personagens “pai” e “varão” do cinema melodramático mexicano, que poderiam ser “mulherengos” e trair. Para eles, em algum momento, tudo era justificado e perdoado. O

¹⁰² Em “A Usurpadora”, a personagem de Paola tem dois enteados (um menino e uma menina), filhos de seu marido Carlos Daniel.

¹⁰³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q3O_dY6LUTE>. Acesso em: 2 jan. 2018.

¹⁰⁴ Disponível em: <<http://amonovelas.com.br/usurpadora/personagens-usurpadora/carlos-daniel-bracho/>>. Acesso em: 2 jan. 2018.

que não funcionava da mesma forma para as personagens mulheres, que se agissem dessa forma “não eram para casar”.

Quando toda família já sabe sobre a usurpação, perdoam Paulina e Carlos Daniel declara seu amor por ela. No desfecho da história, Paulina é julgada pelo crime de falsa identidade e inocentada. Já a antagonista sofre um grave acidente e em seu leito de morte pede perdão à sua irmã e à sua família. Após receber a absolvição de todos, Paola morre e o casal Paulina e Carlos Daniel enfim têm seu final feliz concretizado através de uma cerimônia de casamento.

Dessa forma, é possível dizer que os personagens da trama são tipificados, com traços bem marcados, dentro de uma estrutura narrativa maniqueísta previamente vista nos formatos que precederam a telenovela. Ou seja, a vilã será má durante toda a história, e mesmo se arrependendo ao final, seu destino será a morte. Já a vítima representará um exemplo de virtude e bondade, sem acumular rancores e, como no caso de Paulina, mantendo sua lealdade inclusive à irmã vilã, ainda que lhe cause sofrimento.

Há que se destacar também que os monólogos – comuns nos melodramas teatrais clássicos – são recorrentes em cenas da “A Usurpadora”. Por exemplo, Paulina pronuncia extensas falas sobre seu lamento por estar fingindo ser outra pessoa sem poder revelar seu segredo, enquanto Paola declara suas maldades, com um texto repleto de frases de efeito e que reforçam seus traços de personalidade. Além disso, as músicas e os efeitos sonoros reforçam a dramatização da trama e, muitas vezes, introduzem variadas situações, como, por exemplo, cenas de perigo.

2.2.4. “Rubi”

É uma descarada por ser a mais bela
Não tem quase nada, mas gosta da vida cara
E eu gosto dela e sei o quanto me ama
Sei que sonha comigo, mas amanhece em outra cama

O dinheiro roubou seu coração
As mentiras desalmaram a alma
[...]

Mulher de ninguém, mulher de todos, mulher que mata
(BARBA, Reyli. *La descarada*; tradução nossa)¹⁰⁵.

Este trecho corresponde à tradução da música tema da telenovela “Rubi”¹⁰⁶, que tem como peculiaridade ser protagonizada por uma personagem vilã. Produzida e exibida em 2004

¹⁰⁵ No original: “*Es una descarada por ser la más hermosa/ No tiene casi nada pero le gusta la vida cara/ Y a mí me gusta ella y sé cuanto me ama/ Sé que sueña conmigo pero amanhece en otra cama/ El dinero le robó su corazón/ Las mentiras le desalmaron el alma [...] Mujer de nadie, mujer de todos, mujer que mata*”.

¹⁰⁶ O título original em espanhol é “Rubi”, diferenciando-se pelo acento agudo.

pela rede de televisão mexicana Televisa, a trama foi transmitida pela primeira vez no Brasil no ano de 2005 pelo SBT, com reprises em 2006, 2013 e 2017.

Originalmente, “Rubi” advém de uma história em quadrinhos homônima, escrita por Yolanda Vargas Dulché, e publicada em 1968 na revista mexicana *Lágrimas, risas y amor*. A publicação era semanal, teve 18 números e contava com uma estrutura fragmentada que mantinha o suspense ao final de cada edição, semelhante ao folhetim (PALOMARES, 2015, p. 52). Na TV, a história chegou a 115 capítulos em sua versão mexicana.

Apesar de ter origem pobre, a personagem Rubi (Figura 4), vivida pela atriz Barbara Mori, é extremamente ambiciosa e não mede esforços para alcançar um alto padrão de vida e realizar seus sonhos de consumo. Assim, observa-se que, do mesmo modo que em “A Usurpadora”, estão presentes os personagens tipificados, como a já mencionada “vilã” e sua “vítima” – que nessa história é Maribel (Figura 5) –, principal alvo das maldades da protagonista.

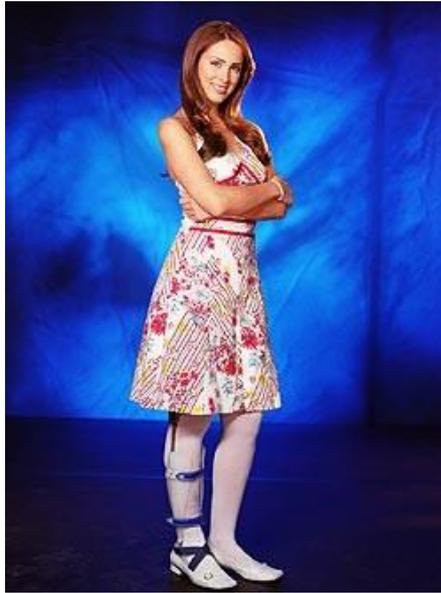
Figura 4 – Personagem Rubi



Fonte: *Site Ego*¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Disponível em: <<http://ego.globo.com/gravidez/noticia/2016/11/barbara-mori-protagonista-da-novela-rubi-e-avo-aos-38-anos.html>>. Acesso em: 2 jan. 2018.

Figura 5 – Personagem Maribel



Fonte: Blog Serie Rubi¹⁰⁸.

Rubi é aluna de uma universidade particular que é paga pela irmã e finge, por interesse, ser amiga de uma jovem rica (Maribel) para obter *status* social e se aproveitar da bondade da moça, conquistando vantagens, tais como presentes caros. A mocinha da história carrega traços de ingenuidade, característicos do tipo de personagem que representa e, além disso, possui uma deficiência em uma das pernas, que acarreta dificuldades de locomoção. Rubi a todo o tempo caçoa desse traço da “amiga”, chamando-a pela alcunha de “manca”, porém, sem que ela perceba.

De acordo com Palomares (2015, p. 64), um dos traços marcantes da novela é o fato de, apesar de pobre, a personagem não prezar pelas características de virtude, habitualmente atribuído às mulheres com esse perfil. Pelo contrário, Rubi acredita que sua beleza é sua melhor qualidade, e fará uso da mesma para alcançar a riqueza que almeja. Ainda segundo a autora, a escolha de uma atriz uruguaia como intérprete de Rubi teve como intuito trazer um rosto pouco conhecido do público mexicano, acentuando o “caráter sedutor e misterioso da personagem” (PALOMARES, 2015, p. 59).

No decorrer da trama, Rubi se apaixona pelo melhor amigo do noivo de Maribel, um médico recém-formado de nome Alessandro, que ela acredita ser rico. A personagem, em um primeiro momento, fica muito realizada, pois imagina ter encontrado o que para ela seria a felicidade completa: o amor e a riqueza. No entanto, Alessandro (Figura 5) é pobre e, quando

¹⁰⁸ Disponível em: <<http://rubi.blogg.org/maribel-a115958300>>. Acesso em: 2. jan. 2018.

Rubi descobre esse fato, desiste da relação e, em busca de um par rico, seduz o noivo de Maribel, Heitor (Figura 6).

Figura 6 – Personagens Heitor, Rubi e Alessandro



Fonte: *Site SBT novelas 35 anos*¹⁰⁹.

Ao longo da telenovela, há uma passagem de tempo e, enquanto Rubi vive um casamento infeliz com Heitor, Maribel e Alessandro acabam se envolvendo e se casam, para insatisfação da protagonista. Esse já é o segundo casamento do médico que, agora rico, é viúvo de Sônia que, durante uma discussão com Rubi, cai de uma passarela de cristal e tem um ferimento fatal.

Nota-se que, a princípio, Rubi traz uma narrativa diferente, tendo em vista que a protagonista é uma vilã. No entanto, seu desfecho não foge ao lugar-comum das telenovelas mexicanas: a personagem principal, sendo uma vilã, tem seu rosto desfigurado por um acidente e terá uma das pernas amputadas. Assim, além de um castigo físico, ela acaba por adquirir uma deficiência física, similar à de Maribel, a quem perseguiu ao longo da trama.

Passados vários anos, Rubi aparece com muitas cicatrizes no rosto e muito pobre, vivendo em um lugar sujo e escuro. Esse aspecto remete a um dos castigos comuns para determinadas vilãs no melodrama cinematográfico mexicano, em que ao almejar subir na vida utilizando sua aparência, a personagem chega ao final “sem a beleza” e ainda mais pobre do que era no início. Porém, esse não é o final da trama, a vilã deseja se vingar da família que Maribel construiu e influencia a sobrinha (Fernanda)¹¹⁰ – que nessa fase adulta é idêntica a ela

¹⁰⁹ Disponível em: <<https://sbtnovelas35anos.blogspot.com.br/p/rubi.html>>. Acesso em 2 jan. 2017.

¹¹⁰ A personagem é vivida pela mesma atriz de Rubi.

antes do acidente diferenciando-se apenas pelos cabelos que são loiros – a executá-lo. O estratagema tinha como mote fazer com que Alessandro e seu filho se apaixonassem pela jovem.

Assim, o final da trama deixa no ar uma dúvida sobre o que irá acontecer, mas, supõe-se que um novo ciclo de maldades terá início e que, por fim, também a sobrinha acabaria tendo um destino inglório. Nesse sentido, o que se nota mais uma vez é o reforço de uma moralidade conservadora e uma trama que se constrói com um objetivo pedagógico, demonstrando ao público o que deve e não deve ser feito. Porém, como foi colocado neste trabalho ao tratar de “A Usurpadora”, o público pode não se render ao discurso e ter diferentes interpretações de acordo com diversos fatores, tais como a sua visão de mundo e contexto social em que se encontra. Por exemplo, a vilã pode ser a preferida e suas atitudes vistas de outro modo.

CAPÍTULO 3 – A REASSISTIBILIDADE DE TELENÓVELAS MEXICANAS

O começo da pesquisa empírica coincidiu com o momento em que o SBT passou a exibir a sétima reprise de “A Usurpadora”. Com isso, não houve uma escolha previamente estabelecida da trama. Inicialmente só estava definido que seriam estudados os telespectadores que estivessem revendo a telenovela mexicana exibida pelo SBT no período estabelecido para as entrevistas. Objetivou-se coletar dados de indivíduos distribuídos pelas diferentes regiões do Brasil de distintos gêneros, faixas etárias e níveis de escolaridade. No entanto, foi frente a esses critérios que surgiu o primeiro desafio: formar uma rede de contatos com um número significativo de pessoas que tivessem um perfil diversificado para abarcar esse foco inicial.

Como estratégia para alcançar os variados interlocutores que se pretendia, passei a coletar¹¹¹ no Twitter os *tweets* que continham as *hashtags* dos capítulos da trama, bem como palavras que faziam menção às telenovelas mexicanas¹¹². Em relação a esse aspecto, é necessário pontuar que os telespectadores dessas ficções exibidas pelo SBT são muito atuantes nessa rede social. É uma prática comum entre eles fazer comentários sobre as tramas utilizando *hashtags*, como, por exemplo, “#ausurpadora01” – em referência ao primeiro capítulo dessa ficção.

Após uma coleta inicial durante a exibição dos 25 primeiros capítulos, comecei a analisar as publicações e busquei identificar os telespectadores que demonstravam já ter assistido à trama anteriormente. Além disso, mapeei os perfis que mais se repetiam e entrei em contato visando realizar as entrevistas. A comunicação foi feita através do próprio Twitter, onde eu solicitava e-mails para explicar sobre a pesquisa e propunha fazer entrevistas via vídeo conferência ou algum aplicativo que permitisse troca de mensagens instantâneas (WhatsApp, Hangout e Messenger do Facebook) ou, quando possível, presencialmente. No entanto, alguns não responderam e outros aparentaram desconfiança, reagindo negativamente ao meu contato. Ao final, consegui marcar entrevistas on-line com três pessoas e, posteriormente, uma delas me indicou mais um informante.

Em paralelo, dois então recentes membros no grupo do WhatsApp de fãs de telenovela mexicana, “Drama Mexicano – DM”¹¹³, expressaram interesse em contribuir com a pesquisa. Um deles, logo após entrar no grupo, perguntou: “Oi, gente! A menina que fez a monografia de

¹¹¹ A coleta de dados foi feita diariamente através da ferramenta gratuita Twitter Archiver.

¹¹² Coletei publicações com os seguintes termos: “telenovela mexicana”, “novela mexicana”, “drama mexicano”, “dramalhão mexicano” e “A Usurpadora”.

¹¹³ Como já citado anteriormente neste trabalho, faço parte desse grupo desde 2015, quando solicitei a participação com o intuito de entrevistá-los para a pesquisa monográfica que estava desenvolvendo na época.

A Usurpadora tá aqui?”¹¹⁴. Ele havia visto uma postagem na página do Facebook intitulada “Drama Mexicano”, que divulgava a defesa da minha monografia sobre a sexta exibição da telenovela. Respondi que estava presente e comentei sobre esta pesquisa de dissertação. Com isso, ele e mais outra integrante se ofereceram para participar das entrevistas. Dessa forma, consegui conversar com mais dois indivíduos – sendo com um presencialmente e outro on-line.

Quando a sétima transmissão de “A Usurpadora” terminou, eu havia alcançado um total de cinco entrevistas. Considerando que essa seria uma amostragem pequena e que isso poderia interferir na análise, optei por dar continuidade à etapa empírica com os telespectadores da reprise de “Rubi”, que se iniciou na sequência. Nesse momento, também mudei a estratégia de contato. Fiz um vídeo me apresentando, falando sobre a pesquisa e convidando as pessoas para “baterem um papo” sobre a trama reprisada. Compartilhei o material no Twitter e em grupos no Facebook e WhatsApp que tinham temáticas relacionadas com telenovelas mexicanas e com o SBT. Como resultado dessa abordagem, consegui realizar 15 entrevistas, sendo duas presenciais e o restante on-line.

A partir disso, a amostragem¹¹⁵ alcançada foi de 17 mulheres e 4 homens. Esses interlocutores não estão concentrados em uma faixa etária específica, estando distribuídos entre as idades de 17 e 40 anos. A maior parte dos entrevistados possui graduação completa ou em andamento, enquanto a minoria tem o ensino médio completo. Identificou-se moradores de 10 estados brasileiros, sendo: 11 oriundos da região sudeste, 5 da região nordeste, 1 da região norte, 4 da região sul e nenhum da região centro-oeste.

No que concerne às entrevistas, busquei conduzi-las de maneira informal, ainda que estivesse pautada por um roteiro¹¹⁶. Tendo em vista que alguns não se sentiam a vontade de conversar por meio de vídeo, eu sempre perguntava se poderia fazer as perguntas por áudio. Assim, seria possível ouvir as reações através das vozes, trazendo outras contribuições para a pesquisa. No entanto, nem todos concordavam. Dessa forma, alguns entrevistados preferiram manter a conversa por texto, enquanto outros que diziam o mesmo, em algum momento – normalmente quando queriam dar respostas longas –, passavam a falar por áudio.

Vale ressaltar que o roteiro de entrevistas teve como referência as dimensões das mediações de socialidade e de ritualidade. A primeira é formada na trama das relações cotidianas que os indivíduos constroem ao relacionarem-se (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 17). Nas palavras de Wottrich, Silva e Rossini essa mediação:

¹¹⁴ 5 jan. 2017, WhatsApp, grupo “Drama Mexicano – DM”.

¹¹⁵ APÊNDICE C – Perfil dos entrevistados

¹¹⁶ APÊNDICE D – Roteiro de entrevistas

[...] permite a análise do contexto onde os receptores movimentam-se, atuam. Diz respeito aos modos pelos quais, através da família, da escola, da igreja, das comunidades – perpassadas pelas relações de gênero e de classe, além das questões étnicas – eles se constituem como indivíduos (WOTTRICH; SILVA; RONSINI, 2009, p. 9).

As ritualidades, quando observadas a partir da dimensão do consumo, referem-se aos diferentes usos sociais que os indivíduos fazem dos meios, bem como às múltiplas trajetórias de leitura, que se associam “[...] às condições sociais do gosto [...] e por hábitos familiares de convivência com a cultura letrada, oral ou audiovisual, que carregam a experiência do ver sobre a do ler ou vice-versa” (MARTÍN-BARBERO, 2017, p. 19).

Dessa forma, a primeira seção deste capítulo é dedicada à apresentação das formas de reassistibilidade que foram identificadas no decorrer da pesquisa empírica. Ao todo, são elencadas cinco categorias: reassistir como hábito; reassistir por razões emocionais; reassistir como uma experiência social; reassistir como forma de adquirir conhecimento; reassistir com outro olhar. Em seguida, discorre-se a respeito das distintas interpretações sobre as narrativas que emergiram das falas dos interlocutores. Trata-se, também, dos telespectadores fiéis ao SBT – os autointitulados SBTistas –, bem como da atuação da emissora nas mídias sociais. Consonante a essa discussão, são abordados memes inspirados nas telenovelas e em seus personagens. Por fim, como contraponto aos telespectadores entrevistados, apresenta-se uma discussão a partir dos *tweets* coletados na fase inicial desta pesquisa, em que evidencia-se a existência de uma hierarquia medida a partir dos gostos, que subjuga as telenovelas mexicanas e seu público.

3.1. As formas de reassistibilidade

3.1.1. Reassistir como hábito

O SBT abusa muito das reprises e isso acaba dando uma desgastada na história! Não que eu vá deixar de ver, eu acho ótimo quando o SBT reprisa “A usurpadora” por exemplo (D.M., mulher, 28 anos).

A gente sempre fala que “não vou ver [essa reprise], que não sei o que...” e quando percebe já tá assistindo (risos) [...] Eu assisto! Eu sempre tô assistindo... (B.A.C., mulher, 19 anos).

No SBT algumas telenovelas mexicanas têm reprises recorrentes, como já foi pontuado anteriormente neste trabalho. Contudo, a maioria dos entrevistados afirma que, mesmo que as tramas sejam reexibidas inúmeras vezes, vai reassistir. As motivações dessa prática de reassistibilidade estão associadas a diversos aspectos, que serão tratados mais adiante. O que é

praticamente unânime – com uma única exceção¹¹⁷ – é que os interlocutores cresceram vendo esses produtos. Como retratam os exemplos das falas a seguir:

Assisto **desde os quatro anos de idade** (mesmo não me lembrando muito, mas tenho até gravações minhas assistindo com a minha irmã). [...] Eu fui criada assistindo as “Tardes de amor no SBT” e eram praticamente cinco/quatro novelas direto, uma maratona de novelas mexicanas (L.L., mulher, 24 anos, grifo nosso).

Nossa! Muito tempo! Acho que **desde pequena**... Acho que minha primeira novela mexicana foi Carrossel, lá com a professora Helena... Com, com a Gabriela Rivero! Nossa, muito tempo... Acho que deve ter... Olha, tô com 28 anos, deve ter mais de 20 que eu assisto, mais de 20 anos... (D.M., mulher, 28 anos, grifo nosso).

Na verdade, acho que **desde criança**. Em 1991 foi quando eu assisti a primeira versão de “Carrossel”, a versão mexicana, né? E desde então me lembro daquela época de algumas novelas também. “Simplesmente Maria”, “15 anos”, “Garotas bonitas”, né? E eu fui crescendo assistindo, desde criança, né? (A., homem, 33 anos, grifo nosso).

