

RUÍDO NO SISTEMA: O NATURALISMO, O NACIONAL, O POPULAR E O MODERNO NAS TELENÓVELAS DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO (1969-1980)

Mauricio Tintori Piqueira*

A presente pesquisa tem como tema as mudanças do núcleo de teledramaturgia da Rede Globo de Televisão realizadas entre o final da década de 1960 e no decorrer da década de 1970, quando se estabeleceu a produção de uma ficção de tom mais naturalista (estilo audiovisual que procura reproduzir fielmente o comportamento humano, segundo Ismail Xavier (1984)), cujos cenários e temáticas geralmente reproduziam, direta ou indiretamente, o contexto da época, marcado pelo governo autoritário civil-militar e pelo desenvolvimento industrial/econômico brasileiro, conhecido como “milagre brasileiro”. A partir dessa reformulação, analisarei as aspirações, as convergências e as divergências que envolveram os agentes produtores envolvidos na sua produção, no caso a Rede Globo de Televisão, através das diretrizes adotadas pelos seus principais diretores; o governo, que atuava através da Censura Federal às telenovelas e da política cultural adotada na época; e os autores das telenovelas, oriundos do teatro engajado das décadas de 1950 e 1960, numa época em que o crítico Roberto Schwarz (1968) dizia que, apesar de o país estar sob a ditadura de direita, na área cultural, quem dava o tom era a esquerda, responsável pelas manifestações culturais mais relevantes, que encontraram na televisão um importante meio para difundir seus ideais para uma audiência de milhões de telespectadores, apesar das dificuldades que citarei mais adiante.

Até o final da década de 1960, a televisão no Brasil era um veículo estritamente regional. Apenas algumas emissoras, como a Tupi, a Excelsior e a Globo, tentavam vincular sua programação para as principais praças através do vídeo-tape (equipamento introduzido no início da referida década), ainda assim transmitidos não simultaneamente, havendo a defasagem de alguns dias, por exemplo, entre o que era transmitido no Rio de Janeiro e em São Paulo.

As telenovelas já faziam parte da programação da televisão brasileira desde a sua inauguração, em 1950. Porém, apenas em 1963 ela começou a ser exibida diariamente,

pela TV Excelsior, de São Paulo. Em pouco tempo, ela se tornou no principal gênero televisivo brasileiro, principalmente após o sucesso simultâneo em São Paulo e no Rio de Janeiro de *O Direito de Nascer*, melodrama radiofônico cubano de Félix Caignet adaptado para a televisão em 1964. Nessa época, as telenovelas eram produzidas pelas agências de publicidade contratadas pelas empresas multinacionais de produtos de higiene pessoal feminina (Colgate-Palmolive, Gessy-Lever, Kolynos, etc.) que as utilizavam como um veículo de propaganda para seus produtos, tendo como público-alvo as mulheres donas-de-casa. As emissoras de TV vendiam o horário de sua programação para essas agências exibirem os programas exibidos por elas, sendo que os autores, atores e diretores eram contratados dessas agências, e não das emissoras.

Como a produção das telenovelas era monopolizada pelas agências de publicidade, suas tramas seguiam um único padrão, o melodrama latino-americano, com suas histórias simples, maniqueístas e românticas. Tal estilo era sucesso em toda a América Latina desde os tempos do rádio e, na televisão, o sucesso foi repetido. Como muitas dessas agências eram, na realidade, empresas multinacionais norte-americanas, as suas subsidiárias no Brasil importaram o estilo que já era sucesso em outros países do continente. Os autores brasileiros contratados por essas agências, na realidade, eram apenas adaptadores de histórias importadas do México e da Argentina, principalmente.

A primeira emissora brasileira a tentar produzir suas telenovelas foi a TV Globo. A emissora carioca, que iniciou suas atividades em 1965, criou um núcleo de telenovelas e contratou a cubana Glória Magadan para dirigi-lo. Anteriormente, Magadan dirigia as telenovelas da agência Denison, que cuidava da publicidade da Colgate-Palmolive, sendo ela contratada pelo então diretor da emissora, Walter Clark, por ter uma boa experiência em escrever e produzir melodramas de sucesso. Dessa forma, apesar de produzir suas próprias telenovelas, a Globo mantinha-se fiel ao estilo melodramático latino-americano, imposto pela cubana a todos os autores e diretores da emissora carioca. Além disso, as tramas escritas por Magadan eram, na realidade, adaptações de folhetins europeus do século XIX e início do século XX cujas tramas se desenrolavam em países como a Rússia, a Espanha, o México, o Japão e Índia, distantes totalmente da realidade brasileira. Mesmo assim, essas tramas conquistaram a liderança da audiência no Rio de Janeiro, mas não tinham uma boa receptividade entre os telespectadores de São Paulo. Vale lembrar que, na época, a Globo tinha sérias dificuldades em conquistar o público paulistano, ficando ela, geralmente, nos últimos lugares nos índices de audiência.

