

“Cheias de charme”: um fenômeno de audiência e de crítica

Rondinele Aparecido RIBEIRO¹

Resumo

Inspirada nos romances folhetinescos e nascidos do rádio, a telenovela é o produto de ficção seriada de maior sucesso no país. De origem melodramática, o gênero alterou seu formato, abandonando a extensa carga de sentimentalidade. Nos últimos 40 anos, ganhou reconhecimento da crítica especializada como produto artístico e cultural. Na atualidade, pode-se falar que a novela pode ser vista como um agente propiciador acerca dos debates sobre a cultura e identidade brasileira. Um fenômeno que merece ser discutido na atualidade é a forma como os escritores têm construído o enredo das novelas. A partir dos anos 2000, pode-se falar, que a velha forma de “contar histórias” centradas numa única complexidade alterou-se. Tal alteração, em termos gerais, deve-se ao alastramento de novas mídias e a alteração comportamental do receptor, que acabam exigindo novos formatos. Assim, o artigo investiga as estratégias aplicadas no folhetim global “Cheias de Charme”. A trama, exibida pela Rede Globo no ano de 2012, no horário das 19:00 horas, além de obter audiência expressiva para o horário, é caracterizada pela crítica como uma novela revolucionária.

Palavras-chave: Telenovela. Ficção na Mídia. Melodrama. Identidades. Transmídia.

Resumen

Basadas en las novelas nacidas y la radio, la serie de televisión es el producto de la ficción de serie de mayor éxito en el país. Origen melodramática, el género cambió su formato, el abandono de la extensa carga de sentimentalismo. Durante los últimos 40 años, ha ganado el reconocimiento de la crítica como producto artístico y cultural. Hoy en día, se puede decir que la novela puede ser vista como un factor habilitador de los debates acerca de la cultura y la identidad brasileña. Un fenómeno que merece ser discutido hoy en día es cómo los escritores han construido la trama de las novelas. Desde los años 2000, se puede hablar de que la vieja manera de narrar hecho en un único complejidad cambió. Tal cambio, en general, se debe a la difusión de los nuevos medios y el cambio de comportamiento del receptor, que terminan requiriendo nuevos formatos. Así, el artículo investiga las estrategias aplicadas en la serie mundial "Lleno de encanto". La trama, transmitido por la Red Globo en 2012, en tiempos de las 19:00

¹ Graduado em Letras-Literatura pela UENP. E-mail : rondinele-ribeiro@bol.com.br.

horas, además de obter audiência significativa para la época, se caracteriza por la crítica como una novela revolucionaria.

Palabras clave: Telenovela. Ficción em los medios de comunicación. Melodrama. Identidades. Transmedia.

Introdução

Tornou-se um denominador comum nos estudos aplicados aos estudos de cultura asseverar que as mídias pautam o estreitar das relações humanas. Assim, a ideia de que dependemos das mídias para fins de entretenimento e comunicação balizam o início de postulações teóricas. Um dos teóricos que partilham dessa ideia é Roger Silverstone. O autor postula que é impossível escapar à presença da mídia. Para o teórico, o homem criou uma profunda dependência desse formato e já se torna quase impossível viver sem elas. Para ele, “nossa mídia é onipresente, diária, uma dimensão essencial de nossa experiência contemporânea” (SILVERSTONE, 2002, p.12). Ainda na concepção do autor:

Pois a mídia é, se nada mais, cotidiana, uma presença constante em nossa vida diária, enquanto ligamos e desligamos, indo de um espaço, de uma conexão midiática, para outro. Do rádio para o jornal, para o telefone. Da televisão para o aparelho de som, para a Internet" (SILVERSTONE, 2002, p. 20).

Douglas Kellner também nos apresenta constatações acerca da mídia. Para o autor, a mídia é uma forma dominante de cultura, que fornece material de identidade. “Há uma cultura veicula pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais (....)” (KELLNER, 2001, p.09).

