

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**REGISTRO DE CENAS: A TELENÓVELA SOB A ÓTICA
DO JORNALISMO IMPRESSO**

VIVIANNE TUFANI NUNES

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**REGISTRO DE CENAS: A TELENÓVELA SOB A ÓTICA
DO JORNALISMO IMPRESSO**

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

VIVIANNE TUFANI NUNES

Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Henriques Costa

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Registro de cenas: a telenovela sob a ótica do jornalismo impresso**, elaborada por Vivianne Tufani Nunes.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Cristiane Henriques Costa
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

Profa. Cristina Rego Monteiro da Luz
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

Profa. Patrícia Cardoso D’Abreu
Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense – UFF
Departamento de Comunicação – UFF

RIO DE JANEIRO

2016

FICHA CATALOGRÁFICA

NUNES, Vivianne Tufani.

Registro de cenas: a telenovela sob a ótica do jornalismo
impresso. Rio de Janeiro, 2016.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientadora: Cristiane Henriques Costa

NUNES, Vivianne Tufani. **Registro de cenas: A telenovela sob a ótica do jornalismo impresso.** Orientadora: Cristiane Henriques Costa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho pretende mostrar como é feita a abordagem das telenovelas brasileiras pelas revistas especializadas e jornais cariocas, tanto em seções dedicadas especialmente às tramas, quanto nas editorias que tratam da vida pessoal das celebridades. O jornalismo impresso mostra os bastidores das cenas e a vida íntima dos atores e atrizes, saciando a curiosidade do público e criando um grande acervo de registros sobre as telenovelas brasileiras. Para esta pesquisa, foi escolhida como estudo de caso a revista semanal “Minha Novela”, da Editora Caras, que há 16 anos se dedica a cobrir todos os assuntos relacionados às telenovelas brasileiras e internacionais.

Palavras chave: Telenovela; Jornalismo; Notícia; Bastidores

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Claudia Tufani, por ser minha melhor amiga e me apoiar em todos os momentos da minha vida. Sem você, essa caminhada não teria sido tão perfeita.

Ao meu irmão, meu pai e minha avó Cecília pelo incentivo e carinho.

Ao meu grande amigo Pedro Parada por acreditar nos meus sonhos.

À professora Cristiane Costa pela orientação, atenção e dicas valiosas.

Às professoras Cristina Rego Monteiro e Patrícia D'Abreu pela generosidade de aceitarem participar da minha banca.

Aos meus grandes amigos da ECO, Erick Rianelli, Guilherme Ramalho e Felipe Diuana por toda força, brincadeiras e sorrisos. E a todos os outros companheiros de faculdade.

Ao Jorge Luiz Brasil por acreditar em mim e nas minhas ideias.

A todos os mestres da UFRJ que me ensinaram verdadeiras lições de vida e me transformaram em uma pessoa muito melhor. A gratidão é eterna.

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	1
2.CONSOLIDAÇÃO DA TELENVELA NO PAÍS	4
2.1– A telenovela no Brasil.....	4
2.2 O brasileiro e a telenovela.....	11
3. TELENVELAS BRASILEIRAS E A MÍDIA IMPRESSA	18
4.O JORNALISMO ESPECIALIZADO DA REVISTA <i>MINHA NOVELA</i>	27
4.1 A influência do horário nobre	31
4.2 O futuro da revista	34
5.CONCLUSÃO.....	38
REFERÊNCIAS.....	
ANEXOS	

1. INTRODUÇÃO

A telenovela, por suas características de ficção e seu poder de identificação com o povo brasileiro, é constantemente objeto de estudo entre pesquisadores e os diferentes tipos de mídia. Por serem exibidas sempre no mesmo horário, as tramas fidelizaram os telespectadores e são assistidas, atualmente, por milhões de brasileiros, de segunda a sábado, em horários já determinados. O hábito, que vem sendo cultivado desde a década de 60, quando as primeiras telenovelas diárias foram ao ar, reúne famílias e dita temas importantes que passam a ser debatidos intensamente na sociedade brasileira. É uma forma de entretenimento, mas que carrega uma grande responsabilidade por conta da influência que exerce sobre o público, sempre atento ao que está sendo discutido em cena e, dessa forma, aceitando ou rejeitando uma história.

A telenovela, como os autores costumam destacar, é uma obra aberta, feita em parceria com os telespectadores, que formam uma audiência nem sempre tão receptiva à reflexão de temas polêmicos e ainda obscuros na sociedade. Por isso, o papel da teledramaturgia é também lançar, mesmo que de forma não tão explícita, uma quebra de paradigmas, introduzindo, aos poucos, conteúdos que precisem passar por debates para que a sociedade avance e evolua cada vez mais.

No Brasil, entre todas as formas de arte oferecidas ao público, pode-se dizer que a telenovela é a mais democrática. Grande parte da população no país não vai ao cinema, teatro e museus, por exemplo, seja por falta de recursos ou de hábito. Mas na maioria dos lares brasileiros há, pelo menos, um aparelho de televisão. É uma forma de entretenimento gratuito, onde, do seu próprio sofá, o público tem acesso a diferentes tipos de conteúdo, desde as notícias sobre o que está acontecendo em todo o país, até programas de confinamento, os *reality shows*, em que a banalidade do cotidiano é exposta a milhões de pessoas diariamente. E, até nesse caso, a rotina dos participantes se converte em uma novela da vida real, onde os participantes são transformados pela edição em vilões e mocinhos, que vivem enlances amorosos e se envolvem em brigas. No final, ganha um prêmio em dinheiro aquele que mais cativar o público, conquistando a torcida dos telespectadores.

Nesse universo de possibilidades de acesso às artes e ao entretenimento, as telenovelas se destacam entre o público porque, mesmo tendo como proposta serem um

espelho da sociedade, mexem também com os sonhos e fantasias dos brasileiros. Geralmente, as histórias tratam de temas difíceis, mas têm como trama central uma história de amor, em que os protagonistas lutam sempre para ficarem juntos no final. Na década de 60, quando as novelas começaram a se popularizar no país, a tendência já era o estilo romântico das histórias, característica que perdura até hoje nas tramas. E o público também embarca nessa saga, torcendo para que o bem prevaleça até o encerramento da novela.

Mocinhos, vilões, heróis, donzelas, todos se misturam em cena e causam diferentes reações no público, que se envolve, ao longo dos meses, nos ambientes dos personagens, apoiando ou criticando, amando ou odiando, acolhendo ou rejeitando. Em qualquer trama há, pelo menos, um núcleo de personagens que fale sobre um tema que certamente irá gerar muitos debates, como uso de drogas, opção sexual, minorias, direitos humanos, política, preconceitos, avanços da medicina. Tudo tratado de forma direta na relação com aqueles que assistem e opinam todos os dias sobre o que está sendo exibido. O telespectador brasileiro há tempos deixou de ser só receptor. Hoje, ele atua como agente transformador e decisivo nos rumos de uma telenovela.

Com tamanha aceitação das telenovelas pelo público, foi-se criando uma rede ainda maior do que a simples exibição de cenas diárias. Os telespectadores brasileiros foram, ao longo dos anos, se envolvendo de tal maneira com as tramas, que só assistir aos capítulos tornou-se insuficiente. O apelo era por mais notícias: resumos antecipados das cenas, curiosidades sobre os bastidores, aproximação da vida privada dos atores. Por isso, o jornalismo, que sempre tratou dos temas que permeiam a sociedade, passou a investir cada vez mais em reportagens que falassem também sobre as histórias das tramas. O que fica claro nesse ponto é que o objetivo das telenovelas atualmente não é de apenas entretenimento, assim como o jornalismo também não visa apenas a informação. É preciso então, da mesma maneira que as telenovelas fizeram desde a sua criação, fidelizar o público de acordo com o que ele está interessado em consumir.

A soberania da televisão – e das telenovelas – acabou atravessando o jornalismo impresso, que passou a investir cada vez mais na cobertura das tramas. Os jornais sempre contaram, em suas páginas, histórias de pessoas anônimas, ancoradas no mundo real. Com a abertura para as reportagens sobre telenovelas, essas histórias continuaram sendo contadas, mas, dessa vez, quem passou a estampar as capas não

foram mais os anônimos, e sim celebridades que foram alçadas ao sucesso graças às suas interpretações nas telenovelas. O jornalismo não estava interessado apenas na encenação dos atores e atrizes, mas em suas vidas pessoais, histórias íntimas que, trazidas à público, passaram a humanizar as celebridades, fazendo com que elas ficassem cada vez mais próximas dos telespectadores, ao mesmo tempo em que foram colocadas em um altar, para servir de modelos para a sociedade. Os telespectadores, através do jornalismo especializado em telenovelas, passaram a idolatrar não só os personagens, mas também as pessoas que estavam por trás deles.

A novelização do noticiário fez com que o mercado de revistas especializadas crescesse e o público passasse a buscar cada vez mais esse tipo de notícia, aumentando também a audiências das tramas. Para o público das telenovelas, o interesse não ficou restrito apenas às cenas transmitidas diariamente, em horários específicos. A espetacularização da realidade ultrapassou barreiras e fez com que a curiosidade do público também fosse ampliada para os bastidores das tramas e a vida pessoal de atores e atrizes.

Atendendo a essa demanda, as revistas especializadas passaram a se conectar cada vez mais com o interesse do público e publicando reportagens sobre o mundo da televisão e, especialmente, das telenovelas. Para analisar melhor quem é o público consumidor da cobertura jornalística das telenovelas e como elas são vistas sob a ótica da imprensa, optou-se por analisar neste trabalho a revista semanal *Minha Novela*, da Editora Caras, que há 17 anos se dedica à cobertura das tramas brasileiras e internacionais.

2. CONSOLIDAÇÃO DA TELENÓVELA NO PAÍS

Desde a sua chegada no Brasil, na década de 50, as telenovelas, adaptando textos trazidos do teatro e das rádios, já começavam um processo de fidelização dos telespectadores. Mas ainda não eram exibidas diariamente, o que só veio a acontecer na década seguinte, com a chegada do videoteipe. Outro fator que ainda impedia uma total atração do público eram as temáticas escolhidas, baseadas em dramalhões latinos e mexicanos, e, portanto, muito distantes da realidade brasileira. Com o passar dos anos, o avanço das tecnologias e a receptividade dos telespectadores, autores e diretores foram adaptando as obras para que elas estivessem mais próximas da população.

O resultado chegou até os dias atuais, onde as telenovelas ditam assuntos a serem debatidos, influenciam e são influenciadas pelo público e ganham cada vez mais espaço na televisão brasileira, consolidando-se como um dos principais interesses da população, que já incorporou o ato de assistir às tramas na sua rotina. Essa mudança fez com que as telenovelas ganhassem espaço nas grades de programação das emissoras, desempenhando um papel social cada vez mais importante.

2.1– A telenovela no Brasil

As telenovelas já fazem parte da rotina dos brasileiros e é comum que famílias e amigos se juntem todos os dias em frente à televisão, em horários já determinados, para acompanhar uma história que leva meses para ser contada. E essa é uma relação antiga. Em setembro de 1950, trazida pelo jornalista e empresário Assis Chateaubriand, o Chatô, a televisão chegou ao Brasil, com a inauguração da TV Tupi, em São Paulo, que passou a transmitir as primeiras telenovelas no país. Em dezembro de 1951, “Sua Vida Me Pertence”, do brasileiro Walter Foster, que era autor, diretor e ator da trama, começou a ser exibida duas vezes por semana, ao vivo, na faixa das 20 horas.

A trama contava a história de Elizabeth (Vida Alves), apaixonada pelo personagem de Walter Foster, que desdenhava do seu amor. A novela exibiu o primeiro beijo da televisão brasileira, entre os protagonistas do romance. Até então, as telenovelas eram baseadas em histórias vindas do teatro e das rádios e grande parte da produção era feita na base do improviso. Como a transmissão era ao vivo, os atores

precisavam ter jogo de cintura e corrigir os erros em cena rapidamente, de forma a entreter o público e disfarçar qualquer tipo de falha. Uma herança das radionovelas que logo foi absorvida pela televisão foram os textos melodramáticos, que encantavam o público.

Durante a década de 50, outras emissoras foram surgindo no Brasil e, em 1960, com a chegada do videoteipe, sistema que permitia a gravação das cenas antes de irem ao ar, o público passou a acompanhar as primeiras telenovelas diárias do país. “2-5499 Ocupado”, exibida em 1963 pela TV Excelsior de São Paulo, às 19 horas, foi a pioneira da lista. A história, uma adaptação argentina, mostrava a relação amorosa entre Emily, uma presidiária que trabalhava como telefonista, vivida por Glória Menezes, e Larry, personagem de Tarcísio Meira, que se apaixonava pela voz de Emily após um telefonema, sem saber das reais condições de sua amada.

A novela não representou grande sucesso em meio ao público brasileiro e nem exerceu grande influência nos índices de audiência da emissora, mas foi a inovação dos capítulos diários que começou a transformar a relação dos telespectadores com as tramas, fazendo com que o ato de assistir as novelas se transformasse em um hábito, uma atividade que passou a fazer parte da rotina dos brasileiros. Ainda assim, a novidade da gravação dos capítulos dividiu opiniões, como explica Artur da Távola, em seu livro sobre a história da telenovela brasileira:

Com o surgimento do Sistema Nacional de Telecomunicações, que permite as transmissões diretamente dos centros produtores, estava dado o passo que faltava para a consolidação das redes. Assim, O videoteipe foi recebido com entusiasmo por alguns e pessimismo por outros. Alegava-se que, embora permitisse uma linguagem mais elaborada, com a possibilidade de corrigir os erros, faltava-lhe o calor da transmissão ao vivo. O VT é divisor de águas na história da televisão em todo o mundo. Deu-lhe o sentido de obra duradoura, como a do cinema. (TÁVOLA, 1996, pg. 75)

Com o advento das novas tecnologias e a possibilidade de acompanhar as histórias diariamente, os telespectadores passaram a consumir a telenovela de uma forma muito mais presente. Mesmo assim, havia uma lacuna que impossibilitava o público de se sentir parte integrante do produto transmitido em suas televisões. Isso, porque as tramas exibidas eram, no início, adaptações de histórias estrangeiras, importadas de países como Argentina, Cuba e México. Os universos das telenovelas eram permeados por personagens bem distantes daqueles a que os brasileiros estavam

acostumados. Como explica Mauro Alencar em sua tese de doutorado, “a estética que nos traziam era romântica, de longes terras, duques e princesas, exagero de dores e amores e nenhuma relação com nossa realidade histórica, porém, vendia” (1996, pg. 50)

Um dos principais nomes da época foi Gloria Magadan, escritora cubana que se mudou para o Brasil em 1964 e passou a comandar as telenovelas exibidas pela TV Tupi e, logo depois, as da TV Globo. Por sua experiência na área, Magadan trouxe para a televisão brasileira as histórias baseadas em dramalhões latinos, sobre as quais estava acostumada a contar. Suas tramas eram extremamente fantasiosas e melodramáticas, mas o pedido do público por enredos que retratassem mais a realidade do povo brasileiro fez com que a escritora fosse, aos poucos, adaptando suas novelas. Nesse mesmo momento, um grupo de atores e autores brasileiros também começava a se posicionar na luta por novelas que contassem de forma mais verossímil a história do país.

