

Rede Record e teledramaturgia, entre a inovação e a tradição.

Mariane Harumi Murakami¹

Resumo: *O artigo possui como objetivo discutir o modo de produção de telenovelas pela Rede Record, especialmente após o processo de renovação da sua grade de programação ocorrida em meados de 2005, em uma tentativa de competir com a hegemonia de sua principal concorrente, a Rede Globo. Conferimos especial atenção à trama Vidas Opostas (2006), que representou o maior fenômeno da teledramaturgia da Record nesse período, seja no quesito audiência, seja na inovação temática e discursiva.*

Palavras-Chave: *Telenovela; Rede Record; Inovação; Tradição; Produção televisiva.*

Abstract: *The paper has as objective to discuss the production mode of brazilian telenovelas by television company Record, especially after the process of renovation of its programming that occurred in 2005, trying to compete with its major concurrent, Globo television. We gave special attention to the telenovela Vidas Opostas (2006), which represented Record's major phenomena of audience response and thematic and discursive innovation.*

Keywords: *Telenovela; Record; Innovation; Tradition; Television production.*

Um cabo-de-guerra milionário

A história do gênero telenovela está, inevitavelmente, ligada à história e produção da TV Globo. Não foi ela que lançou o gênero, mas sem dúvida, foi a emissora que consolidou um modo típico de fazer telenovelas, que influencia toda a produção ficcional televisiva brasileira (inclusive o cinema) e representa grande fonte de construção de representações identitárias. As telenovelas globais são o produto televisivo nacional de maior consumo e produção, que cada vez mais se expande para o mercado internacional (LOPES, 2003).

Mas ainda assim, a telenovela é, na emissora, o elemento que define toda a sua grade de programação; segundo Balogh (2002, p. 159), o sucesso do gênero é tamanho que "a emissora criou uma grade de programação rígida com ênfase

1 Doutoranda do Programa de Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGMPA-ECA-USP) e docente dos cursos de graduação da Universidade Braz Cubas.

absoluta na ficção”: *Malhação*, *Vale a pena ver de novo*, novela das seis, novela das sete, novela das oito (na verdade, atualmente, das nove) e novela das onze; sem mencionar a cota de ficcionalidade oferecida pelas minisséries e seriados semanais que lotam a programação após as 22 horas: *Macho man*, *A grande família*, *Mulher invisível*, *Entre tapas e beijos*, entre outros.

Em relação à sua programação, a emissora reforça e reitera em seu discurso a questão do “padrão Globo de qualidade” como uma marca da emissora líder de audiência. Deve-se compreender que essa expressão não corresponde apenas a um *slogan* (MOTTER E MUNGIOLI, 2007), mas a uma reestruturação total da grade de programação, da produção de programas e da organização da empresa empreendida pela emissora na década de 70. A busca pela qualidade foi feita pensando na constituição de um público médio, eliminando da programação programas e conteúdos considerados popularescos e de mau gosto (BORELLI e PRIOLLI, 2000), e assim traçando “um perfil de produção mais ao gosto de uma classe média em ascensão diante do denominado milagre econômico vivido pelo país” (idem, p. 85). O resultado disso foi, assim, um produto audiovisual gerado por tecnologias de ponta com imagens nítidas e de estética limpa: “limpa de improvisos, limpa de mau gosto, limpa de qualquer tipo de ruído tanto estético quanto político” (idem, p. 86).

O “padrão Globo de qualidade”, para Motter e Mungoli (2007), pode ser visto como a parte mais marcante de uma espécie de discurso fundador (ORLANDI 2003, p. 13) na medida em que ele “cria uma nova tradição”, novos sentidos são incorporados e os antigos sentidos são desautorizados. O enunciado se expande e ganha corpo no cenário audiovisual brasileiro como discurso fundador de uma nova organização empresarial e artística, que abandona o amadorismo e o improviso, e investe pesadamente no planejamento e na qualidade de seus produtos. Assim, uma emissora que pautava sua programação por programas de auditório que apelavam para o popularesco transforma sua imagem operando uma mudança radical tanto em sua programação quanto no seu discurso. A estratégia, de fato, dá certo; ainda que esteja perdendo sua hegemonia na televisão aberta, continua a configurar-se como a líder de audiência.

Desde a consolidação desse padrão, nenhuma emissora conseguiu concorrer em igualdade com a Rede Globo – aliás, uma de suas estratégias sempre foi atuar como se desconhecesse tudo o que se refere às outras emissoras. Sendo assim, desde o início dos anos 70, a Globo ditou um modelo de televisão e as outras emissoras tentaram, sem sucesso, imitá-la. TV Globo tornou-se sinônimo, no Brasil, de televisão, de qualidade, de audiência (BORELLI e PRIOLLI, 2000).

Por muito tempo, o SBT foi a segunda emissora nos índices de audiência, atrás da Rede Globo. As diferenças entre os índices da emissora líder sempre foram grandes em relação às outras emissoras, que com a pouca possibilidade de arrebanhar o público da rival, o que demandaria um investimento muito alto, davam – e ainda dão – preferência a programas mais populares, com o intuito de atingir a audiência das classes C, D e E. A disputa não era mais pelo primeiro lugar, mas a manutenção da vice-liderança. Hoje, o SBT investe em produções importadas de formatos norte-americanos (seriados e *reality shows*, em especial), mas ainda mantém programas que o caracterizam, tais como os programas de auditório comandados por Sílvio Santos, *Domingo Legal*², *Casos de Família*³, entre outros.