Pode-se falar que a televisão, implantada no país por Francisco de Assis Chateaubriand, configura-se como o invento mais importante do século XX. Tal invento, reflexo de profundas alterações na sociedade, é responsável por definir novas formas de organização social. Muito se discutiu e se postulou acerca da televisão em seu início. Fruto de admiração por alguns e ódio por outros grupos, ela foi encarada como um grande paradoxo. A grande verdade é o que o advento da televisão promoveu rupturas de fronteiras jamais vistas. a televisão redimensionou a promoção de entretenimento

para a sociedade, notabilizando-se como veículo de comunicação que mais atinge os lares brasileiros, ditando regras, valores e formas de conduta.

Nas palavras de Rocco (1994, p. 55), “o veículo se tornou parte integrante, se não integradora, do cotidiano de todas as pessoas em praticamente todo o mundo”. Avalia-se, então, que a televisão é o veículo de comunicação mais presente na sociedade. Para Wolton (1996, p.16), ela é um laço social indispensável numa sociedade onde os indivíduos ficam frequentemente isolados e, às vezes, solitários.”

Na atualidade, a ascensão de novos modelos midiáticos como a mudança da plataforma analógica para a digital e o poder da internet coloca a televisão em uma situação de incerteza, lidando com a reconfiguração do comportamento do telespectador. É bom salientar que ele não perdeu a dependência de mídias para fins de entretenimento, mas sim passou a dispor de uma gama infindável de entretenimento, fazendo com que a televisão, busque uma reconfiguração. Na contramão, assim como aconteceu com o surgimento da televisão, há grupos que preconizam a extinção da televisão frente ao surgimento de novas mídias.

Pode-se falar que não ocorre a extinção de um formato, mas sim a relocação. Para a estudiosa Lúcia Santaella (2003), há seis eras culturais: a oral, a escrita, a impressa, a de massas, a de mídia e a digital. A autora preconiza que todos os formatos coexistirão, não havendo, portanto a suplantação de um formato, como preconizam os estudiosos mais emblemáticos. Ocorrerá, na verdade, o que autora denomina de sincronização de linguagens.

Eliminadas as falácias em torno da possível extinção da televisão, faz-se necessário tecer considerações acerca de seus vários programas e formatos. Para Arlindo Machado (2000, p. 84), os gêneros televisuais são sete: as formas fundadas no diálogo, as narrativas seriadas, o telejornal, as transmissões ao vivo, a poesia televisual, o videoclipe e outras formas musicais

1 Telenovela, produto de mídia mais consumido: surgimento e evolução

Não restam dúvidas que a telenovela é o produto ficcional mais promissor da televisão. “Seja em prol da beleza ou do lucro, hoje, no Brasil, a telenovela é o gênero

popular por excelência. Alienando ou emancipando, o produto evoluiu e transformou-se um curioso fenômeno cultural em nosso país” (ALENCAR, 2002, p.51).

Etimologicamente falando, o vocábulo “novela” deriva-se do italiano novela, da expressão latina novela. Na obra *Dramaturgia de televisão*, a estudiosa Renata Pallotini assevera:

Do sentido novo, a palavra derivou para o de enredado. Substantivando-se e adquirindo denotação especial, durante a Idade Média acabou significando enredo, entretrecho, vindo daí narrativa enovelada, trançada.

Durante algum tempo, palavra foi empregada no sentido de narrativa fabulosa, fantástica, inverossímil. Só no Romantismo, mercê da profunda metamorfose cultural desencadeada em toda parte, é que a palavra ‘novela’ ganhou a significação literária que possui atualmente (PALLOTINI apud ALENCAR, 2002, p.44).

Presentes no país desde a implantação da televisão, elas se fundamentam, em aspectos estruturais, ao melodrama. Gênero dramático originado na França no século VIII, o melodrama conseguia forte aceitação perante o público, o que propiciou o alastramento do drama romântico. Comenta Alencar (2002, p.49) que o melodrama é “um gênero em que os diálogos são entremeados de música. Humano, imaginoso e vivaz, cria intrias e paixões com habiulidade e requer uma completa identificação entre o espectador e personagem”.