A mudança no estilo hegemônico de Gloria Magadan ficou evidente em “Beto Rockfeller”, novela exibida em 1968 pela TV Tupi, que conquistou a liderança de audiência entre as outras emissoras, incluindo a TV Globo, que já despontava no meio com suas histórias românticas. A trama, escrita por Bráulio Pedroso e supervisionada pela autora cubana, funcionou como um divisor de águas na teledramaturgia brasileira e fez com que o interesse dos telespectadores aumentasse bastante.

Durante 12 meses – de novembro de 1968 a novembro de 1969 – o público acompanhou a trajetória de Beto (Luis Gustavo), um homem classe-média que passa a transitar pela alta sociedade por conta da namorada rica. O fato do personagem ter atitudes positivas e também negativas, fugindo da perfeição, mas vir de uma origem humilde e lutar pela realização dos seus sonhos, gerou uma aproximação do público. Estava lançada a nova fase da teledramaturgia no país, que passou então, a contar histórias muito mais conectadas à realidade dos brasileiros, como diz Alencar, ao abordar as mudanças ocorridas após a exibição de Beto Rockfeller e Antônio Maria, também exibida pela TV Tupi, em 1968, sobre um milionário português que foge para o Brasil e passa a trabalhar como motorista de uma família dona de uma cadeia de supermercados:

Beto Rockfeller e Antônio Maria abriram o caminho para a renovação da telenovela brasileira, trouxeram o cotidiano dos brasileiros para dentro da tela

com diálogos mais verossímeis, direção da câmera mais ágil e despojada. Fizeram grande sucesso e alertaram aos produtores brasileiros para o fato de que o público talvez já estivesse cansado de sheiks, duques e duquesas de toda a evasão no tempo e no espaço que caracterizara a telenovela até então. (ALENCAR, 1996, pg. 70)

Com a aproximação e atração do público, as telenovelas passaram a ganhar ainda mais força, tornando-se um produto valioso para as emissoras. Mas logo no período de solidificação, a teledramaturgia teve que lidar com a censura imposta pela ditadura no Brasil. A política se apropriou da televisão como um meio de dominação, impondo o que poderia ou não ser veiculado em rede nacional. Mesmo assim, essa foi uma época de grande expansão para a televisão brasileira, pois todos os olhos estavam voltados para as telas que exibiam uma realidade ditada pelos políticos. Em seu livro sobre telenovelas e interpretações no Brasil, Esther Hamburger explica sobre o desenvolvimento durante essa fase enfrentada pelo país.

O interesse dos militares pela televisão expressa alguns dos principais paradoxos dessa fase da história do Brasil. Coerentes com a inspiração norte-americana que os primeiros líderes do golpe acalentavam, os militares se propuseram a realizar o desenvolvimento que polarizou o debate público nos anos 1950 e início dos 1960, mas de maneira autoritária e conservadora; nacionalista, porém sem atrito com os Estados Unidos. Investimentos em infraestrutura faziam parte desse programa. A instalação de sistemas de transmissão de sinais televisivos por ondas, ou, mais tarde, via satélite, foram complementados com o estímulo à venda a prazo, que permitiu o aumento sensível do número de domicílios com TV. A política oficial de incentivo à indústria de televisão encontrou eco na população, que se tornou prioritária na agenda de consumo dos lares brasileiros. Em domicílios de famílias de baixa renda, o aparelho televisor veio antes da geladeira e da máquina de lavar na lista de prioridades. A televisão se estabeleceu como meio capaz de falar a segmentos os mais variados em termos sociais, etários e regionais (HAMBURGER, 2011, pg 64)

Durante o regime militar, a TV foi usada como importante ferramenta do governo, que queria construir uma nação aos seus moldes. No caso das telenovelas, um produto popularesco e de entretenimento para as famílias brasileiras, a censura passou a interferir diretamente no trabalho dos autores e atores, modificando os diálogos das cenas e as características dos personagens. A cada novo capítulo, os roteiristas tinham que enviar os textos e sinopses para o Departamento de Ordem Política e Social (DOPS), que controlava e reprimia todos os movimentos contrários ao governo. Após análise, os censores devolviam os textos, indicando o que estava liberado e o que deveria ser vetado ou modificado nas cenas. Assim, autorizadas as gravações, os

capítulos ficavam prontos e eram novamente enviados para o departamento de censura. Somente após uma segunda avaliação, as cenas eram finalmente autorizadas a irem ao ar.

Uma das tramas proibidas de ser veiculada pela censura foi *Roque Santeiro*, de Dias Gomes, em 1975. A novela, programada para a faixa das 20 horas, já estava com um elenco de grandes nomes escalado, entre eles Lima Duarte, Betty Faria e Francisco Cuoco, e trinta capítulos previamente gravados, quando começaram a surgir os boatos, dentro da TV Globo, de que a novela seria proibida. No dia da estreia, poucas horas antes das primeiras cenas irem ao ar, as gravações na parte da tarde foram interrompidas e a direção recebeu um comunicado do governo impedindo a exibição da telenovela. Nesse mesmo dia, o apresentador Cid Moreira leu uma carta no *Jornal Nacional* assinada pelo presidente da TV Globo, Roberto Marinho, criticando a censura que se abateu sobre a novela. O público esperava pela estreia – pois comerciais já estavam sendo exibidos com as chamadas da trama – e ficou sabendo, minutos antes, que a censura havia vetado *Roque Santeiro*.

Para preencher o buraco deixado na grade, a saída encontrada pela TV Globo foi reprisar uma versão reduzida de *Selva de Pedra*, que havia sido exibida em 1972. Enquanto isso, o diretor de *Roque Santeiro*, Daniel Filho, escalou o mesmo elenco da trama para uma nova obra, *Pecado Capital*, escrita por Janete Clair. A telenovela foi produzida às pressas, durante cerca de três meses, até ocupar a faixa das 20 horas. Já a história de *Roque Santeiro* ficou guardada até 1985 quando, após a ditadura militar, foi finalmente exibida, com a mesma trama central e pouquíssimas alterações no elenco da primeira versão.

Com o fim do regime militar, na década de 80, a história do país começou a ser contada nas telenovelas de forma explícita e não mais nas entrelinhas e registros silenciosos da época da ditadura. E a fidelização do público tornou-se cada vez mais importante. Na década de 70, a TV Globo já havia criado uma grade de programação, com horários estipulados para os programas irem ao ar e a duração de cada um deles. Com isso, a emissora carioca despontou na audiência e as demais redes de televisão passaram também a determinar as escalas de exibição de suas telenovelas, assim como e outros programas veiculados.

As décadas de 70 e 80 funcionaram como um momento de industrialização da televisão, justamente pela pontualidade dos horários e definição do número de capítulos das tramas. As grades de programação foram essenciais para criar hábitos e cativar os telespectadores e também a publicidade, pois dependendo do público alvo, as marcas podiam escolher em qual horário iriam veicular suas propagandas. Um pacto de confiança começava a ser criado entre as emissoras e seu público, fazendo com que a popularidade das telenovelas crescesse cada vez mais.

(...) cada horário de novela era destinado a um público consumidor. O horário das sete, para a juventude, às oito, os dramas do cotidiano para o público em geral e, às dez da noite, os temas mais densos, realistas e experimentais, para um público mais intelectualizado. Tal atitude não significava exclusão. Muito pelo contrário, o público das sete migrava para o horário das oito; e uma fatia deste horário, para o das dez horas. A partir de 1975, com a fixação do horário das seis horas, conquista-se o público através da adaptação de obras literárias. Assim, em pouco tempo, a telenovela passa a ser o produto televisivo de maior sucesso e tribuna das discussões nacionais. (ALENCAR, 1996, pg. 82)

A partir desse ponto, estava oficializado o sucesso das telenovelas em meio ao público brasileiro, que já incluía em sua rotina o hábito de acompanhar as histórias exibidas em diferentes horários. O momento mostrava também o potencial dos autores e atores brasileiros, que colocaram o país em um patamar de sucesso no meio da teledramaturgia. Nessa época, as novelas brasileiras já começavam a ser exportadas para outros países. A pioneira foi *O Bem-Amado*, de Dias Gomes, que ficou no ar de janeiro a setembro de 1973. Foi também a primeira novela em cores da televisão brasileira e fazia críticas ao período do regime militar no país, através do humor.

O personagem principal, Odorico Paraguaçu, interpretado por Paulo Gracindo, era um político corrupto e capaz de tudo para conquistar o apoio popular. Em sua campanha para prefeito da cidade fictícia de Sucupira, ele prometia aos moradores a inauguração de um cemitério no município, que até então não existia, fazendo com os mortos tivessem que ser enterrados em localidades vizinhas. Mas como após o lançamento de sua campanha, ninguém morreu em Sucupira, Odorico tentou diversas artimanhas para conseguir inaugurar o cemitério, inclusive contratar o matador Zeca Diabo (Lima Duarte), para que ele assassinasse alguém e o candidato a prefeito pudesse

finalmente colocar seu plano em prática. No final da trama, é o próprio prefeito que acaba inaugurando o seu cemitério, após ser assassinado com três tiros por Zeca Diabo¹.

O Bem-Amado foi exportada para cerca de 30 países, o primeiro deles o Uruguai, onde a novela foi exibida em 1976. Depois, com as portas do mercado internacional abertas às produções brasileiras, outras telenovelas começaram a ser veiculadas no exterior, entre elas, Gabriela (1975), Escrava Isaura (1977) e Sinhá Moça (1986). Como explica Alencar (1996, pg. 116), as telenovelas então, eram as grandes dominadoras de audiência dos meios de comunicação, abordando os problemas vividos pelos brasileiros e, automaticamente, ditando os assuntos que seriam discutidos na sociedade durante a veiculação da trama. Nesse momento o público já estava conectado ao produto de ficção oferecido pelas emissoras e passava a ter um interesse cada vez maior não só pelo que era exibido em cena, mas também no que acontecia nos bastidores e na vida íntima dos atores. Ainda sobre a exportação das obras, Alencar comenta sobre a discriminação que as telenovelas sofreram – e continuam sofrendo – no Brasil, mas que no exterior sempre foram recebidas como obras grandiosas e que merecem destaque nas grades de programação.

O sucesso destas telenovelas coloca em xeque as críticas que postulam esse produto artístico como de menor qualidade, atribuindo o seu sucesso ao baixo nível de formação do povo brasileiro. A França, os Estados Unidos, o Canadá, enfim, países do mais alto nível intelectual médio dos cidadãos aplaudiu e referendou o sucesso das telenovelas brasileiras. O altíssimo padrão das telenovelas brasileiras, levou o Chile a importar o *know-how* brasileiro, comprando textos e adaptando-os para a realidade chilena, além de levar para o país profissionais brasileiros a fim de adquirir um pouco da experiência brasileira de se escrever, produzir, dirigir e pensar a telenovela (ALENCAR, 1996, pg. 116)

Para levar as informações veiculadas nas tramas ao público, os jornais impressos passaram a criar editorias próprias para a cobertura das telenovelas, assim como as revistas especializadas, que também atendiam os anseios dos telespectadores sobre a vida privada das celebridades e os bastidores das obras. Telenovela e jornalismo passam então a atuar lado a lado, seja com interesses em comum ou finalidades próprias de cada meio, buscando sempre a atenção do público para o que está sendo exibido ou

¹ Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/o-bem-amado>
Último acesso em 07/02/2016

noticiado. As tramas passam a existir não somente na televisão, mas também nas páginas de jornais e revistas, integrando-se ainda mais com os telespectadores, que se transformam também em leitores interessados cada vez mais no assunto, como comenta Claudia Thomé em sua tese de mestrado sobre a cobertura jornalística das telenovelas brasileiras.

O destino dos personagens, uma briga ou um beijo – o que acontece com eles ganha status de matéria jornalística, não só nos suplementos dedicados à TV, mas também no primeiro caderno dos jornais, em espaço destinado à cobertura dos fatos do país e da cidade. Assim, o jornalismo funciona também como vitrine, repercutindo e noticiando a trama televisiva. (THOMÉ, 2005, pg. 37)

2.2 O brasileiro e a telenovela

Com a criação da grade de programação pelas emissoras brasileiras, os telespectadores passaram a incluir as telenovelas – e outros programas – em sua rotina doméstica. Afinal, já se sabia antecipadamente a que horas cada trama seria exibida, o que transformou também o dia a dia dos brasileiros na sua relação com o produto televisivo. Já na década de 70, quando as telenovelas passaram a contar histórias muito mais próximas à realidade da população, afastando-se dos dramalhões importados de outros países, a audiência tornou-se também cada vez maior e o país passou a mostrar o seu real talento para a criação das tramas totalmente nacionais.