Na década de 90, a TV aberta foi marcada pela guerra de audiência envolvendo a líder Rede Globo e o SBT, que começou a crescer com sua programação popular e chegou até a lançar o slogan “*SBT, na nossa frente, só você*”. No que se referia às telenovelas, a emissora, que importava dramalhões mexicanos, começou a investir em tramas nacionais com produção de alto padrão, como o *remake* da obra *Éramos Seis*, de Sílvio de Abreu e Rubens Edwald Filho, em 1994.

Na mesma época, uma novela produzida pela Manchete conseguiu abalar a audiência global: *Pantanal* (1990), de Benedito Ruy Barbosa. Ao ter sua trama recusada pela Globo, Benedito apresentou-a então à Manchete. A novela foi um sucesso absoluto e fez com que o autor tivesse seu talento reconhecido. De volta a Globo, Benedito ganha *status* de um autor de horário nobre e escreve vários sucessos, como *Renascer* (1993), *O Rei do Gado* (1996) e *Terra Nostra* (1999).

Ainda que a diferença de audiência entre as emissoras tenha diminuído ao longo dos anos, a Rede Globo continua firme na liderança. Suas telenovelas das 21h constituem o mais tradicional e bem sucedido produto de sua programação, e a emissora aposta todas as suas fichas em tramas realistas, que elevem ao máximo a identificação com o público.

Dessa forma, a chegada do novo século mostrou que a telenovela mudou desde o seu surgimento. Mudou na maneira de se fazer, de se produzir. Virou indústria, que forma profissionais e que precisa dar lucro. A guerra da audiência continua, e para atrair o público para suas telenovelas, cada emissora joga com diferentes estratégias: algumas optam pela importação de tramas mexicanas,

²Programa de auditório dominical criado em 1993 e comandado até julho de 2009 pelo apresentador Augusto Liberato, substituído então por Celso Portioli.

³*Talk show* vespertino apresentado por Cristina Rocha, criado em 2004 a partir do formato venezuelano “Quem tem razão?”.

enquanto outras investem na produção nacional; algumas apelam para a violência e/ou sexo, enquanto outras primam pela estética e qualidade.

A Rede Globo, seguindo seu padrão de qualidade, produz grandes espetáculos para a audiência, investindo em tecnologia e recursos humanos que lhe garante destaque na produção ficcional televisiva. Contrata profissionais de grande nome formando o maior núcleo televisivo do mundo, o Projac, que abriga as cidades cenográficas das telenovelas. Ela também se destaca no que se refere às inovações tecnológicas; em suas telenovelas, é visível o uso de efeitos visuais e gráficos possíveis somente com o auxílio de equipamentos e tecnologias de última geração.

No ar, mais um vice-campeão de audiência

Na corrida pela audiência, a Rede Record configurou-se como a nova ameaça à hegemonia da Rede Globo. A emissora tirou a vice-liderança do SBT, eventualmente ultrapassando a emissora líder nos níveis de audiência segundo o Ibope, especialmente no período da manhã. Mesmo com uma média de 7 pontos contra 17 da Rede Globo, é fato que a Rede Record tem se empenhado em incomodar a Rede Globo.

A emissora, que já vivera tempos áureos na década de 60, sobrevivia da exibição de filmes e programas populares baratos, até que em 1989, o bispo da Igreja Universal do Reino de Deus Edir Macedo adquire a Rede Record. Com a injeção de capital evangélico, a emissora é então revitalizada, para em 1995, inaugurar novos estúdios (BORELLI e PRIOLLI, 2000). Os programas evangélicos passam a ocupar grande parte da grade da programação da emissora, até que o episódio conhecido como o “chute na santa”, em que o bispo Sergio Von Helde chuta ao vivo a imagem de Nossa Senhora Aparecida e que abala a imagem da emissora, leva-a a reformular a sua grade.

Nessa primeira fase de reformulação, a Record passa a investir em uma programação popularesca, em que o sensacionalismo do *Cidade Alerta* e do *Programa do Ratinho* era a grande atração. Também se destacou nessa nova fase a apresentadora Ana Maria Braga e seu programa feminino de variedades *Note e Anote*, que por conta do crescimento do número de merchandisings, chegou a ter cinco horas diárias de duração e bons níveis de audiência (BORELLI e PRIOLLI, 2000). Ainda assim, a Rede Record não conseguia superar a então vice-líder SBT, especialmente depois da saída de suas “estrelas” Ana Maria Braga e Carlos Massa, o Ratinho.

Foi somente em 2005 que, finalmente, a emissora cresce e consolida-se na vice-liderança, mas não sem uma nova e radical reformulação em sua grade de

programação, investindo alto em jornalismo, telenovelas, *reality shows*, programas de variedades, esportes. Sua estratégia foi fazer o que a concorrência faz, sem medo de copiar, na tentativa de alcançar o seu padrão de qualidade.