Trata-se, portanto, de um hábito que vem da infância. Para R.X.O., estudante de pós-graduação, de 40 anos, essa é, justamente, a razão pela qual revê. Ela conta que começou a assistir às tramas mexicanas no SBT por influência da mãe e da irmã. Assim, com o passar do tempo, ver reprises para ela “virou tradição” em casa. Sob essa ótica é interessante refletir sobre o modo como as telenovelas mexicanas estão imbricadas no cotidiano dos entrevistados. R.X.O. conta que é algo que faz parte da sua rotina, ela sempre assiste às reexibições e comenta com as outras mulheres da sua família. Nessa conjuntura, a mediação de ritualidade parece se materializar através desse costume de rever essas tramas.

Durante as entrevistas, foram poucos os casos como o de R.X.O. que indicaram ter o hábito de assistir e/ ou reassistir à essas tramas mexicanas por influência familiar. Muitos disseram que começaram a ver sozinhos e não tiveram a ingerência de parentes. Assim, deve-se ressaltar o relevante papel da grade de programação do SBT, uma vez que ela adentra nas práticas cotidianas, instigando e fomentando a reassistibilidade com continuadas reprises de narrativas mexicanas.

Há que se destacar que todos os entrevistados só assistem com regularidade reprises de telenovelas mexicanas. As tramas nacionais são vistas por alguns, eventualmente, na Rede Globo – no “Vale a pena ver de novo” – ou no Canal Viva ou na Rede Record. O motivo de não reverem (ou reverem poucas) tramas nacionais se deve a distintos fatores. A.C.D.S., por exemplo, afirmar não ter interesse em “reviver” as tramas:

Eu acho que quando eu assisto uma novela brasileira, depois eu já tô meio que saturada daquilo, aí quando volta, eu não fico animada pra rever, mesmo que eu tenha gostado da novela. Eu não tenho vontade de reviver aquilo. Eu acho que as novelas mexicanas

¹¹⁷ C.S. tem 18 anos e começou a assistir telenovelas mexicanas com regularidade na adolescência, com 15 anos.

mexem mais com as emoções da gente do que as novelas brasileiras (sic) (A.C.D.S., mulher, 22 anos).

Já a fala de B.A.C. corrobora com o argumento de alguns interlocutores, que dizem precisar “gostar muito” para rever os dramas nacionais:

Tipo, se reprisar “Salve Jorge” ou “Avenida Brasil”. Nossa, eu assistiria na hora... Outra que reprisou, mas eu assisti a primeira vez foi “Rei do gado” e gostei, se reprisar de novo, eu assistiria! Mas eu não tenho o costume de ficar assistindo as reprises da Globo, só quando eu gosto muito da novela! (B.A.C, mulher, 19 anos).

Também houve aqueles que disseram: “não gosto das histórias”, “não tenho costume”, “não tenho interesse”, dentre outras justificativas.

3.1.2. Reassistir por razões emocionais

[...] rever é como se reencontrássemos velhos amigos (I.M, mulher, 27 anos).

Outra dimensão da reassistibilidade que aparece nas falas dos entrevistados está relacionada ao que Mittell (2011) intitulou de “reassistir por razões emocionais”. Tal como afirma a assistente administrativa, de 21 anos, C.G.S., rever telenovelas mexicanas: “tem “cheirinho” de infância, né? Então, me dá tranquilidade em assistir, lembrando do tempo que eu não tinha muitas responsabilidades e podia ficar a tarde inteira acompanhando as novelas”. Com um argumento semelhante, a jovem L.R.R.L, de 17 anos, disse: “[...] geralmente as novelas que são reprisadas são antigas e lembram um pouquinho da minha infância quando eu sentava no sofá e assistia com a minha tia kaka” (sic).

Dessa forma, a prática de reassistibilidade aciona lembranças passadas, trazendo, para alguns, a sensação de estar de volta a outro momento da vida. Para C.G.S. e L.R.R.L, trata-se de um retorno a uma fase específica, a da infância, onde não havia as preocupações que competem ao presente – mais especificamente a fase adulta. De mesmo modo, tem-se o exemplo de B.L.S.C., estudante, de 21 anos, que disse que ao rever: “vem aquele sentimento de nostalgia de quando eu não fazia nada da vida, morava com os pais e passava o dia assistindo novela”.

No entanto, ainda que muitos associassem a reassistibilidade de reprises mexicanas a momentos de quando eram crianças, constatou-se nas entrevistas casos em que as memórias não remontavam a esse período específico. Tal como foi dito por B.A.C., que ao ser questionada sobre o que sente ao rever uma trama relata:

Ai, é até engraçado falar, às vezes eu relembro “O que eu tava fazendo a época que essa novela passou pela primeira vez”, sabe? Eu tô vendo uma reprise e aí eu penso: “Ah, nessa mesma... quando passava pela primeira vez eu tava fazendo tal coisa” Até é engraçado ficar pensando nisso e aí eu fico fazendo isso às vezes [...] Eu tava

procurando uma palavra pra definir, né? [...] acho que me provoca nostalgia, muita nostalgia... (sic) (B.A.C., mulher, 19 anos).

A palavra “nostalgia” utilizada por B.A.C para definir a sensação ao rever, também aparece na fala citada anteriormente, como em outras respostas dadas ao longo das entrevistas, tais como: “**Nostalgia**. Me recorda muitos momentos, quando assistia com a minha irmã. Além dos atores que são ótimos!!” (L.L., mulher, 24 anos, grifo nosso); “uma **nostalgia**. Aquela sensação nostálgica que você vai assistir aquela novela mexicana depois de anos” (G.V., homem, 29 anos, grifo nosso); “gosto da **nostalgia** que elas me fazem sentir. [...] revejo exatamente por esse sentimento nostálgico que elas me fazem sentir” (N.T.B., 24 anos, grifo nosso).

Esse termo a que tanto se referem os interlocutores desta pesquisa é originário da medicina no século XVII. Foi cunhado pelo suíço Johanes Hofer em sua dissertação sobre uma patologia relacionada com o fato dos exilados adoecerem por não estarem em sua terra natal. Essa doença foi denominada por ele como “nostalgia” e passou a ser utilizada pela área médica (HUTCHEON; VALDÉS, 1998; STAROBINSKI; KEMP, 1966). Vale ressaltar que o vocábulo estava associado a um sentido negativo, que perdurou ao longo do tempo. Por exemplo, Starobinski e Kemp (1966) relatam que, no final do século XVIII, os médicos reconheciam a “nostalgia”, na maioria dos casos, como fatal e as pessoas tinham medo de ficar muito tempo distantes de casa para que não sofressem desse mal.

Com o decorrer do tempo, o termo passou a ser estudado também por outros campos como, por exemplo, a sociologia (LOPES, F. 2015). No século XIX, esse vocábulo passou a figurar no *Dictionnaire de l'Académie*, sendo utilizado como um termo associado ao campo cultural e se afastando de uma condição de patologia médica (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2017, p. 62).

Na atualidade, a nostalgia tem tido um papel importante para a indústria midiática¹¹⁸. Em um artigo intitulado “Produção televisiva e instrumentalização da nostalgia: o caso Netflix” (2017), Castellano e Meimaridis discorrem sobre esse aspecto, ao analisar a utilização desse sentimento pela Netflix nas ficções seriadas, como uma de suas principais estratégias mercadológicas.

Nesse trabalho, as pesquisadoras fazem uma investigação a partir do contexto norte-americano, no qual a plataforma de *streaming* surgiu. No estudo, Castellano e Meimaridis (2017) engendram duas dimensões que possibilitam o entendimento da relação entre a ficção

¹¹⁸ O termo é apropriado também por outros segmentos de mercado, porém, este trabalho se deterá à dimensão da mídia.

seriada televisiva e a nostalgia: a estrutural e a contextual. A primeira está associada a uma das principais características da televisão norte-americana, que é se pautar por uma lógica de repetição.

Já a segunda, se desmembra em dois aspectos: um comercial que, em meio ao grande volume de produtos seriados, faz com que a TV estadunidense se volte para fórmulas já conhecidas, consideradas um negócio seguro; e o outro sociocultural que, frente às instabilidades das realidades sociais dos sujeitos, faz com que os eles nutram um “desejo de reviver uma ‘época melhor’, período concebido de forma romantizada” (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2017, p. 70). Desse modo, as narrativas familiares proveem uma sensação de estabilidade e de pertencimento, bem como auxiliam o telespectador a evadir-se do momento presente. Nessa conjuntura, tem-se um ambiente profícuo para a produção de obras nostálgicas, que proporcionam um retorno ao passado.

Apesar desse estudo desenvolvido por Castellano e Meimaridis (2017) ser voltado para o contexto televisivo norte-americano, é possível fazer um paralelo com o cenário brasileiro. Especificamente a respeito do SBT, observa-se uma dimensão estrutural ligada à repetição. Como já descrito neste trabalho, a emissora apresenta em sua grade continuamente reprises e *remakes* de telenovelas.

No que concerne à dimensão contextual, também é possível transpor tal aspecto para o Brasil, uma vez que, em termos comerciais, configura-se um investimento seguro, que mantém, normalmente, esperados níveis de audiência para a faixa de horário. Da mesma maneira, em relação à esfera sociocultural, os indivíduos estão sujeitos a vivenciar uma série de situações de instabilidade – tais como crises políticas e/ ou socioeconômicas, episódios de violência, desemprego. Essas circunstâncias podem gerar sensações de vulnerabilidade e suscitar uma ânsia de reviver o tempo passado “áureo”, em uma espécie de “fuga” da situação presente, tal como mencionado pelas autoras em seu estudo.

Em complemento a essa particularidade, pontua-se uma das funções da telenovela mexicana descrita por Trejo Silva (2011, p 142): operar como uma válvula de escape para algumas tensões sociais. Assim, segundo a autora, através da vivência simulada – possibilitada por processos de identificação e projeção da audiência com a narrativa – o telespectador pode sentir que vive o triunfo dos bons com suas consequentes recompensas. Falas como a de B.T.D. corroboram com essa questão: “Nossa vida é uma luta diária e é tão bom ver as histórias que as personagens passam por isso que vivemos e se saem bem sem ter que passar por cima dos outros” (sic) (B.T.D., mulher, 25 anos).

Para além dessa nostalgia que atravessa a reassistibilidade por razões emocionais, há também um desejo de resgatar emoções provocadas anteriormente pelas narrativas ficcionais mexicanas. Como relata C.S.:

Eu revejo porque gosto das emoções que sinto. [...] eu acho que o primeiro de tudo seria a alegria né? Por estar revendo essa novela, segundo, como eu posso dizer? Um borboletas no estômago. Mas borboletas no estômago, porque toda telenovela tem casal, assim, que a gente se identifica né? Como a gente fala, “Shippa”... Então, eu acho que... Por exemplo, eu tava vendo agora “A usurpadora”, Carlos Daniel e a Paulina... Uma mistura assim, de emoção, de amor, alegria, prazer, eu fico encantada com eles dois. Sabe? Então é isso... (C.S., mulher, 18 anos).

Apesar de nem sempre ser apontado como motivo principal para reassistir, a emoção está presente na maioria das falas dos interlocutores quando questionados se sentem algo ao rever a narrativa, como, por exemplo, nos casos a seguir:

Até hoje eu choro com a morte da Paolla! (risos) Até hoje, até hoje! A Paolla morre eu já tô assim, desesperada, me debulhando... Isso é só um exemplo de reprise. Por exemplo, reprise de “Marimar”, eu fico... Eu tenho vontade de matar a Angélica quando ela bota a Marimar pra pegar pulseira na lama... Esses aí... Tenho vontade de... Esses aí sobe a raiva! Né? Muitas **emoções!** (D.M., mulher, 28 anos, grifo nosso).

[...] reassistir a novela eu sinto praticamente as mesmas **emoções** como se fosse a primeira vez, né? Eu sofro junto, eu choro junto às vezes, né? (risos) Eu sorrio quando tem que sorrir nas cenas engraçadas. São emoções... As mesmas, praticamente, em todas as reprises como se fosse a primeira vez, né? (A., homem, 33 anos, grifo nosso).

As **emoções** são as mesmas [...] eu continuo gritando “Rubi, não faz isso! Pelo amor de Deus, separa do Heitor, separa, separa, separa, separa!”. Mesmo sabendo o que vai acontecer, mesmo já tendo visto aquilo, eu continuo torcendo da mesma forma e Ai, meu Deus! Que tristeza! (risos) (A.C.D.S., mulher, 22 anos, grifo nosso).

Ainda que esses interlocutores saibam o transcurso da narrativa, nota-se que as emoções suscitadas são as mesmas. O relato de J.H., homem, de 21 anos, reforça esse aspecto: “Apesar de saber as falas quase de cor sinto a mesma emoção de como se estivesse vendo pela primeira vez [...] Dependendo do que ta acontecendo na novela raiva...pena...alegria... [...] (ja chorei varias vezes em algumas novelas)” (sic).

Nas proposições de Mittell (2011), acerca de ficções seriadas norte-americanas, a prática de reassistibilidade pode mudar a reação emocional que ocorre no contato anterior à narrativa. Contudo, essa perspectiva não apareceu nos relatos dos telespectadores de telenovelas mexicanas estudados.

Vale ressaltar que as tramas mexicanas se fundamentam no melodrama clássico, que se volta, basicamente, para as emoções (TREJO SILVA, 2011). Desse modo, essas telenovelas se utilizam da música como apoio para a dramatização, bem como lançam mão de uma linguagem emotiva e de uma sequência de situações que mobilizam os sentimentos do público (TREJO

SILVA, 2011, p. 131). Nesse sentido, a própria estrutura dessas narrativas fomenta a reincidência das emoções durante a reassistibilidade.

Somadas à estrutura melodramática, características advindas do folhetim e da radionovela também contribuem com essa incitação de emoções ao rever, como por exemplo: os cortes regulares que mantêm o suspense da narrativa e a ênfase da dramaticidade nas atuações. Nessas circunstâncias, ainda que os telespectadores conheçam as histórias, a forma que ela é construída os prendem, assim como relataram L.A. e D.O.T.:

[rever] é um vício. Acho que é a história cativante, empolgante... É como ler um bom livro que vc não quer parar. [...] Enfeitiça a gente. [...] O que eu mais gosto nas telenovelas mexicanas é justamente isso O DRAMA. A EMOÇÃO. SUSPENSE (sic) (L.A., mulher, de 34 anos).

É mais legal rever, já conheço os personagens e o enredo, dá uma certa ansiedade que comece logo, mais que uma que vc nunca viu e nem sabe se vai ser boa. [...] Dá uma ansiedade pelas cenas mais fortes e esperadas. Se for emocionante, emociona novamente (D.O.T., homem, 24 anos).

3.1.3. Reassistir como uma experiência social

O SBT possui um aplicativo (o TV SBT) lançado em 2015, que permite acompanhar a transmissão ao vivo e disponibiliza conteúdos recém transmitidos por alguns dias. O diferencial dessa ferramenta é que seu acesso é gratuito¹¹⁹, assim como o material disponível em seu *site*. Assim, o público tem acesso livre à íntegra dos últimos¹²⁰ capítulos das telenovelas mexicanas que a emissora estiver exibindo.

Em razão disso, questionou-se os interlocutores sobre a utilização ou não dessa facilidade para assistir às reprises de telenovelas mexicanas pelo aparelho celular. Contudo, todos relataram que costumam acompanhar em casa – no quarto ou na sala –, pela TV durante a transmissão do SBT. O uso do aplicativo foi mencionado por poucos informantes, condicionado ao fato de que alguma eventualidade os fizesse perder o capítulo, como demonstra a fala de B.T.D:

Uso o aplicativo para ver as novelas quando viajo ou estou na casa de alguém. Quando estava sem serviço e sem a TV a cabo eu ia na casa da minha amiga tomar um chimarrão. E ficava vendo tv no celular. Ela ficava brava Hahahhhq. Falava se não vai conversar vai pra casa Kkkk (sic) (B.T.D., mulher, 25 anos).

Acerca de rever através de outras mídias fora do fluxo televisivo, em especial, por meio da internet, C.S. discorreu: “Eu sinto uma pequena diferença quando a gente vê na internet e

¹¹⁹ O que não acontece, por exemplo, com as concorrentes Rede Globo e Rede Record, que cobram pelos vídeos completos em suas plataformas.

¹²⁰ Notou-se que não há um padrão no número de capítulos disponíveis pelo aplicativo. Com o decorrer dos dias, a emissora substitui os mais antigos por recentes.

quando a gente vê pela TV. Porque pela internet a gente tá ali, sozinho e tal, mas pela TV já é uma emoção maior, por estar passando pra várias pessoas. Mas eu me sinto assim...” (C.S., mulher, 18 anos). A fala de C.S. sinaliza um desejo de compartilhar a experiência de assistir, que para ela é alcançado, em alguma medida, ao acompanhar pela transmissão da TV ao invés de rever em algum *site*, por exemplo.

Além dessa vontade de compartilhar o momento, observou-se nas entrevistas que há uma propensão de comentar sobre as tramas que estão sendo revistas. Nos casos em que há uma companhia presencial na prática de reassistibilidade, as pessoas dialogam acerca dos fatos que ocorrem na trama. As falas de I.M.Q e B.T.D ilustram essas situações: “As vezes [assistio] com a minha irmã! Fora isso, ninguém tem paciência! [...] Costumamos comentar... Minha irmã gosta de Rubi e eu não gosto de Rubi. Prefiro a Maribel” (sic) (I.M.Q., mulher, 20 anos); “Assistimos todos os dias juntos. Ele [marido] fala e chinga junto” (sic). (B.T.D., mulher, 25 anos).

Pontua-se que o fato dessas entrevistadas terem com quem comentar em seus lares, não inviabiliza que busquem, por exemplo, *sites* de redes sociais para discutirem sobre as ficções, assim como afirma I.M.Q.: “Eu tô no grupo [no Facebook] “Novelas Mexicanas 2.0” (risos). É ali que eu falo muito! Eu falo pra elas também da novela!”.

No entanto, a maioria dos informantes relatou que revê sozinha. Nessas condições, muitos repercutem o que assistem somente no ambiente on-line. Dessa forma, compartilham suas opiniões no Twitter, Instagram, Facebook e grupos do WhatsApp – encontrando nesses espaços o “sofá expandido”. Como é possível constatar nas seguintes falas: “Fisicamente não, eu assisto sozinho fisicamente, mas tenho uns amigos também que gostam da novela, a gente assiste junto e fica comentando pelo whatsapp” (sic) (A., homem, 33 anos); “no twiter comento durante usando a hashtag do capítulo e [...] no instagram tem bastante perfis sobre novelas, eu sigo e comento por lá” (sic) (L.L., mulher, 24 anos); “Eu falo muito no twitter sobre Rubi [...] Aliás quando tô assistindo costumo comentar ao mesmo tempo” (sic) (L.R.R.L., mulher, 17 anos); “Todo dia tô assistindo e comentando no Twitter” (sic) (G.V., homem, 19 anos).

C.S. também narrou uma situação semelhante a essas listadas anteriormente:

Bom costume comentar, aqui, na internet mesmo, no whatsapp eu tenho uma amiga, que inclusive a gente se conheceu no Twitter [...] ou no Twitter também, tenho algumas amizades lá, então a gente conversa. Tem grupos, aqui também no Whatsapp, que a gente fala sobre “A usurpadora” (sic) (C.S., mulher, 18 anos).

De modo geral, esse compartilhamento do momento de reassistir e/ ou do que se vê nas reprises está relacionado com o que Mittell (2011) cunhou como “reassistir como experiência social”. Contudo, no seu estudo, o autor indicou que haveria uma outra dimensão dessa forma

de reassistibilidade que se referia ao acompanhamento das reações dos outros que estão assistindo. Fato não observado entre os telespectadores desta pesquisa. Vale enfatizar que as proposições de Mittell (2011) foram pensadas a partir de um contexto norte-americano e com um olhar para produtos ficcionais deslocados da grade televisiva. Portanto, com particularidades diferentes das que são apresentadas nesta dissertação.