Nas palavras de Orofino (2006, p.150), esse produto “é um formato industrial de ficção seriada, na qual o gênero dominante é o melodrama.” Tendo seu surgimento a partir das narrativas folhetinescas do século XIX, a telenovela corresponde a uma necessidade atávica do ser humano: o gosto pela narração. Sadek (2008, p.17) assevera que a telenovela pode ser incluída em umas das mais antigas tradições da espécie humana: a de contar e ouvir histórias. Desse modo, é lícito afirmar que “ela tem um passado significativo, que começa com a primeira narrativa.” (SADEK, 2008, p. 17).

Literariamente, a telenovela tem inspiração no romance folhetinesco. O grande responsável pelo gênero foi ÉmileGirardin, que iniciou a modalidade em 1836. Émile era editor do *Jornal La Presse* e desejava que o jornal fosse uma publicação mais popular. Seu projeto incluía tornar o jornal uma publicação diária, mas para isso era necessário conquistar leitores. Assim, os folhetins passaram a cumprir essa finalidade de

levar ao público o hábito de ler histórias seriadas. “Seriam histórias de amor e aventura no chamado estilo folhetim miscelânea, nas escola romântica e no melodrama do teatro popular” (ALENCAR, 2002, p.42).

No Brasil, além dos folhetins, as telenovelas sofreram influências das radionovelas, gênero surgido nos EUA no final do século XIX. Assim, a telenovela transportou do rádio tanto a técnica como autores, diretores e autores. Não se pode esquecer também da influência do melodrama latino-americano, que em muito ajudou a consolidar o gênero. Em sua origem, foi encarada como um produto menor por tratar de temas considerados óbvios. Assim, Orofino (2006, p.162) assevera que “odrama ficcional brasileiro e dos demais países latino-americanos, em especial, a telenovela, passa pelo rádio na década de 30, quando os Estados Unidos recebe o patrocínio das indústrias de sabão, ficando conhecido como soap ópera.”

Traçando uma retrospectiva do gênero em questão, percebe-se o quanto o formato evoluiu até se consolidar no produto de mídia mais consumido no país. A primeira telenovela exibida no país foi “Sua vida me pertence”. Exibida pela TV Tupi, o primeiro capítulo foi ao ar em 21 de dezembro de 1951. A obra em questão, é tida como a primeira novela brasileira. Sua exibição não era diária. O produto era exibido às terças e quintas, às 20 horas. Cada capítulo tinha 15 minutos de duração. Nessa fase inicial, o formato das produções era muito diferente daquele experimentado na atualidade, uma vez que nesse início, as histórias e os capítulos eram curtos e exibidos duas ou três vezes por semana. Tal situação só foi alterada com o advento do videoteipe, o que permitiu a revigoração do formato. Assim, deixaram de ser exibidas duas ou três vezes por semana para serem exibidas diariamente.

A primeira telenovela diária foi ao ar em 1963 e chamou-se “2-5499 ocupado”. Tratava-se de uma adaptação da telenovela argentina “0597 Dá Ocupado”. Como atores principais, a trama contou com Tarcísio Meira e Glória Menezes. A partir dela, o gênero adquiriu contornos, apelando ao emocional do telespectador. Em sua fase inicial, como já foi exposto, tais produções eram caracterizadas pela presença do melodramático e tinham como grande público alvo as mulheres, explorando o emocional e o sentimental.

A partir dos anos 60, contudo, tais produções perdem seu caráter melodramático e passam a agrupar na sua composição elementos de representação da realidade. A telenovela “Beto Rockfeller”, de Braulio Pedroso, exibida pela extinta TV Tupi, alterou

profundamente o cenário. A trama pode ser considerada revolucionária por empregar um protagonista anti-herói. A obra também foi responsável pela mudança de recepção, já que, em sua origem, tais produções eram destinadas às mulheres. “Beto Rockfeller”, então, foi responsável por seduzir o público masculino.