No jornalismo, repaginou o *Jornal da Record*, transformando-o à imagem e semelhança do Jornal Nacional. Em 2007, contratou cerca de 250 funcionários e investiu 15 milhões em infraestrutura no lançamento da *Record News*, o primeiro canal de notícias da televisão aberta brasileira. Entre os anos de 2004 e 2007, mais de 60 jornalistas migraram da Rede Globo para a Rede Record, levando a emissora líder a considerar a possibilidade de levar a *Globo News* também para a televisão aberta⁴.

Nos esportes, a emissora de Edir Macedo travou uma queda de braço milionária pelas disputas dos direitos de transmissão de campeonatos esportivos. Pela primeira vez, a Rede Globo perde o direito de transmissão de uma Olimpíada; a Record conseguiu os Jogos Olímpicos de Londres, a serem transmitidos em 2012. Ademais, com a disputa acirrada e as altas apostas, os valores dos campeonatos de futebol foram às alturas: a Rede Globo precisou investir dezenas de milhões a mais do que o usual pelas transmissões da Copa do Mundo e campeonatos paulistas e brasileiros de futebol.

As manhãs de segunda a sábado representam o maior feito da Record no que se refere aos índices de audiência. O programa *Hoje em dia* esteve por diversas vezes na liderança, à frente do *Mais Você*, apresentado por Ana Maria Braga, e *Bem estar*. Criado a partir de um formato da rede americana ABC, o *Good Morning America*, o programa tem conseguido reunir um percentual de espectadores das classes A e B bastante expressivo para o horário, especialmente por oferecer um conjunto de informações e entretenimento para o público adulto, uma vez que grande parte das manhãs da Globo e do SBT são dedicadas às crianças.

Ainda na categoria de entretenimento, a emissora tem apostado nos *reality shows* no horário noturno, adquirindo os direitos de inúmeros programas da *Freemantle Media* de grande sucesso mundial, tais como o *reality show* musical *Ídolos* (versão brasileira do programa de calouros *American Idol*), *O Aprendiz* (*The Apprentice*) e *A Fazenda*, que ao estilo *Big Brother*, isola 14 celebridades em uma fazenda. Na guerra pela audiência, a emissora conta com o apresentador Rodrigo Faro, Ana Hickmann, Gugu Liberato e com a revista eletrônica *Domingo Espetacular*, concorrente do *Fantástico*.

Todavia, o maior investimento foi, sem dúvida, no nicho da telenovela, onde foram inicialmente investidos 300 milhões de reais. A emissora construiu um

⁴ A guerra entre a Globo e a Record na tela e nos bastidores. *Veja*. Edição 2029. Out. 2007.

núcleo televisivo semelhante ao Projac, contratou um grande número de ex-contratados da concorrente e instaurou diferentes horários para suas telenovelas, de olho no público da Rede Globo.

Iniciou essa nova fase com histórias bastante semelhantes às tramas globais, das quais podemos citar *Prova de Amor* (2005) e *Bicho do mato* (2006), cujas narrativas assemelhavam-se ao padrão das novelas das 19 horas da Rede Globo, *Alta Estação*, com linguagem e temáticas voltadas ao público adolescente e *Vidas Opostas*, com linguagem hiper-realista, de olho na audiência do horário nobre da concorrente.

Com o sucesso de sua ousada abordagem, a Record procurou, na novela que sucedeu *Vidas Opostas*, inovar radicalmente a temática, distanciando-se dos temas sociais que marcam as tramas das 21 horas da concorrente líder. *Caminhos do Coração*, de Tiago Santiago lançada em agosto de 2007, levou seu enredo a um caminho nunca antes explorado pela telenovela brasileira; com raízes na cultura pop norte-americana e a ficção científica dos quadrinhos e do cinema hollywoodiano, a trama trouxe como personagens principais pessoas que passaram por experiências genéticas e desenvolveram superpoderes, bem ao estilo de *X-Men* e da série *Heroes*, fenômenos midiáticos no mundo todo. Mesmo arriscando, a telenovela manteve ao fundo a estrutura melodramática tradicional da telenovela, com vilões e mocinhos, romances e conflitos familiares, a fim de agradar também ao público mais conservador. Para levar adiante a arriscada aposta, a emissora fez um investimento total de 40 milhões de reais, com o custo médio de 200 mil reais por capítulo⁵, o dobro do que costuma investir a Rede Globo. A trama manteve bons índices de audiência durante a sua exibição, o que levou a emissora a criar, em uma atitude análoga às séries, continuações da trama: a segunda temporada, *Mutantes*, e a terceira, *Promessas de Amor*.

Sendo assim, com o slogan “Rede Record – a caminho da liderança” – a emissora traça como principal objetivo tirar a liderança da sua maior rival. Com a reformulação total de sua grade de programação, a emissora tomou uma decisão estratégica de disputar o primeiro lugar com a Rede Globo; em entrevista à *Folha de São Paulo*⁶, o vice-presidente da Record, Walter Zagari, confirma a ambição de querer “ter a televisão mais importante deste país” e diz não estar mais confortável com a posição vice-líder de audiência.