3.1.4. Reassistir como forma de adquirir conhecimento

Em três entrevistas, a reassistibilidade apareceu associada ao aprendizado e/ ou ao aprimoramento do idioma espanhol. Em todos os casos, tratavam-se de estudantes – uma estava fazendo pré-vestibular, enquanto os outros dois estavam cursando faculdade. Um desses interlocutores, H.S.F., contou que a possibilidade de assistir na língua original às transmissões do SBT o faz rever, assim, ele pode aprender o idioma. Nas palavras dele:

[...] hoje eu já assisto já com foco com... As emoções, claro, permanecem, não tem como. Mas hoje o foco é diferente. [...] eu estou assistindo de novo, justamente por ter esse recurso de poder ouvir as vozes dos personagens em espanhol, que eu não tinha há alguns anos atrás. Então eu gravo [através do aparelho da Sky, operadora de TV a cabo], vejo e revejo várias vezes a mesma cena, gosto dessa prática mesmo e acho que é uma boa forma de aprender um idioma também, por exemplo (H.S.F., homem, 27 anos).

Outro caso semelhante foi o de C.S., estudante, de 18 anos, que contou ter começado a assistir com frequência às telenovelas mexicanas há 3 anos. Segundo ela, a primeira vez que viu “A Usurpadora” foi na exibição de 2012. Mas só começou a se interessar em ver, regularmente, as ficções oriundas do México depois de ter feito um curso de espanhol. De acordo com ela: “o meu período de curso foi de 6 meses, então eu queria me aprimorar, aí eu comecei a assistir e hoje falo fluentemente, por causa das novelas”. Além disso, para C.S., a reassistibilidade das reprises também perpassa por essa questão: “pelo fato de eu já ter feito curso de espanhol, então para aprimorar mais, eu passei a assistir às reprises”.

Já a última interlocutora que abordou esse aspecto foi L.L., mulher, 24 anos, que ao ser questionada sobre onde reassistia às tramas pontuou: “assisto no meu quarto e um detalhe que me orgulho muito, em espanhol”. Sobre o motivo de ver no idioma original, ela disse: “para aprender mais, aprendi bastante com Rebelde/RBD, surgiu desde então uma paixão pelo idioma”.

Salienta-se, entre esses casos, o de H.S., único em que o aprendizado é de fato o foco prioritário da reassistibilidade. Tal como ele afirma sobre o principal motivo de rever: “[...] adquirir vocabulário... Eu gosto muito de espanhol, pretendo trabalhar também com ensino de

língua”. Para ele, uma narrativa que já é conhecida contribui para o entendimento e, conseqüentemente, estudo do idioma.

Essa forma de reassistir como meio de aprender espanhol, pode ser associada ao que Pierre Bourdieu denominou de “capital cultural”. De acordo com o teórico francês (1989), as relações de poder entre as classes, ocorrem dentro de um campo simbólico, onde estão em jogo as “propriedades atuantes”, os tipos de capital acumulados. Para o sociólogo, é quando o capital econômico se transforma em capital simbólico, que se vê acumular um valor distintivo, advindo do capital cultural, produto de um investimento em tempo que a família do indivíduo pode ou não assegurar. Dessa forma, temos o *capital cultural incorporado*, que é pessoal, ou seja, trata-se de um trabalho do sujeito sobre si mesmo, mas que só é possível através do investimento feito pela família do indivíduo desde o início da vida. Decorre dessa lógica de transmissão o dimensionamento das estruturas sociais, uma vez que nem todos os agentes possuem os meios econômicos e culturais para prolongar o tempo de aquisição de conhecimentos pelos filhos.

O *capital cultural objetivado* nada mais é do que a acumulação de bens materiais culturais (quadros, pinturas, esculturas, etc), em uma objetivação do acúmulo econômico, mas sua distinção em um campo simbólico encontra-se, principalmente, em sua apropriação, ou seja, no *capital cultural incorporado* que propicia sua devida utilização. O estado *institucionalizado* do capital cultural é autônomo ao capital cultural do indivíduo, uma vez que o estabelece pela magia coletiva; a posse de um diploma por si só converte o capital econômico em cultural, instituindo uma distinção. Mas como afirma Bourdieu (1999, p. 79) “o investimento escolar só tem sentido se um mínimo de reversibilidade da conversão que ele implica for objetivamente garantido”.

Nesse sentido, apropria-se aqui das reflexões de Bourdieu – que estão inseridas em um diferente contexto e período – para refletir acerca da forma de aquisição de conhecimento através das telenovelas mexicanas. Sob essa ótica, o ato de aprender espanhol, tal como apontado por C.S., L.L. e H.S, revelaria um desdobramento da prática de reassistibilidade, ou seja, o acúmulo de capital cultural.

3.1.5. Reassistir com outro olhar

“Vejo sempre algo diferente que não observei na primeira vez, pois cada dia é um dia diferente e mudamos nosso ponto de vista” (R.X.O., mulher, 40 anos).

A cada exibição o SBT faz alguns cortes ou junções nos capítulos das telenovelas mexicanas, seja para adequar ao horário – suprimindo cenas, que sejam consideradas inapropriadas para a faixa – ou para encaixar no tempo previsto para exibição. Na transmissão

da reprise de “A Usurpadora” (entre 2016 e 2017), a trama foi condensada¹²¹ e exibida em menos da metade no número de capítulos originais. Nessa época, a faixa “Novelas da tarde”, que era dedicada às produções oriundas do México, continha ao todo quatro ficções na sequência. Com o decorrer dos meses, a emissora começou a realizar alterações na grade de programação, que acarretaram a redução de quatro para duas tramas nessa faixa. Assim, a terceira reexibição de “Rubi” (em 2017) foi exibida quase¹²² na íntegra.

Durante as entrevistas, várias pessoas que estavam assistindo à reprise de “A Usurpadora” demonstraram descontentamento, especialmente, em relação ao andamento da trama, que ficava confuso. Para elas, os cortes não interferiam no entendimento, uma vez que já conheciam a trama, mas o mesmo talvez não ocorresse caso se estivesse assistindo pela primeira vez. A fala de D.M. ilustra essa insatisfação:

Ah, gente! (risos) Caramba! Se é para cortar desse jeito, é melhor não exibir a novela. Horrível! Horrível! Na verdade, eu odeio todos os tipos de corte, eu odeio novela cortada e “Usurpadora” é um clássico, não se mexe em um clássico, né? E cortar em 50 capítulos uma novela de 100, é quase uma crueldade! É quase que esqueteando alguém... (risos) Sei lá, desculpa a semelhança, mas é muita crueldade! Eu detestei, detestei! [...] Quem já assistiu 590 vezes como eu, como você, como o A., por exemplo, a gente entende a trama. Agora, quem por um acaso não, né? Tá assistindo pela primeira vez fica boiando, porque de repente num capítulo a Paola tá na cama, né? Ali no hospital “morta-viva” e na cena seguinte já tá falando com tudo e com todos, fica uma coisa totalmente sem coerência. Para mim, eu como já vi quinhentas vezes, sei como é a novela em si, eu consigo entender... Mas quem por um acaso, resolveu parar pra assistir pela primeira vez, fica boiando, na verdade, né? (D.M., mulher, 28 anos).

No entanto, mesmo conhecendo a história, tendo ela muitos cortes (como no caso de “A Usurpadora) ou não (como em “Rubi”), alguns interlocutores indicaram a possibilidade de novas descobertas sobre as telenovelas mexicanas na prática de reassistibilidade. D.M. foi um deles:

A medida que o SBT vai reprisando algumas novelas, a gente vai percebendo coisas que não percebia antes, coisas assim que... Mínimos detalhes que passam, acho que... O que eu sinto é esse desafio de ver, rever na verdade, uma novela e poder pensar: “Poxa! Isso eu não tinha reparado”, “Essa história aqui não tem nexos nenhum!” (risos), “Isso aqui é muito surreal”, entendeu? É poder ver o... É poder prestar atenção... Prestar mais atenção, né? (D.M., mulher, 28 anos).

Com uma perspectiva semelhante, C.S. contou: “Por incrível que pareça, por mais que eu já assisti mais de uma vez, é... Às vezes que eu assisti eu descobri algo novo (sic) (C.S., mulher, 18 anos).

¹²¹ “A Usurpadora” originalmente possui 104 capítulos de 60 minutos cada e, foi exibida nesse período, em apenas 51 capítulos com duração de 40 minutos cada.

¹²² A trama original de “Rubi” tinha 115 capítulos com cerca de 40 minutos. Na terceira reprise, a telenovela foi transmitida com 96 capítulos, que tinham, aproximadamente, 60 minutos de duração.

Essa possibilidade de se atinar para novos aspectos da trama também é descrita por Mittell (2011) no que ele chama de “reassistir analítico”. Porém, na proposta do pesquisador o enfoque está voltado para narrativas complexas, que incitam um olhar mais cauteloso do telespectador a partir da forma que apresentam e narram os fatos. Com isso, ao rever busca-se apreender mais sobre essas ficções – tanto no âmbito textual, quanto estético. No caso das tramas mexicanas, elas são narrativas de fácil compreensão e, ainda que o público se esqueça de alguns detalhes, a história tem alto nível de redundância (MAZZIOTTI, 2006, p. 32). Ou seja, configuram-se formas de rever distintas. Em razão disso, optou-se por classificar a prática observada nesta pesquisa como “reassistir com outro olhar” – fazendo referência a expressão “com outros olhos” mencionada por alguns pesquisados.

Na análise, notou-se que, para além das possíveis novas descobertas, há também uma mudança de percepção sobre o que a história conta, refere-se ao que A. chama de “assistir por ângulos diferentes”: [...] é engraçado que quando eu assisto novamente, parece que estou assistindo por ângulos diferentes, sabe? É... Uma cena que eu assisti na primeira vez, na segunda eu já vejo aquela cena diferente com outros olhos, né? (A., homem, 33 anos).

Corroborando com essa questão, pode-se apontar a fala de A.C.D.S.:

Na primeira vez, eu assisti e tipo, eu achava tudo muito legal e tal... E agora que eu tô assistindo, eu tô achando tudo muito triste... Eu comecei a rever e eu continuo com a paixão da novela e tal, torcendo... Mas a novela em si é muito triste, então, fico meio assim, já fiquei mais na bad na segunda vez que eu vi... (A.C.D.S., mulher, 22 anos).

Alguns interlocutores explicam, que essa diferenciação no entendimento do discurso que a telenovela apresenta está relacionada com mudanças pessoais, como, por exemplo, “maturidade” e “crescimento”:

Porque, exemplo, “Rubi” passou em 2013, no final de 2013 e se eu não me engano... É... E eu assisti todos, todos os episódios e essas coisas, aí hoje tá passando em 2017, aí eu já vejo com outros olhos, eu ainda gosto da novela... Outros olhos que eu falo é que você percebe mais coisas que você não tinha percebido da primeira vez que assistiu... Essas coisas, entendeu? Tipo, uma revolução mesmo que vem da gente... (sic) (I.E.M.A., mulher, 17 anos).

Então eu assisti “Rubi” três vezes! A primeira vez que passou em 2004, 2003, não lembro. Só sei que eu, sei lá... Eu gosto de ver... Eu sempre vejo de uma forma diferente! Por exemplo, eu amava a novela “A usurpadora” quando eu era bem pequena e quando eu fui ver, cresci e fui ver de uma outra perspectiva, sobre Carlos Daniel Bracho, ele é uma pessoa machista pra caramba e eu achava a Paulina chata e cresci e vi que Paulina é uma pessoa legal (I.M.Q., mulher, 20 anos).

Olha, eu busco encontrar pontos que eu não tinha visto na primeira exibição anterior... No caso de Rubi [...], por exemplo, quando eu assisti a primeira vez, eu era louca, fissurada por RubiSandro, que é a Rubi e o Alessandro, e eu queria que eles terminassem juntos, só que agora vendo a reprise, eu já vejo que a Rubi não merece o Alessandro, que realmente a Maribel é um par romântico mais adequado pra ele, então... O Heitor também, eu via o Heitor romantizado, o Heitor como galã, mais pela beleza, esquecendo do personagem... Então agora, com a minha maturidade, eu já

consigo enxergar outros aspectos que na primeira exibição, que eu assisti quando eu tinha 11 anos, então eu já tenho uma outra bagagem, outro ponto de vista (sic) (G.S.A.O., mulher, 24 anos).

Além do “amadurecimento” mencionado pelos telespectadores, é necessário destacar que as mudanças na forma de apreensão dessas telenovelas mexicanas estão atravessadas por diversos outros fatores, tais como: o ano de exibição da trama, o local onde a pessoa mora, o ambiente em que ela circula, entre outros inúmeros aspectos. Ao mesmo tempo, sabe-se que a recepção é um processo, que não se dá apenas no ato de assistir, ela se inicia previamente e tem continuidade depois através, por exemplo, das conversas sobre as narrativas (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002). Haja vista os diferentes sentidos produzidos a partir das reprises pesquisadas e a relevância da reflexão dessas questões, este trabalho aborda os pontos a seguir.

3.2. As diferentes interpretações sobre as telenovelas mexicanas

A cultura veiculada pelos meios de comunicação influi na constituição da vida cotidiana. Ela “[...] fornece o material com que muitas pessoas constroem o seu senso de classe, de etnia e raça, de nacionalidade, de sexualidade, de ‘nós’ e ‘eles’” (KELLNER, 2001, p. 9). Contudo, como já tratado nesta pesquisa, a recepção dos produtos advindos das mídias não ocorre de forma homogênea, direta e passiva. Nesse sentido, quando a telenovela mexicana apresenta um discurso conservador, que preza pela moral católica e castiga aspectos como a sensualidade, o público poderá concordar e reiterar, como também poderá resistir, ressignificar e desconstruir o que foi transmitido.

No decorrer das entrevistas, constatou-se diversas perspectivas a respeito de questões presentes em “A Usurpadora” e “Rubi” que exemplificam os distintos olhares que podem recair sobre uma trama mexicana.

3.2.1. Personagens femininos

A maior parte da amostragem desta pesquisa é composta por mulheres. Durante as análises das entrevistas, constatou-se que, no argumento de algumas delas, a motivação em ver e rever tramas mexicanas estava atrelada, dentre outras coisas, à identificação com “personagens femininos fortes”, “mocinhas batalhadoras” e “determinadas”. Uma dessas interlocutoras era D.M., assistente de recursos humanos, que mora com os pais e passa o dia inteiro trabalhando. Por conta disso, ela não conseguia acompanhar a reexibição na íntegra de “A Usurpadora”, mas ao tratar sobre aspectos com os quais se identifica, apontou:

Eu acho que me identifico na questão da batalha das mocinhas, né? Por assim dizer...Das **mocinhas que são batalhadoras**, não todas. Aquela assim, tipo Paulina, que tá ali batalhando diante daquela situação toda que ela vive, né? Que é o prólogo da novela, por exemplo. Onde ela tem que batalhar pela vida da mãe, aquela coisa toda (D.M., mulher, 28 anos, grifo nosso).

Observa-se que D.M. não destaca na vítima da narrativa, Paulina, o sofrimento. Mas sim a figura de uma mulher que batalha. Em conformidade com esse discurso, tem-se, por exemplo, A.C.D.S., universitária de 22 anos, que disse: “Para mim, o que me faz rever são os **personagens femininos fortes**, que nem a Rubi!” (grifo nosso). Nesse caso, trata-se da vilã, mas, que para a estudante é uma figura “empoderada”, uma “mulher com representatividade”, segundo ela.

Independente das personagens dadas como exemplos serem antagonistas ou mocinhas, salienta-se os sentidos atribuídos a elas e o fato das entrevistadas se verem nessas figuras enquanto mulheres, batalhadoras e fortes. Considerando a atual conjuntura, em que as questões sobre empoderamento feminino vêm se tornando cada vez mais frequentes, essas interpretações não são uma surpresa. Tratam-se de percepções que acabam por se alinhar à realidade vivida por essas mulheres em seu tempo e contexto sociocultural. É necessário, enfatizar, no entanto, que esse não é, necessariamente, o ponto de vista de todas as informantes da pesquisa, afinal, são indivíduos diferentes que estão situados em distintos contextos e são atravessados por diferentes mediações em seus processos de recepção.

3.2.2. Conservadorismo

Como já foi pontuado nesta pesquisa, as telenovelas mexicanas – em especial aquelas produzidas pela Televisa – reforçam valores tradicionais da sociedade. Com isso, as tramas valorizam, por exemplo, a constituição e manutenção da família, da virtude, da honestidade e da fé – de modo geral, ligada ao catolicismo (TREJO SILVA, 2011). Em contraposição, são rechaçados aspectos como a sensualidade e o sexo por prazer. Normalmente, quando as tramas apresentam personagens mulheres tendo essas atitudes tomadas como “desvirtuosas”, elas serão punidas; enquanto nos casos dos homens, comumente terão seus “deslizes” justificados e perdoados. De acordo com Mazziotti (2006, p. 34), o universo apresentado nessas tramas remete a um passado patriarcal e está em conformidade com o imaginário de épocas passadas.

Observou-se nas falas um desconforto com essas características. L.L., por exemplo, apontou não gostar do machismo presente nas telenovelas:

Vou ser bem sincera, revendo algumas tramas ou até mesmo as atuais que passam na televisa, não gosto é do machismo. Essa coisa que a mulher depende do homem, ou

só vai ser feliz ou rica se tiver o amor do mocinho, isso me incomoda bastante (L.L., mulher, 24 anos).

Enquanto, A.C.D.S. chamou as tramas mexicanas de “conservadoras” e demonstrou que, ainda que goste da trama, essas questões a inquietam:

Assim, eu gosto de ver, mas eu sinto falta de alguma coisa... [...] De um modo geral, eu acho conservadoras... Elas não abordam temas polêmicos assim, o máximo que “Rubi” agora tá abordando é tipo, alcoolismo e um personagem homossexual que não tem vida além da “Rubi”. Então eu acho que elas são bem conservadoras... [...] as telenovelas mexicanas não abordam temas polêmicos, elas tentam ser mais “família” (A.C.D.S., mulher, 22 anos).

Nessa fala, destaca-se o incômodo de A.C.D.S. com o fato do único personagem homossexual de “Rubi” não ter uma vida além de ser o “fiel escudeiro” da protagonista. Essa falta de representatividade de gays em telenovelas mexicanas é comum na Televisa. Como mencionado anteriormente nesta dissertação, a emissora só exibiu o primeiro beijo de um casal de homens no horário nobre em 2017.

Ainda em relação à representação de personagens homossexuais, bem como a ausência – ou o tratamento velado – de outros tópicos como o sexo, nota-se que para a interlocutora L.A. trata-se de um ponto positivo, em detrimento ao que é apresentado, por exemplo, na Rede Globo atualmente:

Tem conteúdo, não são clichês como dizem... É de acordo com o tema abordado... Não tem tanta maldade... Homossexualismo, sexo... As novelas mexicanas mostram a realidade mais sem ser baixas. Já as novelas da Globo por exemplo não são boas como antes [...] antes tinha mais contexto as histórias... [...] Hj em dia só abordam espiritismo, ocultismo, dão muita margem ao homossexualismo... Enfim não assisto (sic) (L.A., mulher, 34 anos).

As falas dessas entrevistadas ilustram a possibilidade plural da recepção. Enquanto uma (A.C.D.S.) mostra-se incomodada com o conservadorismo e sinaliza ser a favor de uma maior representatividade e diversidade nas tramas mexicanas, a outra (L.A.) é elogiosa a aspectos como a ausência de homossexualidade e sexo.