Já nos anos 70, a obra “O Bem-Amado” (1973), de Dias Gomes, marcou outra profunda alteração no mercado, haja vista ter sido a primeira telenovela colorida exibida pela Rede Globo. Nessa década, os enredos passaram a abordar temáticas subjacentes ao universo brasileiro. Foram incorporados às tramas um forte debate crítico acerca das condições sociais e históricas do país. Vale acrescentar ainda que foi nessa década que a Rede Globo passou a fixar seus horários bem como padronizou a duração das novelas e dos capítulos. Dessa forma, cada novela passa a ser construída de acordo com o público-alvo dividido por faixa etária, por horários e por temas.

Na década de 80, continuam a versar as características ora apresentadas de telenovelas que mantêm uma perspectiva crítica acerca da realidade brasileira. Motter (2004, p.255) explica esse sucesso, afirmando que a telenovela, na verdade, expressa os paradoxos da crônica por ser ao mesmo tempo útil e fútil, séria e frívola.

A partir dos anos 2000, tem-se observado uma gama de temas sendo retratados pela telenovela. A periferia, a traição, o drama familiar, o multiculturalismo e temáticas sociais e psicológicas são filões constantemente explorados, o que ajuda ainda mais a garantir ficção ao público, mas sem se tratar de meios inocentes de difusão de entretenimento.

2 Telenovela, Tecendo o formato e características em “Cheias de Charme”

Enquanto produto de mídia, a telenovela é o produto mais consumido e o que mais agrega valores à sociedade, sendo um corpus privilegiado na atualidade, baliza questões ligadas à formação de identidade. A grande verdade é que a novela passou a se constituir num precioso instrumento de integração nacional, representando papeis sociais, ligando a conquistas políticas, representando comportamentos, esclarecendo determinadas condutas, refletindo determinadas lutas de classes e de gêneros, criando hábitos de consumo, produzindo padrões e normas. Enfim, foi alçada ao posto de grande instrumento de integração nacional ou, como assevera, Lopes (2002) em um

amplo narrar acerca da nação da mesma forma em que se constitui em uma verdadeira forma de participação nessa sociedade imaginada.

Uma novela, como a que são assistidas hoje, apresentam um requinte de cenário, com locações e figurinos esplendorosos. O corpus narrativo se dá por meio de diálogos e as tramas são cada vez mais próximas da realidade de público, o que acaba conferindo a identificação com a novela e o interesse em acompanhá-las. Estruturalmente falando, comenta José Roberto Sadek (2008, p.47), que “as telenovelas sofreram mudanças e adaptações até chegarem ao formato com que se apresentam atualmente”. Para o estudioso, a novela apresenta uma estrutura extremamente complexa do que aparenta, não tendo relacionamento algum com o cinema.

Mauro Alencar comenta que a estrutura da telenovela atual é rígida, baseando-se em 45 minutos de ação. Nas palavras do autor: “uma telenovela no Brasil chega a ter quarenta cenas por capítulo; no começo, não passavam de dez. Cada cena divide-se em tomadas, ou takes, que, por sua vez, dividem-se em planos” (ALENCAR, 2002, p.62).

Uma telenovela apresenta um número elevado de personagens que figuram em várias tramas paralelas. Contudo, pode-se falar, que a evolução não é extremamente previsível. Basta observar que aquelas tramas prediletas do público acabam sendo priorizadas com mais cuidado e mais elaboração que as demais. Isso ocorre, porque telenovela sendo um gênero aberto e alterável permite ao escritor moldá-la de acordo com as necessidades da audiência.

Escritas em capítulos, as telenovelas empregam a mesma técnica da narrativa folhetinesca, que vai além da mera serialização de histórias e da consolidação de um público.

Modernamente falando, o alastramento de mídias digitais e a crescente popularização de dispositivos eletrônicos, como computador, notebooks, smartphones e tablets impõe uma profunda mudança na relação entre audiência e produtos midiáticos. Comparando à televisão, os telespectadores adquirem novos formatos e meios de acesso e difusão de entretenimento e ficção. Assim, a telenovela precisase adaptar e criar estratégias com o intuito de preservar e manter a audiência. Dessa forma, como muitos teóricos designados como apocalípticos, que apostam na derrocada da televisão perante o alastramento de novas mídias, tem seu ponto de vista sepultado, haja vista ocorrer

uma profunda simbiose entre os formatos, o que reflete num processo de coexistência, mostrando uma relação não de suplantação, mas sim de complementação.

