

Portugal / Brasil: a telenovela no entre-fronteiras

Maria Lourdes Motter, Maria Ataíde Malcher¹

A “colonização pelo colonizado” aconteceu fortemente na exportação de telenovelas brasileiras para a Europa. Em Portugal não foi diferente. Há registros que apontam essa passagem e interesse por parte dos portugueses pelo produto ficcional brasileiro. Em uma descomprometida verificação de turistas brasileiros nota-se, em restaurantes e hotéis, a televisão ligada e a telenovela sendo assistida pelos locais – os índices de audiência comprovam esse interesse.

Não há como desprezar o rompimento de barreiras favorecido pelas facilidades tecnológicas (grandes redes de comunicação, transmissão via cabo/ satélites) a dados e programações que transitam em tempo real, incluindo os noticiários, mas também as ficcionais e de lazer.

A intenção deste estudo é investigar o quanto a cultura local reage frente à presença de produtos importados em termos de aceitação e/ou rejeição, influência e estímulo para criação e comercialização da programação ficcional televisiva. Se no passado o Brasil exportava telenovelas para Portugal, e metaforicamente era o ‘colonizado colonizando o colonizador’, hoje temos uma proposta concreta que tenta reverter essa situação, quando o Brasil põe no ar uma telenovela portuguesa.

Tomamos conhecimento da emergência da telenovela *Olhos D’Água* em Portugal, inclusive do seu sucesso, obscurecendo a, até então, hegemônica telenovela brasileira.

O que torna um produto hegemônico? O local tem preferência para os nativos? Qual o interesse que poderá gerar uma telenovela portuguesa, num país que se caracteriza pela excelência do produto? Que inovações promete a telenovela portuguesa? Que trocas ela promove com a brasileira? Ou, que apropriações ela faz do formato brasileiro?

Fazer uma análise da telenovela *Olhos D’Água*, nestas primeiras semanas de exibição no Brasil, seria precipitado, mas é a

questão que nos propomos: registrar a recepção desse novo produto ficcional quanto à inserção de um novo horário na grade televisiva (16h), e observar o quanto ela traz imbricada ou não a linguagem da telenovela brasileira.

Olhos D’Água, estréia no Brasil no dia 19 de janeiro, na TV Bandeirante (BAND), às 16h. Faz parte da nova estratégia da emissora, iniciada em 2000, com o objetivo de disputar *posições de liderança*². No Brasil, o *ranking* de audiência das emissoras tem como líder a Rede Globo de Televisão (Globo) desde a década de 70, seguida pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Nesse contexto, a disputa pelo terceiro lugar é algo almejado pelas demais emissoras que integram as televisões de canal aberto no Brasil.

No caso da BAND, sua estratégia na busca de audiência recai na diversificação, já que durante anos, apostou em um único segmento: o esporte. Ao decidir pela mudança com o objetivo de tornar-se mais competitiva percebe a necessidade de apostar em outros segmentos e é isso que tem feito: investido em contratações de apresentadores, diretores e estabelecido parcerias com produtoras como a NBP³.

Tendo se caracterizado como emissora voltada aos esportes resgata sua participação na teledramaturgia em 2004. Apesar de ter inaugurado sua participação no gênero teledramatúrgico em 1967, suas investidas foram assistemáticas a exemplo das demais emissoras nacionais, que não possuem tradição na produção e mesmo veiculação sistemática de telenovelas. Isto, se comparado à emissora líder que é hegemônica nesse segmento. Para esse retorno escolheu duas obras de ficção de grande audiência em Portugal, país de origem da produção, *Olá Pai!* e *Olhos D’Água*. A primeira, categorizada como série, estreou no dia 18 de janeiro (2004), às 19h. Já a segunda, objeto principal deste texto, refere-se a uma teleno-

vela e teve, como mencionado anteriormente, sua estréia no dia seguinte a essa série⁴.

Como parte da estratégia, ou por precaução, a BAND pretendendo atrair outro público que não aquele cativo do horário nobre⁵, lança *Olhos D'Água* no horário vespertino lembrando o início da telenovela no Brasil. Início marcado pela veiculação dessa ficção em faixas horárias propícias a donas-de-casa quando ainda a telenovela era considerada como produto de menor prestígio na grade das emissoras e, portanto, restrita ao horário vespertino não comprometendo assim a programação da emissora. Era o começo de uma história ainda distante do hábito cotidiano, inaugurado em 1963, com a primeira telenovela diária 2-5499 *Ocupado*, uma adaptação de obra argentina que respeitou o texto de origem.