3.2.3. Amor

A novela mexicana é muito mais a minha cara, porque eu sou uma pessoa muito emotiva, eu sou uma pessoa romântica, né? Eu sou essa pessoa melosa, né? Eu sou, eu sou quase um drama mexicano (risos), né? (A., homem, 33 anos).

O amor está sempre presente nas telenovelas mexicanas, seja o que se desenvolve entre casais, pais e filhos, irmãos(ãs), amigos(as), e até mesmo o que há por Deus (TREJO SILVA, 2011). Quando se refere ao amor entre um homem e uma mulher, a sexualidade é pouco explorada. A mocinha, normalmente, se casa virgem, tendo em vista que deve se guardar para

o seu “verdadeiro amor”. Mas, antes do “final feliz”, o casal enfrentará obstáculos causados pela vilã da história.

Ao longo das entrevistas, uma pequena parcela da amostragem declarou gostar dessas histórias de amor, como ilustra a seguinte fala de G.S.A.O., mulher, de 24 anos: “Gosto também dessa questão desse romantismo, dessa questão de amores impossíveis, bem princesinha da Disney...”. Essa mesma interlocutora afirmou em outro momento da conversa que se identificava com a moça “romântica que idealiza o amor”:

Ai meu Deus... Eu me identifico muito com esse lado romântico, dessa coisa da protagonista... Geralmente as protagonistas de novelas mexicanas são... é... É a menina doce, romântica que idealiza o amor, essas coisas assim... Mais pro lado do romantismo... Então, se for uma coisa que eu me identifico mesmo é... Seria isso, o lado de romantismo (sic) (G.S.A.O., mulher, 24 anos).

Assim como ela, D.M., que havia dito se identificar com as “mocinhas que são batalhadoras”, discorreu:

[...] eu acho que no fundo também, eu me identifico com aquela questão de encontrar um amor, né? Que a gente sabe que não existe homem perfeito, o amor perfeito, mas essa coisa de encontrar o “príncipe encantado”, eu acho que eu me identifico com isso também, um pouquinho... (D.M., mulher, 28 anos).

Observou-se que, ainda que o “amor” seja uma temática fundamental para as telenovelas mexicanas (TREJO SILVA, 2011), ele foi citado em poucos casos nas entrevistas. Além disso, três entrevistadas mulheres mencionaram ter mudado a percepção sobre o amor do Heitor, marido da personagem Rubi, deixando de ver de forma romantizada suas atitudes, tal como descreve I.E.M.A.:

Outra coisa que eu vi diferente é que na primeira vez que eu assisti, eu pensei que o... Tipo, eu tentava justificar as agressões do Heitor a Rubi, tipo “Aí, porque o Heitor gosta realmente dela e sente ciúmes dela e demorou um pouco, assim, pra ficar com ela, teve que romper um casamento, ou melhor, fugir de um casamento com a Maribel pra poder ficar com ela, hoje não, eu vejo que o Heitor ele é abusivo com a Rubi, ele tinha ciúme extremo da Rubi, ele foi abusivo com a Rubi (sic) (I.E.M.A., mulher, 17 anos).

Nesse segmento I.E.M.A. fala sobre Heitor ter sido “abusivo” com Rubi. Talvez essa perspectiva tenha ocorrido nessa reprise, pois trata-se de uma temática que está em voga no contexto brasileiro e mundial. Em um período recente, as mulheres têm exposto, cada vez mais, casos de abuso sexual, violência doméstica, incitando o debate sobre até que ponto determinadas atitudes são “normais” em um relacionamento.

3.2.4. Violência

Nas telenovelas mexicanas, como se sabe, os vilões personificam o mal e o negativo. Nessas tramas, eles podem ter distintas características, tais como: hipócritas, superficiais,

inescrupulosos, mentirosos, egoístas, ditatoriais, vingativos, intransigentes, ciumentos, chantagistas, manipuladores, ambiciosos, sedutores, violentos e com uma moral excessivamente duvidosa (TREJO SILVA, 2011, p. 118). São eles que perseguem a vítima ao longo de toda a história, realizando atos maldosos para impedir o triunfo do bem.

Entre os entrevistados, a fala de C.S. se destacou por enfatizar que essas figuras antagônicas a desagradam e pontuar que não gosta da violência exibida nas narrativas mexicanas que, para ela, em alguns casos, são “bem mais pesadas” que as tramas nacionais:

O que eu não gosto é os vilões, que tem papéis de vilões que são bastante, aí... como é que eu posso dizer... Muito fortes, assim, né? E outra coisa que eu não gosto, é porque, tem algumas telenovelas que são bem mais pesadas que do Brasil, em relação a violência. Lá eles têm bastante cenas de violência nas novelas mexicanas, bastante mesmo. Então, é bem diferente das daqui do Brasil e eu não gosto muito disso (C.S., mulher, 18 anos).

A violência a que se refere C.S. corresponde tanto às maldades das vilãs, quanto às cenas em que há agressividade envolvendo outros personagens da trama. Como exemplo dessas últimas situações, a entrevistada cita a exibição da agressão de um homem em uma mulher na telenovela “A Dona” (*Soy tu dueña*, produzida em 2010). Em “Rubi” isso ocorre em várias ocasiões quando o personagem Heitor, marido da protagonista, fica com ciúme e agride e/ ou beija à força a mulher.¹²³

Na perspectiva de C.S. por esses fatores, algumas telenovelas deveriam ir para o horário noturno:

Tipo assim, algumas novelas que são reprisadas a tarde, né? Eu acharia que o SBT deveria colocar a noite, porque como eu falei, as cenas de violência que tem nas telenovelas mexicanas, algumas cenas, infelizmente o SBT não corta. Então, eu creio que a tarde é um público livre, né? E eu creio que a noite é algo mais classificado, né? [...] eles deveriam pensar mais um pouquinho nas novelas mais pesadas na parte da noite. Que é como a Globo faz (sic) (C.S., mulher, 18 anos).

Em contraposição a esse olhar, a maioria dos interlocutores disseram que as telenovelas mexicanas não são tão violentas, comparando-as com tramas nacionais da Rede Globo: “[...] novela brasileira tem mais violência, essas coisas e a novela mexicana já não tem tanto... É isso que eu acho legal...” (B.A.C., mulher, 19 anos); “[...] eu não gosto de uma violência explícita e geralmente as da Rede Globo, principalmente as recentes e de horário nobre, têm essa questão de violência explícita. Não são novelas, digamos, familiares como as mexicanas” (G.S.A.O., mulher, 24 anos).

A. também corrobora com essa visão e afirma que as tramas mexicanas têm um “conteúdo mais dócil” e vilões “mais tranquilos”:

¹²³ Um exemplo de uma cena como essa pode ser visto em: <https://www.youtube.com/watch?v=_hMujsQo5Ks>. Acesso em: 12 jan. 2018.

[...] já as novelas brasileiras estão caindo muito no conceito, né? É... As brasileiras que eu digo são as da Rede Globo, né? Eu não estou nem falando as da Record, porque as da Record eu não assisto, né? As da Rede Globo têm muita violência, é muita matança [...]. Eu não gosto muito dessas coisas, né? Então eu vejo assim que as novelas brasileiras estão perdendo muito porque é muita coisa ruim, muito conteúdo ruim, né? E as mexicanas não, as mexicanas são... é esse conteúdo dócil, né? É esse conteúdo é, é... tranquilo. Tem os vilões? Tem os vilões, mas até os vilões são mais tranquilos e menos perversos, né? [...] Eu acredito que a mexicana sai na frente por isso, né? Ao meu ver, do que as novelas brasileiras (sic) (A., homem, 33 anos).

A partir dessas falas é possível observar, mais uma vez, os diferentes sentidos que o público pode produzir a partir do conteúdo que está assistindo. Notou-se na análise que, para uma grande parte da amostragem, as telenovelas mexicanas não são tão violentas. Enquanto uma minoria – apenas C.S. e mais duas interlocutoras – destacaram as cenas de agressão contra a mulher e afirmaram não gostar disso nas tramas. Contudo, é importante assinalar que não é possível assegurar se essa maioria dos entrevistados atentou para as cenas de violência contra a mulher ao classificar as tramas como “não tão violentas”. De mesmo modo, não é possível indicar o motivo pelo qual não as citaram. Isto é, não se pode dizer que eles acham essas agressões menos violentas, para tal seria necessário um estudo mais aprofundado e focado nessas questões.

3.3. Telespectadores fiéis: os SBTistas

Na análise das entrevistas, observou-se que a maioria dos interlocutores consumia canais diversificados da TV aberta e paga. Além do SBT, foram citados: Animal Planet, Discovery Home & Health, Globo News, MTV, Rede Bandeirantes, Rede Globo, Rede TV, entre outros. Em relação aos programas da emissora de Silvio Santos, alguns informaram assistir somente às telenovelas mexicanas, enquanto outros relataram ver mais produtos da grade de programação, tais como “Bom dia & Cia”, “Domingo Legal”, “Eliana”, “Esquadrão da Moda”, “Programa Silvio Santos”.

Em meio aos relatos sobre os canais que assistiam, dois interlocutores se destacaram pelo apreço não só pelas tramas mexicanas, mas, principalmente, pela emissora:

Cara, Joana, eu **sou A-PAI-XO-NA-DO pelo SBT** desde criança, desde criança. EU lembro que eu ficava na casa da minha avó nos finais de semana, né? Aí geralmente sábado e domingo a televisão era ligada no SBT, minha vó também assistia muito na época, né? Então eu fui crescendo assistindo o SBT, então assim, eu sou apaixonado pelo SBT, tudo que o SBT lança, tô eu ligado lá na estreia pra assistir, né? O programa pode ser uma bomba, uma droga, mas eu tô lá assistindo, tô lá dando força na estreia, né? Pra ver como é que é, né? Tudo, né? Hoje em dia com a vida corrida a gente não consegue ficar... Eu no caso, né? Na televisão o tempo inteiro, assistindo todos os programas, mas tinha épocas que eu ficava assistindo todos os programas, né? Hoje em dia eu consigo assistir “A Usurpadora”, né? Pela sétima vez. Assisti... o programa Silvio Santos aos domingos. Algumas vezes, quando estou em casa pela manhã, eu dou uma passada pelo “Bom dia e Cia” pra assistir lá a Silvia Abravanel apresentando,

né? É... “Fofocando”, né? O que mais? É, são esses assim, né? Os outros a gente vai assistindo... Eliana! Assistio Eliana, Celso Portioli no “Domingo Legal”, né? “A Usurpadora” já falei, assisto também “A querida inimiga” que é a novela que vem depois... “Chaves” obviamente, Chaves assisto bem e... Quanto to zapeando a televisão paro no “Máquina da fama” da Patrícia Abravanel e é isso...(sic) (A., homem, 33 anos, grifo nosso).

Tem também o apego pela emissora. Vejo novelas em outros canais se me chamar atenção, mas apenas uma vez. **No SBT é comum estar pelo canal** e assistir normalmente a programação, além de esperar as tais reprises desde cedo. A torcida e o carinho que a emissora tem ajuda. As do SBT tbm são mais comentadas nas redes (sic) (D.O.T., homem, 24 anos, grifo).

Ambos contaram que ocasionalmente assistem a algum programa de outra emissora, mas dão sempre preferência ao SBT. D.T.O., por exemplo, se denomina “fiel telespectador do SBT”:

Meus avós amam Silvio Santos, compram Telesena, compravam carnê do Baú e etc! Então começou ali essa herança de família rs. [...] Sempre fui muito ligado à televisão. E, como fiel telespectador do SBT, cresci assistindo a emissora e as novelas mexicanas faziam parte do pacote. Muitas assistia com a minha mãe, até a começar a assistir sozinho, como as infantis e passando a várias outras. [...] A primeira lembrança que tenho é uma cena da primeira exibição de Maria do bairro. Devia ter uns 4 anos (sic) (D.O.T., homem, 24 anos).

Para além dessa característica de gostar da emissora e acompanhar sua grade, há uma estima por tudo que a envolve. Durante a conversa com A. foi significativa a empolgação em falar sobre a sua relação com a emissora. Ele contava em detalhes, citando os programas que assistia entre outros aspectos.

Quando eu completei 18 anos eu percebi que sabia tudo do SBT, na verdade, nem fui eu que percebi, amigos próximos que via essa minha paixão pelo SBT, né? Eu via todos os programas, aquela coisa, desde a infância... Era o “Show maravilha”, a “Casa da Angélica”, “Vovó Mafalda”, “Bozo”, o programa “Fantasia” que eu amava assistir, né? Tinha “Charme” com a Adriane Galisteu (risos), “Em nome do amor” com Silvio Santos, enfim, né? Deixa eu parar senão vou ficar horas aqui falando, mas... Então, assim, tudo, tudo, né? E essa paixão pelo SBT e pela figura do Silvio Santos, que eu acho que é o maior comunicador do Brasil vem desde a infância como eu disse, né? Eu fui crescendo assistindo o SBT, essa coisa e tal... E quando eu entrei na fase adulta, eu não gostava que as pessoas falassem mal do SBT... As pessoas criticam muito: “Ah, esse programa ruim!”, “SBT é maluco”, “O Silvio Santos é maluco, toda hora muda de horário as coisas e tal” e eu não gostava, né? E aí os meus amigos foram percebendo: “Nossa, mas esse amor é muito grande sim” e eu falava: “É, é verdade! Eu assisto muito SBT, eu gosto do SBT!” E aí com essa troca de informações com meus amigos, eles foram percebendo que eu sabia tudo, nome de todos os programas, aquela coisa toda... Eles falavam “Caraca, A.!” Você é simplesmente maníaco, né? pelo... Maníaco, não! Fanático pelo SBT (sic) (A., homem, 33 anos, grifo nosso).

Tanto A. quanto D.T.O. se autodenominam “SBTistas”. A. conta que conheceu essa denominação através de Twitter e ao descobrir o que caracterizava esse grupo, passou a se identificar como tal.

[...] sigla SBTista eu descobri no Twitter, quando eu entrei no Twitter já era um pouco mais avançado, eu devia ter uns 22-23 anos por aí e eu descobri essa sigla e eu fui me inteirando mais com outros SBTistas e tal... E hoje em dia eu sigo vários perfis de

SBTistas pelo Twitter e tal e aí com isso hoje, eu me considero assim um SBTista (A., homem, 33 anos, grifo nosso).

Assim como eles, existe uma série de pessoas que se declaram como tal. Os SBTistas correspondem a fãs da emissora ou, como eles costumam dizer, torcedores. No entanto, o SBT não é a única rede de televisão que possui admiradores. É possível identificar em perfis de *sites* de redes sociais fãs de outras emissoras, que se intitulam como os “Recordistas”, os “Bandistas”, os “RedeTVistas” e os “Globistas”. Contudo, os “SBTistas” destacam-se pelo número expressivo¹²⁴ e por sua atuação nas mídias sociais. Segundo Martins (2016), esses indivíduos também se diferenciam pelo forte caráter “afetivo e passional” de seus discursos a respeito da emissora em *sites* e fóruns sobre televisão e audiência.

Engajados com o SBT, o envolvimento emocional é expreso, por exemplo, através de declarações e homenagens afetivas, como uma música e clipe produzidos por telespectadores em comemoração aos 35 anos do canal, em 2016. Nos refrãos da canção eles declaram: “E os ‘SBTistas’ torcendo estão / Somos nós a torcida, / que é pura emoção [...] A TV da família / Unindo a nação / E a voz da torcida / é a nossa emoção”¹²⁵.

De acordo com Martins (2013, p. 28), os SBTistas começaram a se intitular como tal no ano de 2005, no Orkut, nas comunidades voltadas para telespectadores da emissora. Na época, a maior comunidade de fãs era a “SBT – Oficial”, que contava com 460 mil membros¹²⁶. Devido ao interesse em falar e replicar informações, muitos “SBTistas” criaram também *fansites* dedicados ao universo do SBT. Dentre esses portais na internet destacam-se o SBTpedia¹²⁷ e o Clube do SBTista¹²⁸ (MARTINS, 2013, p. 29-30).

A torcida desses telespectadores é notória em seus perfis no Twitter, onde comentam frequentemente sobre os programas que são exibidos e sobre os números de audiência alcançados – muitas vezes criticando a medição do Ibope, chamado por muitos de IGOLPE¹²⁹.

¹²⁴ Em uma breve pesquisa, realizada em 10 de junho de 2017, pelos fãs no Twitter, contabilizou-se 69 perfis ativos com o nome “SBTistas”, enquanto os com nomes das outras emissoras juntos somaram pouco mais de 50 perfis. No Facebook, esse número é ainda mais destoante, o maior grupo de fãs de emissoras possui mais de 35 mil membros (Sou SBTista), enquanto o segundo maior contabiliza apenas pouco mais de 4 mil (Mundo Recordista). Disponível em:

<<https://www.facebook.com/groups/eusousbtista/>>

e

<<https://www.facebook.com/groups/FASDAREDERECORDETELEVISAO>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

¹²⁵ Vamos comemorar. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VCNmmMrFBd0>> Acesso em: 19 jun. 2017.

¹²⁶ Disponível em: <<http://emails.estadao.com.br/noticias/tv,sabe-o-que-sao-sbtistas-conheca-a-torcida-organizada-do-sbt,10000090397>>. Acesso em 15 jun. 2017.

¹²⁷ Disponível em: <<http://www.sbtpedia.com.br/>>. Acesso em: 19 jun. 2017.

¹²⁸ Disponível em: <<https://clubedosbtista.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 19 jun. 2017.

¹²⁹ Disponível em: <<https://twitter.com/soulsbtista/status/821385858116943875>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

Vale pontuar que esses grupos são reconhecidos pela emissora. Por exemplo, no dia 20 de março de 2016, o SBT apresentou no programa “Domingo Legal” a vinheta de nova campanha institucional da empresa. Nas imagens, alguns atores, apresentadores e a animação em 3D de Silvio Santos entram em um estádio de futebol ovacionados por uma torcida, que estavam vestindo camisas e bonés com a logomarca do canal. Com o *slogan* “SBT. A TV que tem torcida”, a campanha evidenciava a existência desses fãs.

O reconhecimento desses grupos pela emissora denota uma de suas estratégias de interagir com o público. Ao analisar as vinhetas produzidas pelo SBT, Martins (2016, p. 158) constatou que elas “[...] propõem uma relação com o telespectador que se baseia em laços afetivos tão estreitos que fazem lembrar as interações negociadas por pessoas”. Segundo ele, assemelhando-se a uma “amizade”. Esse aspecto corrobora também com a estratégia de TV popular “quente”, citada anteriormente nesta pesquisa, em que se busca, dentre outras estratégias, a integração com o público.

3.4. Apropriações das telenovelas mexicanas: o caso dos memes

A palavra meme foi utilizada pela primeira vez no livro “O Gene Egoísta” de Richard Dawkins, em 1976 (RECUERO, 2011b). A obra tratava o funcionamento das ideias de forma análoga aos genes e, portanto, essencial para a evolução e sobrevivência. Assim, de acordo com a autora, os memes seriam como “pedacinhos” de informações que são passadas adiante recombinando-se e transformando-se no intuito de perdurar.

Essa circulação de ideias e informações não começou na era da internet, como bem lembra Chagas (2018): expressões como “Celacanto provoca maremoto” e “Quercia vem aí”, pichadas pelos muros das cidades brasileiras a décadas da popularização das ferramentas digitais também tiveram caráter viral em seu tempo.

Na atualidade, a internet e os *sites* de redes sociais são ambientes profícuos para a propagação de memes, como aponta Recuero (2011b). Nesses espaços é possível observar os processos de disseminação, apropriações e adequações e como cada uma dessas etapas pode se dar de modo diverso.