De acordo com a receptividade – positiva ou negativa – do público, autores e diretores passaram a traçar os rumos da história de modo a atrair cada vez mais telespectadores. A opinião do público é valorizada de tal maneira que as novelas costumam ir ao ar geralmente com alguns capítulos já pré-gravados e os demais vão sendo construídos em parceria com os palpites e torcidas dos espectadores, que se envolvem verdadeiramente com as histórias encenadas. Para os brasileiros, assistir telenovelas tornou-se uma regra tão comum quanto cuidar da casa e ir trabalhar. É o que confirma o autor João Emanuel Carneiro, ao declarar que “a novela pertence ao povo. É quase um serviço de necessidade básica da população: água, esgoto, luz elétrica, entretenimento”². Cada vez mais os brasileiros foram se tornando fieis telespectadores

² Em entrevista cedida aos jornalistas Mariana Torres e Leandro Paz e divulgada em Autores: histórias da teledramaturgia, livro 1. São Paulo: Globo, 2008

das obras apresentadas todos os dias, principalmente pela TV Globo, que se tornou a maior produtora de telenovelas totalmente nacionais. Em seu artigo *Telenovela Brasileira: uma narrativa sobre a nação*, lançada pela revista *Comunicação e Educação*, da Universidade de São Paulo, a escritora Maria Immacolata Vassalo Lopes fala sobre a relação que se criou com os telespectadores após a criação da grade de horários:

O horário da novela é uma instituição na TV brasileira e costuma determinar a hora do jantar e até de dormir. As classes populares têm o hábito de dormir "depois da novela das oito", que continua a ser assim chamada apesar de atualmente ir ao ar das 21h às 22h. Outro hábito criado é o de assistir ao principal telejornal do país (*Jornal Nacional*, Globo, 20h15 - 20h55) que está ensanduichado entre duas novelas (LOPES, 2003, pg. 22)

Por ser um produto popular, ou seja, assistido por diferentes camadas da sociedade, a telenovela precisou se adequar para falar de universos comuns a todos e não apenas a um determinado público, já que isso poderia significar uma redução do número de telespectadores, como explica Heloisa Buarque de Almeida (2013) sobre os autores de telenovelas, ao dizer que eles, “pressionados pelos índices de audiência, por vezes privilegiam o que consideram ser “consensual” para camadas médias e populares, que compõe a maior faixa da audiência”.

Um caminho encontrado pelos autores para manter essa ligação com o público desde o início foi tratar de temas que não causassem, de imediato, a rejeição dos telespectadores. Mesmo com a preocupação e cuidados sobre o papel social das telenovelas, era preciso dosar a forma como certos assuntos seriam abordados. Segundo Artur da Távola em seu livro *A telenovela brasileira* (1996), a televisão busca incorporar conteúdos que já foram ou podem ser mais facilmente aceitos pela população, operando dentro do código conservador. Mesmo com essa imposição ditada pelo mercado audiovisual e pelas empresas dominantes, autores e diretores, que nada mais são do que intelectuais e críticos do sistema, vão, aos poucos, transgredido essas imposições e colocando em debate assuntos até então obscuros e pouco discutidos pela sociedade. Nesse campo entram temas considerados polêmicos, como uso de drogas, aborto e homossexualidade, aumentando ainda mais responsabilidade sobre as telenovelas, que estão todos os dias na casa dos telespectadores colocando em pauta esses temas para serem discutidos. No artigo *Telenovela: a arte do cotidiano* (1998), lançado pela revista *Comunicação & Educação*, Maria Lourdes Motter comenta a

importância da introdução de temas importantes nas telenovelas para serem debatidos pela sociedade.

A pedagogia dos meios, e em particular da telenovela, vem preparando gradualmente a discussão. Trazê-la para o primeiro plano, para a trama central da história, é um passo a mais no processo de mudança da telenovela brasileira interessada em interferir diretamente nos mecanismos de compreensão do homem, da sociedade que produz a violência urbana, despertando em cada um de nós o desejo de transformá-la (MOTTER, 1998, pg 96)

Dentro do campo da discussão entram os personagens, que funcionam como atores sociais no tratamento dos temas abordados por uma telenovela. Para que o público absorva os debates feitos em cena, são criados e colocados em jogo pelos autores, personagens que tenham identificação com o público. A fala coloquial, por vezes incorporada de gírias e bordões usados pela população, é um dos principais pontos de ligação com aqueles que assistem, para que eles se sintam representados pela história que está sendo contada. O laço afetivo criado entre telespectador e personagens os deixa cada vez mais próximos e surgem então os debates sobre as atitudes que a mocinha, o herói ou os vilões tomam em cena, por exemplo. Cada atitude é analisada de forma crítica por aqueles que mais acompanham o desenrolar da trama: o público. Dessa forma, “a telenovela propiciou a convivência de seus personagens com cidadãos comuns, tornando ainda mais frágil a fronteira entre o cotidiano fora da tela da TV e o que se passa na teledramaturgia” (THOMÉ, 2005, pg. 118). A empatia dos telespectadores com os artistas passa a ditar a aceitação ou não dos caminhos a que cada um deles é levado, através dos seus personagens, pelos rumos da história que está sendo contada, como comenta Artur da Távola:

Outro fator por que a telenovela se comunica profundamente com o público, ainda que por uma trama culturalmente superficial ou inverossímil, é a inevitável existência de um impasse de natureza moral. Para solucionar os conflitos nasce a fricção entre a atitude do personagem e aquela que tomaria o espectador. Quando coincidem, dá-se a identificação. Quando não, a frustração, a decepção” (TÁVOLA, 1996, pg. 34)

Na maioria das telenovelas, especialmente as apresentadas pela TV Globo, há diferentes núcleos dentro da trama, que podem conviver entre si ou não. Diferentes camadas sociais estão inseridas no jogo de cenas e a identificação do público torna-se maior, pois independente da classe social, sempre há um personagem que o represente

na telenovela. E as relações mostradas nas tramas recriam cenários já conhecidos e muitas vezes vivenciados pelos telespectadores, como o preconceito, exploração e os amores impossíveis. Sentir-se parte daquele mundo, mesmo sabendo que ele não passa de uma obra de ficção, faz com que o público se reconheça e queira acompanhar a história, para saber se, no final, aqueles que foram humilhados e sofreram durante toda a novela, sairão vitoriosos.

A telenovela hoje usa mecanismos mais naturalistas, aproxima-se mais do cotidiano do telespectador, dessa forma provoca, com mais intensidade, a identificação dele com o que acontece no enredo que se desenvolve. A telenovela pretende estabelecer os programas mínimos de consumo, de padrão de vida de todas as classes sociais. Está lá a empregada doméstica, a patroa, a adolescente rebelde, a mulher descasada, o empresário, o profissional liberal, o artista, o homossexual, o desempregado, etc. (ALMEIDA, 2006, pg 36)

A criação dos estereótipos, que estão presentes em todas as telenovelas, como o bom moço, o vilão, a mulher interesseira e a dona de casa, por exemplo, já fazem parte do imaginário dos telespectadores, que só esperam, a cada nova trama, saber quais atores serão os responsáveis pela interpretação destes papéis. Essa repetição de características, segundo Távola (1996), é uma compulsão que funciona e os estereótipos são a forma pela qual a telenovela realiza em plenitude o seu recurso, pois eles ampliam a comunicação com o público e, conseqüentemente, a massificação do produto televisivo. Colocando em prática todas as ferramentas de conexão e atração dos telespectadores, seja através das histórias, personagens e personalidades da mídia, escolhidas a dedo para integrar o elenco das tramas, autores e diretores alcançam cada vez mais o objetivo de integração nacional através das telenovelas e o público começa a ter sua opinião cada vez mais ativa, opinando – e por muitas vezes modificando – os rumos de uma novela.

A avaliação é cotidiana, expressa-se quantitativamente nos índices de audiência, mas, principalmente, nos circuitos da circulação das conversas, dos quais falaremos adiante. Estas, além de evidenciar uma poderosa rede de produção e circulação de sentidos, expressam a verdadeira recepção da telenovela. Temos, portanto, uma captação quantitativa e formal da recepção dada através de índices de audiência e uma captação qualitativa e informal da recepção através da sua rede de circulação. (LOPES, 2003, pg 27)

Por ser considerada uma obra aberta, que vai sendo escrita de acordo com a audiência e o interesse público, a telenovela impõe ao autor uma pressão que vem das

pesquisas de opinião e dos grupos de discussão, estes encomendados pela própria emissora³, e servem para interpretar as oscilações nos índices de audiência de uma obra, assim como estudar os caminhos que podem ser tomados para que a aceitação dos telespectadores cresça ao longo do período de exibição da telenovela. As reuniões são feitas duas ou três vezes no período de seis meses, ou enquanto durar a trama, e envolvem autores, diretores e produtores da novela. Essa importância dos assuntos que são debatidos pelas tramas e da liberdade que autores e públicos possuem de opinar e talvez até modificar as tramas é citada por Umberto Eco, em seu livro “Obra Aberta”.

O discurso aberto é um apelo à responsabilidade, à escolha individual, um desafio e um estímulo para o gosto, para a imaginação, para a inteligência. Por isso a grande arte é sempre difícil e sempre imprevisível, não quer agradar e consolar, quer colocar problemas, renovar a nossa percepção e o nosso modo de compreender as coisas. (ECO, 1968, pg 280)

De acordo com os dados coletados, cabe aos autores decidir se devem alterar ou não o rumo de algum núcleo ou personagem. E nem todos pensam que a audiência é uma medida suficiente para modificar enredos ou descaracterizar personagens, afinal, “o autor tem uma história para contar e seus personagens têm um destino; não se pode seguir cada modificação que o telespectador quer, do contrário torna-se impossível escrever a história toda” (OGURI; CHAUVEL; SUAREZ, 2009, pg 8). Na opinião do autor de novelas da TV Globo, Ricardo Linhares⁴, os comentários que a telenovela gera na sociedade podem valer muito mais do que o número de televisores ligados naquele instante da novela e que geram os índices de audiência:

(...) tão importante quanto os números flutuantes da audiência é a repercussão da novela. Uma repercussão positiva me deixa muito mais feliz do que ter 60, 80 pontos de audiência. Saber que as pessoas estão gostando da novela e estão interessadas no destino dos personagens é mais gratificante. Nesse momento, o personagem passa a ser amigo do espectador. Da mesma maneira que você se interessa pelos seus amigos, o público se interessa pelos personagens da novela.

Essa relação de intimidade destacada pelo autor entre telespectador e personagem vai se desenvolvendo diariamente, a cada novo capítulo e de acordo com o

³ OGURI, Lúcia Maria Bittencourt; CHAUVEL, Maria Agnes; SUAREZ, Maribel Carvalho. O processo de criação das telenovelas. **Rae**, São Paulo, v. 49, n. 1, p.38-48, jan. 2009.

⁴ Em entrevista cedida aos jornalistas Mariana Torres e Leandro Paz e divulgada em Autores: histórias da teledramaturgia, livro 1. São Paulo: Globo, 2008

desenrolar da trama. As sensações criadas pelo público em relação à telenovela são diversas: amor, ódio, pena, afeição. Ao tratar dos sentimentos, essa relação fica cada vez mais estreita e torna-se recorrente “a mobilização da opinião pública em torno da curiosidade sobre as verdadeiras identidades dos personagens” (LOPES, 2003, pg 20). O público passa a querer saber mais sobre o caráter daqueles que estão em cena, torcendo por um final feliz – ou não – para cada um deles. O sofá de casa torna-se uma mesa julgadora, onde o público passa a apontar as qualidades e defeitos de cada personagem, decidindo então por quem torcer.

A empatia dos atores e atrizes com os telespectadores faz com que essa interação ultrapasse as fronteiras da televisão. Além de torcerem por seus personagens favoritos, o público passa também a admirar os intérpretes e a querer saber mais sobre a intimidade destes profissionais. Há, por exemplo, a torcida para que pares românticos saiam das telas para a vida real, assim como atores que têm seus papéis rejeitados pelo público acabam sofrendo retaliações. Foi o que aconteceu com André Marques em 1995, quando interpretava um homossexual em *A Próxima Vítima*, de Silvio de Abreu. O ator foi hostilizado e agredido na rua por telespectadores que não aceitavam uma relação entre dois homens na novela das 21h, criticando ainda o fato de um ser negro e outro branco⁵.

A sensação do público de proximidade com a vida dos artistas acaba, às vezes, extrapolando a barreira entre a relação profissional e de admiração e a vida privada daqueles que trabalham com a exposição na TV, principalmente quando há a confusão entre os atores e seus personagens. Ao mesmo tempo, a classe artística também percebe esse posicionamento do público como uma forma de reconhecimento da atuação na telenovela. Se um ator ou atriz interpreta bem um personagem considerado o vilão da história e é julgado nas ruas, ele acaba enxergando aquilo como uma aceitação do seu trabalho. Os personagens tornam-se íntimos dos telespectadores, principalmente pelo fato de estarem todos os dias nas residências dos brasileiros, tendo seus passos acompanhados de forma bem próxima por aqueles que assistem a trama. Novamente, Heloísa Buarque de Almeida explica de forma clara sobre o laço afetivo que vai sendo criado entre personagens e público:

⁵ Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/a-proxima-vitima/curiosidades>. Último acesso em 7/2/2016

[...] ao acompanhar as narrativas de modo cotidiano, embora não necessariamente diário, os espectadores se envolvem com as histórias e conversam muitas vezes sobre os personagens como se fossem pessoas reais, conhecidos, amigos, parentes. “Você viu o que Luana disse?”, ou “você viu o que ele fez?” são comentários e conversas sobre as novelas e seus personagens que são feitas como se tratassem de pessoas comuns, e não personagens fictícios. Este é um processo que vai além das conversas explícitas: é no diálogo com os personagens que é possível refletir sobre relações e sentimentos considerados verdadeiros, vividos pelos espectadores em algum momento (ALMEIDA, 2013, pg. 171)

Nesse contexto, o jornalismo brasileiro passou também a dar maior destaque à vida pessoal dos artistas, pois percebeu a demanda do público por esse tipo de notícia. Se antes os jornais davam maior cobertura às telenovelas em si, começaram a abrir espaço para as colunas de fofoca, assim como as revistas especializadas, que ao invés de falarem apenas sobre os rumos da trama, trouxeram à tona também a intimidade de atores e atrizes. Com isso, jornalismo e telenovela criaram uma forma de retroalimentação de seus conteúdos. Enquanto os autores inserem em suas obras assuntos que serão debatidos pela sociedade e, conseqüentemente, servirão de pauta para o jornalismo, os jornais e revistas especializadas também repercutem a telenovela e fazem com o que o público se interesse pelas tramas. Como afirma Thomé, “o que parece é que a imprensa não quer mais só informar, assim como a novela não quer mais só entreter” (2005, pg 14)

3. COBERTURA DAS TELENÓVELAS BRASILEIRAS PELA MÍDIA IMPRESSA

Assim como as telenovelas, o jornalismo também tem como objetivo fidelizar o seu público e, no caso da imprensa, isso é feito através da abordagem de temas que sejam do interesse dos leitores. Com o sucesso da teledramaturgia no Brasil, o mercado dos jornais e revistas acaba sendo diretamente influenciado e a demanda por reportagens sobre as tramas fica cada vez mais evidente, fazendo com que o jornalismo passe a dedicar mais espaço dentro de suas edições a pautas que falem sobre as telenovelas e a vida íntima dos artistas. Afinal, são os assuntos expostos pelas tramas que passam a circular nos meios sociais e se tornam motivo de interesse público, como explica Maria Immacolata Vassalo, ao afirmar que “a força e a repercussão da novela mobilizam cotidianamente uma verdadeira rede de comunicação, através da qual se dá a circulação dos seus sentidos, e provocam a discussão e a polêmica nacional” (2003, pg. 31).