A história da teledramaturgia no Brasil é rica em tentativas, erros e acertos. Até a sua consolidação foram várias as investidas nesse gênero que, no começo, seguia os moldes das produções latino-americanas tendo seus textos origem na Argentina, no México e em Cuba. Mesmo quando escritos aqui, seus roteiristas, muitas vezes provenientes desses países, mantinham forte ligação com o estilo cunhado por esses textos latinos. Tais fatores determinavam a produção das telenovelas como obras distantes da realidade brasileira.

Nessas mais de quatro décadas, o Brasil já possui uma teledramaturgia consolidada e essencialmente nacional, o que lhe vale estar entre os respeitados produtores e exportadores desse gênero ficcional. Exportando, com grande sucesso, suas telenovelas para inúmeros países, Portugal figura entre um dos maiores consumidores, o que provocou um movimento contrário à colonização. De colonizados, através das obras ficcionais brasileiras, passou a “colonizar” o país descobridor e colonizador do Brasil. De colônia que se mirava nos modelos vindos da matriz européia, as telenovelas brasileiras levaram para Portugal os costumes, a fala, o ritmo, o jeito próprio brasileiro. Esse momento pode demonstrar o esforço de inversão do fluxo de consumo cultural, já que esse cotidiano totalmente brasileiro toma conta dos lares portugueses e torna-se modelo para os hábitos lusitanos. Interferência direta

em outra cultura que apesar de mãe se vê invadida pela presença marcante da brasilidade. São vários os exemplos da apropriação do cotidiano brasileiro no dia-a-dia portugueses.

Mas o tempo foi passando e a hegemonia das telenovelas brasileiras foi interrompida. Em 2001, com a estréia de *Olhos D'Água* na TVI portuguesa, as telenovelas brasileiras perdem a liderança. A repercussão e a manutenção dessa obra como líder de audiência foi um dos objetos que mereceu a investigação de Ferin-Cunha.⁶

Já no Brasil, é interessante registrar o momento que a televisão brasileira dá espaço na grade de programação para uma telenovela genuinamente portuguesa, por uma de suas emissoras (BAND). O que se pode perceber desse momento de experimentação? Será que o fluxo se inverterá? Será que as raízes lusas florescerão e se identificarão com a trama apresentada? É prematuro responder a esses questionamentos, mas poderíamos arriscar algumas observações.

O processo desencadeado pela BAND poderia ser enquadrado como uma das experimentações promovidas por outras emissoras em busca de audiência. Ainda sem muita certeza do caminho a seguir, investiram com comprometimento comedido na teledramaturgia. Evidente que esse não é um campo fácil para ousadas incursões, já que no Brasil a tradição se fez pela TV Globo, líder de audiência durante todas essas décadas. Difícil até mesmo ter uma posição expressiva, principalmente se concorre no horário nobre, destinado aos produtos de maior audiência da TV, com as telenovelas da Rede Globo, o que não é o caso. Cautela respeitada pela equipe que montou a estratégia da BAND. Ao optar pelo horário vespertino tentou garimpar um “novo público”, no que parece não ter obtido sucesso já que *Olhos D'Água*, no horário das 16h, esteve na faixa de 1 a 2% de audiência, não ultrapassando os programas apresentados por outras emissoras no mesmo horário.

É muito provável que o horário não deve ter sido o único elemento a provocar insucesso dessa tentativa. Uma das razões que, com certeza, provocaram a não adersão a esse produto foi o distanciamento de elementos de identificação do público receptor.