Dessa forma, para entender um meme é necessário compreender o contexto em que ele se propaga e os valores que inspira em diferentes grupos sociais (RECUERO, 2011a). Por exemplo, é possível que uma montagem de Paola Bracho com algum bordão da personagem (Figura 6) circule por determinado grupo que não a reconheça. Nesse caso, talvez seja captada a ironia da frase, mas não sua relação com um contexto de origem. Já entre os apreciadores de

telenovela mexicana, tal imagem pode trazer outros significados que estarão associados a uma memória comum da trama.

Como apontam Oikawa, Pereira Silva e Alves Feitosa (2015, p. 162), também é possível rememorar imagens e ícones, resgatando “[...] do passado personagens e narrativas que circulavam muito antes da existência da internet”. Da mesma forma, a partir de novas associações, cruzar um momento presente com uma imagem antiga de um personagem marcante.

Essa capacidade de mutação é uma das grandes particularidades do meme, como discorre Recuero (2011a):

Enquanto é absorvido pela cultura, ele muda, transforma, adquire novos sentidos, é associado com outras ideias, descarta pedaços. O meme pode existir sobre os conceitos mais diversos e mais diferentes e gerar sentidos que não foram imaginados na sua origem (RECUERO, 2011a).

Os memes com montagens de cenas ou fotos de personagens de telenovelas mexicanas circulam em profusão nos meios digitais, reatualizando, em certa medida, as tramas no imaginário do público. Por exemplo, um mesmo *frame* da personagem Paola Bracho de “A Usurpadora” pode ser utilizado em vários memes diferentes, que empregam desde a fala original (Figura 7) da personagem na cena até outras frases de contextos atuais (Figura 8), como gírias ou sátiras.

Figura 7 – Meme da Paola Bracho 1



Fonte: Site Gerador de Memes¹³⁰.

¹³⁰ Disponível em: <<http://geradormemes.com/meme/vmrl0k>>. Acesso em 19 jan. 2018.

Figura 8 – Meme da Paola Bracho 2



Fonte: Site Gerador de Memes¹³¹.

Pautados pela repetição, esses memes são replicados e chegam a ser utilizados até mesmo por pessoas que nunca viram “A Usurpadora” – e talvez nunca assistam. Assim, essa trama – bem como outras – é reapropriada e, em um formato de meme, falas e *frames* podem adquirir novos significados e sentidos no meio digital.

Em outubro de 2015, os memes foram recursos utilizados pelo SBT para a divulgação de uma telenovela mexicana. A emissora apresentou uma série de três chamadas para a sétima reprise de “Maria do Bairro”, intituladas: “Amiga, samba na cara das inimigas” (Figura 9); “A confusão está de volta”; “Soraya Falsiane está de volta”. Nos vídeos, um narrador conta um pouco da história e informa que a ficção em questão retornará, tudo acompanhado com imagens e memes da trama. O material foi compartilhado pela emissora na internet, bem como transmitidos pela TV.

Observou-se que a emissora utilizou a comédia e um repertório de imagens já conhecidas dos telespectadores – cenas emblemáticas da trama – para gerar um conteúdo que se disseminou pelas redes, inclusive entre indivíduos que não assistem telenovelas mexicanas.

Conforme destaca Chagas et al (2017), o humor está entre os principais motivos para a “viralização” de um conteúdo. Ao fazer uma análise sobre memes utilizados nas eleições de 2014 no Brasil, o autor salienta seu caráter enquanto produto cultural e que, por isso, vai demandar um repertório para sua interpretação, “[...] extraído das relações sociais, memórias, referências históricas, geográficas, econômicas, e aspectos conjunturais específicos” (CHAGAS et al, 2017, p. 9).

¹³¹ Disponível em: <<http://geradormemes.com/meme/nbfopd>>. Acesso em 19 jan. 2018.

Figura 9 – Memes na chamada “Amiga, samba na cara das inimigas”



Fonte: Canal do YouTube SBT Online¹³².

Ao absorver esse recurso, a emissora valoriza o que Oikawa, Pereira Silva e Alves Feitosa (2015, p. 156) destacam como o “[...] comportamento do consumidor midiático contemporâneo, cada vez mais conectado socialmente”.

Consonante a esse aspecto, vale ressaltar que o SBT tem uma forte presença nas mídias sociais. Em 2010, foi criada a página oficial da emissora no Facebook que, três anos depois, tornou-se a primeira entre os canais de TV brasileiros a ser verificada¹³³ pelo *site* (MARTINS, 2014, p. 3). Na época, a página do SBT superava o número de “curtidas” dos concorrentes. Atualmente, esse número chega a cerca de 11, 6 milhões¹³⁴, o que lhe garante o segundo lugar no segmento. A emissora possui também perfis institucionais¹³⁵ no Twitter, Instagram,

¹³² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=GuMyvqp7OqA>>. Acesso em 19 jan. 2018.

¹³³ A verificação é dada pelo Facebook, através de um selo da cor azul, quando comprova que se trata de um perfil autêntico de figura pública, empresa ou marca.

¹³⁴ Quando foi autenticada a página contava com mais de 1.652.000 curtidas. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/noticias/12897/SBT-e-a-primeira-emissora-aberta-com-uma-fanpage-autenticada-pelo-Facebook.html>>. Acesso em: 10 jun. 201.

Atualmente a página do SBT é a segunda mais curtida, perdendo para a Rede Globo que possui cerca de 13,7 milhões. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pg/SBTonline>> e <<https://www.facebook.com/pg/RedeGlobo>>. Acesso em: 19 jan. 2017.

¹³⁵ Há perfis oficiais da emissora, intitulados “sbtonline”, bem como de seus programas.

Snapchat e um canal no YouTube – a empresa tornou-se o maior canal de TV do mundo nessa plataforma, em setembro de 2017¹³⁶.

3.5. Para algumas pessoas telenovela mexicana é um “lixo”

“Novela Mexicana e mt lixo mano, como vcs conseguem assistir isso ?!”¹³⁷(sic), esta é uma das frases coletadas através dos termos “novela mexicana” no Twitter durante o período de exibição das reprises pesquisadas. Entre comentários de naturezas diversas – por exemplo, alguns fazem elogios, outros equiparam suas vidas e situações a telenovelas mexicanas e uma parcela comenta as tramas que estão assistindo – identifica-se uma série de adjetivações negativas direcionadas para essas produções, tais como: “Essas novela mexicana do sbt são uns lixo”¹³⁸(sic); “Me desculpe quem gosta mas novela mexicana é horrível”¹³⁹(sic); “[...] novela mexicana eh tudo lixo sempre a mesma história mulher pobre encontra homem rico se apaixonam mas nao podem ficar juntos”¹⁴⁰(sic).

Observa-se que alguns *tweets* questionam sobre como as pessoas conseguem assistir a esses produtos, tendo em vista que, para elas, são ruins: “Eu realmente não consigo entender como alguém consegue gostar de novela mexicana. É ruim demais!”¹⁴¹; “novela mexicana é chata demais bicho como tem gente que consegue assistir isso?!?!”¹⁴². É possível destacar também um exemplo, que julgam diretamente o público dessas tramas: “A pessoa assiste a tarde inteira aquelas novela mexicana, que zzzzzz”¹⁴³¹⁴⁴ (sic).

As falas ilustram uma perspectiva demarcadora, que permeia todas as sociedades, as quais se utilizam de objetos e mercadorias como diferenciadores ou comunicadores sociais (BARBOSA, L. 2004, p. 43). Muito embora, notadamente nas sociedades de consumo modernas, “[...] as noções de gosto – ou melhor, de bom ou mau gosto e de ‘estilo pessoal’ – tornaram-se um dos mecanismos fundamentais de diferenciação, inclusão e exclusão social, como nos indica Pierre Bourdieu, em [...] *La distinction* (A distinção)” (BARBOSA, L. 2004, p. 23).

¹³⁶ Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/sbtneweb/fiquepordentro/97244/SBT-se-torna-o-maior-canal-de-TV-do-mundo-no-YouTube.html>>. Acesso em: 19 jan. 2018.

¹³⁷ Disponível em: <<https://twitter.com/moonrhyuna/status/769299363654950912>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

¹³⁸ Disponível em: <https://twitter.com/BrunoErhardt_/status/805833569486700545>. Acesso em: 28 fev. 2017.

¹³⁹ Disponível em: <<https://twitter.com/julliacarvalh/status/802206938251542529>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

¹⁴⁰ Disponível em: <<https://twitter.com/moonrhyuna/status/769299363654950912>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

¹⁴¹ Disponível em: <<https://twitter.com/MeniaMagalhaes/status/839600542477320193>>. 9 mar. 2017.

¹⁴² Disponível em: <<https://twitter.com/biebwan/status/828292274685607940>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

¹⁴³ A expressão pode ser interpretada como algo que “dá sono e/ou preguiça”.

¹⁴⁴ Disponível em: <<https://twitter.com/97DAWON/status/821448301115539457>>. Acesso em: 1 mar. 2017.

Assim sendo, de acordo com o teórico francês, o gosto é um demarcador de classes. Nessa conjuntura, os grupos dominantes buscam ter o a posse de bens posicionais, visando manter a diferenciação perante os outros grupos (BARBOSA, L. 2004, p. 41-42). Nas palavras de Bourdieu, “[...] os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo e a feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se ou traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas (BOURDIEU, 2007, p. 13).

Apropriando-se desses argumentos, relaciona-se o discurso presente nos *tweets* como um modo de demarcar o lugar daqueles que estão falando como uma posição “superior”, uma vez que eles não consomem esses produtos “ruins”, “chatos” e “lixos”. Destaca-se que essa é uma associação a partir do que está aparente, que não correlaciona questões de classes sociais das pessoas implicadas nos exemplos, tendo em vista que não foram feitas entrevistas aprofundadas com esses sujeitos. Aspecto esse que não invalida a existência de uma hierarquia medida a partir dos gostos, que coloca os que apreciam telenovelas em uma posição inferior, como pessoas supostamente sem senso estético para apreciar o que seria um “bom” produto audiovisual.

Em consonância com esse discurso posso pontuar ocasiões em que fui julgada e recriminada por acompanhar telenovelas mexicanas. Diversas vezes ouvi que era um absurdo eu, “uma mulher inteligente”, assistir a esses produtos, e ouvia uma série de indicações de que seriam culturalmente mais importantes. Situações como essas, em que um coloca o outro em um lugar inferior e profere adjetivações negativas para o produto ou seu consumidor relembram a fala de Bourdieu sobre os gostos serem, antes de tudo, aversão, compostos de horror ou intolerância aos gostos dos outros (BOURDIEU, 2007, p. 56). Nesse sentido, reflete-se sobre como muitas vezes as pessoas têm dificuldade de assumir determinados gostos e tentam camuflá-los, possivelmente, por medo de ser “julgado” e/ ou “excluído”.

Nas entrevistas para esta pesquisa, por exemplo, observou-se que alguns interlocutores vivenciam e/ ou presenciam esse “julgamento” negativo sobre tramas mexicanas, como no caso de I.: “[...] **há preconceito** contra novelas mexicanas e acredito que contra o SBT também. [...] ai muita gente nem gosta de falar que assiste (I.M., mulher, 27 anos, grifo nosso).

Outra fala que assinala esse aspecto é a de D.O.T., que relata que, mesmo os produtos não sendo “bem vistos”, consegue encontrar na internet pessoas que compartilham do seu gosto: “[...] é legal assistir e interagir com pessoas de outros lugares nas redes, vc sente que mesmo sendo um **produto não tão bem visto**, tem outras pessoas que como vc curtem” (sic) (D.O.T., homem, 24 anos, grifo nosso).

É necessário pontuar que apesar desse panorama impositivo e hierarquizante apresentado, em que grupos dominantes ditam o que seria legítimo de ser consumido e apropriam-se de determinados bens para se diferenciar, há uma constante instabilidade na contemporaneidade. Como descreve Livia Barbosa (2004):

[...] na sociedade de consumo contemporânea, a situação desses bens é profundamente instável, com uma inflação permanente dos mesmos à medida que os bens posicionais passam a ser comercializados para uma população maior ou sofrem queda no mercado, provocando uma corrida social constante das pessoas para novos bens a fim de conservarem distinções de status reconhecíveis (BARBOSA, L. 2004, p. 41-42).

Nesse cenário, destaca-se a transformação de produtos classificados como “populares”, produzidos em larga escala, que se tornam artigos “distinção”. Como é o caso, por exemplo, do vinil, que durante anos foi o modo de comercialização de música para a massa e que, depois de ser substituído por outros dispositivos, retornou ao mercado com um certo *status*, um “caráter diferencial”.

Vale ressaltar que há também a possibilidade de demarcação de distinção por gostar do que seria intitulado de “mau gosto”¹⁴⁵. Sob essa ótica, por exemplo, seria possível ocorrer casos nos quais as pessoas afirmam que as telenovelas mexicanas são “ruins”, mas revertem o sistema hierárquico ao se diferenciarem, justamente, por apreciar esses produtos. Dessa forma, nota-se a potência da demarcação hierárquica pelo gosto, que pode se dar de distintas formas.

Ao analisar o histórico das telenovelas mexicanas no Brasil, observa-se que há uma constância de críticas a esses produtos, que os coloca como inferiores, como exemplo tem-se o caso, já citado anteriormente, da mexicanização da TV, que a imprensa denominou de “sinônimo de rebaixamento estético” (COSTA, 2000, p. 105). Além disso, pode-se destacar também as falas dos interlocutores que constantemente construía o argumento a favor das telenovelas mexicanas, criticando as nacionais.

Salienta-se que julgamentos de gostos como esses não ocorrem somente sobre consumo de telenovelas mexicanas. É comum, no nosso país, as pessoas falarem frases como: “você assiste BBB¹⁴⁶? Isso não irá te acrescentar nada culturalmente” ou “você ouve funk? Mas isso não é cultura”. Mas esses aspectos retratam a nossa sociedade e a permanência de uma estrutura hierarquizante, mesmo em meio a um discurso igualitário, tal qual apontou DaMatta (1997) ao analisar a expressão “sabe com quem está falando?”. Frente a essa realidade, torna-se necessário

¹⁴⁵ Para uma reflexão sobre a construção da distinção a partir do “mau gosto”: Cf. CASTELLANO, Mayka. Reciclando o “lixo cultural”: uma análise sobre o consumo trash entre os jovens. Rio de Janeiro, 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

¹⁴⁶ Big Brother Brasil, *reality show* exibido na Rede Globo.

– e buscou-se fazer neste trabalho – discutir essas questões e complexificá-las, visando, assim, em alguma medida, rebater essa perspectiva hierarquizada e reduzida. Ao contrário do que diz o famoso ditado popular, “gosto se discute sim”, e isso deve ser feito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como se sabe, a repetição é um recurso usualmente utilizado pela indústria televisiva (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2017). A televisão norte-americana, por exemplo, é pautada por essa lógica de reprodução há anos. De mesmo modo, o SBT recorre a essa prática, repetindo fórmulas e produtos bem-sucedidos entre a audiência.

Através da análise da grade de programação da emissora de Silvio Santos foi possível constatar essa estratégia de distintas formas, tais como: 1) a reincidência de formatos, como os programas de auditório; 2) a reprodução de modelos através da compra de formatos televisivos – *remakes* de telenovelas, por exemplo – e da criação de produtos similares, como se deu com a “Casa dos Artistas”, que causou ao SBT uma condenação por plágio; 3) a permanência de alguns programas ao longo dos anos, como “Programa Silvio Santos” e “A Praça é Nossa”; 4) a repetição de produtos, como é o caso dos seriados “Chaves” e “Chapolin”, além é claro das telenovelas mexicanas.

No que se refere especificamente às ficções seriadas, acrescenta-se aqui a argumentação de Eco (1989), de que apesar dessas produções parecerem originais e diferentes, elas são, na verdade, repetições. Refletindo especificamente a respeito das séries, o autor afirma que elas respondem a uma necessidade infantil de escutar sempre a mesma história. Com isso, o público se satisfaz através da capacidade de “adivinhar” o que irá acontecer, mas, essa dedução somente ocorre porque a estrutura narrativa se repete com regularidade.

Dessa forma, é possível fazer um paralelo com as telenovelas e afirmar que o recurso da repetição está presente desde sua estrutura. Além disso, talvez esses mesmos elementos colocados por Eco (1989), que agradam o telespectador ao assistir uma ficção seriada pela primeira vez, sejam reforçados no ato de rever as tramas.

Nesse sentido, pontua-se que as telenovelas mexicanas, especialmente as produzidas pela Televisa, se estruturam no melodrama clássico. Há sempre a luta do bem contra o mal, em que a vítima (personificação da bondade e da virtude) será perseguida e sofrerá ao longo de quase toda a narrativa, mas, ao final, triunfará sobre o seu antagonista. Assim, é possível identificar características claras do seu gênero precursor, tais como: os personagens arquetípos, o maniqueísmo e o enaltecimento dos valores tradicionais. Nessa conjuntura, vale ressaltar também, a influência do folhetim, da radionovela e do teleteatro para a construção das telenovelas mexicanas tais como são conhecidas hoje.

A prática de reprodução de produtos ficcionais, como foi dito neste trabalho, não se refere a algo exclusivo do SBT no Brasil. Como exemplo, foram citados o “Vale a pena ver de

novo” na Rede Globo, as reexibições de telenovelas na Rede Record e o Canal Viva, que apresenta uma série de produtos do arquivo da emissora fundada por Roberto Marinho na TV a cabo.

O diferencial do SBT está no investimento na repetição constante de ficções seriadas mexicanas. Contabilizou-se que, desde a sua inauguração até maio de 2017, a emissora transmitiu 271 telenovelas, dentre as quais 123 eram reprises – sendo 61 do México, 6 de outros países, 43 adaptações de produtos estrangeiros e 13 nacionais. Ou seja, as tramas de origem mexicana correspondem a 45,38% de todas as telenovelas exibidas por essa rede de TV durante mais de 35 anos.

Em meio a essas constantes reprises mexicanas, observou-se que a emissora repete algumas produções várias vezes. Por esse motivo, a pesquisa se voltou, exclusivamente, para os telespectadores que reassistem às tramas mexicanas reexibidas pelo SBT. Nesse sentido, esta pesquisa se aproxima de estudos, tal como o de Fachine (2014), que argumentam ainda fazer sentido acompanhar a TV através do fluxo da grade de programação e que a experiência de “ver junto” não se findou. Consoante a isso, no decorrer da análise, um dos telespectadores estudados afirmou, inclusive, que ao assistir pela TV sentia “[..] uma emoção maior, por estar passando pra várias pessoas” (sic) (C.S., mulher, 18 anos).

Para refletir sobre o ato de rever, apropriou-se do conceito de “reassistibilidade” de Mittell (2011), no entanto, é importante reforçar que esse termo foi criado a partir de um olhar para as ficções seriadas norte-americanas, que tinha como característica serem narrativas complexas vistas fora da grade televisiva. Ou seja, as reflexões de Mittell (2011) são diferentes das que foram estudadas nesta dissertação, uma vez que as tramas de telenovelas mexicanas não possuem complexidade narrativa e, no caso pesquisado, estão imersas no fluxo televisivo.

Dessa forma, as proposições de Mittell (2011) foram adaptadas para as particularidades imbricadas nas práticas de reassistir às tramas mexicanas transmitidas pelo SBT. Partiu-se da hipótese de que o público revê essas reprises como uma experiência social e/ ou emocional. O trabalho empírico confirmou que essas formas de reassistibilidade estavam presentes, mas que, contudo, não eram as únicas. Então, foram criadas três novas categorias, além das duas propostas pelo autor norte-americano: “reassistir como hábito”, “reassistir como forma de adquirir conhecimento” e “reassistir com outro olhar”.