Porém, esse quadro alterou-se a partir de 1968, quando o país passou por diversas transformações sociais, econômicas, políticas e culturais. Ao mesmo tempo em que o país entrava em um período de fechamento político e controle mais ferrenho das mani-

festações culturais com a decretação do Ato Institucional nº 5, no plano econômico, o Brasil começava a entrar em uma fase de crescimento econômico, cujas bases seriam o incentivo à aquisição de bens de consumo pela classe média urbana através da concessão de crédito, estimulando as vendas da indústria. Essa parcela da população tornou-se um mercado consumidor extremamente lucrativo, que passou a ser o público-alvo das agências de publicidade.

E justamente nessa época que a televisão começou a aparecer como um importante meio de comunicação para as agências de publicidade anunciarem seus produtos e marcas e tentarem conquistar essa faixa de público em todo o país, e não apenas os grandes centros urbanos (São Paulo e Rio de Janeiro). Como já foi abordado por Renato Ortiz (2001), a televisão seria um meio para constituir, pela primeira vez, um mercado capitalista nacional, ao mesmo tempo em que atendia aos interesses do governo civil-militar em promover a chamada “integração nacional”, ponto importante para manter a segurança do país. Para a televisão exercer esse duplo papel, o governo, através da Embratel (Empresa Brasileira de Telefonia), investiu na área de telecomunicações, introduzindo o sistema microondas em 1969, possibilitando às emissoras transmitir sua programação em rede nacional, simultaneamente, para todo o país.

Das emissoras de televisão, a que adequou sua programação para a transmissão em rede nacional foi a Globo. A emissora que melhor se preparou para esse momento foi a TV Globo do Rio de Janeiro, que começou a mudança em setembro de 1969, com o lançamento do *Jornal Nacional*, noticiário que deveria ser inteligível para um público massivo espalhado por todo o território brasileiro. Ao mesmo tempo, a emissora carioca se reorganizava administrativamente, procurando vender seu tempo livre para anunciantes interessados em vincular seus produtos e marcas para todo o território nacional. Na realidade, a Globo foi a primeira emissora a perceber que seu produto mais importante não era a sua programação, e sim seu tempo vazio, destinado aos espaços publicitários. Tendo em vista isso, a emissora, como lembrou Marcos Napolitano (2004), procurou conquistar a audiência em termos absolutos (programas com audiência expressiva) e relativa (programas com menos audiência, mas que eram assistidos por uma faixa de público com um poder aquisitivo maior, atraindo a publicidade de produtos e marcas mais caras, cujas empresas estavam dispostas a pagar mais caro pelo horário).

Por isso, a renovação das telenovelas ocorreu tanto por meio da reformulação do formato de suas tramas, que se deu através das experiências bem-sucedidas feitas pelas emissoras concorrentes, como a Tupi, que lançou telenovelas mais próximas do cotidiano, com um estilo naturalista, influenciado pelo cinema hollywoodiano e até pelo neo-realismo do cinema italiano, como *Antonio Maria*, *Beto Rockefeller* e *Nino, o italianinho*,

que conquistaram uma boa audiência, mostrando que o público estava preparado para telenovelas com essas características, quanto pela definição clara de estilos dessas telenovelas através dos seus horários de exibição, sendo os horários mais valorizados os das 20 horas, cujas tramas procuravam conquistar um público massivo e mesclavam o naturalismo com o melodrama, e o das 22 horas, com histórias mais elaboradas e que objetivavam conquistar um público mais intelectualizado e com um poder aquisitivo maior.

Como podemos perceber, para um dos agentes produtores das telenovelas, a Rede Globo de Televisão, através da administração implementada pelos seus principais dirigentes da época, como Walter Clark, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (Boni), Joe Wallach, etc., a renovação do gênero tinha objetivos claramente mercadológicos, ainda mais se lembrarmos que o formato naturalista possibilita a exploração de um método de publicidade moderno e com um bom potencial de lucratividade, até então pouco explorado pelas emissoras de televisão, o *merchandising*.