Essa alteração ocorreu na trama “Cheias de Charme” exibida pela Rede Globo em 2012. Considerada uma trama revolucionária na teledramaturgia brasileira, Cheias de Charme conseguiu unir ficção e realidade ao empregar como protagonistas três empregadas que ascendem socialmente por meio de um videoclipe gravado de forma artesanal. Levadas ao estrelado nacional, a trama deixou uma linha tênue entre realidade e ficção, uma vez que o trio de cantoras teve envolvimento com cantores do universo popular brasileiro. Como estratégia também, a Rede Globo empregou a estratégia de divulgar as cantoras em todos os seus programas televisivos. A internet também foi uma aliada contumaz nessa telenovela, uma vez que a plataforma foi amplamente empregada como forma de entreter o receptor e promover a participação do receptor, provando que se o público mudou, as formas de se contar histórias também mudaram.

Os estudiosos da área de comunicação apontam como estratégias empregadas para alçar à novela ao estrelato, fazendo com que o público se interessasse pela trama a técnica da transmidiação e da metalinguagem. De maneira simplória, o fenômeno da transmídia pode ser definido como a simbiose de mídias, ou seja, trata-se de um fenômeno de hibridização na oferta das narrativas audiovisuais em que a ficção invade outros formatos. Esse fenômeno se verifica em Cheias de Charme com o clipe “Vida de Empreguete”, lançado primeiramente no site e só depois exibido na novela. A estratégia se revelou como um grande fenômeno de audiência para Cheias de Charme, que utilizou várias plataformas com o intuito de ativar a participação do público em sites e blogs.

Por sua vez, verifica-se o fenômeno da metalinguagem à medida em que o folhetim global conseguiu tornar os limites entre ficção e realidade muito próximos, uma vez que o trio de protagonistas, e a personagem Chayne protagonizaram seus momentos de estrelato nacional, participando de shows e de programas de televisão de famosos no mundo real. Vale citar as participações em programas como Mais Você, Domingão do Faustão e Encontro com Fátima Bernardes, além do especial de fim de ano Roberto Carlos.

3 Cheias de Charme: o fenômeno de audiência

Valendo-se de um momento bastante ímpar do cenário socioeconômico brasileiro, a telenovela “Cheias de Charme”, exibida pela Rede Globo entre 16 de abril de 2012 e 28 de setembro de 2012 no horário das 19 horas soube abordar de uma forma extremamente real um grande fenômeno nacional: estrelas da música que ascendem devido ao alcance das redes sociais. Com um enredo bastante envolvente, que cativou o público desde a primeira cena, a novela ganhou o meio acadêmico e foi alçada ao status de revolucionária na teledramaturgia nacional.

Escrita por Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, com direção de Allan Fiterman, Maria de Médicis e Natália Grimberg, direção geral de Carlos Araújo, direção de núcleo de Denise Saraceni e supervisão de texto de Ricardo Linhares, a trama foi a 80ª novela da Rede Globo exibida no horário das 19 horas. Considerada uma narrativa curta, pois contou com 143 capítulos, Cheias de Charme teve como protagonistas empregadas, fato inédito no país. A trama conta a história de vida de três amigas empregadas domésticas: Maria da Penha, estrelada por Taís Araújo, Maria Aparecida, interpretada por Isabelle Drummond, e Maria do Rosário, interpretada por Leandra Leal. As “três Marias”, numa clara alusão ao quão comum é esse nome no país, o que serve para conferir um alto grau de identificação do leitor, conhecem-se numa delegacia. Penha é uma mulher batalhadora responsável pela criação de dois irmãos e uma filha sozinha. O motivo de ter ido parar na delegacia consiste no fato de ter se distraído e queimado um vestido da musa do eletroforró, Chayne, interpretada por Claudia Abreu. Chayne é uma estrela do eletroforró que experimenta uma fase de declínio na carreira. A cantora fica extremamente irritada e acaba agredindo Penha, que resolve ir até a delegacia para denunciar a patroa. Rosário, também vai parar numa delegacia, mas por outro motivo. A personagem sonha em ser uma cantora famosa e ainda é apaixonada por Fabian, interpretado por Ricardo Tozzi, um cantor sertanejo. Rosário consegue ir ao show de Fabian, mas acaba se envolvendo em uma confusão, por isso também para numa delegacia. Já Maria Aparecida é uma moça sonhadora e tem 19 anos. Mora na casa da família “Sarmiento” e ajuda a madrinha com os trabalhos de empregada doméstica. A