Em relação ao reassistir como hábito, destaca-se o fato de quase todos os telespectadores estudados – com uma única exceção – assistirem às telenovelas desde a infância. Ou, como descreveu a entrevistada R.X.O., de 40 anos, “virou tradição”. Sob esse aspecto observa-se o

modo como essas tramas estão ligadas às vidas dessas pessoas, fazendo parte de seu cotidiano há anos.

No que concerne o reassistir por razões emocionais, constatou-se uma forte relação de memória afetiva associada aos produtos. Nesse sentido, o público revê e rememora um passado vivido quando assistiu à trama em outras ocasiões. Para algumas pessoas, há de fato a sensação de estar nesse outro período, assim, a prática oferece uma fuga momentânea dos problemas da vida presente. Em paralelo, há também a vertente de reassistir para recuperar os sentimentos que a trama proporcionou. Nesse aspecto, destaca-se a estrutura narrativa melodramática, que é construída especialmente para suscitar emoções nos telespectadores e poder levar o público a revivê-las, ainda que saibam todo o desenrolar da história. Credita-se a isso o fato da maioria dos interlocutores ter apontado sentir as mesmas emoções sempre que reassistem às telenovelas mexicanas.

Acerca do reassistir como experiência social, notou-se que a internet tem um papel fundamental nessa prática. Como foi apresentado, os interlocutores estão sempre buscando comentar sobre as tramas. Assim, as mídias sociais são apontadas como um ambiente muito utilizado, tornando-se o que se chama de “sofá expandido”. Nessa conjuntura, destaca-se, por exemplo, o uso constante no Twitter das *hashtags* de capítulos das telenovelas.

As reflexões sobre o reassistir como forma de adquirir conhecimento trouxeram uma perspectiva interessante. Apesar das telenovelas mexicanas serem produtos oriundos da cultura de massa e com um propósito de entretenimento, os interlocutores as utilizam também como um meio de aprender e/ ou praticar um idioma. Esse fato revela um desdobramento: o acúmulo de capital cultural (BOURDIEU, 1989; 1999) a partir da prática de reassistibilidade.

A última categoria apresentada neste trabalho foi a de reassistir com outro olhar, que está relacionada com duas dimensões. A primeira diz respeito a rever e perceber novos aspectos da trama, aparentando uma proximidade com o que Mittell (2011) denominou de “reassistir analítico”. Contudo, como foi frisado nesta dissertação, a proposta do autor se dedica às narrativas complexas, que impelem um olhar mais cauteloso do telespectador a partir da forma que apresentam e narram os fatos. Correspondendo, dessa maneira, a uma categoria distinta da que se observou nas análises.

A segunda dimensão do reassistir com outro olhar se refere à mudança de percepção da história ao revê-la. Segundo alguns entrevistados, essa transformação está relacionada com mudanças pessoais, como “amadurecimento” e “crescimento”. Contudo, defende-se que, para

além da maturidade, há diversas mediações que influem no processo de recepção e que podem corroborar com alterações na produção de sentido a cada vez que se assiste a uma trama.

É importante frisar que essas formas de reassistir não se desenvolvem como categorias apartadas umas das outras. Não por acaso, constatou-se interlocutores que reviam os produtos de diferentes maneiras, como, por exemplo, por razões emocionais e, ao mesmo tempo, com outro olhar. Assim, o que se percebe é que elas se entrelaçam. Salienta-se, ainda, que essas podem não ser as únicas maneiras de rever no processo de recepção desses produtos ficcionais, uma vez que a audiência é múltipla e a ampliação da amostragem poderia apontar outras maneiras de reassistir.

Cabe aqui pontuar a base metodológica que contribuiu para o desenvolvimento desta pesquisa. Buscando construir um “des-centramento do olhar” (MARTÍN-BARBERO, 2004), foi utilizado o “mapa das mediações comunicativas da cultura”, desenvolvido por Martín-Barbero (2004; 2015). Desse modo, entende-se que os processos de produção e recepção estão atravessados por distintas mediações.

Na pesquisa empírica, observou-se diferentes interpretações sobre aspectos das telenovelas mexicanas, que são indicativos das variadas mediações que permeiam o processo de recepção dos sujeitos. No entanto, não foi possível no escopo deste trabalho aprofundar essas questões, contudo, optou-se por trazê-las para mostrar os possíveis desdobramentos analíticos que o objeto de estudo suscita.

Notabilizou-se também a existência de telespectadores que são fãs do SBT. Autointitulados “SBTistas”, eles possuem um forte apreço por essa rede de TV e por tudo que está relacionado com ela. Além de acompanharem os programas da emissora, são engajados nas mídias sociais, declarando sua “torcida”. Tendo em vista a atuação desse grupo no ambiente digital, bem como a sua relação com a emissora, acredita-se que voltar o olhar para essas pessoas seja mais uma possibilidade exploratória para futuras investigações.

Um outro ponto tratado nesta dissertação foi a apropriação de elementos das telenovelas para a construção de memes. Através da circulação nos meios digitais, essas produções renovam e reatualizam, em certa medida, as telenovelas no imaginário popular. Devido ao seu potencial viral, o SBT se utilizou desse artifício para divulgar, em 2015, uma reprise ficcional mexicana. Frente a isso, sugere-se que uma investigação que foque na interação entre a emissora e os sujeitos, nesses meios, pode gerar proveitosas discussões.

Por fim, a partir de *tweets* coletados através dos termos “novela mexicana”, apresentou-se uma reflexão sobre a existência de uma hierarquia medida a partir dos gostos, que subjuga

as telenovelas mexicanas e seu público. No entanto, nas falas dos entrevistados, observou-se que eles não se deixam sujeitar por esses julgamentos e continuam consumindo esses produtos.

É importante pontuar que esse aspecto tratado na análise dos dados do Twitter foi apenas uma vertente possível observada no extenso material colhido. De mesmo modo, as entrevistas renderam um grande volume de informações, que poderiam desencadear outras variadas possibilidades de análise. Nesse sentido, evidencia-se o quão fecundo podem ser os estudos relacionados com os telespectadores de telenovelas mexicanas no Brasil.

Levando em consideração as potencialidades de pesquisa em torno desse objeto, concludo deixando alguns questionamentos que podem inspirar trabalhos futuros: entre os que preferem telenovelas mexicanas, quais os motivos para essa predileção? Como se dá a recepção desses produtos no “sofá expandido” virtual? O amor é construído de forma romantizada nessas narrativas, como os telespectadores o enxergam?

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood brasileira: panorama da telenovela no Brasil**. Rio de Janeiro: Senac, 2004.

ALMEIDA, Heloisa Buarque. “**Muitas mais coisas**”: telenovela, consumo e gênero. 2001. 320 f. Tese (Doutorado Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, São Paulo, 2001.

ALVES, Clarice Greco. **Qualidade na ficção televisiva brasileira: as críticas especializada e popular**. 2010. 308 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

ALVES, Dirceu Martins. **América Latina e o dialogismo entre o jornal e o livro: uma abordagem sistêmica e diacrônica do texto impresso ao virtual eletrônico**. 2010. 196 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em:
<<https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/4227/1/Dirceu%20Martins%20Alves.pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2017.

ALVES, Vida. **TV Tupi: uma linda história de amor**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2008.

AMARAL, Márcia Franz. Sensacionalismo, um conceito errante. **Intexto**, v. 2, n. 13, p. 1-13, jul./dez. 2005. Disponível em:
<<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4212>>. Acesso em: 12 out. 2017.

BALAN, Willians Cerozzi. Um Breve Olhar pela Evolução da TV no Brasil, parte 1 do início a cor. **Revista Produção Profissional**, n. 124, 2012. Disponível em:
<http://www.willians.pro.br/textos/Um_breve_olhar_pela_evolucao_da_TV_no_Brasil.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2017.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2004.

BARBOSA, Marialva Carlos. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. In: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (Org). **História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 7-35.

BECKER, Beatriz. O sucesso da telenovela “Pantanal” e as novas formas de ficção televisiva. In: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (Org). **História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 239-257.

BENTLEY, Frank; MURRAY, Janet. Understanding Video Rewatching Experiences. **ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video**. p. 69-75, 2016. Disponível em: <<http://web.mit.edu/bentley/www/papers/tvx119-bentley.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2016.

BERGAMO, Alexandre. A reconfiguração do público. In: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (Org). **História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 59-83.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Ed. Bertrand, Brasil, 1989.

_____. Os três estados do capital. In: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio. (Org.). **Escritos de Educação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2. ed., 1999. p. 71-79.

_____. **A Distinção: crítica social do julgamento**. Tradução Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk, 2007.

BUONANNO, Milly. Uma eulogia (prematura) do broadcast: o sentido do fim da televisão. **Matrizes**, v. 9, n. 1, p. 67-86, jan./jun. 2015.

BRANDÃO, Cristina. As primeiras produções teleficcionais. In: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (Org). **História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010, p. 37-54.

CAMPANELLA, Bruno. Novos desafios teóricos para os estudos do consumo televisivo. **Revista Eco-Pós (Online)**, v. 13, p. 5-13, 2010.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. Produção televisiva e instrumentalização da nostalgia: o caso Netflix. **Revista Geminis**, v. 8, n. 1, p. 60-86, jan./abr. 2017. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/281>>. Acesso em: 10 out. 2017.

CEDILLO, Alberto Villegas. **La novela popular mexicana en el siglo XIX**. Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, 1984.

CHAGAS, Viktor. A febre dos memes de política. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 25, n. 1, jan./abr. 2018.

CHAGAS, Viktor et al. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 38, p. 173-196, jan./abr. 2017.

COSTA, Cristiane. **Eu compro esta mulher: romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

_____. Desgraça pouca é bobagem: a mexicanização da telenovela no Brasil. In: RIBEIRO, A. P.G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (Org.). **Televisão, histórias e gêneros**. Rio de Janeiro: Multifoco, 2014. p. 271-285.

DAMATTA, Roberto. Sabe com quem está falando? Um ensaio sobre a distinção entre indivíduo e pessoa no Brasil. In: **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 6. ed. Rio de Janeiro, Rocco, 1997. p. 187-248.

DOMÍNGUEZ, Leticia Barrón. **La industria de la telenovela mexicana: procesos de comunicación, documentación y comercialización**. 2009. 317 f. Tese (Doutorado em Biblioteconomia e Documentação) – Departamento de Biblioteconomia e Documentação, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2009.

ECO, Umberto. A inovação no seriado. In: ECO, Umberto. **Sobre os espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova, 1989. p. 120-139.

ESCOBAR, Juan Pablo Silva. La Época de Oro del cine mexicano: la colonización de un imaginario social, **Culturales**, v. 7, n. 13, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69418365002>>. Acesso em: 5 out. 2017.

ERTHAL, Claudia. **Um domingo qualquer** - estratégias de grade de programação de televisão aberta no Brasil. 2013, 161 f. Dissertação (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

FECHINE, Yvana. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. In: CARLÓN, Mario e FECHINE, Yvana (Org.). **O fim da televisão**. Rio de Janeiro: Confraria do vento, 2014. p. 114-131.

FERNANDES, Julio Cesar. **A memória televisiva como produto cultural**: um estudo de caso das telenovelas do Canal Viva. 2013, 178 f. Dissertação (Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2013.

FREIRE FILHO, João. TV de qualidade: uma contradição em termos?. **Líbero**, ano IV, v. 4, n. 7-8, p. 86-95, 2001.

_____. Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. **Galáxia (PUCSP)**, São Paulo, n. 7, p. 85-110, abr. 2004.

_____. A celebração do ordinário na TV: democracia radical ou neopopulismo midiático?. In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (Org.). **Novos rumos da cultura da mídia**: indústrias, produtos, audiências. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

GALLARINO, Florencia. El melodrama y las telenovelas mexicanas. In: **Ensayos sobre la Imagen**. Edição IX Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación, Buenos Aires, Argentina, ano. VIII, v. 42, p. 53-56, nov. 2011.

GALHARDI, Cláudia Pereira; MOHEDANO, Félix Ortega; IGARTUA, Juan José. A TV de Silvio Santos – estratégias mercadológicas na grade de programação do SBT: um enfoque quantitativo. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 24, n. 1, jan./abr. 2017. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/23379/15009>>. Acesso em: 10 out. 2017.

GALAY, Francisco Godinez. Revisitando el Radiodrama en la Actualidad. **Comunicación y medios**, n. 35, p. 133-149, 2015. Disponível em: <<https://cpr.org.ar/media/uploads/documents/revisitandoradiodrama-franciscogodinezgalay.pdf>>. Acesso em: 7 out. 2017.

GOMEZ-GUTIERREZ. Claudia I. **Cartografía de las telenovelas**: por la ruta de la realidad de TV Azteca. 2005. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Jesuíta de Guadalajara, México, 2005. Disponível em: <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/2402/tesis_claudia_gomez.pdf?sequence=2>. Acesso em: 2 nov. 2017.

HALL, Stuart. Notas sobre a desconstrução do popular. In: HALL, S. SOVIK, L. (Org.). **Da Diáspora**. Identidades e Mediações Culturais - Stuart Hall. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003. p. 247-264.

HAMBURGER, Esther. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: SCHWARCZ, L. M. (Org.). **História da vida privada no Brasil**: contrastes da intimidade contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 439-487.

_____. **O Brasil antenado**: A sociedade da novela. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2005.

HERGESEL, João Paulo; FERRARAZ, Rogério. A fama da máquina televisiva: análise estilística do programa do SBT. **Contracampo**, Niterói, v. 36, n. 02, p. 81-99, ago./nov. 2017. Disponível em: <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/987>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

HUTCHEON, Linda; VALDÉS, Mario J. Irony, Nostalgia, and the Postmodern: A Dialogue. **Poligrafias. Revista de Literatura Comparada**, n. 3, 1998.

IBARRA, Germán Castro. Justo Sierra O'Reilly pionero de la novela história y de folletín en México. *Caleidoscopio*, n. 16, p. 125-135, jul./dez. 2004. Disponível: <<http://revistas.psico-ags.net/index.php/caleidoscopio/article/view/398>>. Acesso em: 2 nov. 2017.

IZQUIERDO, Melixa Abad. Mexican teleteatros: the cultural politics of prime-time series, **Journal of Iberian and Latin American Studies**, v. 23, n. 3, p. 341-357, 2017.

JOST, François. **Comprender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KING, John. El Carrete Magico. Piezas toscas: la era muda. In: KING, John. **Una historia del cine latinoamericano**, 1994. p. 21-52.

KOMPARE, Derek. **Rerun nation**: how repeats invented american television. Londres: Routledge, 2005.

_____. Reruns 2.0: Revising Repetition for Multiplatform Television Distribution, **Journal of Popular Film and Television**, v. 38, n. 2, p. 79-83, 2010.

LEAL, Bruno Souza; BORGES, Felipe. O telespectador como detetive: aproximações à experiência televisiva contemporânea a partir de True Detective, **E-compós**, Brasília, v. 20, n. 3, set./dez. 2017.

LOPES, Francisca Flávia Plutarco. **Apelo nostálgico no produto e na mensagem e sua influência no comportamento do consumidor**. 2015. 162 f. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, 2015.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 65-80, jan./jun. 2014. Disponível em:

<<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/82931/85965>>. Acesso em: 1 out. 2017.

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

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lucía. Questões metodológicas relacionadas com a análise de televisão. **E-Compós**, v. 8, p. 1-15, abr. 2007. Disponível em: <<http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/viewFile/123/124>>. Acesso em: 18 jun. 2017.

MARTIN, Jeff. The dawn of tape: transmission device as preservation medium. **The Moving Image** **5.1**, p. 45-66, 2005. Disponível em: <https://www.nyu.edu/tisch/preservation/program/student_work/2003fall/03f_1800_martin_a3.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2017.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo**: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. Uma aventura epistemológica. **Matrizes**, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009a. Entrevista concedida à Maria Immacolata Vassalo de Lopes. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38228>>. Acesso em: 2 out. 2017.

_____. As formas mestiças da mídia. **Pesquisa FAPESP**, ed. 163, p. 10-15, set. 2009b. Entrevista concedida à Mariluce Moura. Disponível em: <http://www.revistapesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2009/09/010-015_entrevista_163.pdf>. Acesso em: 2 out. 2017.

_____. Pistas para entre-ver meios e mediações. Prefácio a 5ª edição espanhola. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, [1998] 2015, p. 11-21.

_____. **Dos Meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. **Da tela à rede**: a construção da identidade SBTista. 2013. 68 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2013. Disponível em <<http://www.com.ufv.br/pdfs/tccs/RafaelFialho.pdf>>. Acesso em: 27 dez. 2016.

_____. Resgate Histórico das Vinhetas do SBT: A Busca por um “Estilo SBTista”. **Revista Eletrônica CoMtempo**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 1-16, 2014.

_____. **A TV mais feliz do Brasil**: a proposta de interação do SBT com a audiência. 2016. 195 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2016.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2010.

MAZZIOTTI, Nora. **La industria de la telenovela**. México: Paidós, 1996.

_____. **Telenovela: Industria y Prácticas Sociales**. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2006.

MIRA, Maria Celeste. **Circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT**. São Paulo: Loyola, 1995.

_____. O moderno e o popular na TV de Silvio Santos. In: Ana Paula Goulart Ribeiro; Igor Sacramento; Marco Roxo (Org.). **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2010. p. 159-175.

MITTELL, Jason. Narrative Complexity in Contemporary American Television. **The Velvet Light Trap**, n. 58, University of Texas Press, Austin, p. 29-40, 2006.

_____. “Notes on Rewatching” in JustTV. Janeiro de 2011. Disponível em: <<http://justtv.wordpress.com/2011/01/27/notes-on-rewatching/>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

_____. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **Matrizes**, ano 5, n. 2, p. 29-52, jan./jun. 2012.

MONTEIRO, Denilson. **Chacrinha a biografia**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2014.

MORAIS, Fernando. **Chatô: o rei do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

MORGADO, Fernando. **Silvio Santos**. A trajetória do mito. São Paulo: Matrix, 2017.

MOTTA, Fernanda Gosser. **Muito além da maquiagem carregada: O sucesso das telenovelas mexicanas no Brasil – A visão dos telespectadores**. 2006. 110 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social/ Jornalismo) – Faculdades Integradas São Pedro, Vitória - ES, 2006.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma; PENNER, Tomaz Affonso. O universo narrativo de latitudes: A reassistibilidade como estratégia de transmídiação. **Revista Geminis**, ano 5, n. 2, p. 110-122, 2014.

NADAF, Yasmin Jamil. Capítulo 1: O Folhetim – Sua origem na França. In: **Rodapé das Miscelâneas – o folhetim nos jornais de Mato Grosso (séculos XIX e XX)**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2002. p. 17-40.

NUNES, Monica Rodrigues. Notícias sobre TV: o Diário de S. Paulo e a cobertura sobre a implantação da PRF-3-TV-Tupi de São Paulo. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 2, n. 2, 2013.

OIKAWA, Erika; PEREIRA SILVA, Lourdes Ana; ALVES FEITOSA, Sara. Cultura da telenovela: circulação, apropriação e práticas de consumo midiático em redes sociais digitais no Brasil. **Chasqui**, n. 28, abr./jul. 2015.

OLIVEIRA, R. A. S.; MERISIO, Paulo Ricardo.. A Interpretação Melodramática na Encenação Contemporânea, **Horizonte Científico**, v. 2, n. 2, dez. 2008.

OROZCO, Guillermo. La telenovela en Mexico: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?. **Comunicación y Sociedad**, Guadalajara, n. 6, p. 11-35, jul./dez. 2006.