Incluindo-se nessa roda de debate, o jornalismo apropria-se de pautas fornecidas pelas telenovelas e publica reportagens vinculadas aos capítulos da trama, aos personagens, à rotina dos artistas longe das câmeras, em seus momentos de privacidade, e aos temas abordados por cada telenovela. Um dos objetivos dos autores, aliás, é tratar, em suas obras, de assuntos que serão debatidos pelo jornalismo, fazendo com que a repercussão e a audiência da trama tornem-se ainda maiores, já que os debates promovidos pela obra também ganham espaço nas páginas dos jornais diários.

Assuntos ainda polêmicos para a população brasileira ou também aqueles que não são tão debatidos, mas que segundo os autores precisam ser expostos, estão constantemente presentes nas telenovelas brasileiras. Os mesmos temas que são – ou serão – abordados pelo jornalismo passam também a figurar nas tramas de ficção e a realidade vista todos os dias nas páginas dos jornais passa a fazer parte da rotina dos telespectadores também através das telenovelas.

A tendência de incluir o cotidiano na novela, unindo notícia e ficção, marca o momento atual, em que, na mão inversa, o folhetim televisivo também pauta o jornalismo, produzindo a novelização do noticiário. Novela, jornal e público fazem parte de um todo, estão inseridos no mundo, e não há mais como tentar separá-los. O potencial de documento dos folhetins televisivos se amplia ainda mais neste intercâmbio com o jornalismo. Se a telenovela não está fora do mundo, todo registro em sua trama passa a ter valor histórico (THOMÉ, 2005, pg. 47)

Unindo cada vez mais realidade e ficção, autores e diretores passaram a trabalhar em suas obras com o chamado *merchandising social*⁶, ou seja, a inserção intencional de temas presentes na sociedade brasileira, com o objetivo de provocar a reflexão do público sobre o comportamento de cada um e do meio em que vivem, assim como a reflexão sobre as mudanças que podem ser feitas para que se tenha uma sociedade cada vez mais consciente e instruída. Por meio dos personagens, que atuam como porta-vozes dessas temáticas, o público acompanha o desenrolar de cada trama e reage à ideia dos autores, trazendo para o seu meio as discussões sobre o que está sendo exposto nas novelas.

Inspirados pelo próprio jornalismo, os criadores das tramas abordam os problemas enfrentados pela população e levantam discussões importantes sobre preconceito, homossexualidade, prevenção às drogas, direitos dos idosos, violência e avanços da medicina, por exemplo, tão presentes na sociedade e também na mídia impressa. O autor Manoel Carlos, conhecido por inserir temáticas polêmicas e fortes em suas histórias, explica a importância do *merchandising social* nas telenovelas brasileiras⁷:

Eu tenho uma preocupação muito grande com isso, porque acho que melhorando a sua rua, você melhora o seu bairro, a sua cidade, o seu país e o mundo. Acho que essa preocupação deve estar presente na novela, mesmo que sejam pequenas coisas como obedecer ao sinal de trânsito ou colocar o cinto de segurança. Divulgar informações relativas à saúde, principalmente, como medidas de prevenção à Aids, por exemplo, a importância do uso de preservativos, eu me sinto no dever de fazer. A televisão tem um papel social muito grande, principalmente no Brasil. Entre nós, a novela é o produto cultural mais popular que existe. Ela muda hábitos no país inteiro [...] Acho que a novela não tem obrigação de ser educativa, mas tem obrigação de não ser “deseducativa”. É um entretenimento que precisa ter responsabilidade.

As telenovelas escritas por Manoel Carlos, por sinal, estão constantemente presentes nas páginas de jornais e revistas. Em *Mulheres Apaixonadas*, exibida pela TV Globo no ano de 2003, o autor rendeu pautas importantes ao falar sobre um assunto já bastante conhecido pelos brasileiros: a violência urbana. O auge da trama aconteceu

⁶ CLEMENTE, Andrea. *Merchandising social: a caixa de Pandora da telenovela brasileira*. Social merchandising: the Pandora box of Brazilian soap operas in *Comunicação e Inovação*, São Caetano do Sul, v. 11, n. 20, 2010

⁷ Em entrevista cedida aos jornalistas Mariana Torres, Ana Paula Goulart, Lilian Arruda, Silvia Fiuza, Flávio Kactuz e Juliana Peres e divulgada em *Autores: histórias da teledramaturgia*, livro 1. São Paulo: Globo, 2008

quando Fernanda, personagem da atriz Vanessa Gerbelli, foi atingida por uma bala perdida durante uma troca de tiros nas ruas do Rio de Janeiro e morreu dias depois em um hospital. A cena estampou a capa de alguns jornais cariocas e rendeu diversas reportagens não só sobre o dia da gravação, que parou uma movimentada rua do Leblon, na zona sul do Rio, mas também sobre a questão da violência na cidade. No dia 6 de agosto de 2003, o jornal *Extra* trouxe na primeira página a imagem da personagem sendo baleada, acompanhada da seguinte chamada (Anexo 1, pg i):

O Leblon viveu ontem o seu dia de Hollywood. Um público estimado de 500 pessoas se surpreendeu com a superprodução montada para gravar a cena em que Fernanda, personagem de Vanessa Gerbelli, morre atingida por uma bala perdida. A cena irá ao ar sábado em “Mulheres Apaixonadas”, mas será regravada porque foi prejudicada pelo flash de um fotógrafo.

Antes mesmo de ser gravada, a sequência do tiroteio, divulgada com antecedência pela emissora, já criava polêmica e os imprensa passou a antecipar as possíveis reações que a cena poderia causar. Em julho de 2003, o jornal *O Globo* trouxe uma reportagem com o título “Bala perdida na novela das oito causa polêmica” e mostrou o apelo de funcionários do ramo hoteleiro, que temiam prejuízos após a exibição da violência no Rio. De acordo com o jornal, os representantes do setor acreditavam que os turistas ficariam receosos de visitar a cidade caso a cena fosse exibida na trama de Manoel Carlos. Na mesma reportagem, o jornal procurou o autor, que também deu a sua opinião sobre a repercussão do assunto e a pressão que sofria para alterar os rumos da trama (Anexo 2, pg ii):

Se vai atingir as pessoas? E existe alguma coisa que atinja mais do que ver todos os dias nas primeiras páginas dos jornais mortes por bala perdida até mesmo dentro de faculdades? Há até empresas de turismo aconselhando as pessoas que vem de fora a descerem no Santos Dumont. Na ficção não pode e na realidade pode? Eu digo que não estou disposto a mudar e nem tenho sofrido pressão da Globo para fazer isso. Mas eu nunca digo nunca.

Em seu artigo sobre o *merchandising social* nas telenovelas, Andrea Clemente destaca a importância dessa ferramenta ao explicar que ela “lança as questões nos veículos de comunicação de massa e espera que eles se disseminem. Uma característica deste processo é que os seus efeitos duram por mais tempo, substituindo o fator da imediatividade” (2010, pg 60), o que faz com que os autores atinjam o objetivo de gerar debates durante os meses de exibição de sua novela e até mesmo após o desfecho da

trama. Esther Hamburger reforça a ideia em seu artigo sobre as telenovelas no Brasil ao dizer que “a provocação em torno das novelas é bem-vinda, já que amplia a repercussão, medida de sucesso” (2011, pg 72).

A exposição dessas temáticas faz também com que as telenovelas se transformem em uma espécie de vitrine social, criando modelos de comportamento que passam a ser seguidos pelos telespectadores. Se o público se identifica com um determinado personagem, ele embarca em sua história de vida e cria uma conexão que o faz vibrar, torcer e se emocionar com o destino escolhido pelo autor para aquele papel. Dessa forma, o limite entre realidade e ficção e público e privado vai ficando cada vez mais delicado, porque o telespectador passa a enxergar não somente o personagem em si, mas também aquele que o interpreta. Por estarem todos os dias presentes nos lares brasileiros através das novelas, atores e atrizes tornam-se, de certa forma, íntimos do público, que já não se contenta mais em apenas acompanhar esses profissionais através das telenovelas, mas quer saber também quem eles são quando não estão representando. O fascínio exercido pelas celebridades é explicado por Artur da Távola em seu livro sobre a história da telenovela:

O conteúdo de milagre está implícito na força da comunicação obtida pela televisão. *Vi/deo* tem o passado do verbo ver mais *deo*, que significa Deus. Ver Deus? Vi Deus? Não são, é óbvio, tais trocadilhos a etimologia correta, mas permitem uma interpretação criativa à associação inconsciente de sons. “Aparecer” para muita gente ao mesmo tempo é milagre, maior ainda se a aparição reverter-se de força e emoção. Tal força decorre do conteúdo de mistério inerente à transmissão e à multiplicação de imagens à distância. É o lado milagre o responsável pelo endeusamento, consagração, deificação das figuras do Olimpo televisivo: os artistas (TÁVOLA, 1996, pg. 58)

Tal interesse pela vida das celebridades é influenciado pelas próprias emissoras de televisão, que além das telenovelas, apostam também na exibição dos *reality shows*, programas que registram a rotina de participantes, anônimos ou não, confinados em um mesmo ambiente durante vários meses. Assistir a essas atrações é como espiar pelo buraco de uma fechadura e acompanhar todos os passos daqueles que aceitam ter sua vida exposta a milhões de brasileiros. É o que acontece com atores e atrizes que são assistidos diariamente em todo o país, mesmo que blindados por seus personagens. É nesse ponto que surge um dos maiores questionamentos do público: saber quem está por trás daquelas interpretações.

Essa curiosidade vai sendo cada vez mais instigada “no momento em que os dispositivos de vigilância e o interesse pelo privado convidam o espectador a participar do registro dos fatos e o processo de produção da informação passa cada vez mais a despertar o interesse e a virar entretenimento. Os bastidores, os erros de gravação, o que está por trás das câmeras também se transforma em produto de consumo na televisão” (THOMÉ, 2005, pg 36). Atenta a esse comportamento, a imprensa brasileira passa a atender a demanda do público, criando espaços para a investigação e publicação de reportagens sobre a intimidade dos artistas e de tudo o que faz parte do mundo das telenovelas, mas que não é exibido durante os capítulos, como as relações entre os colegas de profissão e os detalhes das gravações.

Ao abordar a vida privadas de artistas, o jornalismo fortalece ainda mais a relação desses profissionais com o público e muitas vezes amplia a sua imagem diante dos telespectadores. Mesmo aqueles atores que não possuem tanto destaque nas tramas, ao aparecerem na mídia, acabam atraindo novos olhares do público e dos críticos. Segundo Paula Guimarães Simões, em seu artigo sobre a cobertura jornalística do mundo dos famosos, “a mídia desempenha um papel importante não apenas no processo de visibilização da imagem das estrelas, mas na própria constituição de um sujeito como celebridade” (2009, pg. 75). Dessa forma, o jornalismo de celebridades, voltado para o entretenimento, funciona como uma ferramenta útil tanto para os meios impressos, que conquistam leitores interessados neste tipo de pauta, quanto para os artistas, que se destacam também fora de cena e conseguem, dessa forma, medir a aceitação do seu trabalho.

Mesmo com assuntos polêmicos sendo abordados nas tramas, as relações afetivas entre os personagens continuam sendo um dos principais meios de atração do público. Independente das temáticas de cada obra, os pares românticos, geralmente formados pelos protagonistas, são uma das principais chaves da história e o público acompanha passo a passo o enlace amoroso dos casais, para saber se, no final, eles ficarão juntos ou não. O jornalismo também participa desse jogo de emoções ao instigar o público sobre os possíveis romances dos protagonistas também na vida real, voltando a misturar ficção e realidade. A história dos casais é acompanhada de perto tanto pelas telenovelas, quanto pelos noticiários.

A coluna *Retratos da Vida*, do jornal *Extra*, assinada pelo jornalista Leonardo Ferreira, traz, diariamente, todas as novidades sobre a intimidade das celebridades e costuma ganhar espaço na capa do jornal sempre que traz alguma notícia sobre os casais de famosos. A edição de 8 de julho de 2011, por exemplo, apresentou como uma das chamadas principais na primeira página uma reportagem da coluna sobre a intimidade de Lídia Brondi, afastada das novelas há mais de 10 anos (Anexo 3, pg iii). A chamada mostrava uma foto da ex-atriz acompanhada do marido Cássio Gabus Mendes na novela *Vale Tudo* (TV Globo, 1988), quando os dois contracenaram juntos como casal, e outra mais atual de Lídia, aos 52 anos, flagrada nas ruas pelos fotógrafos. O título da capa já anunciava o conteúdo da reportagem: ‘A vida de Lídia Brondi longe das câmeras de TV’. Na coluna, o autor falou sobre a vida da profissional, que se tornou psicóloga, dando ênfase à sua intimidade:

A atriz voltou a ser lembrada com o sucesso da reprise da novela “Vale Tudo” no canal Viva. Na trama, exibida pela primeira vez em 1988, ela estava no auge da carreira, vivendo a estilosa jornalista Solange. Lídia não tem conseguido acompanhar todos os dias a trama, mas faz questão de gravar todos os capítulos em DVD. Sua última aparição pública foi no carnaval de 2002, quando acompanhou Cássio num dos camarotes do Sambódromo. Desde então, Lídia não tinha sido mais vista. Quando largou a TV, ainda com o status de protagonista na Globo, a ex-atriz sofria de síndrome do pânico e foi procurar tratamento, abrindo mão de uma carreira de sucesso. A decisão foi respeitada pela família e pelos amigos mais próximos. Lídia Brondi, cujo talento poderá ser visto também na reprise da novela “Roque Santeiro”, a partir do dia 18, não dá mais entrevistas nem fala sobre sua antiga carreira

Assim como o *Extra*, outros noticiários também dedicam espaços em suas edições para a cobertura do mundo das celebridades e das telenovelas, além de trazerem, diariamente, resumos dos capítulos das tramas que estão no ar. O jornal *O Dia* conta com o auxílio do jornalista Léo Dias em uma coluna que leva o seu próprio nome e que acabou virando também um blog na versão digital do jornal (Anexo 4, pg iv). Na internet, Léo Dias se define como um jornalista “que conta todos os bastidores do mundo das celebridades sem censura” e diz que, em sua coluna o público fica sabendo “o que ninguém tem coragem de contar sobre famosos, artistas e atletas”⁸. Além dessa, o jornal *O Dia* também apresenta uma segunda seção voltada para o mundo dos famosos e das telenovelas e assinada por Regina Rito (Anexo 5, pg iv). A jornalista conta, tanto na versão impressa, quanto em seu blog no site do jornal, sobre todos os rumos das

⁸ Disponível em <http://blogs.odia.globo.com.br/leodias/>. Último acesso em 24/02/2016

tramas que estão sendo exibidas, as curiosidades de gravações, a intimidade dos famosos e também adianta informações de telenovelas que estão quase perto de sua estreia⁹.