Diversas vezes, as emissoras confrontavam-se publicamente, em entrevistas, editoriais e vídeos institucionais, tornando evidente o desconforto causado pela campanha da emissora da Igreja Universal. Logo após o lançamento

⁵ *O Estado de S. Paulo*, Arte e Lazer, 27 de agosto de 2007.

⁶ “Vamos bater a Globo até 2009, diz vice-presidente da Record”. 16 de março de 2007.

do vídeo institucional da Rede Globo sobre o “*Q de qualidade*”, a Rede Record, em resposta, lança um vídeo extremamente semelhante em que recruta vários de seus artistas, jornalistas e apresentadores para corroborar a sua própria qualidade, afirmando que, ao assistir à Record, o espectador lança mão de seu direito de escolha: “*Televisão é uma questão de escolha, e a Record respeita isso*”.

O lançamento da *Record News* foi um dos eventos mais marcantes da “guerra fria” entre as emissoras. Enquanto a Record negociava as instalações do canal de notícias, a Rede Globo cobrava do Ministério das Comunicações o cumprimento da lei que proíbe grupos de comunicação a terem mais de um canal de televisão em uma mesma cidade. O impasse só foi resolvido quando o grupo Record mudou a composição societária da Rede Mulher, permitindo à Record News operar em seu lugar.

Além de um agressivo discurso de Edir Macedo na inauguração do canal, um editorial do *Jornal da Record*, lido por Celso Freitas, citava o evento, prestando esclarecimentos, ao mesmo tempo em que lançava ataques à Rede Globo, chamando a tentativa da emissora de “*operação vergonhosa*” e fazendo comparações ao período ditatorial brasileiro:

Operando sempre no subterrâneo do poder constituído - aliás, uma prática contumaz desse grupo na época da ditadura - Evandro Guimarães acusou a Record ferir a lei, ou seja, de operar dois canais de rede aberta numa mesma cidade, São Paulo. (...) Afinal, por que a Rede Globo teme tanto a Record News?

1. Medo de a Globo News perder anunciantes. A disputa com um canal de notícias com programação de melhor qualidade e de graça certamente levará à divisão de faturamento.
2. *Incapacidade de executar um projeto inovador*, que vai revolucionar o jeito de informar o brasileiro.
3. *Certeza de que o monopólio da informação está chegando ao fim* (...)

Se podemos extrair algo de bom dessa operação vergonhosa da Rede Globo é a certeza de que o país mudou, e pra melhor. *Não vivemos hoje os tempos nebulosos da época em que grupos empresariais de comunicação usavam o Brasil e os brasileiros para os seus interesses mais vis*. Como, por exemplo, a falsificação de documentos cometida pela família Marinho na época da compra da TV Globo de São Paulo, na década de 60. (...)

A Record acredita na democratização da notícia. E reafirma: *o monopólio da informação é um câncer para o Brasil* (*Jornal da Record*, 01 de outubro de 2007, grifo nosso).

Em semelhante tom agressivo, a Rede Globo respondeu às acusações do editorial, afirmando numa nota que agressões desse tipo eram de esperar vindas de “*um grupo que lucra com a manipulação da fé religiosa*”:

O público que assistiu hoje à noite à Rede Record foi desrespeitado pelo uso de suposto espaço jornalístico para a defesa de interesses particulares e inconfessáveis.

As denúncias ali apresentadas são calúnias requentadas; todas já desmoralizadas pela Justiça. Assim como são fantasiosas as alegadas articulações para coibir os negócios da Record. Os poderes constituídos da República têm isenção e independência para agirem

por livre iniciativa. A TV Globo valoriza a concorrência porque ela reforça nossa filosofia de sempre aprimorar o nosso trabalho.

Também, quanto maior é a competição, mais valiosos são os resultados de audiência, que evidenciam a ampla preferência do público pela nossa programação. Neste caso, estamos apenas acompanhando a interpretação da legislação para avaliar nossas opções no futuro.

Esse ataque leviano não chega a ser surpreendente: *é de se esperar que um grupo que lucra pela manipulação da fé religiosa queira também manipular a opinião pública, chamando de monopólio a escolha democrática dos brasileiros* (in Folha Online, dia 01 de outubro de 2007⁷, grifo nosso)

Trata-se de uma disputa que coloca em pauta, de fato, as circunstâncias da ascensão da Rede Record, afinal, é ainda bastante polêmica a questão de uso de recursos originários da fé no investimento da emissora. O fato de a emissora receber cerca de 300 milhões de reais anuais da Igreja Universal do Reino de Deus na venda dos horários da madrugada para programas evangélicos é visto pelas concorrentes como uma vantagem indevida. Por outro lado, mostra o incômodo causado pela Rede Record, tal qual o SBT, antigo vice-líder, nunca representou. Afinal, Rede Globo e SBT representavam, na grade de programação da TV aberta, dois lados completamente diferentes. Além da vontade e certeza de um dia superar a campeã de audiência, a Rede Record possui em mãos muitos recursos para investir na sua programação.