PALOMARES, Thais Maria Holanda Jerke Sevilla. **Rubí e o melodrama**: a questão do estereótipo feminino na telenovela mexicana. 2015. 183 f. Dissertação (Mestrado em Literatura Hispano-americana) – Pós-Graduação em Estudos de Literatura, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2009.

PAXMAN, Andrew. Híbridos, glocalizados y hecho en México: influencias extranjeras en la programación televisiva mexicana desde los cincuentas. **Global Media Journal México**, v. 1, n. 2, p. 1-31, 2004. Disponível em: <https://journals.tdl.org/gmjei/index.php/GMJ_EI/article/view/133>. Acesso em: 1 nov. 2017.

PELEGRINI, Christian Hugo. A poética do cômico em Arrested Development e a reassistibilidade. **Palavra Clave**, v. 15, n. 3, p. 621-648, dez. 2012.

PELEGRINI, Christian Hugo; NEMETH, Priscila. Vale a pena ver de novo: a complexidade narrativa do episódio Blink da série Doctor Who e a reassistibilidade. **Ciberlegenda**, n. 27, 2012. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/577>>. Acesso em: 29 nov. 2017.

PENNER, Tomaz Affonso. **O Universo Narrativo de Latitudes**: um estudo de caso das estratégias de transmidiação em uma produção ficcional brasileira. 2016. 180 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

PENTEADO, Léa. **Um instante, maestro!** – A história de um apresentador que fez história na TV. Rio de Janeiro: Editora Record, 1993.

POLETTI, Thays Renata; FERNANDES, Márcio Fernandes. Sons para sonhar: sonhos para ouvir - as radionovelas e a mágica da palavra falada no rádio. **Ide (São Paulo)**, São Paulo, v. 3, n. 49, p. 135-147, dez. 2009.

PROUST, Marcel. No caminho de Swann. In: PROUST, Marcel. **Em busca do tempo perdido**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002. vol. I.

RECUERO, Raquel. **Pôneis e outros memes, TTs e Contexto**. 5 set. 2011b. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/poneis_e_outros_memes_tts_e_contexto.htm>. Acesso em: 13 dez. 2017.

_____. **Sobre Memes e Redes Sociais**. 5 set. 2011b. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/sobre_memes_e_redes_sociais.html>. Acesso em: 13 dez. 2017.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I. A renovação estática da TV. In: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. **História da Televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. p. 107-135.

ROCHA, Debora Cristine. Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão. **E-compós**, Brasília, v. 12, n. 3, set./dez. 2009.

ROSÁRIO, Nísia Martins do; COCA, Adriana Pierre. A memória na ficção seriada televisual. In: **10º Encontro Nacional de História da Mídia**, 2015, Porto Alegre. Anais do 10º Encontro Nacional de História da Mídia. Porto Alegre: Alcar, 2015.

ROXO, Marco. A volta do “jornalismo cão” na TV. In: In: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. **História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 177-195.

SEVERINO, Tiago Nunes. **Programação na televisão pública: uma análise da TV Brasil**. 2015, 182 f. Dissertação (Mestrado em Imagem e Som) – Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos - SP, 2015.

SILVA, Arlindo. **A Fantástica História de Silvio Santos**. São Paulo: Editora do Brasil, 5. ed. 2000.

SILVA, Flávio Luiz Porto e. Melodrama, folhetim e telenovela: anotações para um estudo comparativo. **FACOM (FAAP)**, v. 15, p. 46-54, 2005.

SILVA, Lourdes. Melodrama e telenovela: dimensões históricas de um gênero/formato. In: **9º Encontro Nacional de História da Mídia**, 2013, Ouro Preto. Anais do 9º Encontro Nacional de História da Mídia, v. 1. p. 64-64, 2013.

SILVA, Renata Maldonado. Percursos históricos da produção do gênero telenovela no Brasil: continuidade, rupturas e inovações. **Conexão (UCS)**, v. 11, p. 151-172, 2012.

SIMÕES, Inimá Ferreira. TV à Chateaubriand. In: COSTA, A. H.; KEHL, M. R.; SIMÕES, I. F. **Um país no ar: história da TV brasileira em três canais**. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 11-121.

SOUSA, Silvia Maria de. Silvio Santos vem aí – programas de auditório do SBT numa perspectiva semiótica. 2009. 196f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Universidade Federal Fluminense, Niterói - RJ, 2009.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2. ed. 2015.

STANDISH, Peter. Desarrollo del cine mexicano. In: **XLIII Congreso Internacional de la Asociación Europea de Profesores de Español**, Madrid, p. 519-528, 2008. Disponível em: <https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/aepe/pdf/congreso_43/congreso_43_64.pdf>. Acesso em 29 out. 2017.

STAROBINSKI, Jean; KEMP, William S. The Idea of Nostalgia. **Diogenes**, v. 14, n. 54, p. 81-103, 1966.

STRAUBHAAR, Joseph. As múltiplas proximidades das telenovelas e das audiências. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Telenovela**. Internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Edições Loyola, 2004. p. 75-110.

THOMASSEAU, Jean-Marie. **O melodrama**. Tradução e notas Claudia Braga e Jacqueline Penjon. São Paulo: Editora Perspectiva, 2012.

TORRES, Paola Llorente. **Evolución de la telenovela mexicana a lo largo de tres décadas** (Análisis descriptivo de los contenidos de las telenovelas de Televisa). Monografía (Licenciatura em Ciências da Comunicação) – Departamento de Ciências da Comunicação, Escola de Ciências Sociais, Universidad de las Américas Puebla, 2003.

TREJO SILVA, Marcia. **La telenovela mexicana**: orígenes, características, análisis y perspectivas. México: Trillas, 2011.

TURNER, Graeme. Prefácio à edição brasileira. In: WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural, São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, MG: Puc Minas, 2016.

VILELA, Mateus Dias. A grade de programação ainda prende alguém? Apontamentos sobre a Social TV nas redes sociais. **C&S** – São Bernardo do Campo, v. 39, n. 1, p. 191-217, jan./abr. 2017.

WEISPFENNING, John. Cultural Functions of Reruns: Time, Memory, and Television, *Journal of Communication*, p. 165-176, mar. 2003.

WILLIAMS, Phil. The Evolution of the Television Rerun, **Journal of Popular Film and Television**, v. 21, n. 4, p. 162-175, 1994.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, MG: Puc Minas, 2016.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. Tradução: José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 1996.

WOTTRICH, Laura, SILVA, Renata C. da; RONSINI, Veneza M. A perspectiva das mediações de Jesús Martín Barbero no estudo de recepção da telenovela. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2009, Curitiba, PR. Anais eletrônicos XXXII Intercom. Curitiba: Universidade Positivo, 2009.

XAVIER, Ricardo; SACCHI, Rogério. **Almanaque da TV**: 50 anos de memória e informação. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

Sites:

CINEMATÓGRAFO. **Wikipédia, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Cinemat%C3%B3grafo>>. Acesso em 28 out. 2017.

ÉPOCA de oro del cine mexicano. **Wikipédia, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%89poca_de_Oro_del_cine_mexicano>. Acesso em: 29 out. 2017.

ENTREVISTA com Lucero: Praticamente uma brasileira. **JC**. 20 ago. 2017. Disponível em: <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/imagem-e-som/noticia/2017/08/20/entrevista-com-lucero-praticamente-uma-brasileira-302236.php>. Acesso em: 21 out. 2017.

GAFE no “SBT Brasil” reflete caos no canal. **Folha de São Paulo**. 12 dez. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1212200623.htm>>. Acesso em: 12 out. 2017.

HÁ 20 anos, apresentadores apelavam a sushi erótico, banheira e gravidez na TV. **Notícias da TV - UOL**. 4 jul. 2017. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/ha-20-anos-apresentadores-apelavam-a-sushi-erotico-banheira-e-gravidez-na-tv-15687>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

LA USURPADORA. **Wikipédia, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <[https://es.wikipedia.org/wiki/La_usurpadora_\(telenovela_mexicana\)](https://es.wikipedia.org/wiki/La_usurpadora_(telenovela_mexicana))>. Acesso em: 20 out. 2017.

LA USURPADORA VENEZUELANA. **Wikipédia, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <[https://es.wikipedia.org/wiki/La_usurpadora_\(telenovela_venezolana\)](https://es.wikipedia.org/wiki/La_usurpadora_(telenovela_venezolana))>. Acesso em: 20 out. 2017.

NO EMBALO de 'Carrossel', SBT fará remake de 'Chiquititas'. **Veja**, 19 set. 2012. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/no-embalo-de-carrossel-sbt-fara-remake-de-chiquititas/>>. Acesso em: 24 de junho de 2015.

O PROGRAMA. **Domingo Legal – SBT**. [201-]. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/domingolegal/programa/>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

PÁGINA do LinkedIn do SBT, [201-]. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/company/12762/>>. Acesso em: 16 out. 2017.

PATRICIA Abravanel. **Wikipédia, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Patr%C3%ADcia_Abravanel>. Acesso em 16. out. 2017.

REBECA Abravanel estreia como apresentadora do SBT no “Caldeirão da Sorte”. **Natelinha**, 9 nov. 2016. Disponível em: <http://natelinha.uol.com.br/noticias/2016/11/09/rebeca-abravanel-estrela-como-apresentadora-do-sbt-no-caldeirao-da-sorte-103276.php>. Acesso 15 out. 2017.

REVOLUÇÃO Francesa. **Wikipédia, a enciclopédia livre**. Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Revolu%C3%A7%C3%A3o_Francesa>. Acesso em 16. out. 2017.

SBT estreia “Roda a Roda Jequití” com Rebeca Abravanel. **Site do SBT**, 12 jun. 2017. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/sbtnaweb/midias/91006/SBT-estrela-%E2%80%9CRoda-a-Roda-Jequiti%E2%80%9D-com-Rebeca-Abravanel.html>>. Acesso em: 15 out. 2017.

STRYCER, Mauricio. Silvia Abravanel assume comando do “Bom Dia & Cia” por tempo indeterminado. **UOL**, 16 jul. 2015. Disponível em: <<https://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2015/07/16/silvia-abravanel-assume-comando-do-bom-dia-cia-por-tempo-indeterminado/>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

TV pow. **InfanTV**, [201-]. Disponível em: <<http://www.infantv.com.br/tvpow.htm>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

TVS firmam protocolo contra “show” de baixo nível. **Jornal do Brasil**, 3 set. 1971. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/030015_09/39477>. Acesso em: 23 mai. 2017.

XEXÉO, Artur. Coluna do Artur Xexéo. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, Caderno B, p. 8, 9 jul. 1997. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/030015_11/205902>. Acesso em: 25 ago. 2017.

Telenovelas:

A USURPADORA (Título original: La Usurpadora). Direção: Beatriz Sheridan e Nathalie Lartilleux. Produção: Salvador Mejía. Intérpretes: Gabriela Spanic, Fernando Colunga, Libertad Lamarque e outros. Roteiro: Inés Rodena. Dublagem brasileira: Herbert Richers, RJ. México: Televisa, 1998. 104 capítulos, son., color.

RUBI (Título original: Rubí). Direção: Benjamín Cann. Produção: José Alberto Castro. Intérpretes: Barbara Mori, Jacqueline Bracamontes, Eduardo Santamarina, Sebastián Rulli e outros. Roteiro: Ximena Suárez. México: Televisa, 2004. 115 capítulos, son., color.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Grades de programação analisadas

Quadro 1 – Grades de programação analisadas		
Ano	Semana coletada	Fonte
1981	24/08 a 30/08	Acervo digital do Jornal do Brasil
1982	05/04 a 11/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1982	04/04 a 10/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1984	02/04 a 08/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1985	22/04 a 28/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1986	07/04 a 13/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1987	06/04 a 12/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1988	04/04 a 10/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1989	03/04 a 09/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1990	02/04 a 08/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1991	01/04 a 07/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1992	06/04 a 12/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1993	05/04 a 11/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1994	04/04 a 10/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1995	03/04 a 09/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1996	01/04 a 07/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1997	07/04 a 13/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1998	06/04 a 12/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
1999	05/04 a 11/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
2000	17/04 a 23/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
2001	02/04 a 08/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
2002	01/04 a 07/04	Acervos digitais do Jornal do Brasil e Jornal Extra
2003	07/04 a 13/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
2004	05/04 a 11/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
2005	04/04 a 10/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
2006	03/04 a 09/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
2007	A EMISSORA NÃO DIVULGOU	
2008	07/04 a 13/04	Acervo digital do Jornal do Brasil
2009	06/04 a 12/04	Acervo digital do Jornal Extra
2010	05/04 a 11/04	Acervo digital do Jornal Extra
2011	04/04 a 10/04	Acervo digital do Jornal Extra
2012	02/04 a 08/04	Acervo digital do Jornal Extra
2013	01/04 a 07/04	Acervo digital do Jornal Extra
2014	07/04 a 13/04	Acervo digital do Jornal Extra
2015	06/04 a 12/04	Acervo digital do Jornal Extra
2016	04/04 a 10/04	Site Notícias da TV brasileira
2017	03/04 a 09/04	Site Notícias da TV brasileira

Fonte: elaborado pela autora.

APÊNDICE B – Transformações da grade: da fase “popularesca” para “popular modernizado”

Quadro 2 – Continuidade, recorrência e encerramento de programas no SBT às segundas-feiras					
1981	1982	1983	1984	1985	1986
Segunda-Feira					
Manhã					
Ginástica	Ginástica	Ginástica	Ginástica	Ginástica	Patati Patatá
Cozinhando com arte	O Poder da Fé	Bozo	Os vira-latas	Sessão Desenho	Follow me
Pantera cor-de-rosa	Cozinhando com arte	Pernalonga e seus amigos	Pernalonga e seus amigos		Looney Tunes
Bozo	Gaguinho e seus amigos	Pantera cor-de-rosa	O cachorro Droopy		Sessão Desenho
Superman	Clube do Mickey	Ligeirinho	A Turma do Tom e Jerry		
Super Robin Hood	Bozo	Lassie socorro	Toro e Pancho		
Gaguinho e seus amigos	Speed Racer	Looney Tunes	Cobrinha Azul		
A Turma do Pica-pau	Spectreman	Papa-léguas	Inspetor		
Popeye	Ligeirinho	Popeye	A Turma do Pica-pau		
	A Turma do Pica-pau	A Turma do Pica-pau	Pernalonga		
	Popeye		Papa-léguas		
			Popeye		
			Clube do Mickey		
			Tom e Jerry		
Tarde					
Bozo	Bozo	Tom e Jerry	Sorteio do Meio-dia	Chispita	Boletim da Copa
Loney Tunes	Ultraman	Pica-pau	Pica-pau	Meus filhos, minha vida	Angelito
Spectreman	Gasparzinho	O Povo na TV	Desprezo	TV Pow	Soledad
Speed Racer	Tom e Jerry		Conflito		TV Pow e Ultraman
O Povo na TV	O Povo na TV		Acorrentada		TV Pow e Pantera
			Sessão desenho do Bozo		TV Pow e Popeye
			Sessão Sorteio da Tarde		
Noite					
Clube do Mickey	Jornal Noticentro	Desprezo	Chispita	Lupita	TV Pow e Gaguinho
Tom e Jerry	Destino	Jornal Noticentro	Vida Roubada	Jornal da Cidade	Sessão Carrossel
Pica-pau	Os Ricos Também Choram	Ponte do amor	Chispita	Jornal Noticentro	Boletim da Copa
Sessão Bang-bang	Destino	Acorrentada	Vida Roubada	O Jogo do Amor	Jornal da Cidade
Sessão das Nove premiada (filme)	Show sem limites	Cristina Bazan	A mulher é um show	Viviana	Jornal Noticentro
SWAT	O Samurai Fugitivo	Show sem limite	Jornal Noticentro	Programa Flávio Cavalcanti	Boletim da Copa
Jornal da noite	Programa Ferreira Neto	Justiça em dobro	Sessão da meia-noite	Joe Forrester	Show da Lucy
	Laredo			Jornal 24 horas	Agentes da Felicidade
					Pantera cor-de-rosa
					Caldeirão da Sorte
					O homem que veio do céu
					Cidade Infernal
					Atrás das grades
					Jornal 24 horas

Legenda:

	Programas recorrentes na grade de programação
	Reapresentação de telenovelas no mesmo ano
	Reprises de telenovelas em anos diferentes
	Primeira exibição da telenovela
	Programas que não têm recorrência

Quadro 3 – Continuidade, recorrência e encerramento de programas no SBT às terças-feiras

1981	1982	1983	1984	1985	1986
Terça-feira					
Manhã					
Ginástica	Ginástica	Ginástica	Ginástica	Ginástica	Patati Patatá
Cozinhando com arte	O Poder da Fé	Bozo	O vira-latas	Sessão Desenho	Follow me
Pantera cor-de-rosa	Cozinhando com arte	Pernalonga e seus amigos	Pernalonga e seus amigos		Looney Tunes
Bozo	Gaguinho e seus amigos	Pantera cor-de-rosa	Pantera cor-de-rosa		Sessão Desenho
Superman	Clube do Mickey	Ligeirinho	A Turma do Tom e Jerry		
Super Robin Hood	Bozo	Lassie socorro	Qualificação profissional		
Gaguinho e seus amigos	Speed Racer	Looney Tunes	Cobrinha Azul		
A Turma do Pica-pau	Spectreman	Papa-léguas	Inspetor		
Popeye	Ligeirinho	Popeye	A Turma do Pica-pau		
	A Turma do Pica-pau	A Turma do Pica-pau	Pernalonga		
	Popeye		Papa-léguas		
			Popeye		
			Clube do Mickey		
			Tom e Jerry		
Tarde					
Bozo	Bozo	Tom e Jerry	Sorteio do Meio-dia	Chispita	Boletim da Copa
Loney Tunes	Ultraman	Pica-pau	Pica-pau	Meus filhos, minha vida	Angelito
Spectreman	Gasparzinho	O Povo na TV	Desprezo	TV Pow	Soledad
Speed Racer	Tom e Jerry		Conflito		Boletim da Copa
O Povo na TV	O Povo na TV		Acorrentada		TV Pow e Ultraman
			Sessão desenho do Bozo		TV Pow e Pantera
			Sessão Sorteio da Tarde		TV Pow e Popeye
Noite					
Clube do Mickey	Jornal Noticentro	Desprezo	Chispita	Lupita	TV Pow e Gaguinho
Tom e Jerry	Destino	Jornal Noiticentro	Vida Roubada	Jornal da Cidade	Sessão Carrossel
Pica-pau	Os Ricos Também Choram	Ponte do amor	Chispita	Jornal Noticentro	Boletim da Copa
Sessão Bang-bang	Destino	Acorrentada	Vida Roubada	O Jogo do Amor	Jornal da Cidade
Sessão das Nove premiada (filme)	Sessão das Nove premiada (filme)	Cristina Bazan	Show sem limite	Viviana	Jornal Noticentro
Justiça em Dobro (filme)	As Prisioneiras (filme)	A Mulher é um Show	Jornal Noiticentro	Show sem limite	Boletim da Copa
	Programa Ferreira Neto	Os novatos	Sessão da meia-noite	Serpico	Show da Lucy
	Laredo			Jornal 24 horas	Hospital
					Pantera cor-de-rosa
					Caldeirão da Sorte
					Hebe Camargo
					Você é constituinte
					Jornal 24 horas

Legenda:

	Programas recorrentes na grade de programação
	Reapresentação de telenovelas no mesmo ano
	Reprises de telenovelas em anos diferentes
	Primeira exibição da telenovela
	Programas que não têm recorrência

Quadro 4 – Continuidade, recorrência e encerramento de programas no SBT às quartas-feiras