Quem também acompanha e publica sobre o desenrolar das telenovelas é a jornalista Patrícia Kogut, colunista do jornal *O Globo*, que comenta diariamente sobre a vida das celebridades e seus personagens nas telenovelas, e é bastante conhecida por dar notas aos diferentes produtos televisivos e às atuações de atores e atrizes (Anexo 6, pg iv). Kogut também abre espaço em suas publicações para as opiniões dos leitores sobre a programação que assistem e permite que eles também ocupem o papel de críticos, julgando e dando notas de acordo com o que acham de cada telenovela ou qualquer outro programa de TV¹⁰.

Diante desses exemplos, percebemos que os jornais impressos – também em suas versões digitais – dão bastante importância à cobertura das telenovelas brasileiras e tudo o que se refere a elas. Mas outras publicações vão além e dedicam edições inteiras sobre o tema: o mercado de revistas especializadas. Com uma variedade enorme de conteúdos sobre celebridades e novelas, as revistas semanais, inteiramente voltadas para o mundo da televisão, publicam reportagens que vão desde a montagem das cidades cenográficas das telenovelas até entrevistas com atores sobre os seus gostos mais pessoais, humanizando, de certa forma, as celebridades diante do público. Até mesmo quem não acompanha as tramas diariamente acaba se familiarizando com os rumos da história ao passar pelas bancas de jornais e se deparar com inúmeras revistas que estampam as principais notícias sobre as telenovelas brasileiras. No artigo “Telenovela: de gata borralheira a cinderela midiática”, em que faz uma comparação do comportamento da mídia impressa em relação às telenovelas no país, José Marques de Melo comenta sobre o crescimento da cobertura de celebridades no Brasil:

Essa tendência ganhou intensidade em todo o mundo, produzindo uma crescente "espetacularização" do jornalismo. No caso brasileiro, verificou-se a emergência de um novo mercado informativo, composto basicamente por revistas semanais dedicadas a retratar o universo das "vedetes" da televisão. Se, por um lado, essa prática jornalística continuou a tradição das publicações outrora voltadas para os "olimpianos" do rádio ou do cinema, por outro lado, ela significou a introdução de uma variável inusitada. Trata-se da reportagem sobre os personagens das telenovelas como se eles compusessem um

⁹ Disponível em <http://blogs.odia.ig.com.br/reginarito/>. Último acesso em 24/02/2016.

¹⁰ Disponível em <http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/index.html>. Último acesso em 25/03/2016.

panorama verossímil, retirando-lhes toda configuração ficcional que lhe é inerente (MELO, 2000, pg 9)

As revistas especializadas surgiram com o foco na classe feminina e buscaram estratégias de conexão com as mulheres, abordando assuntos que seriam do seu interesse, como moda, beleza, histórias de amor e, claro, as telenovelas. Os números de publicações do tipo começaram a crescer no país, mas para que o público aceitasse e comprasse as revistas, foi necessário também abordar esses temas de uma maneira que mexesse com o emocional das mulheres, ou seja, por meio do sentimentalismo, como explica Esther Hamburger no livro *Brasil Antenado – a sociedade da novela*:

Umas das estratégias desenvolvidas pela imprensa feminina para atingir seu público foi recorrer aos sentimentos. Para esta mídia, o sentimento desenvolve uma função psicoterápica. Seções de aconselhamentos, artigos psicológicos, fotonovelas e contos românticos buscam ao mesmo tempo aliviar e confortar suas leitoras. Além disso, recorrem a uma linguagem coloquial que busca aproximar a revista da relação entre mulheres amigas e companheiras confidentes (HAMBURGER, 2005, pg 92)

No caso das telenovelas, as revistas passaram a abordar todos os temas referentes às tramas que tivessem dentro do círculo de interesses do público, como a intimidade de atores, bastidores de gravações, reportagens sobre a moda lançada pelas novelas e copiadas nas ruas, maquiagem das atrizes dentro e fora de cena, os resumos dos capítulos e as colunas de fofoca. Canais de interação com os leitores, como a possibilidade do envio de cartas para as redações e mensagens recebidas através dos perfis em redes sociais também são formas usadas pelos redatores para atrair o público e fazer com que ele tenha sua opinião sobre as tramas expostas na imprensa, criando assim um vínculo entre a publicação e seus leitores.

O objetivo é fazer com que os telespectadores tenham outro espaço, além do sofá de suas casas, para opinar sobre as tramas favoritas, elogiado ou criticando o desenrolar da história. Uma estratégia muito comum, usada tanto por jornais quanto revistas, é criar pesquisas de opinião e até mesmo enquetes para premiar atores e atrizes, que são escolhidas diretamente pelo público, como o *Prêmio Extra de Televisão*, realizado desde 1998 pelo jornal, e que elege todos os anos as melhores personalidades da televisão brasileira de acordo com o voto do público. Além de estarem totalmente

envolvidos com as tramas, os telespectadores também conseguem, através de canais como esse, fortalecer sua opinião sobre as tramas.

As pesquisas e a constante cobertura da imprensa especializada em televisão levam ao espectador a certeza de que sua opinião pesa até na forma de o autor concluir uma novela. Quantas vezes um final é alterado em função das preferências públicas expressivas em pesquisas ou em enquetes jornalísticas (TÁVOLA, 1996, pg 53)

4 - O JORNALISMO ESPECIALIZADO DA REVISTA *MINHA NOVELA*

Para um maior entendimento do jornalismo especializado em telenovelas, optou-se por uma análise da revista semanal *Minha Novela*, atualmente publicada pela Editora Caras e distribuída para todo o país, e que há mais de quinze anos traz para os leitores todos os detalhes sobre o mundo das telenovelas e a intimidade dos famosos. Por meio de uma entrevista com o editor-chefe da revista, Jorge Luiz Brasil, foi possível fazer um estudo sobre todas as características da publicação e analisar também os interesses dos leitores da revista.

4.1. Primeiras edições

O segmento de revistas voltadas para o público feminino é bem diversificado no país, com dezenas de títulos focados nos interesses das mulheres, especialmente sobre o ramo de telenovelas, moda e celebridades. Entre elas está a *Contigo!*, criada em outubro de 1963 pela Editora Abril e que em seus 52 anos de existência já passou por diversas transformações¹¹. Durante a primeira década, a revista trazia fotonovelas em suas edições, com histórias recheadas de paixão e intriga, já nos anos 70 passou a cobrir o mundo da música, trazendo muito Roberto Carlos, Wanderléa e Jovem Guarda nas capas. No início dos anos 80 as celebridades se tornaram o foco e nos anos 90 veio a cobertura das telenovelas, que tomou praticamente toda a revista. As capas semanais traziam sempre os maiores destaques das novelas que estavam no ar (Anexo 7, pg v). Mas as celebridades também continuavam figurando nas páginas da revista.

Em 1993 surgiu a *Caras*, totalmente voltada para a cobertura do mundo dos famosos e a *Contigo!* ganhou uma concorrente. Para aumentar ainda mais essa competição, em 1998 a *Contigo!* resolveu se tornar uma revista mais classe A e menos vinculada ao assunto favorito da classe C, que eram as telenovelas. Ao mesmo tempo, a Editora Abril sabia que os telespectadores também tinham interesse em ler sobre as suas novelas favoritas e resolveu deslocar uma redatora da própria *Contigo!* para escrever uma revista só sobre as tramas, com preço de capa popular, que recebeu o título de *Minha Novela*. A revista foi lançada de surpresa, sem divulgação, e sua primeira edição

¹¹ Informação disponível em <http://contigo.uol.com.br/>. Último acesso em 26/02/2016

foi para as bancas no dia 6 de setembro de 1999 (Anexo 8, pg vi). Mesmo sendo lançada toda as semanas no mesmo dia em que a *Contigo!*, as duas revistas eram independentes. Jorge Luiz Brasil, editor-chefe da *Minha Novela* há 12 anos, conta sobre o início da revista¹²:

As primeiras edições traziam resumos dos capítulos das novelas que estavam no ar, colunas sobre as celebridades e fotonovelas com imagens enviadas pelos próprios artistas em uma seção chamada “Vida em Novela”. A publicação tinha 52 páginas e trazia sempre na capa um destaque da novela das 21h, como continua sendo até hoje. E tinha também uma coluna do Mauro Alencar chamada “Nossa Novela de Cada Dia”, em que ele fazia uma espécie de retrospectiva sobre alguma trama de muito sucesso no passado. Os leitores sempre gostaram muito desse tema, das matérias que resgatavam a memória de novelas antigas.

Pouco tempo após o seu lançamento, os editores da *Minha Novela* descobriram que, além da cobertura das tramas brasileiras, outro mercado estava crescendo no país: o público das novelas mexicanas. Em sua terceira edição, para fazer um teste, a revista chegou às bancas com uma chamada de *A Usurpadora*¹³ na capa (Anexo 9, pg vii), novela mexicana que estava sendo exibida pela primeira vez no país, pelo SBT. O sucesso foi enorme e os editores perceberam que o público da revista era muito diversificado, o que abriu outras possibilidades de cobertura para que eles seguissem fidelizando os leitores, como conta Jorge Luiz Brasil:

As novelas mexicanas tinham muito destaque na revista. Isso é, curiosamente, um fenômeno. As pessoas que começaram a assistir as novelas mexicanas passaram a comprar a *Minha Novela*. A redatora Tania Angarani, responsável pela publicação na época, investiu nisso, porque havia uma cobrança dos próprios leitores. Mesmo que as novelas da Globo dessem maior audiência, o telespectador das novelas mexicanas era mais barulhento e mais participativo. As audiências das tramas mexicanas, inclusive, chegavam a bater os números das novelas do horário das 18h da TV Globo. O sucesso foi tão grande que a *Minha Novela* abriu espaço para uma coluna chamada “Direto do México” (Anexo 10, pg viii), onde conta tudo sobre a intimidade dos artistas daquele país. Até hoje é uma das seções mais comentadas pelos leitores e alguns repórteres já chegaram a viajar para lá e fazer entrevistas com os astros mexicanos especialmente para a revista.

Hoje, quase 17 anos após o seu lançamento, a *Minha Novela* mantém muitas de suas características iniciais e segue apostando em reportagens que aproximem cada vez

¹² Em entrevista cedida à autora no dia 02/02/2016

¹³ Novela mexicana exibida originalmente pelo Canal de las Estrellas, da rede Televisa, em 1998. Conta a história de duas irmãs gêmeas – uma boa e outra má – que trocavam de lugar ao longo da novela, reencontrando-se no final. No Brasil, já foi reprisada oito vezes pelo SBT.

mais os leitores do mundo das telenovelas. Mesmo que a publicação mostre todos os bastidores das tramas, o objetivo da revista nunca foi dizer que as novelas são uma farsa. “O papel do jornalismo especializado é mostrar o que não está em cena, o que os telespectadores não viram ainda. Os jovens, por exemplo, adoram as matérias de memória, porque não assistiram aquelas cenas quando elas foram ao ar”, explica o editor-chefe da publicação.

Um dos artifícios usados pela revista em sua estreia para entender melhor a relação entre público e telenovela foi a criação de uma coluna fixa chamada “Minha Novela em Sua Casa”, que durou pelos primeiros anos. Toda semana um repórter ia até a casa de um leitor, que se oferecia para a reportagem, e assistia a um capítulo da trama das 21h junto com sua família, registrando todos os comentários e atitudes ao longo da exibição da novela. Tal estratégia, de se colocar no cotidiano dos telespectadores para tentar entender como eles recebiam e comentavam as telenovelas, encaixa-se na chamada *teoria da recepção*, que é a forma como a rotina e as condições de uma família influenciam diretamente na maneira como elas assistem e compreendem as mensagens emitidas por uma trama, como explica Maria Immacolata Vassalo de Lopes em seu livro sobre a relação entre famílias e novelas.

O cotidiano familiar é uma dimensão explorada analiticamente para mostrar como as práticas cotidianas relacionam-se à recepção da telenovela, conferindo-lhe novos sentidos ou influenciando na maneira que estes mesmos sentidos são lidos. Isto é, entendidos e apreendidos. Os diferentes *modos de ler* estão muito ligados às tradições, preocupações e expectativas da vida prática, que tentamos apreender através da cultura da família, nas suas expressões materiais e simbólicas e que traduzimos, seja em condições socioeconômicas e de habitação, seja em trajetórias e marcas da história da família. (LOPES, 2002, pg 72)

Após um tempo, por acharem que esse tipo de matéria estava se tornando redundante, já que as reações dos telespectadores se assemelhavam muito, a coluna passou a ser publicada somente no primeiro e no último capítulo de cada novela. Mesmo com o fim dessas reportagens após alguns anos, a experiência foi valiosa para que os editores da *Minha Novela* conhecessem melhor o seu público e pudessem apostar em reportagens que cativassem cada vez mais os leitores.

No início, a cobertura da revista foi muito voltada para as donas de casa e a publicação, além de reportagens sobre novelas e entrevistas com os atores, trazia

também páginas com palavras cruzadas, receitas de culinária e passo a passo de pontos de cruz. Tudo era feito para atingir desde as mulheres mais jovens até as mais veteranas. Mas o grande sucesso da *Minha Novela*, como conta Jorge Luiz Brasil, sempre foram as reportagens sobre os personagens e os famosos das telenovelas, que ultrapassaram barreiras e passaram a atrair não só as mulheres, mas também os telespectadores masculinos.