Vidas Opostas e a violência na telenovela

A telenovela *Vidas Opostas*, exibida pela Rede Record, estreou no dia 21 de novembro de 2006, tornando-se um dos maiores fenômenos de audiência da emissora. Do autor Marcílio Moraes e sob a direção de Alexandre Avancini, a telenovela registrou, em seu início, pico de 17 pontos de audiência, representando cerca de 24% dos aparelhos de televisão no país, e continuou na vice liderança no horário na batalha pela audiência, atrás da Rede Globo. Sua estratégia temática e narrativa fez parte da já mencionada tentativa de superar a audiência da concorrente global, especialmente colocando-se em contraposição às suas tramas. Segundo o autor Marcílio Moraes, em entrevista:

Vidas Opostas não vai se guiar pela 'estética da exclusão', que tem caracterizado a maior parte das telenovelas no país há décadas, constituindo-se mesmo num pretenso 'padrão' de qualidade", diz. "Este 'padrão' camufla os graves problemas sociais que vivemos, excluindo parte significativa da população brasileira do universo ficcional", completa Marcílio, que considera "difícil" um autor ter a chance de escrever uma história com este enfoque em outras emissoras⁸.

⁷ Disponível em www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/utl90u333056.shtml.

⁸ Do artigo "Com favela e ação, *Vidas Opostas* busca público masculino", de Marina Campos Melo, do jornal eletrônico UOL Televisão, 20 de novembro de 2006. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/ultnot/2006/11/20/ult698u11666.jhtm>>.

Vidas Opostas surgiu, assim, nesse contexto, e chamou atenção não somente pela sua temática diferenciada, que atraiu homens e pessoas de classes C, D e E, mas também pela sua abordagem e, principalmente, por ter sido a primeira telenovela da emissora a conseguir superar a audiência da Rede Globo. Após o sucesso da trama, a emissora tratou logo de dar continuidade à temática, lançando *A Lei e o Crime*, série cujo protagonista era um chefe do tráfico de um morro carioca.

Exibida às 22 horas, a trama pretendeu mostrar a “cidade maravilhosa” nua e crua, contrastando cenas exuberantes do Rio de Janeiro com todos os seus problemas sociais, especialmente a miséria e violência tão marcantes desse espaço urbano. Apresentando na trama central um romance entre um milionário e uma moradora da favela, a novela explora cenas de ação e violência, e evidencia as desigualdades e a exclusão social do país. A trama concede especial atenção ao universo da criminalidade e do tráfico de drogas, seus bandidos e autoridades corruptas: violência policial, assaltos, sequestros, assassinatos, coações, corrupção e até mesmo a violência contra a mulher são elementos frequentes nos capítulos da telenovela.

Podemos identificar em *Vidas Opostas* o intuito de representar o “Brasil como ele é”, adotando um rigoroso critério de verossimilhança que caracteriza cada vez mais a teledramaturgia brasileira, que, segundo Motter (2000-2001, p.76), é muitas vezes levado às últimas consequências, dotando a telenovela de “um caráter realista criador de uma impressão de realidade forte a ponto de, em alguns casos, quase fundir acontecimentos dos planos da ficção e da realidade”. A trama ficcional discute o real sem perder seu poder de sedução narrativa. Ela não rompe o contrato, o protocolo de leitura assumido com a audiência, mas “trapaceia na medida em que devolve, no embalo suave da história, a realidade concreta reconstruída pelo autor” (idem, p.43).

Portanto, é a partir da fórmula básica de telenovela, em que o casal apaixonado de protagonistas se conhece, é separado por um evento para unirem-se no final, que a história se desenvolve, em uma clara e demarcada oposição temática e estética entre os espaços da favela e do asfalto. Porém, *Vidas Opostas* inova ao deixar a preocupação com a estética das novelas com “padrão Globo de qualidade” e exibir cenas bastante realistas de violência e do dia a dia de moradores de uma favela.

Dessa forma, *Vidas Opostas* conseguiu ampliar e diversificar o público do gênero, elevando a audiência da emissora no horário nobre. Diferentemente de outras tramas, que são direcionadas para um público predominantemente feminino, *Vidas Opostas* atraiu também o público masculino. Como o próprio diretor da trama

afirmou em entrevista, “nesse horário e com temática mais pesada, vamos agregar um público masculino muito grande⁹”. Além disso, trata-se de uma trama feita para agradar a um público específico; o fato é que a maior parte do público que assiste às tramas da Record pertencem às classes C, D e E, segundo o Ibope. Assim, a Record colocou a trama para o horário das 22 horas, ganhando mais liberdade para explorar conteúdo violento e, ao mesmo tempo, deixando de disputar audiência diretamente com a “novela das oito” da Globo.

A contrução do *ethos* institucional da Record

Considerando a *prática discursiva* de *Vidas Opostas*, é imprescindível levar em conta a relação entre o modo de produção e consumo de seu discurso, pensando-o “comensurável com a ‘rede institucional’ de um ‘grupo’, aquele que a enunciação discursiva ao mesmo tempo supõe e torna possível” (MAINGUENEAU, 2005, p. 23). Como já discutimos anteriormente, a telenovela *Vidas Opostas* surge em um conturbado, porém relevante, momento da história da televisão aberta brasileira, em que a Rede Record assume uma postura ofensiva à rival Rede Globo.