Já o governo civil-militar tinha interesses estratégicos na televisão. O regime considerava importante integrar o país dentro das diretrizes da Ideologia da Segurança Nacional, como abordou Renato Ortiz (2001), mas havia também outros interesses.

O regime militar preocupava-se com a qualidade dos programas televisivos. No início da década de 1970, programas de auditório atraíam uma grande audiência, principalmente os programas do Chacrinha, Silvio Santos (ambos exibidos pela Rede Globo) e Flávio Cavalcanti (transmitido pela Tupi), principalmente explorando temas considerados sensacionalistas pela crítica televisiva e pelos censores do regime. Para um governo que queria explorar a imagem de um “Brasil Grande e Moderno”, tais programas representavam a negação dessa imagem, alimentando os aspectos arcaicos da sociedade brasileira, como percebeu Muniz Sodré (1977). Por isso, através da pressão política e econômica, o governo pressionou as emissoras para realizarem alterações na sua grade de programação e, segundo Sérgio Mattos (2002), isso foi determinante para a Globo investir cada vez mais nas telenovelas, tornando-as o principal gênero de sua grade de programação. É bom lembrar que, através de várias notícias vinculadas pela grande imprensa da época (*Veja, Folha de S. Paulo*, etc.), pode-se perceber que esse interesse era compartilhado pela crítica televisiva, pelas agências de publicidade (que também tinham o Governo Federal como um de seus principais anunciantes) e por boa parte da classe média, sintonizada com os ideais desenvolvimentistas da época.

Além dessa preocupação, o governo também se preocupava com a grande presença de programas estrangeiros, principalmente norte-americanos, nas emissoras de televisão brasileiras. Por isso, durante a presidência de Ernesto Geisel (1974-1979), foi lançado o

Plano Nacional de Cultura, que entre as suas diretrizes tinha a proteção da cultura nacional ante a ameaça da cultura estrangeira, cujos valores poderiam deturpar moralmente o “homem brasileiro”.

A Rede Globo de Televisão procurou, de certa maneira, atender essas expectativas do governo, com a criação do horário de telenovelas das 18 horas, originalmente destinado às adaptações de clássicos da literatura brasileira e com uma reformulação nas telenovelas do chamado horário nobre (20 horas), exibindo tramas mais elaboradas, escritas por Lauro César Muniz, Dias Gomes (que, curiosamente, teve a sua telenovela dirigida para o horário, *Roque Santeiro*, censurada) e por Janete Clair, que mudou um pouco seu estilo e escreveu telenovelas mais naturalistas, como *Pecado Capital*. Além disso, no ano de implementação do Plano Nacional de Cultura, em 1975, a Globo adaptou, para o horário das 22 horas, uma das principais obras do escritor Jorge Amado, *Gabriela*, explorando muitos os traços de “brasilidade” da obra. Um fato que chama a atenção é que essa postura da Globo procurava tanto atender aos interesses do governo quanto aos objetivos mercadológicos, sendo que essas alterações foram incluídas, justamente, quando a emissora comemorava seus 10 anos de existência, em uma época em que sua liderança já parecia inabalável

Já quanto ao terceiro agente envolvido na produção das telenovelas, os autores, tinham expectativas diferentes das dos seus patrões e das do governo. A maior parte deles estava ligada a ideologias de esquerda e à luta por reformas sociais no Brasil. Entre eles, podemos destacar comunistas que utilizavam sua arte como meio de expressão política autônoma, sem ter relação direta com as atividades e a linha política do Partido Comunista Brasileiro (PCB), como era o caso do dramaturgo baiano Dias Gomes; indivíduos que militaram na Juventude Comunista na década de 1960, como Gilberto Braga e Aguinaldo Silva; ou aqueles que foram formados nos seminários organizados pelo grupo teatral Arena, de São Paulo, em 1960, que tinha como objetivo formar uma dramaturgia nacional e popular, com poder de conscientizar o povo quanto à dura condição de exploração pela qual passava o país. Nesses seminários, fizeram parte vários autores teatrais que acabariam ingressando na televisão, como Lauro César Muniz, Benedito Ruy Barbosa, Walther Negrão, Manoel Carlos, Gianfrancesco Guarnieri, Oduvaldo Vianna Filho, entre outros. Mesmo Janete Clair, a principal novelista da emissora e tida pelos críticos como uma autora de obras alienantes, inverossímeis e melodramáticas também trouxe dilemas sociais na maioria de suas obras, destacando-se entre elas *Irmãos Coragem*, *Selva de Pedra*, *Fogo Sobre Terra* e *Pecado Capital*. Nelas, o conflito modernização e tradição estiveram presentes sob a forma de tramas que instigaram debates sobre a questão do divórcio, da reforma agrária, da urbanização desenfreada, etc.