Essa idolatria pelo artista que está dentro da sua casa de forma gratuita, mexendo com suas emoções e da sua família todos os dias, interferindo inclusive nas relações familiares, sempre existiu. Antigamente, hora de novela não era hora de conversar, isso era feito no intervalo. Então os personagens se tornavam muito íntimos do público. Os atores não tinham nem tanto nome, eram os nomes dos personagens que sobressaíam, as pessoas comentavam sobre aqueles personagens como se eles fossem pessoas reais e como se suas atitudes também fizessem parte da realidade. Os telespectadores sentiam que essas pessoas já eram muito próximas a eles, mas necessitavam se tornar ainda mais, era preciso alguma coisa que saciasse essa curiosidade de saber o que essas celebridades faziam, onde moravam, de quem eram amigas, com quem se casavam, como era a relação com seus filhos. Por isso eles pediam uma revista que falasse sobre esses temas, queriam saber mais sobre os personagens que os atores e atrizes tinham na trama e também sobre a intimidade deles, em todos os níveis possíveis que a revista conseguisse alcançar.

Dessa forma, a *Minha Novela* começou a investir mais em reportagens de bate papo com atores e atrizes abordando sempre a trajetória e os trabalhos de cada um, mas também a sua intimidade, gostos pessoais e relações com família e amigos (Anexo 11, pg ix). As reportagens, combinadas diretamente com os famosos ou através de suas assessorias, vão sendo feitas ao longo de cada novela com os atores e publicadas de acordo com a importância dos personagens dentro da trama. Ou seja, as primeiras a serem lançadas sempre são as entrevistas com os protagonistas da história, já que, dessa forma, eles podem contar detalhes sobre os seus papéis e também sobre o início da trama, adiantando o que está por vir.

Atentos aos interesses do público, os responsáveis pela revista sabem também que, além das entrevistas pessoais, tudo o que ronda o mundo das atrizes e suas personagens, por exemplo, é uma grande fonte de atração. Por isso, toda semana, a revista traz uma matéria especial de moda e beleza sobre uma personagem que está no ar, mostrando os cortes de cabelo, a cor do esmalte, os sapatos, estilo de roupa e os acessórios que estão aparecendo na TV e sendo copiados na vida real. Entre todas as

novelas, a mais aguardada por leitores e editores e que sempre rende um maior número de pautas como essas, é sempre a do horário das 21h, que movimenta o conteúdo e também as vendas das revistas.

4.1 A influência do horário nobre

Independente das novelas mexicanas e também as do horário das 18h e das 19h exibidas pela TV Globo fazerem sucesso, são as histórias contadas na faixa das 21h pela mesma emissora que ganham as capas da *Minha Novela* toda semana e atraem o olhar curioso dos leitores. Por serem as mais comentadas, as telenovelas do horário nobre são também as que geram mais interesse e comprometem, positiva ou negativamente, o sucesso da revista, segundo Jorge Brasil¹⁴:

A *Minha Novela* sempre esteve atrelada às tramas das 21h. Quando uma novela dessas acabava, a venda das revistas caía muito, até que a sucessora decolasse. Em alguns desses períodos a *Minha Novela* acabava saindo desse metiê de tramas, focando em outras reportagens, como aquelas sobre o visual das famosas - e não das personagens - ou sobre os vencedores de reality shows, como o *Big Brother Brasil*¹⁵. Eram momentos pontuais em que a revista não tinha novela na capa. Nós fizemos uma edição sobre a beleza e o cabelo da Vera Fischer (Anexo 12, pg x), por exemplo, mas a recepção em casos como esses era péssima, o que mostrou que os leitores queriam mesmo era ver as novelas estampando as revistas.

Em todas as suas capas, a *Minha Novela* traz sempre uma novidade sobre o que vai acontecer na trama das 21h da TV Globo, sendo geralmente uma revelação bombástica e que pode alterar totalmente os rumos da história, com títulos chamativos que atraíam o olhar do leitor assim que ele ver a revista. Por não ter a possibilidade de assinatura, a *Minha Novela* depende exclusivamente do que vai para as bancas e outros pontos de venda, como supermercados, e é comprado pelos leitores. O processo de divulgação dos capítulos é feito de acordo com o que a emissora determina, mas para que se tenha um diferencial de outras revistas, os editores da *Minha Novela* contam com

¹⁴ Em entrevista à autora no dia 02/02/2016

¹⁵ Reality show que surgiu na Holanda em 1999 e foi exportado para dezenas de países. O programa consiste no confinamento de um grupo de pessoas por cerca de três meses em uma casa totalmente vigiada por câmeras, valendo um prêmio em dinheiro no final. O criador do reality, John de Mol, um executivo da TV holandesa, teve como inspiração a história contada por George Orwell em seu livro 1984, sobre uma sociedade totalmente controlada pelo Estado, que manipulava suas ações e até mesmo seus pensamentos, os vigiando através de câmeras espalhadas por todos os cantos da cidade. No Brasil, o Big Brother é um dos programas de maior sucesso da TV Globo e já chegou à sua 16ª edição.

a experiência na hora de divulgar os detalhes sobre cada telenovela. Toda sexta-feira a TV Globo envia um resumo oficial dos capítulos que irão ao ar nas semanas seguintes, com informações que não servem para a capa, porque são divulgadas também para as revistas concorrentes. A capa precisa trazer sempre um fato que demore a ser exibido, aumentando a validade da informação, e que também seja algo novo e curioso. “As novidades que estampam a capa podem vir de fontes de dentro da emissora ou até mesmo dos próprios autores, que já liberaram informações preciosas para nós”, explica o editor-chefe Jorge Brasil, que comenta também sobre o processo de apuração durante os capítulos finais da telenovela, quando as revistas especializadas estampam as últimas emoções das tramas das 21h.

No final da novela, se você não recebe os capítulos e também não consegue avançar através das apurações, você tem que fazer uma aposta, mas dentro da coerência. Depois de esgotar todas as possibilidades que acreditamos para os últimos capítulos, nós fazemos um estudo do desenrolar da trama. É uma pesquisa grande, que envolve até mesmo o estilo do autor. Em *Avenida Brasil*¹⁶ nós concluímos que a única forma de redenção da Carminha (Adriana Esteves) seria ela voltar para o lixão, porque analisamos o perfil do autor João Emanuel Carneiro e o que ele tinha feito em obras anteriores. A partir daí, tivemos a ideia de colocá-la na capa fantasiada de Mãe Lucinda (Vera Holtz), que era a líder do lixão, e foi exatamente isso o que aconteceu na trama (ANEXO 13, pg xi). Mas só acertamos porque fizemos essa pesquisa. A vivência, o dia a dia, a experiência e a pitadinha de sorte ajudam. Ou não. Os piores são os finais de quem matou, que podem não ser nada parecidos com o que a gente acredita.

Além das pesquisas feitas pela equipe, a primeira etapa para que o público confie nas revistas especializadas é que elas publiquem sempre a verdade. Mesmo que não seja aquela a história a ir ao ar, é importante que a aposta faça ao menos sentido. “Muitas revistas reclamam que as vendas caíram porque inventam as tramas. Fica nítido para o leitor que foi uma invenção, porque não tem uma coerência com o desenrolar da novela. E o leitor acredita que a revista sempre diz a verdade, ele se torna fiel àquilo”, comenta Jorge Brasil.

¹⁶ Telenovela exibida no horário das 21h pela TV Globo em 2013. Narrava a história de uma jovem que foi maltratada na infância por sua madrasta e abandonada em um lixão, mas que depois de muitos anos volta para se vingar. O último capítulo da trama chegou a ser noticiado no Jornal Nacional do dia 19/10/2012, quando o apresentador Heraldo Pereira revelou que as ruas das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo estavam desertas porque todas as pessoas estavam esperando para assistir aos últimos momentos da trama. Nesse mesmo dia, o *Globo Repórter* exibiu um programa inteiro sobre a novela e o sucesso que ela fez entre os brasileiros.

Muitas vezes a relação dos autores das telenovelas com a imprensa também determina o sucesso ou o fracasso de uma determinada publicação. Se alguma informação importante e confidencial vai parar nas mãos dos jornalistas e estampa as capas das revistas, os autores podem alterar os rumos da trama, contrariando aquilo que foi publicado. A relação faz parte do jogo e, por ser uma obra aberta, os editores sabem que há uma liberdade para que autores façam as mudanças de acordo com os seus interesses. Os prejuízos, em casos como esse, podem abalar a credibilidade das revistas. Se for algo recorrente, em que diversas vezes os leitores comprem as revistas nas bancas e as informações divulgadas nunca correspondam à realidade das telenovelas, as publicações podem ver seu número de vendas desmoronar. Por isso, é preciso ter atenção com o tipo de informação coletada, independentemente de sua fonte, para saber se ela realmente tem fundamento ou é frágil a ponto de ser alterada pelos escritores sem que a trama sofra grandes modificações.

Alguns autores, por outro lado, usam as revistas especializadas como uma vitrine de suas telenovelas, apesar dos *spoilers*¹⁷. O fato das cenas serem divulgadas antecipadamente pela imprensa pode reduzir os efeitos de surpresa da trama, mas também amplia sua audiência, já que o público não se limita a apenas ler sobre o que vai acontecer na novela, mas precisa assistir para ter certeza do que foi noticiado. E quando as revistas divulgam o dia e a hora em que aquela determinada cena será exibida, as chances dos leitores pararem para assistir à novela e se certificarem da veracidade daquela informação se torna ainda maior. Mesmo com o hábito da leitura das revistas, o brasileiro é muito ligado à visão e por isso busca esse complemento, de ler sobre o que vai ser transmitido e parar para assistir às cenas.

Além de uma informação errada ou que seja alterada pelo autor, tirando momentaneamente a credibilidade das revistas, outro ponto que pode abalar a vendagem das publicações são as audiências das novelas do horário nobre. Quando o índice das novelas nesse horário não é positivo, editores e redatores das publicações precisam ter um plano B para que os leitores continuem comprando as edições toda semana e eles não sofram tanto as consequências de uma novela com baixos índices. O editor-chefe da *Minha Novela* explica como acontece o processo em casos como esse:

¹⁷ Termo usado para definir revelações de fatos importantes da história de filmes, novelas ou livros antes de serem exibidas para o público.

Se a novela das 21h tiver uma audiência baixa, as vendas caem. Mas se tiver algum tema além do central que esteja chamando a atenção do público, a gente consegue até dar uma mexida e escapar disso, tendo outros assuntos que possam virar capa, como um suspense, um mistério. Mas se for ao contrário, o fracasso é total, porque se a novela das 21h não render capa, prejudica tudo. No entanto, a audiência da novela das 21h já não é tão diferente das outras. O índice já não chega aos 60 pontos, atinge os 40, assim como a novela das 19h. Então temos a possibilidade de usar as melhores tramas na capa. Geralmente elas acabam ficando na novela das 21h mesmo, por serem novelas muito polêmicas e mais fortes, que acabam rendendo mais capas. Mas hoje em dia também dá para colocar uma novela das 19h como a chamada principal da revista, há uma democratização maior em função das audiências mais niveladas. Para o autor isso ótimo e para nós também, porque não há mais uma rigidez. As novelas das 18h e 19h passaram a ganhar mais destaque nas edições. *Além do Tempo*¹⁸ foi campeã de aceitação popular, as capas vendiam muito e era uma novela das 18h.

4.2 O futuro da revista

Para seguir fazendo sucesso na cobertura das tramas, a *Minha Novela* aposta em uma conexão cada vez maior com os leitores e acredita que é através de um canal de comunicação, onde o público se vê representado, que a publicação continuará mantendo a fidelidade de seus compradores. Quando chegou na redação da revista no ano de 2002, Jorge Luiz Brasil era apenas redator, mas em dois anos se tornou editor-chefe e fez uma das primeiras mudanças nessa relação com os leitores: passou a responder as cartas que eram enviadas por eles toda semana para a redação.

O fato do leitor escrever uma carta e não ter resposta prejudicava essa conexão. Eles enviavam as suas opiniões, mas não tinham resposta. Quando eu entrei na revista, passei a responder essas cartas, porque via que isso também fidelizava o público. É bom o leitor saber com quem está conversando, isso criou uma nova relação, aumentou a confiança deles na revista. É um canal de contato muito importante. Quando a gente comete algum erro na revista, por exemplo, esse é o meio de conseguir explicar isso aos leitores. E eles entendem.

Atualmente, a revista conta ainda com perfis em redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, por onde também recebe as opiniões dos leitores diariamente e que, após selecionadas, são publicadas em todas as edições, com os comentários do editor-chefe. As mídias sociais, inclusive, servem de divulgação para a revista, que busca criar uma intimidade com os usuários da rede e não uma competição entre a

¹⁸ Novela exibida de julho de 2015 a janeiro de 2016 pela TV Globo, no horário das 18h, e que contava a história de um casal que se reencontra 150 anos depois, em outra vida, e luta contra todos os preconceitos e adversidades para permanecer junto.

internet e o meio impresso. É por esses canais também que o editor-chefe e os repórteres da revista, que se dividem entre Rio de Janeiro e São Paulo, ficam sabendo sobre o que o público quer ver nas edições, além das entrevistas com os astros da televisão. Os leitores também podem, toda semana, enviar perguntas para os autores das tramas da TV Globo, que são enviadas para a assessoria da emissora e respondidas diretamente pelos próprios autores e publicadas a cada edição. Outra mudança importante foi quem além do envio de cartas e mensagens que são respondidas, os leitores puderam também participar das reportagens feitas pelos repórteres da revista, como conta Jorge Luiz Brasil:

Por fazerem muito sucesso, as reportagens de memória, que falam sobre tramas antigas, sempre atraíram o interesse do leitor. Uma das nossas seções de mais sucesso se chama “Minha Novela Inesquecível é...” e antigamente os atores é que nos falavam sobre alguma trama marcante em suas vidas, para que a nossa equipe fizesse uma pesquisa com todos os detalhes daquela novela e a reportagem fosse publicada. Mas os leitores também mandavam muitas opiniões sobre suas tramas prediletas do passado. Então começamos a fazer essa coluna também com os títulos de novelas que eles nos enviavam e isso fez toda a diferença, porque eles se sentiram ainda mais por dentro da revista. Eu sempre penso em uma maneira de trazer os leitores para perto da nossa publicação, afinal, é por eles que estamos aqui, trabalhando todos os dias para colocar uma revista nova a cada semana nas ruas.