Ou seja, o que determinou seu sucesso no país de origem foi a identificação dos portugueses com sua herança histórica. Ao resgatar momentos históricos da vida dos portugueses *Olhos D'Água* configurou-se para aquela cultura⁷ como *documento histórico e lugar de memória*. E sua aceitação e incorporação foram determinadas por uma visita ao passado, um retomar das tradições, um reconhecimento e para muitos um conhecimento das origens.⁸

Nesse sentido, a telenovela, enquanto produto cultural, passa a ser entendida não apenas como um gênero, uma mercadoria, um entretenimento, mas principalmente como um componente do quadro histórico das forças que se correlacionam no meio social – força econômica, cultural, política – e como parceira de um jogo social mais amplo, agindo sob diversos aspectos, que Munõz (1992: 235) assim organiza:

a) A telenovela tem sido, sobretudo, um espaço social e cultural. Um espaço de apropriação de saberes, uma vez que as pessoas se relacionam em diferentes grupos, e ela é componente social dessas relações;

b) Ela também surge como um espaço de sedução, de interações. Assim, essa sedução da telenovela pode ser um caminho de ida ao passado, às reminiscências, de retomar e/ou reconstituir imagens, desejos e sonhos;

c) A telenovela pode ser também um espaço de identificação pessoal e social. As necessidades reais, quando expostas às respostas que os meios de comunicação social oferecem em nível de imaginário, não significam que trazem sempre a desilusão, a impossibilidade de concreção de sonhos e desejos em nível real;

d) Ela desempenha também um espaço importante no jogo social de poder. Seria difícil não aceitar que o componente ideológico está presente em toda a sua narrativa, e que o caráter mercadológico é sempre fundamental.

Sobre essa questão, Motter (2000: 43) complementa:

A interação que a telenovela estabelece entre os cotidianos da ficção e da realidade constitui uma das peculiaridades da telenovela brasileira, que, ao desenvolver um cotidiano em paralelo, dialoga com o real, numa dinâmica em que o autor colhe, a partir de suas inquietações, aspectos da realidade a serem tematizados ou tratados como questões de importância em sua ficção. ... A simples familiaridade do telespectador com discussões bem orientadas sobre preconceitos, drogas, alcoolismo, violência, hábitos de higiene e saúde sinaliza um avanço da telenovela e da sociedade que incorpora novos dados/informações/conhecimentos e/ou comportamentos.

As convenções verbais produzidas em comum acordo pela sociedade constituem o quadro mais elementar e mais estável da memória coletiva.

O instrumento decisivamente socializador da memória é a linguagem. Ela reduz, unifica e aproxima, no mesmo espaço histórico e cultural, a imagem do sonho, a imagem lembrada e as imagens da vigília atual (Bosi, 1994: 56).

Motter (2001) acrescenta que é possível delinear uma história das transformações da vida cotidiana através da telenovela, ao longo desses anos de sua existência, e de sua apropriação pela cultura brasileira. Nesse sentido, afirma:

...a telenovela constrói uma memória, ao mesmo tempo documental – por sua permanência física como produto audiovisual gravado, mas, sobretudo, por sua vinculação com o presente, que a impregna com suas marcas – e coletiva, pelo compartilhamento dos saberes que ela difunde para seu amplo público.

Diferente da recepção em telas brasileiras, o drama vivenciado pelos personagens de *Olhos D'água* estava distante dos apelos históricos, do cotidiano brasileiro e mais ainda do ritmo ficcional das telenovelas brasileiras. Não se estabeleceu o protocolo ficcional

e não houve elementos que permitissem o que podemos chamar de *verossimilhança*. A narrativa não envolveu aqueles que assistiam, distanciando-se até mesmo dos que poderiam encontrar nela pontes de identificação como é o caso das inúmeras colônias portuguesas que vivem no Brasil.

Nesse momento é relevante considerar a narrativa como fator determinante nesse processo. Conforme destacado anteriormente, o Brasil tem uma forte tradição na criação dessas obras televisivas e os diferentes brasis, durante décadas, se especializaram em assistir telenovelas. Os telespectadores daqui possuem acuidade específica sobre esse produto pela forma do *fazer brasileiro*, que caracteriza a produção da *telenovela brasileira*. Essa telenovela brasileira reconhecida por apresentar inúmeras tramas em uma mesma obra, com forte apelo no ficcional, mas usando e “abusando”⁹ do cotidiano real cria, assim, em muitos momentos intersecções que dificultam a separação *entre real e ficcional*. Explora ao máximo as riquezas naturais do meio ambiente, da sensualidade e do erotismo próprios do povo brasileiro, prendendo o telespectador em tramas que são desvendadas pouco a pouco, o que exige sua assistência diária ou pelo menos periódica, por seu forte caráter de pauta para as conversas do dia-a-dia, sobretudo por sua repercussão nas diferentes mídias. Difícil concorrer com essa experiência acumulada. Essas são hipóteses, apenas incursões exploratórias para futuras investigações, que serão consideradas no aprofundamento deste estudo.