O fato de esses autores, com uma trajetória de lutas políticas no teatro, terem ingressado na televisão, na emissora que muitos consideravam “a voz e a imagem oficial do regime”, como frisou Marcelo Ridenti (2000), tem sido visto por alguns estudiosos como uma capitulação ideológica ante os interesses da burguesia, enquanto outros enfatizam o fato de eles tentarem despertar um espírito crítico no telespectador, podendo contribuir, dessa forma, para mudanças sociais. Porém, a maior parte das pesquisas sobre o tema não enfatiza outros fatos que levaram esses dramaturgos a ingressarem na televisão, como a falta de perspectivas profissionais no teatro, devido à censura e ao pouco investimento dos produtores nesse gênero artístico, e a própria esperança desses artistas em realizarem as propostas que eles tentavam implementar desde os anos 1960, que era utilizar as manifestações culturais como um veículo para a conscientização e transformação social. Em suma, esses dramaturgos procuravam atuar dentro das perspectivas levantadas pelo filósofo alemão Walter Benjamin na década de 1930, que era utilizar o espaço aberto pelos meios de comunicação burgueses para os artistas de esquerda para, na medida do possível, transmitir as mensagens de viés socialista.

Como podemos perceber, direta ou indiretamente, três agentes estavam envolvidos na produção das telenovelas da Rede Globo de Televisão. Logicamente, essa relação tinha convergências e divergências. Apesar das diferenças ideológicas, havia uma expectativa em comum entre eles. As esperanças de ver um “Brasil Grande”, ou seja, um país desenvolvido, com seus históricos problemas sociais resolvidos, como bem observou Esther Hamburger (2005). Porém, havia divergências perceptíveis entre eles, materializadas através das mais variadas pressões que, muitas vezes, eram expostas através da imprensa. As mais comuns eram a censura, a autocensura e as pressões comerciais.

A censura, que inicialmente não era tão forte na televisão, a partir de 1968, após a instituição do Ato Institucional nº 5, se fez presente, procurando cercear as manifestações contrárias às ideologias e às crenças dos detentores do poder. No caso das telenovelas, elas ficaram visadas a partir do momento em que as tramas começaram a abordar o cotidiano brasileiro. Geralmente, ela se dava através do veto de parte dos textos ou das cenas por parte dos censores, o que dava muito trabalho para a Globo e para os autores, que deviam se esforçar para manterem alguma coerência nas tramas. Além disso, o critério utilizado pelos censores era nebuloso, confundindo ainda mais a situação. Foram vários casos de telenovelas censuradas, seno alguns deles o caso de *Selva de Pedra* (1972), de Janete Clair, cujo triângulo amoroso e a sugestão de um caso de bigamia foi visado pelos censores, *O Bem Amado* (1973), de Dias Gomes, cujo personagem principal, o prefeito da fictícia Sucupira, Odorico Paraguaçu, não podia ser chamado de coronel, o que fez muitas das cenas já gravadas terem seus personagens, repentinamente, mudos quando se referiam

a esse personagem, entre outros casos, que serão citados em minha dissertação. Porém, os casos mais famosos foram a censura total de obras como *Roque Santeiro* (1975), de Dias Gomes, e *Despedida de Casado* (1976), de Walter George Durst, que foram proibidas de serem exibidas, causando prejuízo para a Rede Globo, que já havia gravado cerca de vinte capítulos de cada uma das telenovelas citadas.

E foi justamente para evitar esse prejuízo que a Globo passou a fazer a autocensura, contratando um ex-censor, no caso José Leite Otati, para realizar essa função. Tal situação desagradou os autores, que começaram a desenvolver táticas para driblar a censura interna, como abordar vários temas passíveis de censura que, colocados simultaneamente, acabariam confundindo censores e autocensores que, dessa forma, acabariam deixando passar algumas dessas mensagens.

Porém, outra barreira, talvez maior do que a censura ou a autocensura, apareceu para os autores de telenovelas, o *merchandising*, principalmente a partir de 1978, com o sucesso da telenovela *Dancin' Days*, de Gilberto Braga, responsável pelo lançamento da moda das discotecas no Brasil. Foi a partir dessa telenovela que o departamento comercial da emissora passou a ter influência, inclusive, na criação das telenovelas, sendo personagens e tramas elaboradas para atender aos interesses dos patrocinadores.