garota acaba flagrando o namorado com outra mulher em uma boate, envolve-se em confusão e também acaba indo parar numa delegacia junto com Penha e Rosário.

No ambiente da delegacia, as personagens tornam-se amigas e firmam um pacto: dia de empregue-te, véspera de madame”. Penha consegue emprego na casa de Lygia, uma advogada de prestígio e de bom caráter, interpretada por Malu Galli. Já Rosário vai trabalhar na casa de Chayne, substituindo Penha. Rosário aproveita a ausência da patroa e convida Penha e Cida para se divertirem na casa. De maneira divertida, com a ajuda de Kleiton (Fabio Neppo) acabam criando uma música intitulada “Vida de Empreguete”. Na casa de Chayne, acabam gravando um clipe com as roupas da cantora.

As três se tornam famosas e ricas devido a esse clipe, que é postado na internet pelo filho da advogada Lídia no capítulo 36, exibido no dia 19/05/12. A postagem do clipe consisti na última cena do capítulo do sábado. O clipe apenas foi ao ar no capítulo de segunda-feira, no dia 24/05/ 2012, ou seja, foi lançado primeiramente no site da telenovela.

O clipe faz muito sucesso e foi responsável por tornar as empregadas num trio de cantoras de muito sucesso denominado de “Empreguetes”. Com mais de 11 milhões de acessos, O clipe é considerado o primeiro modelo de transmídia aplicado à novela.

A partir dessa experiência, várias outras foram incorporadas à novela como forma de ganhar a atenção do público. No capítulo do dia 31/05/12, o produtor musical do trio, “Tom Bastos”, interpretado por Bruno Mazzeo, lançou no blog Estrelas do Tom um concurso denominado “Empreguetes da Internet”, em que os internautas poderiam encaminhar vídeos com releituras do videoclipe “Vida de Empreguete”. Os vídeos selecionados seriam postados no blog.

Outro exemplo da estratégia de transmídia pode ser comentada que foi aplicada ao “Concurso de Passinhos”, que foi lançado pelo empresário das “empreguetes” no programa de “Gentil Soares”. O marido de Penha, o personagem Sandro, interpretado por Marcos Palmeira, acaba inscrevendo o filho para participar do concurso. No mesmo dia, Tom Bastos lançou o concurso para os internautas, também no blog Estrelas do Tom.

No capítulo exibido no dia 23/08/12, as cantoras reuniram-se para uma coletiva de imprensa. Seria lançado o segundo videoclipe das Empreguetes, denominado de “Nosso Brilho”. Dessa vez, as cantoras que experimentaram o sucesso por meio das

redes sociais, experimentaram o aspecto maléfico, o de ser prejudicado pelas redes de informação, haja vista que o clipe foi lançado antes do planejado.

Nesse sentido, a novela soube explorar muito bem as mídias, uma vez que mostrou o momento atual em que os artistas não mais dependem de gravadoras para obter sucesso. Parte desse sucesso todo se deve à internet enquanto grande potencial de mediação social.