A telenovela importada de além-mar tem sua narrativa centrada em uma única trama. Seu apelo é tênue até mesmo para o mote principal que conduz à trama: duas irmãs gêmeas separadas na infância reencontram-se anos depois – uma pobre e outra rica. Esse posicionamento relembra mais uma vez o início da teledramaturgia no Brasil, pela preocupação em distanciar-se de questões contemporâneas. Com narrativa leve, sem preocupação em amarrar as ações dramáticas, acaba distanciando o telespectador que mesmo de origem ou de descendência lusitana foi alfabetizado pela produção brasileira e, portanto, escolarizado em assistir telenovela. A diferença está no ritmo do contar a história, nos elementos resgatados do cotidi-

ano brasileiro e inseridos nas tramas, nos dramas sociais, políticos, culturais vividos e vivenciados pelos habitantes desses tantos brasis.

A mudança em nossa teledramaturgia decretada por *Beto Rockefeller* determinou os rumos dessas obras ficcionais no Brasil. Difícil é para um *leitor* experiente de telenovela brasileira se enredar por outras obras, que mantenham distanciamento considerável das fortes raízes da teledramaturgia nacional. Difícil, mas não impossível. É importante acompanhar essas experimentações como o início de um processo deflagrado pelo momento de contínua expansão da globalização. Nesse desmontar de barreiras, os produtos de outras culturas cada vez mais visitam outros portos e muitas vezes a rejeição inicial, após ajustes e reajustes, se torna um elemento que se aclimata à cultura local. Já em outros momentos, em uma adaptação menos invasiva, pode assumir novo significado a partir das concessões, negociações e entendimentos com a cultura que visita.

Na visita realizada por *Olhos D'Água* ao Brasil já houve a concessão ao acordo tácito ditado e permitido pela especificidade própria desse tipo de produto que se caracteriza como *obra em aberto* (Pallottini: 1998), o que propicia, dessa forma, mudanças em seu desenvolvimento. Foi o que aconteceu com essa visitante, que teve sua trama modificada na forma de apresentação ao público brasileiro, diferenciando-se do original veiculado em Portugal. Telenovela, como produto da comunicação, também *é questão de cultura, culturas e não só de aparatos*, conforme alerta Martín-Barbero.

É impossível conhecer novas praias sem identificar seus contornos, suas nuances, os locais de perigo e o melhor lugar para o mergulho tranquilo e o emergir seguro. Ou seja, é preciso entender a especificidade do público. Principalmente de um público que tem, gostando ou não, forte tradição em ver e fazer telenovela, sendo essa uma das maiores expressões dessa cultura.

Pensar a telenovela portuguesa nos propicia um olhar amoroso para nossa própria cultura, na medida em que faz ver como a nossa formação multicultural nos abre para as diferentes culturas e, ao mesmo tempo, nos alerta para a especificidade resultante da miscigenação e o grau de consolidação dessa

mescla. A multiplicidade da subjetividade nacional consolidou nossa identidade multifacetada em harmonia com seu próprio ritmo de mudança. Assim, somos portugueses, indígenas, africanos, italianos, árabes, japoneses, judeus, alemães, franceses, espanhóis, holandeses, em outra faixa etária, em outra clave, em outro espaço.

Somos todos e nenhum, no Brasil do terceiro milênio. Portanto, não a soma, mas a síntese transformada. É nossa brasilidade, como essa síntese transformada, que rejeita o que representa apenas o passado puro de uma raiz conservada, que evoluiu segundo sua própria história. Nossa portuguesidade é a de ontem, guardada como um elemento cultural importante, mas apenas um dos traços culturais de nossa formação. Não a portuguesidade europeia de hoje, com a pureza de sua tradição e com o lastro histórico que é só seu. Vivendo distante do mundo colonial africano, sem nunca termos sido um país colonizador não temos razões histórico-afetivas para nos envolver com uma semente de história que nasce de relações colonialistas.