1981	1982	1983	1984	1985	1986
Quarta-feira					
Manhã					
Ginástica	Ginástica	Ginástica	Ginástica	Ginástica	Patati Patatá
Cozinhando com arte	O Poder da Fé	Bozo	Pernalonga e seus amigos	Sessão Desenho	Follow me
Pantera cor-de-rosa	Cozinhando com arte	Pernalonga e seus amigos	Pantera cor-de-rosa		Looney Tunes
Bozo	Gaguinho e seus amigos	Pantera cor-de-rosa	O cachorro Droopy		Sessão Desenho
Superman	Clube do Mickey	Ligeirinho	A Turma do Tom e Jerry		
Super Robin Hood	Bozo	Lassie socorro	Toro e pancho		
Gaguinho e seus amigos	Speed Racer	Looney Tunes	Cobrinha Azul		
A Turma do Pica-pau	Spectreman	Papa-léguas	Inspetor		
Popeye	Ligeirinho	Popeye	A Turma do Pica-pau		
	A Turma do Pica-pau	A Turma do Pica-pau	Pernalonga		
	Popeye		Papa-léguas		
			Popeye		
			Clube do Mickey		
			Tom e Jerry		
Tarde					
Bozo	Bozo	Tom e Jerry	Sorteio do Meio-dia	Chispita	Boletim da Copa
Loney Tunes	Ultraman	Pica-pau	Pica-pau	Meus filhos, minha vida	Angelito
Spectreman	Gasparzinho	O Povo na TV	Desprezo	TV Pow	Soledad
Speed Racer	Heidi		Conflito		Boletim da Copa
O Povo na TV	O Povo na TV		Acorrentada		TV Pow e Ultraman
			Sessão desenho do Bozo		TV Pow e Pantera
			Sessão Sorteio da Tarde		TV Pow e Popeye
Noite					
Clube do Mickey	Jornal Noticentro	Desprezo	Chispita	Lupita	TV Pow e Gaguinho
Tom e Jerry	Destino	Jornal Noticentro	Vida Roubada	Jornal da Cidade	Sessão Carrossel
Pica-pau	Os Ricos Também Choram	Ponte do amor	Chispita	Jornal Noticentro	Boletim da Copa
Sessão Bang-bang	Destino	Acorrentada	Vida Roubada	O Jogo do Amor	Jornal da Cidade
Reapertura	Reapertura	Cristina Bazan	Programa Flavio Cavalcanti	Viviana	Jornal Noticentro
A Maravilhosa Música Brasileira	A Maravilhosa Música Brasileira	Reapertura	Jornal Noticentro	Programa Flavio Cavalcanti	Boletim da Copa
Chips	Programa Ferreira Neto	Quarto Festival Carioca de Cinema	Sessão da meia-noite	Joe Forrester	Show da Lucy
	Laredo	SWAT		Jornal 24 horas	Carga dupla
					Pantera cor-de-rosa
					Caldeirão da Sorte
					Miami Vice
					Carro Comando
					Bellamy
					Jornal 24 horas

Legenda:

	Programas recorrentes na grade de programação
	Reapresentação de telenovelas no mesmo ano
	Reprises de telenovelas em anos diferentes
	Primeira exibição da telenovela
	Programas que não têm recorrência

Quadro 5 – Continuidade, recorrência e encerramento de programas no SBT às quintas-feiras

1981	1982	1983	1984	1985	1986
Quinta-feira					
Manhã					
Ginástica	Ginástica	Ginástica	Ginástica	Ginástica	Patati Patatá
Cozinhando com arte	O Poder da Fé	Bozo	Pernalonga e seus amigos	Sessão Desenho	Follow me
Pantera cor-de-rosa	Cozinhando com arte	Pernalonga e seus amigos	Pantera cor-de-rosa		Tom e Jerry
Bozo	Gaguinho e seus amigos	Pantera cor-de-rosa	O cachorro Droopy		Sessão Desenho
Superman	Clube do Mickey	Ligeirinho	A Turma do Tom e Jerry		
Super Robin Hood	Bozo	Lassie socorro	Toro e pancho		
Gaguinho e seus amigos	Speed Racer	Looney Tunes	Cobrinha Azul		
A Turma do Pica-pau	Spectreman	Papa-léguas	Inspetor		
Popeye	Ligeirinho	Popeye	A Turma do Pica-pau		
	A Turma do Pica-pau	A Turma do Pica-pau	Pernalonga		
	Popeye		Papa-léguas		
			Popeye		
			Clube do Mickey		
			Tom e Jerry		
Tarde					
Bozo	Bozo	Tom e Jerry	Sorteio do Meio-dia	Chispita	Angelito
Loney Tunes	Ultraman	Pica-pau	Pica-pau	Meus filhos, minha vida	Soledad
Spectreman	Gasparzinho	O Povo na TV	Desprezo	TV Pow	Boletim da Copa
Speed Racer	Heidi		Conflito		TV Pow e Ultraman
O Povo na TV	O Povo na TV		Acorrentada		TV Pow e Pantera
			Sessão desenho do Bozo		TV Pow e Popeye
			Sessão Sorteio da Tarde		
Noite					
Clube do Mickey	Jornal Noticentro	Desprezo	Chispita	Lupita	TV Pow e Gaguinho
Tom e Jerry	Destino	Jornal Noticentro	Vida Roubada	Jornal da Cidade	Sessão Carrossel
Pica-pau	Os Ricos Também Choram	Ponte do amor	Chispita	Jornal Noticentro	Boletim da Copa
Sessão Bang-bang	Destino	Acorrentada	Vida Roubada	O Jogo do Amor	Jornal da Cidade
Alegria 81	Reapertura	Cristina Bazan	Supermáquina	Viviana	Jornal Noticentro
Kojak	A Maravilhosa Música Brasileira	Feira do riso	Novos talentos	Supermáquina	Boletim da Copa
Controle Remoto	Programa Ferreira Neto	Quarto Festival Carioca de Cinema	Jornal Noticentro	Carga dupla	Show da Lucy
	Laredo	Chefe Eischied	Sessão da meia-noite	Histórias policiais	As aventuras de B. J.
				Jornal 24 horas	Pantera cor-de-rosa
					Caldeirão da Sorte
					Programa Flávio Cavalcanti
					Jornal 24 horas

Legenda:

	Programas recorrentes na grade de programação
	Reapresentação de telenovelas no mesmo ano
	Reprises de telenovelas em anos diferentes
	Primeira exibição da telenovela
	Programas que não têm recorrência

Quadro 6 – Continuidade, recorrência e encerramento de programas no SBT às sextas-feiras

1981	1982	1983	1984	1985	1986
Sexta-feira					
Manhã					
Ginástica	Ginástica	Ginástica	Ginástica	Ginástica	Patati Patatá
Cozinhando com arte	O Poder da Fé	Bozo	Pernalonga e seus amigos	Sessão Desenho	Follow me
Pantera cor-de-rosa	Cozinhando com arte	Pernalonga e seus amigos	Pantera cor-de-rosa		Tom e Jerry
Bozo	Gaguinho e seus amigos	Pantera cor-de-rosa	O cachorro Droopy		Sessão Desenho
Superman	Clube do Mickey	Ligeirinho	A Turma do Tom e Jerry		
Super Robin Hood	Bozo	Lassie socorro	Toro e pancho		
Gaguinho e seus amigos	Speed Racer	Looney Tunes	Cobrinha Azul		
A Turma do Pica-pau	Spectreman	Papa-léguas	Inspetor		
Popeye	Ligeirinho	Popeye	A Turma do Pica-pau		
	A Turma do Pica-pau	A Turma do Pica-pau	Pernalonga		
	Popeye		Papa-léguas		
			Popeye		
			Clube do Mickey		
			Tom e Jerry		
Tarde					
Bozo	Bozo	Tom e Jerry	Sorteio do Meio-dia	Chispita	Boletim da Copa
Loney Tunes	Ultraman	Pica-pau	Boca de forno	Meus filhos, minha vida	Angelito
Spectreman	Gasparzinho	O Povo na TV	Desprezo	TV Pow	Soledad
Speed Racer	Heidi		Conflito		Boletim da Copa
O Povo na TV	O Povo na TV		Acorrentada		TV Pow e Ultraman
			Sessão desenho do Bozo		TV Pow e Pantera
			Sessão Sorteio da Tarde		TV Pow e Popeye
Noite					
Clube do Mickey	Jornal Noticentro	Desprezo	Chispita	Lupita	TV Pow e Gaguinho
Tom e Jerry	Destino	Jornal Noticentro	Vida Roubada	Jornal da Cidade	Sessão Carrossel
Pica-pau	Os Ricos Também Choram	Ponte do amor	Chispita	Jornal Noticentro	Boletim da Copa
Sessão Bang-bang	Destino	Acorrentada	Vida Roubada	O Jogo do Amor	Jornal da Cidade
Sessão das Nove premiada (filme)	Sessão das Nove premiada (filme)	Cristina Bazan	Esquadrão classe A	Viviana	Jornal Noticentro
Sala Especial	Programa Ferreira Neto	Alegria 83	Agentes da Felicidade	Esquadrão classe A	Boletim da Copa
	Laredo	Quarto Festival Carioca de Cinema	Jornal Noticentro	Sexta no cinema	Show da Lucy
		Hawaia 5.0	Sessão da meia-noite	Jornal 24 horas	O Super-heroi americano
					Pantera cor-de-rosa
					Caldeirão da Sorte
					Esquadrão classe A
					Sexta no cinema
					Jornal 24 horas

Legenda:

	Programas recorrentes na grade de programação
	Reapresentação de telenovelas no mesmo ano
	Reprises de telenovelas em anos diferentes
	Primeira exibição da telenovela
	Programas que não têm recorrência

Quadro 7 – Continuidade, recorrência e encerramento de programas no SBT aos sábados

1981	1982	1983	1984	1985	1986
Sábado					
Manhã					
Stadium Didático	Stadium Didático	Stadium Didático	Stadium Didático	Stadium Didático	Stadium Didático
Pastor Jimmy	Pastor Jimmy	Bozo	O vira-latas	Sessão desenho	Tom e Jerry
Bozo	Bozo	Pernalonga e seus amigos	Pernalonga e seus amigos		Sessão desenho
Superman	Speed Racer	Pantera cor-de-rosa	Pantera cor-de-rosa		
Super Hobin Hood	Spectreman	Ligeirinho	O cachorro Droopy		
Gaguinho e seus Amigos	Ligeirinho	Lassie socorro	A Turma do Tom e Jerry		
A Turma do Pica-pau	A Turma do Pica-pau	Looney Tunes	Toro e pancho		
Popeye	Popeye	Papa-léguas	Cobrinha Azul		
		Popeye	Inspetor		
		A Turma do Pica-pau	A Turma do Pica-pau		
			Pernalonga		
			Papa-léguas		
			Popeye		
			Clube do Mickey		
			Tom e Jerry		
Tarde					
Bozo	Bozo	Tom e Jerry	Sorteio do Meio-dia	Novos talentos	Vamos nessa
Zorro	Ultraman	Pica-pau	Pica-pau	Grandes espetáculos	Longa-metragem épico
Almoço com as Estrelas	Almoço com as Estrelas	Almoço com as estrelas	Fogo		Boletim da Copa
Programa Raul Gil	Programa Raul Gil	Programa Raul Gil	Programa Raul Gil		Shane
Noite					
Vamos nessa	Jornal Noticentro	Desprezo	Tom e Jerry	Lupita	Sessão Carrossel
Besouro Verde	Destino	Jornal Noticentro	Chispita	Jornal da Cidade	Boletim da Copa
Chips	Os Ricos Também Choram	Ponte do amor	Vida Roubada	Jornal Noticentro	Jornal da Cidade
Mulher Maravilha	Destino	Acorrentada	Chispita	O Jogo do Amor	Jornal Noticentro
Moacyr Franco Show	Hoje Show Eu	Cristina Bazan	Vida Roubada	Viviana	Boletim da Copa
O Homem do Sapato Branco	Moacyr Franco Show	Viva a Noite	Viva a Noite	Viva a Noite	Show da Lucy
Câmara Onze	Dercy Gonçalves	Quarto Festival Carioca de Cinema	Jornal Noticentro	Longa-metragem legendado	Pantera cor-de-rosa
		Gunsmoke	Sessão da meia-noite		Caldeirão da Sorte
					Viva a Noite
					Longa-metragem

Legenda:

	Programas recorrentes na grade de programação
	Reapresentação de telenovelas no mesmo ano
	Primeira exibição da telenovela
	Programas que não têm recorrência

Quadro 8 – Continuidade, recorrência e encerramento de programas no SBT aos domingos

1981	1982	1983	1984	1985	1986
Domingo					
Manhã e Tarde					
Escala	Um Nome na História	Patati-patatá	Patati-patatá	Rex Humbard	Patati-patatá
Programa Pare e Pense	Zorro	Clube do Mickey	O vira-latas	Sessão desenho	Lassie socorro
Speed Race	Clube do Mickey	Spectreman	Pernalonga e seus amigos	Programa cultura jovem	A Turma do Pica-pau
Superman	Besouro Verde	Desenhos clássicos	Pantera cor-de-rosa	Programa Silvio Santos <i>*segue até a noite</i>	Ligeirinho
Piu-piu	O Garoto e o Gigante	Popeye	O cachorro Droopy		Show da Pantera cor-de-rosa
Gaguinho e seus amigos	Spectreman	Tom e Jerry	A Turma do Tom e Jerry		Luluzinha
Popeye	Programa Silvio Santos <i>*segue até a noite</i>	Programa Silvio Santos <i>*segue até a noite</i>	Toro e pancho		Snoopy
Programa Silvio Santos <i>*segue até a noite</i>			Cobrinha Azul		Aquaman
			Inspetor		Programa Silvio Santos <i>*segue até a noite</i>
			A Turma do Pica-pau		
			Pernalonga		
			Papa-léguas		
			Popeye		
			Programa Silvio Santos <i>*segue até a noite</i>		
Noite					
Chips	Chips	Super Herói América	TV Total	Show do Menudo	Sessão das dez
Cinema Nacional	Sessão das Nove	Batalhão do fogo	Show riso	Snoopy	Ideia nova
Barnaby Jones	O Homem do Sapato Branco	As prisioneiras	Polícia especial	Chips	
Câmara Onze	Câmara Onze	Samurai Fugitivo	F.B.I.	Programa esportivo	
		Jornal de domingo	Jornal de domingo	Longa-metragem	

Legenda:

	Programas recorrentes na grade de programação
	Programas que não têm recorrência

APÊNDICE C – Perfil dos entrevistados

Quadro 9 – Perfil dos telespectadores entrevistados que estavam revendo “A Usurpadora” e “Rubi”							
Perfil dos telespectadores de “A Usurpadora”							
Identificação	Sexo	Idade	Estado em que mora	Cidade em que mora	Escolaridade	Ocupação	Renda familiar
A.	Masculino	33	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Graduação em andamento	Empreendedor	Dois a três salários mínimos
C.S.	Feminino	18	Rio de Janeiro	Campos dos Goytacazes	Ensino Médio completo	Estudante	Dois a três salários mínimos
D.M.	Feminino	28	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Graduação completa	Assistente de RH	Quatro a seis salários mínimos
H.S.F.	Masculino	27	Rio de Janeiro	Rio Bonito	Graduação em andamento	Operador de telemarketing	Dois a três salários mínimos
I.M.	Feminino	27	Paraná	Curitiba	Pós-graduação completa	Professora de Educação Física	Quatro a seis salários mínimos
J.H.	Masculino	21	Santa Catarina	Joinville	Graduação em andamento	Estudante	Dois a três salários mínimos
Perfil dos telespectadores de “Rubi”							
A.C.D.S.	Feminino	22	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Graduação em andamento	Estudante	Quatro a seis salários mínimos
B.A.C.	Feminino	19	São Paulo	Guarulho	Graduação em andamento	Estudante	Quatro a seis salários mínimos
B.L.S.C.	Feminino	21	São Paulo	Campinas	Graduação em andamento	Estudante	Dois a três salários mínimos
B.T.D.	Feminino	25	Rio Grande do Sul	Porto Alegre	Graduação em andamento	Secretaria	Dois a três salários mínimos
C.G.S.	Feminino	21	São Paulo	Limeira	Ensino Médio completo	Auxiliar Administrativa	Dois a três salários mínimos
D.O.T.	Masculino	24	Rio de Janeiro	São Gonçalo	Graduação completa	Jornalista e professor	Dois a três salários mínimos

G.S.A.O.	Feminino	24	Maranhão	São Luís	Graduação em andamento	Estudante	Dois a três salários mínimos
G.V.	Masculino	19	São Paulo	São Paulo	Ensino Médio completo	Operador de telemarketing	Até um salário mínimo
I.E.M.A.	Feminino	17	Ceará	Irauçuba	Ensino Médio completo	Estudante	Quatro a seis salários mínimos
I.M.Q.	Feminino	20	Rio de Janeiro	São Gonçalo	Graduação em andamento	Estudante	Dois a três salários mínimos
L.A.	Feminino	34	Pernambuco	Recife	Graduação completa	Engenheira de produção	Quatro a seis salários mínimos
L.L.	Feminino	24	Rio Grande do Sul	Gravataí	Graduação em andamento	Professora	Dois a três salários mínimos
L.R.R.L.	Feminino	17	Pará	Ananindeua	Graduação em andamento	Estudante	Quatro a seis salários mínimos
N.T.B.	Feminino	24	Ceará	Guaiúba	Graduação em andamento	Vendedora	Dois a três salários mínimos
R.X.O.	Feminino	40	Bahia	Feira de Santa	Pós-graduação em andamento	Estudante	Dois a três salários mínimos

APÊNDICE C – Roteiro de entrevistas

Data:

Modo de entrevista:

Dados Pessoais

Nome:

Sexo:

Idade:

Estado Civil:

Filhos (Se sim, quantos):

Nacionalidade:

Estado em que mora:

Cidade em que mora:

Escolaridade:

Ocupação:

Renda familiar:

Com quem vive:

Televisão em geral:

Quais os canais você geralmente assiste na televisão?

O que você assiste nesses canais?

O que costuma assistir no SBT? Porque?

Tem algum programa no SBT que não gosta de assistir? Porque?

Telenovelas mexicanas:

Desde quando você assiste telenovelas mexicanas?

O que você acha das telenovelas mexicanas?

O que mais gosta nas telenovelas mexicanas?

O que menos gosta nas telenovelas mexicanas?

Você se identifica com algo nas telenovelas mexicanas?

Qual telenovela mexicana que mais gosta?

O que você acha das telenovelas mexicanas em relação as telenovelas brasileiras?

Com que frequência assiste às telenovelas mexicanas exibidas pelo SBT?

Porque você assiste às telenovelas mexicanas exibidas pelo SBT?

Reprises

O que acha sobre o SBT reprisar telenovelas mexicanas?

O que acha sobre o horário das reprises das telenovelas mexicanas no SBT?

Além da reprise de A Usurpadora, você assiste a outras reexibições de telenovelas mexicanas do SBT?

O que te faz rever uma telenovela mexicana?

Você sente algo ao rever uma telenovela mexicana? (Em casos afirmativos, o que?)

Você revê essas telenovelas mexicanas em outros dispositivos além da televisão?

Você tem o hábito de assistir reprises em outras emissoras? Porque?

Reassistibilidade de “A Usurpadora”/ “Rubi”

Quantas vezes assistiu?

Porque está assistindo novamente?

Com que frequência você acompanha aos capítulos? Por quê?

Você diria que a telenovela tem o mesmo significado quando foi exibida das outras vezes e agora?

Em que ambiente/ lugar você costuma assistir?

Você assiste com alguém? Se sim, quem? Se sim, vocês comentam sobre a telenovela?

Você tem o hábito de falar sobre essa reprise? (Em caso afirmativo, onde e com quem?)

Você já assistiu à telenovela que substituirá essa? (Em caso afirmativo, pretende rever? Porque?)