Desde o seu lançamento, a trama em questão apresentava-se como inovadora, uma trama que chegava à televisão “*para contar uma história como você nunca viu*”¹⁰. O autor, Marcílio Moraes, por diversas vezes polemiza com a emissora carioca (na qual um dia fora contratado), dizendo que em sua nova trama e emissora teria finalmente liberdade para tratar temáticas relacionadas aos problemas sociais da realidade brasileira, fugindo da “*estética da exclusão*” que, segundo ele, caracterizou a maior parte das telenovelas brasileiras, “*constituindo-se mesmo num pretenso ‘padrão de qualidade’*”.

De fato, a questão da pobreza e da violência, especialmente no que se refere às representações da favela brasileira, só surgiu mais recentemente na produção ficcional televisiva brasileira. Como afirma a pesquisadora Esther Hamburger, em artigo sobre a figuração da pobreza e da violência na produção audiovisual brasileira, a visibilidade de temas sobre pobreza e violência em situações urbanas, especialmente da favela, tem se restringido às produções do cinema nacional e aos telejornais vespertinos sensacionalistas. No que se refere ao restante da produção televisiva, no entanto, especialmente à produção ficcional, elas “têm se concentrado em difundir versões glamorosas da vida que a sociedade de consumo permite” (HAMBURGER, 2007). Essa invisibilidade provém de uma ampla discussão em relação à qualidade das transmissões televisivas, uma vez que

⁹ “Com favela e ação, ‘Vidas Opostas’ busca público masculino”. Uol televisão. 20 de novembro de 2006. Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/ultimasnoticias/2006/11/20/ult698u11666.jhtml>.

¹⁰ Comercial de lançamento da telenovela.

a exposição de representações da pobreza associada à violência configura-se no senso comum como sensacionalismo, num “processo que estimula a disputa em torno do controle do que merece e do que não merece se tornar visível e de acordo com que convenções” (idem). E a principal dessas convenções, considerando a produção de telenovelas brasileiras, é, sem dúvida, o *Padrão Globo de Qualidade* instituído pela emissora carioca, *que* está intimamente ligado à questão do sistema de restrições semânticas do discurso televisivo. Esse “Padrão” é “condicionado” às coerções de exercício da função enunciativa e representa o que pode ou não ser dito ou mostrado, de acordo com questões morais, éticas e estéticas de uma determinada prática discursiva.

Assim, a proposta de *Vidas Opostas* pretende, de certa forma, desvirtuar-se desse padrão, em uma tentativa de diferenciar-se das produções globais; ao colocar-se como uma trama que *não tapa o sol com a peneira*, por meio de tratamento temático e estético diferenciado, ela se propõe como produto que dá visibilidade às camadas marginalizadas da sociedade, cumprindo assim uma função social que estaria além do entretenimento e da alienação. Colocando no centro das atenções a favela brasileira (e seus problemas sociais), *Vidas Opostas* faz uma tentativa de criação de um espaço em que o Outro possa existir, com a consciência de que falar sobre o “povo”, sobre o “popular”, é “enunciar um julgamento; a própria palavra engendra um mundo político. Preocupar-se com o popular é declarar que se tem consciência de um ato político, mesmo com o risco de entretê-lo e nele se comprazer...” (BOLLEME, 1986, p. 49). E, no caso de *Vidas Opostas*, esse discurso sobre o popular vem a enaltecê-lo, especialmente se considerarmos a fonte de inspiração para a sua narrativa, a peça “*Fuente Ovejuna*”, do dramaturgo espanhol Lope de Vega, peça cultuada pelos comunistas por narrar a vitória de um povo sobre um senhor feudal. Aliás, o próprio autor da trama já foi filiado ao partido comunista nos anos 60, o que acrescenta outros dados extradiscursivos ao discurso de *Vidas Opostas*¹¹.

No entanto, é necessário ter em mente que, como afirma Bolleme (idem), qualquer que seja o discurso sobre o povo, o poder pertence àquele que o define e o qualifica, para o bem ou para o mal. É, ainda, o discurso que o concilia ou então o doma. Ainda que, de fato, seja aberto esse espaço de visibilidade para o Outro, trata-se de um discurso sobre o Outro a partir do Mesmo, ou seja, nesse processo interdiscursivo, apenas temos acesso ao simulacro criado a partir da formação discursiva do Mesmo.

Essa incorporação está ligada a um tipo de imagem construída no discurso, um *ethos* que no caso de *Vidas Opostas* podemos considerar *institucional*. Quando

¹¹ “O arrastão da Record”. Televisão. Revista Veja. 21 de fevereiro de 2007.

falamos de *ethos*, referimo-nos à concepção desenvolvida pelo autor (2001) a partir de uma releitura de Aristóteles, para definir a construção de uma imagem de si no discurso, que se desdobra no registro do “mostrado” e, eventualmente, no do “dito”. Sua eficácia decorre do fato de que envolve de alguma forma a enunciação sem ser explicitado no enunciado (MAINGUENEAU, 1999), ou seja, trata-se de construir uma *maneira de ser* a partir de uma *maneira de dizer* e de uma *maneira de se apresentar no mundo* (idem, ibidem). Dessa forma, por meio da trama, é possível dizer que a emissora coloca-se institucionalmente como *democrática*, que dá visibilidade não somente às camadas sociais marginalizadas, mas também aos problemas sociais do país, “escondidos” por uma emissora *ditadora*.