Outro ponto destacado pelo editor-chefe da revista é que, ao ler sobre telenovela, um assunto tão comentado na sociedade por pessoas de classes sociais distintas, o leitor acaba se tornando uma fonte de conhecimento. Ao ter acesso a informações importantes sobre o assunto, como sobre o que vai acontecer na trama, o que aconteceu nos bastidores durante a gravação de uma determinada cena, que atores estão fazendo mais sucesso entre o público, quais são as próximas telenovelas que irão estrear na TV, os leitores das revistas especializadas conseguem transitar por diferentes meios sociais ao falar sobre um assunto que gera interesse em grande parte da população.

Uma das características mais fortes da Minha Novela é que a revista transforma a pessoa que a lê em uma fonte de poder, porque a telenovela é um assunto que domina, então se você lê sobre esse assunto, você vira uma referência. É um tema muito comentado na sociedade. O leitor se torna uma referência no seu nicho, e também fora dele, por ser uma pessoa que entende de novela. As pessoas não comentam só sobre violência e a corrupção no mundo da política. Esses assuntos são essenciais, é preciso saber sobre eles também, mas isso não exclui as telenovelas da roda de debates. Pelo contrário. Ao assistir às tramas, as pessoas buscam uma semelhança com a realidade, mas elas também querem sonhar, querem ver fantasia na tela de

TV. E isso gera comentários e rodas de conversa depois. Quem gosta de telenovela e acaba perdendo um capítulo ou outro, com certeza vai em busca de quem também saiba sobre o assunto para ficar por dentro do que aconteceu. Os leitores da revista detêm esse poder de informação.

Sobre o futuro da *Minha Novela*, Jorge Brasil acredita que a revista está bem longe do fim, assim como o jornalismo especializado em telenovelas, já que também não há uma previsão para que as novelas deixem de existir. O editor-chefe garante que o número de vendas da publicação, apesar das oscilações de audiência das tramas nos últimos tempos – algumas que, segundo ele, foram inclusive totalmente rejeitadas pelos telespectadores – continua sendo bastante positiva e as pessoas não deixam de acompanhar as novidades sobre o mundo das telenovelas. Ler sobre esse tipo de conteúdo tornou-se tão presente na vida dos brasileiros quanto o ato de parar todos os dias para assistir aos capítulos de cada novela. Além disso, as revistas especializadas são mantidas por assuntos que, assim como as telenovelas, estão se renovando na sociedade, como moda, intimidade de pessoas famosas e memórias da televisão, que vão sendo construídas e registradas a cada dia.

Se o jornalismo especializado depende das tramas, as novelas e os autores também dependem desse tipo de cobertura para se manterem ativos e conquistando o público. Dessa forma, o caminho para as duas mídias promete ser muito longo e elas devem continuar seguindo lado a lado, de acordo com os interesses do público, das emissoras e recepção dos temas propostos a cada nova obra pelos autores das tramas. Jorge Luiz Brasil acredita na continuidade de sua revista, assim como na do jornalismo em geral, especialmente o que aborda as telenovelas no país. Para ele, as histórias que podem – e devem – continuar sendo abordadas pelas tramas são inesgotáveis e os autores devem continuar se valendo disso cada vez mais. Pelo lado do jornalismo especializado, ele garante que essa ferramenta também continuará sendo útil, pois com uma infinidade de assuntos a serem debatidos, as pautas continuarão aparecendo e as revisas seguirão atendendo aos interesses dos leitores.

Enquanto tiver novela vai ter paixão, ódio e vai continuar tendo revista também. O brasileiro é apegado ao papel, mesmo com a internet. O desinteresse do público pelas telenovelas não existe e as pessoas gostam de colecionar revistas. Pode ser até que esse mercado acabe algum dia, mas eu não consigo enxergar isso. As novelas dependem da imprensa para vendê-las, para mostrar as ideias que elas querem expor. Enquanto houver novela e público, a revista especializada também vai existir. E os temas importantes vão continuar sendo debatidos e gerando ainda mais repercussão. O fato de

algumas pessoas rejeitarem os gays ou os negros com papéis de destaque nas telenovelas é um retrocesso, uma questão cultural que precisa ser modificada. Por mais que se tenha liberdade hoje, as pessoas estão hipócritas. O que é família tradicional brasileira? Eu não sei, eu conheço a minha. Será mesmo que existe tanta tradição assim entre os brasileiros? As telenovelas vão seguir quebrando esses tabus e o jornalismo especializado vai seguir atrás, dando eco a esse tipo de debate.

5 - CONCLUSÃO

A telenovela é, inegavelmente, um fenômeno de sucesso no Brasil, que atinge milhões de pessoas diariamente com suas mensagens e discursos, penetrando todas as classes sociais e levando entretenimento para os telespectadores. Além disso, elas também são importantes produtos de exportação brasileira e levam a cultura nacional para outros lugares, abrindo as portas do mercado internacional para as obras produzidas no país e geram um mercado de trabalho no país que acolhe autores, produtores, diretores e tantos outros profissionais de destaque e talento no âmbito nacional. Apesar de tantos pontos positivos, ainda há muito preconceito rondando o mundo das telenovelas, principalmente de pessoas tecem críticas ao gênero televisivo ao considerá-lo fútil e sem utilidade para os brasileiros. No entanto, as telenovelas vem provando, a cada nova obra, a sua capacidade de criar vínculos com a população ao tratar de temas contemporâneos e necessários, promovendo debates e reflexões diárias nos telespectadores sobre o seu próprio comportamento e do meio em que vivem.

Mas há também, em tais debates, um lado desfavorável para a indústria televisiva. Apesar de ampliarem o poder de alcance das telenovelas, que se transformam em tema de conversa nas rodas sociais de diversos grupos, eles nem sempre ajudam a aumentar os números de audiência. Temas como o beijo gay, por exemplo, que estão ganhando um espaço cada vez maior nas novelas atuais, atraem também comentários negativos daqueles que ainda não conseguiram compreender esses assuntos tão presentes na sociedade e que precisam de cada vez mais exposição para que sejam tratados da melhor forma possível, ou seja, com naturalidade. Sem as amarras da censura, como aconteceu no passado, as telenovelas seguem se aproximando das temáticas do cotidiano e já não se limitam mais à função de entretenimento, investindo sempre em campanhas sociais e assuntos polêmicos, com a divulgação de informações de utilidade pública.

Ao tocar nas “feridas” da sociedade, principalmente no preconceito, os autores sabem que podem sofrer consequências diretas no número de telespectadores de suas obras, mas também acreditam que, dessa forma, estão contribuindo para uma sociedade cada vez mais instruída. Além disso, a concorrência entre as emissoras é outro ponto

que funciona como uma ferramenta de dispersão do público, porque faz com que os telespectadores tenham diferentes programas à sua disposição, principalmente em relação aos canais de TV fechada, e nem sempre fiquem tão conectados às telenovelas.

Quem também acaba fazendo parte dessa oscilação de audiência é o jornalismo especializado na cobertura das telenovelas. Jornais, revistas e sites ou blogs que tenham como foco principal as tramas brasileiras, também dependem do sucesso das histórias para continuar fidelizando o seu público e crescendo no mercado. Afinal, mesmo quando não trabalham juntas, as duas mídias seguem com o mesmo objetivo de atrair a atenção dos telespectadores e usam de todos os artifícios para continuar gerando temas e reportagens que possam beneficiar os dois campos. Ao espetacularizar temas sociais, a telenovela passa a estampar as páginas dos jornais, mas, além desses assuntos polêmicos e vinculados à realidade serem de interesse comum entre jornalismo e novelas, há outros pontos – estes sim mais ligados ao entretenimento – que também seguem alimentando ambas as partes.

Enquanto as emissoras de TV e a própria internet continuarem incentivando a curiosidade pela vida alheia, especialmente a das celebridades que estão nas telenovelas, a demanda por histórias pessoais dos famosos seguirá sendo atendida pela imprensa. O jornalismo popular garante a sua sobrevivência dia a dia ao oferecer aos leitores reportagens ancoradas nas telenovelas, fazendo com que eles não sejam apenas meros observadores, mas que saiam do lado de fora da televisão e possam, através da leitura, tornar-se parte da ficção. Há casos em que a novela da TV estimula a imprensa a tratar dos assuntos abordados em cena e outros em que o que se passa na ficção gera o interesse para os discursos de atores e atrizes, que serão entrevistados pelos repórteres dos folhetins. De uma forma ou outra, os dois campos de comunicação seguem conectados, com o objetivo de conquistar o público.

A imprensa também permanecerá fazendo a sua parte e atuando lado a lado com a ficção enquanto as histórias continuarem sendo contadas através das telenovelas. O importante é que, tanto novelas quanto jornalismo, sigam quebrando tabus e criando debates importantes na sociedade, gerando vez mais conhecimento, discussões e análises sobre temas importantes para os brasileiros. Ainda que passe por um processo de divisão entre não ameaçar o conservadorismo de uma parcela da população, para não ameaçar a sua audiência diante do público, e, ao mesmo tempo, optar por conteúdos de

renovação, que façam com que ela use todo o seu poder intelectual e modernizador, a telenovela segue seu papel de entreter e informar, sempre se adaptando à recepção por parte dos telespectadores.

Enquanto a realidade gerar temas para as novelas e a inspiração dos autores para a criação das tramas também não for esgotada, as novelas e o jornalismo continuarão existindo e se relacionando. Afinal, o que continua definindo os dois profissionais, autores e jornalistas, é serem contadores de histórias, independente das circunstâncias. E enquanto houver um público interessado na história de vida de outras pessoas e que acolha e sustente diariamente as telenovelas, apesar da resistência de alguns, elas continuarão existindo e o jornalismo seguirá partilhando desses conteúdos e gerando novos campos para essa contação de histórias.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Mauro. **O Brasil ligando na Globo: A telenovela muda de canal.** 1996. 131 f. Tese (Doutorado) - Curso de Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

_____. **A Hollywood brasileira: panorama da telenovela no Brasil.** Rio de Janeiro: Senac, 2002

AUTORES: histórias da teledramaturgia, livro 1. São Paulo: Globo, 2008.

ARRUDA, Lilian. **Entre tramas, rendas e fuxicos.** São Paulo: Globo, 2007.

BASTOS, Maria de Fátima. **A notícia faz a cena: noticiário jornalístico e telenovela brasileira.** Tese (Doutorado) – Escola de Teatro e Escola de Dança, Universidade Federal da Bahia, 2010.

BORELLI, Silvia Helena Simões. **Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas.** São Paulo em Perspectiva, São Paulo, p.29-36, 2001.

CLEMENTE, Andrea. **Merchandising social: a caixa de Pandora da telenovela brasileira.** Social merchandising: the Pandora box of Brazilian soap operas *in* Comunicação e Inovação, São Caetano do Sul, v. 11, n. 20, 2010

ECO, Umberto. **Obra Aberta.** São Paulo: Perspectiva, 1968

FERNANDES, Ismael. **Memória da telenovela brasileira.** São Paulo: Proposta Editorial, 1982.

HAMBURGUER, Esther. **Telenovelas e interpretações do Brasil.** Lua Nova, São Paulo, n. 82, p.61-86, 2011.

LOPES, Maria Imacolata Vassalo de. **Ficção Televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo, 2009.

LOPES, Maria Imacolata Vassalo de; RESENDE, Vera da Rocha; BORELLI, Silvia Helena Simões. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, ficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.

MARQUES DE MELO, José. **Telenovela: de Gata Borralheira a Cinderela Midiática**. <http://www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt21/21m01.PDF>. Acesso em 15 de janeiro de 2016.

OGURI, Lúcia Maria Bittencourt; CHAUVEL, Maria Agnes; SUAREZ, Maribel Carvalho. **O processo de criação das telenovelas**, RAE, São Paulo, v. 49, n. 1, p.38-48, jan. 2009.

OVIDIO, Daniel Arthur. **Telenovela e Imprensa: quando o jornalismo investiga a ficção**. Minas Gerais: 9º Encontro Nacional de História da Mídia Ufop - Ouro Preto, 2013.

ROCHA, Marlúcia Mendes. **Telenovela: técnicas de criação do popular e do massivo**. 2009. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

SOUZA, Maria Carmen Jacob de. O papel das redes de televisão na construção do lugar do autor nas telenovelas brasileiras: notas metodológicas. In: BARRETO, Rodrigo Ribeiro; SOUZA, Maria Carmen Jacob de. **Bourdieu e os estudos de mídia: campo, trajetória e autoria**. Salvador: Edufba, p. 13-40, 2014.

TÁVOLA, Artur da. **A Telenovela Brasileira**. Rio de Janeiro: Globo Livros, 1996.

THOMÉ, Cláudia. **Jornalismo e Ficção: A telenovela pautando a imprensa**. Tese (Mestrado) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005.

Aprovada a nova aposentadoria

Os deputados federais aprovaram a Reforma da Previdência (358 votos a favor e 126 contra). Veja o que muda ● Inativos que recebem até R\$ 1.200 ficam isentos de contribuição de 11% ● A pensão integral será de R\$ 2.400 (com redução de 50% sobre o que exceder esse limite) ● O salário máximo de juizes estaduais será de 85% do que ganham os do STF ● Haverá fundos públicos de previdência com contribuição fixa. **PÁGINA 12**



Fernanda morreu

■ O Leblon viveu ontem, seu dia de Hollywood. Um público estimado em 500 pessoas se surpreendeu com a superprodução montada para gravar a cena em que Fernanda, personagem de Vanessa Gerbelli (foto maior), morre

atingida por uma bala perdida. A cena irá ao ar sábado em "Mulheres apaixonadas", mas será regravada porque foi prejudicada pelo flash de um fotógrafo. Teo (Tony Ramos) será ferido na cabeça, mas não morrerá. **PÁGINA 3**



MOTOR EXTRA



Fiat lançará minivan no Brasil

■ O novo modelo, que estará nas revendas até 2005, será parecido com a Ulysse, lançada na Europa. A minivan brasileira terá sete lugares e motor 1.8.

8.240
OFERTAS
N ESTA
EDICÃO

EXECUÇÃO NA AVENIDA BRASIL

Assassinado o diretor de Bangu 3

O diretor de Bangu 3, Abel Silvério, foi executado com tiros de fuzil, em seu Corsa, ontem à noite, na Avenida Brasil. Os matadores estavam num Tempa e num Vectra. Há 12 dias, foi morto o chefe da segurança de Bangu, Paulo Rocha, e, há oito, Marinho VP em Bangu 3. **PÁGINA 10**



DOMINGO

- UM CURSO PRÁTICO, RÁPIDO E FÁCIL PARA TODA A FAMÍLIA.
- LIVROS ILUSTRADOS, EXERCÍCIOS COM RESPOSTAS, EXPLICAÇÕES EM PORTUGUÊS, CDS PARA TREINAR SUA PRONÚNCIA E MÍNIDICIONÁRIO AO FINAL DE CADA LIVRO.