A trama soube valorizar muito bem esse cenário tipicamente nacional e interagiu com o público criando situações que alimentam a efabulação do telespectador, afinal o clipe “Vida de Empreguete” foi lançado em tempo real. Outro aspecto a ser observado consiste no fato revolucionador da trama, que numa clara alusão ao momento econômico experimentado pelo país, mostrou uma grande inversão de papéis: a elite transformou-se em uma massa decadente enquanto a classe C ascendeu socialmente, conquistando espaços de consumo até então inimagináveis.

Considerações finais

Embora as telenovelas já tenham sofrido forte preconceito por serem consideradas entretenimento alienante que exerciam alto poder de manipulação e faziam o telespectador perder a autonomia, essa visão foi superada. Hoje, sabe-se que elas funcionam com forma de mediação social, tornando-se numa verdadeira narrativa sobre a nação. Inspirada nos romances folhetinescos e nascida do rádio, a telenovela é o produto de ficção seriada de maior sucesso no país. De origem melodramática, o gênero alterou seu formato, abandonando a extensa carga de sentimentalidade para retratar dramas cotidianos. Nos últimos 40 anos, ganhou reconhecimento da crítica especializada como produto artístico e cultural, sendo alçada à categoria de objeto de análise que permite ser um agente dos debates acerca da cultura e da identidade do país. Dessa forma, elas são um fenômeno amplamente cultural por se tratar da narrativa do país ao passo que promovem amplamente o processo de identificação dos telespectadores com os personagens num processo em que o real e o ficcional se misturam em uma era em que o homem sente extrema dependência de mídias para criar sua(s) identidade(s).

Dessa forma, não restam dúvidas de que o gênero televisivo telenovela é o gênero por excelência. Inspirada nas narrativas folhetinescas, o gênero herdou as principais características de sua matriz literária, tais como a representação de enredos que promoviam amplamente a identificação do receptor com a obra e gancho como forma de forjar o receptor a continuar acompanhando a produção.

É indubitável que a telenovela também é um gênero de cultura de massa por excelência a serviço de uma indústria capitalista, mas o enfoque do artigo não é tecer considerações críticas acerca da indústria cultural. Seu foco é tratar a telenovela como gênero televisivo de maior sucesso, que responde na contemporaneidade pelo velho hábito de contar histórias, cumprindo um papel social, político, pedagógico e, por que não, emancipatório, à medida em que se liga diretamente à representação da realidade, promovendo amplamente a identificação com o receptor.

Referências

ALENCAR, MAURO. **A Hollywood brasileira**: panorama da telenovela no Brasil. São Paulo, 2002, SENAC

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 6. ed. Rio de Janeiro: DP&A. Editora, 2001.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada à sério**. São Paulo: SENAC, 2000.

MOREIRA, Lúcia C. M. de Miranda. **Invenção de Orfeu**: uma teoria poética para a linguagem poética. Tese (Doutorado em Letras). FCL-Assis, UNESP, 2002.

MOTTER, Maria. **Telenovela internacionalização e interculturalidade**. Edições Loyola, São Paulo, 2004.

OROFINO, Maria. **Mediações na produção de TV**: um estudo sobre o Auto da Compadecida. Edipucrs, Porto Alegre, 2006.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela**: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ROCCO, Maria Teresa Fraga. **Que pode a escola diante do fascínio da TV**. Disponível em <http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c_ideias_09_053_a_062.pdf>. Acesso em 12/10/12.

SADEK, José Roberto. **Telenovela: um olhar do cinema.** São Paulo: Summus, 2008.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** Edições Loyola, 2002.

TUFTE, Thomas. Telenovelas, cultura e mudanças sociais: da polissemia, prazer e resistência à comunicação estratégica e ao desenvolvimento social. In: VASSALO LOPES, Maria Immacolata (Org.). **Telenovela: internacionalização e interculturalidade.** São Paulo: Loyola, 2004. p. 293-319.

VASSALLO LOPES, Maria Immacolata. **Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação.** Comunicação & Educação. São Paulo, v.26, p. 17- 34 jan./abr. 2002.

WOLTON, Dominique. **O elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão.** São Paulo: Ática, 1996.