Também a linearidade narrativa da telenovela portuguesa se distancia da agilidade assumida por nossas próprias narrativas e pela dinâmica multiplicidade de tramas, sons, ritmos, cores, tons em meio à também múltipla e exuberante paisagem. Nossas dimensões continentais, nossas diferenças climáticas e topográficas caracterizam regiões com marcas identitárias que se expressam nos tipos humanos, nos seus hábitos e nos costumes como marcas que individualizam, ao mesmo tempo em que concorrem, com seus traços genuinamente brasileiros, para integrar e fortalecer a mescla síntese de nossa brasilidade.

Se não localizamos elementos identificadores de partida em nossa primeira exploração das razões que poderiam afastar ou não aproximar o telespectador brasileiro da telenovela portuguesa, outras hipóteses podem ser arroladas:

1. Como consequência do que acabamos de expor, não havendo razões de ordem histórico-sentimentais ou de caráter cultural para motivar o interesse do telespectador brasileiro, a novela pode ter se reduzido ao melodrama e o grande drama que motivou a separação das irmãs gêmeas, despojado de sua vinculação com uma realidade vivida,

resultado no mais desgastado (por sua reiteração no curso do tempo) dos temas explorados pelo gênero, tal como é praticado na maioria dos países que produzem telenovela. É neste sentido que também podemos remeter a telenovela portuguesa *Olhos D'Água* aos primórdios da introdução do gênero novela no Brasil.

2. O horário em que a telenovela está sendo exibida - cuidado decorrente de se proceder à experimentação em um espaço ficcional vazio na grade geral de programação das emissoras brasileiras - pode ter contribuído para o baixo nível de audiência, seja por ter-se de criar tradição, seja por não encontrar telespectadores, principalmente telespectadoras, num mundo transformado, onde o público feminino - alvo preferencial do gênero/estilo escolhido - já não pode estar disponível para assistir televisão.

3. Ainda pensando a partir de nossas considerações iniciais, seria de se esperar que a colônia portuguesa no Brasil pudesse constituir um alvo preferencial. Um elo fundamental para atar essas pessoas a elementos de sua própria cultura, como aspecto primordial não seria através da identidade lingüística? A telenovela é dublada em português. Mantê-la com a fala de origem não seria a melhor opção. Mas, os brasileiros já resolveram este problema mesclando duas línguas. No caso, ao português do Brasil se acrescentaria um pouco da pronúncia do português de Portugal. Afinal, teríamos a marca lingüística de portuguesidade, ao mesmo tempo em que não se impediria a compreensão das falas. Na história da telenovela brasileira existem exemplos de sobra. É bom lembrar que os portugueses que moram no Brasil não chegaram ontem e que sua língua já sofreu influência local.

4. Se antes pensamos nos portugueses que vivem no Brasil, temos que lembrar, à luz de nossas considerações anteriores, que nós brasileiros temos um traço forte da cultura portuguesa e que a musicalidade da língua daquele país na nossa língua de hoje poderia resgatar, reavivando, lembranças arquivadas pelo tempo nos porões de nossa memória. Este poderia ser um forte apelo à nossa sensibilidade e uma forte motivação para restaurar nossa herança portuguesa no contato com a telenovela, capturando nossa atenção para a audiência.

5. Uma outra hipótese possível é a do natural estranhamento frente a algo novo. Estranhamento que tem se manifestado quando se processam mudanças na receita do que denominamos *telenovela brasileira*, ou seja, no jeito de ser da produção dramatúrgica da TV Globo, que construiu e impôs seu modelo, através de sucessivas experimentações. Esperar que um produto diferente possa gozar de uma pronta aceitação, uma entrega sem resistência, nos parece ingenuidade. A própria TV Globo trava uma permanente luta entre os modelos no ar e os índices de audiência. Não há como prever o êxito, que às vezes ocorre por obra do puro acaso, como o que fez com que o exotismo buscado por Glória Perez ao construir um núcleo muçulmano em *O Clone* ganhasse proeminência graças à tragédia provocada pelos atentados às torres gêmeas do World Trade Center em Nova York e ao Pentágono. *As Filhas da Mãe*, de um roteirista experimentado como Sílvio de Abreu, não alcançou a audiência esperada, assim como *Torre de Babel*, do mesmo autor, encontrou resistência por parte do público e teve que ser modificada. É bom lembrar, voltando no tempo, que *Beto Rockefeller* só foi um sucesso depois de uma experimentação fracassada de outra telenovela que tentou inovar na linguagem. Outras tentativas de inovação também foram rejeitadas como a elaborada *Espelho Mágico*, de Lauro César Muniz.