Através da imprensa, podemos perceber que, em 1980, o debate em torno do *merchandising* nas telenovelas e a relação com sua queda de criatividade era bem forte na imprensa. Michele e Armand Mattelart (1989) identificam três tipos de atitude comuns entre os autores de telenovela quanto a essa prática comercial:

A primeira atitude é a aceitação do *merchandising* como algo natural dentro da indústria cultural e, dessa forma, deve-se utilizá-lo para dar mais verossimilhança às histórias. Além disso, a sua utilização pode render dividendos aos autores e artistas, sendo bem pagos ao inserirem produtos e marcas dentro de suas tramas. Entre os autores que adotavam essa postura na época, destaco Janete Clair e Gilberto Braga.

Já a segunda atitude também corresponde à aceitação do *merchandising* como algo que faz parte do sistema por parte dos autores. Porém, esses consideram que, se abre espaço para a publicidade em suas tramas, as emissoras também devem abrir o mesmo espaço para mensagens úteis e construtivas para a sociedade. Portanto, dessa forma, surge o *merchandising social*, com mensagens que podem incentivar campanhas contra a corrupção, a miséria, a fome, a violência, etc. Tal postura é adotada por autores como Dias Gomes, Cassiano Gabus Mendes, Benedito Ruy Barbosa e Silvio de Abreu.

Por fim, a terceira atitude é a mais radical e, conseqüentemente, a mais rara de ser adotada. Ela corresponde a dos autores que não aceitam a regra do jogo comercial e, por isso, acabam sendo excluídos do sistema, perdendo seus empregos na televisão. No início

dos anos 1980, dois autores expuseram claramente essa atitude: Carlos Eduardo Novaes e Lauro César Muniz, que expressaram na imprensa seu descontentamento com as práticas de *merchandising*, considerando elas como responsáveis pela crise criativa das telenovelas. Devido às declarações na imprensa e à recusa em aceitar as sugestões do Departamento de Merchandising, tanto Novaes (que fazia a sua primeira telenovela) quanto Muniz (que vinha de uma trajetória de destaque na Globo) perderam seus empregos.

Diante do contexto descrito acima, podemos dizer que, curiosamente, nos anos mais duros da censura e da Ditadura Militar (1970-1975), os autores encontraram na Globo um espaço maior para experimentos, ousadias e desenvolvimento de uma temática mais social. Contudo, com o crescimento dos investimentos publicitários, as barreiras comerciais tornaram-se mais visíveis e, paradoxalmente, em um momento em que o regime começou a abrir politicamente e ser um pouco mais tolerante, a Globo tornou-se mais rigorosa em sua autocensura, norteando essa última, a partir dos últimos anos da década de 1970, em diretrizes comerciais, ditadas por compromissos com patrocinadores.

Tais assuntos descritos acima serão abordados mais extensivamente na minha dissertação de mestrado. Considero esta pesquisa de suma importância, devido à grande influência que a televisão e seu gênero principal, a telenovela, têm na sociedade brasileira, principalmente aquelas produzidas pela principal emissora de televisão brasileira, a Rede Globo de Televisão, que graças ao sucesso de sua teledramaturgia transformou-se em uma empresa transnacional, exportadora de um produto consumido em diversas regiões do mundo, principalmente entre as classes médias e as classes populares, como destacou Cristiane Costa (2000). A influência das telenovelas, até hoje, se dá de diversas formas, desde a formação da opinião pública quanto de questões políticas e sociais até crítica de determinados valores morais e de comportamento. Com isso, a emissora passou a ter um grande peso no jogo das decisões políticas em nosso país.

Por fim, vale salientar que a posição de liderança conquistada pela Globo deve-se a essas inovações adotadas na década de 1970, quando, em poucos anos, ela se tornou líder hegemônica de audiência em todo o Brasil. Por essa razão, quem quiser compreender a realidade brasileira contemporânea deve analisar mais seriamente esse veículo de comunicação e a sua programação, deixando de considerá-lo apenas como um meio massivo de alienação, como já foi colocado por Eugênio Bucci (2005).

Recebido em Abril/2008; aprovado em Maio/2008.

Nota

* Mestrando do Programa de Estudos Pós-graduados e História, PUC/SP. E-mail: tintoriled@yahoo.com.br