No entanto, não pretendemos com isso afirmar uma perspectiva de um dispositivo retórico pelo qual o autor “escolheria” o procedimento mais de acordo com o que ele “quer dizer”. Maingueneau (2005) introduz a noção de incorporação para evocar essa imbricação radical do discurso e de seu modo de enunciação. Nessa perspectiva, o interlocutor não é simplesmente um consumidor de ideias, mas “ele acede a uma ‘maneira de ser’ através de uma ‘maneira de dizer’”. O laço assim estabelecido entre o corpo e a eficácia dos discursos não deixa de evocar a realidade das práticas languageiras” (idem, p. 98). Trata-se de um modo de enunciação que, segundo o autor, obedece às mesmas restrições semânticas que regem o próprio conteúdo do discurso: “Não somente o modo de enunciação torna-se frequentemente tema do discurso, mas, além disso, esse conteúdo acaba por ‘tomar corpo’ por toda parte, graças ao modo de enunciação” (idem, p. 97).

Além disso, a produção, a circulação e o “consumo” de discursos (especialmente o da televisão) criam as condições, a partir da assimilação a um *ethos*, de um processo de tripla incorporação do discurso: (a) a trama, enquanto *metaenunciadora* (ou seja, enquanto efeito de unicidade resultante da enunciação de um conjunto), toma corpo por meio de uma *maneira de dizer* e de uma *maneira de se apresentar* que remetem a uma *maneira de ser*; (b) os espectadores assimilam essa maneira de dizer e essa maneira de se apresentar (e de ser); (c) esse duplo processo permite a adesão dos espectadores a uma comunidade imaginária que partilha de códigos compartilhados. Para Maingueneau (1999), “o texto não é para ser contemplado, ele é enunciação voltada para um co-enunciador que é necessário mobilizar, para fazê-lo aderir ‘fisicamente’ a um certo universo de sentido” (idem, p. 73); o texto exige do co-enunciador “um trabalho de elaboração imaginária a partir de indícios textuais diversificados”, uma vez que ele não é um ponto de origem estável que se “expressaria” dessa ou daquela maneira, mas é levado em conta em “um quadro profundamente interativo, em uma instituição discursiva inscrita em uma certa configuração cultural e que implica papéis, lugares

e momentos de enunciação legítimos, um suporte material e um modo de circulação para o enunciado” (idem, p. 75).

Podemos dizer, dessa forma, que a partir da construção desse *ethos*, o discurso da Rede Record polemiza com o da Rede Globo, nos termos de Maingueneau (2005). E isso não se dá apenas de maneira explícita ou materializada no discurso, mas é dele constitutiva, considerando o contexto traçado até aqui. Afinal, a polêmica discursiva postulada nos trabalhos do autor se configura em dois níveis, o constitutivo e o marcado. O constitutivo seria o postulado segundo o qual todos os discursos estariam sempre em polêmica com seu outro, mesmo que este não seja empiricamente apresentado. Para essa polêmica constitutiva, qualquer enunciado, por ser sempre uma “resposta” a todos os outros enunciados que com ele dialogam, seria essencialmente polêmico. Entretanto, quando trata da polêmica discursiva, Maingueneau (2005) refere-se, de forma mais específica, a dois discursos identificados no interior de um mesmo espaço discursivo, que polemizam não só constitutivamente, mas que revelam essa polêmica através de uma heterogeneidade mostrada. Dessa forma, a polêmica discursiva seria um tipo de heterogeneidade na qual as marcas ou índices polêmicos podem ser identificados na superfície discursiva através de simulacros.

Sendo assim, não se trata de criação de um novo discurso, mas de um processo de *interincompreensão*. De acordo com essa noção, quando dois discursos partilham de um mesmo espaço discursivo, a relação estabelecida entre eles será sempre polêmica. Assim, toda vez que um determinado discurso está se constituindo, inicia-se a elaboração de uma rede dialógica que atrai para si uma infinidade de outros discursos. Porém, esses discursos outros são sempre modificados. E essa modificação se dá, muitas vezes, de forma polêmica, ou seja, o discurso-agente – aquele que se encontra na posição de tradutor – apropria-se do discurso-paciente – aquele que é traduzido – e (re)interpreta esse último para poder, dentre outras coisas, garantir o seu espaço e desautorizar o discurso outro. Pois, para constituir e preservar sua identidade no espaço discursivo, o discurso não pode haver-se com o outro como tal, mas somente com o simulacro que constrói dele (idem).

Deste modo, nesse processo de *interincompreensão* entre as emissoras, o eixo semântico de cada um desses discursos, em torno dos quais vai girar a enunciação referente a qualquer plano discursivo, corresponde à valorização de um “padrão de qualidade”, da Rede Globo, e da “democracia”, do lado da Rede Record. Disso decorre que, lá onde a Rede Globo propunha o estabelecimento de “normas” para garantir um padrão de qualidade de sua programação, a Rede Record propõe mostrar, sem maiores pudores, a realidade social brasileira. Em termos de

“tradução” e de “interincompreensão”, isso implica que a “estética limpa” de uma será interpretada sob o registro negativo da outra, que traduzirá como “mascaramento” e “política de exclusão”, enquanto que o que é visto como “sensacionalismo” e “mau gosto” pela primeira será interpretado como “papel social” e “democracia” pela outra.