30 SELOS = 1º LIVRO + 1º CD GRÁTIS

AJUDA DE UM
PROFESSOR PARA TIRAR
DÚVIDAS POR TELEFONE
E INTERNET.

PF apreende
uma tonelada
de maconha

■ A Polícia Federal apreendeu na Via Dutra uma tonelada de maconha escondida no fundo falso de um caminhão. O traficante Wesley dos Santos, o Gordo, do Jacarezinho, foi preso quando recebia a droga num posto de gasolina no Jardim América. **PÁGINA 3**

Tráfego ataca patrulha e mata PM

■ Uma patrulha do Batalhão de Vias Especiais com três PMs foi fuzilada por traficantes, na noite de segunda-feira, em Acari. Um sargento morreu. A Secretaria de Segurança fará mudanças no patrulhamento para dar mais segurança aos policiais.

LÍDER

EXTRA

Combate em Bagdá pode ter custado 3 mil soldados

O JORNAL MAIS LIDO DO BRASIL

FONTE: MARPLAN

Imposto cai e carro fica mais barato

■ O governo reduziu em 3% o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) dos carros com motor até 2.0. Com isso — numa si-

mulação feita por um analista de mercado — o preço do Celta 1.0, que é de R\$ 18.196, cairá para R\$ 17.695. **PÁGINA 12**

HOJE

132 PÁGINAS
1º caderno..... 14 PÁGS
Jogo Extra 12 PÁGS
Sessão Extra ... 16 PÁGS
Motor Extra 80 PÁGS
Classificados... 10 PÁGS

Não podem ser vendidos separadamente

Multas no Rio poderão ser canceladas

■ O Ministério Público quer que a prefeitura devolva aos motoristas o dinheiro de multas aplicadas no Rio desde 1998. **PÁGINA 5**

PAULO COELHO

**A lenda da bela mulher
que vivia num lago**
SESSÃO EXTRA

ANTONIO CARLOS

Suzana Vieira não gosta de ver cena de traição

JOÃO AREOSA

Que bela vitória a do basquete sobre os EUA

JOGO EXTRA



MARCELINHO brinca com Régis no treino do Vasco

Vasco e Fluminense lutam pela reabilitação

■ **Marcelinho** pediu perdão a Edmundo e o Vasco enfrenta o Goiás hoje, às 21h40m, no Serra Dourada, em clima de paz. No Castelhão, o Fluminense pega o Fortaleza às 20h30m.

Brasil leva o ouro no atletismo

Ginástica ganha sete medalhas

EXTRA



INFORMAÇÃO

RIO DE JANEIRO, SEXTA-FEIRA, 8 DE JULHO DE 2011 • ANO XIV • NÚMERO 5.431

extraonline.com.br

RETRATOS DA VIDA



A vida de Lídia Brondi longe das câmeras de TV

■ A reprise da novela "Vale tudo", de 1988, fez muita gente relembrar a ex-atriz Lídia Brondi, que faz a jornalista Solange na trama. Afastada da TV desde 1991, Lídia formou-se em Psicologia e, hoje, aos 52 anos, atende vítimas de violência urbana.

Camila Pitanga acaba com o casamento de dez anos



PÁGINA 8

"VALE TUDO": Lídia fez par com seu marido, Cássio Gabus

Beltrame, finalmente, admite que a polícia errou no Caso Juan

Secretário, que chegou a elogiar a atuação de seus subordinados, agora fala em punir responsáveis por equívocos na investigação. **PÁGINAS 3 A 5**

CLÉLIO JACOB

ALEMÃO PELOS ARES



■ A presidente Dilma Rousseff inaugurou o teleférico do Complexo do Alemão, ao lado de Cabral e Paes. Os moradores terão direito a duas passagens gratuitas por dia. **PÁGINA 7**



POLICIAIS MONTARAM vigília no Cemitério de Nova Iguaçu, ontem à noite, para que o enterro de Juan fosse realizado

Carros rebocados eram vendidos no pátio da prefeitura

Esquema contava com funcionários terceirizados, e lesou os cofres do município em R\$ 1 milhão. **PÁGINA 10**

Deslizamento mata dois em São Paulo

PÁGINA 9

Jovem vendia maconha no play do próprio prédio

PÁGINA 10



JOGO EXTRA

Cesar Cielo perto de uma suspensão de dois anos

■ Um ex-árbitro do Tribunal Arbitral do Esporte, onde o caso de doping de Cesar Cielo será julgado, classifica como crítica a situação do nadador brasileiro campeão olímpico e mundial.

REVISTA GRÁTIS



HOJE

54 PÁGINAS
1º caderno 14 PÁGS.
Jogo Extra 12 PÁGS.
Diversão 24 PÁGS.
Classificados 4 PÁGS.

Não podem ser vendidos separadamente

DE CLASSIFICADOS E O MOTOR EXTRA. CIRCULAR APENAS NO RIO E GRANDE RIO

PRIMEIRA EDIÇÃO

ANEXO 4



ANEXO 5



ANEXO 6



QUINZENAL — N.º 267 — Cr\$ 14,00

contigo

**JOHN TRAVOLTA
EM UM POSTER DUPLO!**

**DANCIN' DAYS
URGENTE**

**JÚLIA E CACÁ
MARCAM
CASAMENTO!**

**NEIDE CAI
NA ARMADILHA
DE JOFRE!**

**ESPECIAL:
AS LETRAS DO
NOVO LP DO REI
ROBERTO CARLOS**

**A SUCESSORA:
VEJA POR QUE
A IDÉIA DE TER
UM FILHO APAVORA
ROBERTO!**

**SAIBA POR QUE
ARLETE SALLES
NÃO QUER CASAR
OUTRA VEZ!**

**A MULHER BIÔNICA:
O DRAMA DE UMA
ATRIZ FAMOSA
QUE NÃO É FELIZ NO
CASAMENTO!**

EDITORA
ABRIL

DESCONSTANTE PARA MENORES DE 16 ANOS

Manaus, Santarém, Boa Vista, Altamira, Macapá, Rio Branco, Porto Velho, Jiparanã (via aérea) - Cr\$ 19,00/Portugal 30\$00 — 0114

SEMANAL

minha novela

de R\$ 2,90 por R\$ 1,70

Abril

O FINAL DE SUAVE VENENO

Waldomiro se casa com Lavínia e tem dois filhos

Marcelo invoca o demônio e some no fogo

R\$ 1,70
6/Setembro/99
12519/1

ISSN 1517-0179

9 1771517 017003

Maria Regina NO HOSPÍCIO

Sen. sacio nal!

- UÁLBER ENCONTRA NOVO AMOR
- MARINA TERMINA POBRE E FELIZ
- NANA FICA COM GATO E ALCESTE

ANDANDO NAS NUENS

JÚLIA DESCOBRE QUE É FILHA DE SAN MARINO

A USURPADORA

Paulina toma a fábrica dos Bracho

NA COLUNA DO GUGU
Xuxa paparica novo hóspede na Casa Rosa



minha novela

SEMANAL

de R\$ 2,90 por R\$ 1,70

Abril

Fotonovela
verdade com
a vida de
RODRIGO FARO

FORÇA DE UM DESEJO
DOENÇA
DE SOBRAL
É UMA FARSA

ANDANDO NAS NUENS
ÁLVARO TRAI
SAN MARINO

0003
1557-0179
9 771517 017003
R\$ 1,70
20/setembro/99
12519/1

A Usurpadora Paulina é INOCENTADA

Fernando Colunga
procura a
mulher ideal

TERRA NOSTRA
Abandonada, Juliana espera
um filho de Matheu



DIRETO DO MÉXICO

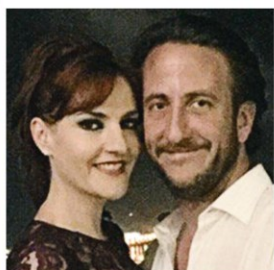
X-TUDO

por THOMAZ ROCHA thomaz.rocha@editoracaras.com.br

MULHER VORAZ

Dona de um corpo escultural, aos 44 anos, **Thalia** está melhor do que nunca. Não é à toa que é considerada uma das mulheres mais lindas do mundo. Em uma entrevista para o programa *Despierta América*, a diva criou polêmica ao dar uma resposta ousada. A bela brincou sobre sua fonte da juventude: “até 50 orgasmos em uma noite”. Mais tarde, ao perceber o furor que causou nas redes sociais, a cantora e atriz esclareceu sobre o ocorrido com bom humor.

O ASSUNTO É...



CASAMENTO FELIZ

Chantal Andere está prestes a completar sete anos de casamento com **Enrique Rivero Lake**. Segundo a diva, o casal não vai festejar a data devido às gravações finais de *Antes Muerta que Lichita*, trama em que interpreta a poderosa Sandra. Chantal não escondeu seu amor ao marido e afirmou que, depois de tantos anos, eles se gostam ainda mais. “O segredo para uma relação duradoura é o amor”, afirma.

QUENTÍSSIMAS



VIRA-FOLHA

Ricky Martin afirmou que, embora seja homossexual, também transa com mulheres. O astro deixou claro que sair com pessoas do sexo oposto não faz dele um bissexual. “Estou contra rótulos. Somos humanos com necessidades afetivas e sexuais”, falou.

BÊBADA, EU?

Durante o programa *Hoy*, **Itatí Cantoral**, a eterna Soraya, de *Maria do Bairro*, apareceu descontrolada. Nas redes sociais, muita gente afirmou que a diva estava bêbada. Também teve quem a defendesse, dizendo que ela estava brincando. Tá bom!



FORÇA NA GUERRA!

Lutando contra um câncer de mama desde abril de 2014, **Lorena Meritano** marcou a cirurgia para extrair a mama esquerda. Vale lembrar que a atriz já tirou o seio direito no ano passado. Lorena ainda vai retirar os ovários e as trompas para prevenir o avanço da doença.

VOCÊ SABIA?

O filme *The Railroad*, produzido por **JORGE ALBERTI**, está concorrendo a cinco categorias no Festival de Cinema de Miami. As indicações são Melhor Curta-Metragem e Melhor diretor, entre outros.

www.minhanovela.com.br • 29

VIDA DE ARTISTA

AVENIDA BRASIL

por HELOIZA GOMES helioiza.gomes@abril.com.br

Moda feminina a preço de banana. Se fica bem em mim, imagina em *tu*, que é um filé! Pode entrar que *tá* pechincha! Os mano *pira* na minissaia! Vestidinho pra pegar bofe magia!” Foi dizendo esse texto que Darkson, de *Avenida Brasil*, apareceu pela primeira vez vestido de mulher, no capítulo 99. E essa foi apenas uma das muitas peripécias do locutor da loja de Diógenes (Otávio Augusto) que chamaram a atenção do público e fizeram do personagem de José Loreto um dos destaques da trama de João Emanuel Carneiro. Para a alegria do ator, de 28 anos, que conversou, com exclusividade, com a MINHA NOVELA.

A passagem citada fez com que as brincadeiras nas ruas aumentassem. “Mas foi difícil, não dá para se equilibrar num salto. Ai, rolou o truque do tênis. Não tenho talento para travesti (*risos*)”, brinca. Mas José, mais uma vez, se saiu bem. E o público que o diga! “Está muito boa a recepção. Estão curtindo demais! Mais gratificante do que o salário é a galera estar empolgada com a nossa história”, diz o ator niteroiense, que, vira e mexe, é abordado por fãs querendo tirar fotos com ele. ➤

NOS BRAÇOS DA FAMA

José Loreto, o Darkson de *Avenida Brasil*, fala da repercussão do personagem nas ruas, do assédio da imprensa e rebate fofoca de que teria um caso com Débora Nascimento

FOTO: ERNANI D'ALMEIDA

WAGUINHO abandona o grupo OS MORENOS

19 Junho 2000
Ed. n° 42
12519M

minha novela

APENAS R\$ 1,70

JUNIOR
apresenta sua namorada

ISSN 1517-0179
0 771 817 017003

KASSANDRA
• A cigana se casa com Luiz David

A MENTIRA
• Virgínia é desmascarada

Vera Fischer
REVELA SEUS SEGREDOS DE BELEZA

THALIA
encanta o Brasil

GERSON BRENER
O ator está proibido de ver a filha

LAÇOS DE FAMÍLIA

EDU
cai nas garras de Cica

ESPLendor FIM

GUI
volta a falar
• ADELAIDE morre

UGA UGA
PIERINA
não perdoa **BALDOCHI**



minha novela

A MELHOR REVISTA DE NOVELAS DO BRASIL
www.minhanovela.com.br

APENAS R\$ 1,99

ABRIL

LADO A LADO
Albertinho descobre que é pai do filho de Isabel

CARROSSEL
Maria Joaquina é raptada

GIOVANNA LANCELLOTTI
A Lindinalva de Gabriela fala sobre seu namoro com Arthur Aguiar, de Rebelde

AVENIDA BRASIL

ÚLTIMOS CAPÍTULOS

CARMINHA VIRA A NOVA MÃE DO LIXÃO

LUCINDA MORRE PARA SALVAR A MEGERA, QUE DECIDE PAGAR SEUS PECADOS CUIDANDO DAS CRIANÇAS DO ATERRO SANITÁRIO

E MAIS!

Santiago é o assassino de Max

Tufão resgata seu amor por Monalisa

O lindo casamento de Nina e Jorginho

Muricy volta para os braços de Leleco

Ivana e Lúcio tornam-se amantes

RODRIGO FARO
explica por que não se incomoda de expor sua vida pessoal

REBELDE
ÚLTIMAS EMOÇÕES
Final feliz no amor e na carreira para os Rebeldes

GABRIELA
Gabriela volta a cozinhar para Nacib

GUERRA DOS SEXOS
Roberta e Felipe vão para a cadeia

Edição nº 684 • 12 de outubro de 2012
ISSN 1517-017-9 0 0 6 8 4 >
9 771517 017003

O FIM DA VILÃ!

DIA DAS CRIANÇAS
17 ideias de presentes para meninos e meninas