No entanto, é possível perceber que ocorre, no caso de *Vidas Opostas*, um processo de *adaptação* e *ressignificação* do discurso com o qual polemiza, processo este que é intrínseco à *interincompreensão regrada* e está relacionado ao processo de transição pelo qual a Rede Record passava na época. A trama de *Vidas Opostas* joga com oposições imaginárias, instaurando a dinâmica melodramática *bem x mal* e assim lançando mão de estereótipos que funcionam como código compartilhado. Assim, considerando que a “a unidade de análise pertinente não é o discurso, mas um espaço de troca entre vários discursos convenientemente escolhidos” (MAINGUENEAU, 2005, p. 21), num “primado do interdiscurso sobre o discurso”, podemos perceber que a identidade discursiva de *Vidas Opostas* se constrói a partir de inúmeras relações intra e interdiscursivas tanto com telenovelas brasileiras, cuja estrutura foi tradicionalmente difundida pela própria Rede Globo, e com outros gêneros/formatos, tais como o filme de ação, o telejornal, o documentário, entre outros. Há, assim, um esforço de superar as tramas da rival global, o que faz *Vidas Opostas* oscilar constantemente entre a *inovação* e a *tradição*. Por um lado, procura diferenciar-se de outras tramas por meio de experimentações na linguagem, especialmente no que se refere à representação da realidade. Por outro lado, a trama apresenta uma série de elementos bastante característicos da telenovela brasileira, como podemos observar nas análises.

É possível afirmar que *Vidas Opostas* representa um processo pelo qual o próprio melodrama vem passando ao longo dos anos. Segundo Xavier (2003), à medida que o século XX avançou, as mudanças sociais e as novas questões foram também trabalhadas na ficção. Nesse processo, o movimento em favor de uma crescente gratificação visual é o dado constante, ao lado da maleabilidade do gênero que, embora ainda afeito às encarnações do *bem* e do *mal*, incorpora muito bem as variações que tais noções têm sofrido. Para o pesquisador, a teoria atual observa que não é o conteúdo específico das polarizações morais que importa, mas o fato de essas polarizações existirem definindo os termos do jogo e apelando para fórmulas feitas. Há melodramas de esquerda e de direita, contrários ou favoráveis ao poder constituído, e o problema não está tanto numa inclinação francamente conservadora ou sentimentalmente revolucionária, mas no fato de que “o gênero, por tradição, abriga e ao mesmo tempo simplifica as questões em pauta na

sociedade, trabalhando a experiência dos injustiçados em termos de uma diátribe moral dirigida aos homens de má vontade” (idem, p. 93).

Dessa forma, expõe-se, assim, um discurso não somente sobre oposições temáticas (favela x asfalto), mas especialmente sobre o que o tratamento dessas oposições representa no interior dessa prática discursiva. *Vidas Opostas* não só coloca em exposição as oposições da vida – econômicas, sociais, culturais, simbólicas – mas também, e principalmente, coloca no centro das atenções uma oposição, uma disputa pela hegemonia na distribuição de bens culturais no panorama do mercado televisivo brasileiro.

Referências

BALOGH, A. M. **O discurso ficcional na TV**: sedução e sonho em doses homeopáticas. São Paulo, Edusp, 2002.

BOLLEME, G. **O povo por escrito**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

BORELLI, S. H.S. e PRIOLLI, G. **A Deusa Ferida** - porque a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

HAMBURGER, E. Violência e pobreza no cinema brasileiro recente: reflexões sobre a idéia de espetáculo. **Novos Estudos CEBRAP**, São Paulo, n.78, Jul. 2007. Disponível em: <<http://novosestudos.uol.com.br/acervo/download.asp?idMateria=101>>. Acesso em: 25 out.2008.

LOPES, M. I. V. **Telenovela brasileira**: uma narrativa sobre a nação. Comunicação e Educação, São Paulo, v.1, n. 26, p. 17-34, jan./abr. 2003.

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Curitiba: Criar Edições, 2005.

MAINGUENEAU, D. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (org.) **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 1999.

MOTTER, M. L. **A telenovela**: documento histórico e lugar de memória. Revista USP, São Paulo, n.48, p.74-87, dez/fev 2000-2001.

MOTTER, M. L. **Ficção e realidade**: a construção do cotidiano na telenovela. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.

MOTTER, M. L.; MUNGIOLI, M. C. P. **Gênero teledramatúrgico**: entre a imposição e a criatividade, um breve retrospecto. COLÓQUIO BRASIL-CHILE DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2007, Santiago. Banco de papers. Santiago: Colóquio Brasil-Chile de Ciências da Comunicação, 2007. Disponível em: <http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/20070416/asocfile/20070416090408/04__maria_de_lourdes_motter.pdf>. Acesso em: 03 fev. 2007.

ORLANDI, P. E. **Discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. Campinas, SP: Pontes, 2003.

XAVIER, I. **O olhar e a cena:** melodrama, Hollywood, cinema novo, Nelson Rodrigues. São Paulo, Cosac & Naify, 2003.