6. Por outro lado, não se pode negar qualidades à telenovela *Olhos D'Água*, que representa um modelo de qualidade incomparável se tomamos como parâmetro as telenovelas mexicanas que têm audiência suficiente para mantê-las no ar. Talvez, o maniqueísmo das personagens e o desempenho excessivamente dramático dos atores, beirando ao caricato, esteja mais próximo do gosto de certos segmentos do que a ingênua e suave novela *Olhos D'Água*, mais contida como interpretação, mais elaborada enquanto produto audiovisual e que ainda luta pela captura da audiência.

Mas, estamos apenas formulando hipóteses. Talvez se possa, futuramente, identificar quais são pertinentes, quais são mais determinantes. Pode ser ainda que cada qual concorra a seu modo para dificultar a viabilidade da proposta. Afinal, há brasileiros envolvidos na roteirização e na produção da novela, certamente estamos diante de um

projeto maior. Se não agora, é provável que o caminho será encontrado. Não há nada que a associação de tempo, talento e persistência, não seja capaz de resolver.

Afinal, como dizem experientes roteiristas de cinema e televisão, e que já se constitui um aforismo, todas as boas histórias já foram contadas. Assim, o desafio criativo desloca-se do *o que* contar para o *como* contar. É o *como* que deve ser buscado na mescla do dinamismo da telenovela brasileira, mantendo-se a marca da diferença, que entendemos deve consistir em manter a integridade da história (sem excesso de permeabilidade mercadológica) com apelos que podem nascer da própria história. A inclusão de uma cenografia que mostre ao Brasil um pouco da cultura portuguesa ou do mundo português, para além do cotidiano dramático vivido pelas personagens, pode ser um exemplo. Ou, dito de outro modo, a ação dramática deveria se desenvolver, enquanto ficção, com apoio na concretude de um mundo real pleno de atrativos, de encantos e peculiaridades, que podem ser dados a conhecer associando-se à viagem ficcional a viagem pelo país real recortado pelo fazer ficcional.

Tais considerações têm apenas o objetivo de abrir um debate. Afinal, para além dos motivos dramatúrgicos estão os de caráter mercadológico, de importância capital, em duplo sentido, quando sabemos, de há muito, sobre a ambivalência da indústria cultural, onde viabilidade do negócio e lucratividade estão em tensão dialética com o caráter artístico e a capacidade de inovar do bem produzido. Achar a fórmula é questão de interesse para os que *pensam* sobre e para os que *produzem* telenovela, independentemente de onde se situam as raízes do local na proposta que visa a transposição de fronteiras, sejam das culturas internas (ao nacional) ou das culturas externas (ao nacional) em direção ao transnacional.

Como pesquisadores, nosso interesse está na maior diversidade e na maior competitividade para que se depure o gênero e se apure a qualidade e a capacidade da ficção para que ela possa cumprir, enquanto história, seu velho papel de a um só tempo nos distrair e nos tornar melhores, explicação dos habitantes de Marrakech para seu interesse em se reunirem na praça e ouvir, por horas a fio, o contador de histórias.

Bibliografia

Bosi, E. (1994). *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo, Cia das Letras, 1994. p. 56.

Canclini, N. (1997). “Cultura y comunicación: entre lo global y lo local”. La Plata, Buenos Aires, Argentina: *Ediciones de Periodismo y comunicación* n° 9.

Ferri-Cunha, I. (2002). *Telenovelas Brasileiras em Portugal: Indicadores de aceitação e mudança* (no prelo).

Martín-Barbero, J. (1997) *Dos Meios às Mediações: comunicação cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Motter, M. L. (2000). “Ficção e realidade – Telenovela: um fazer brasileiro”. *Ética & Comunicação* – FIAM, São Paulo, n. 2, p. 43, ago/dez.

_____. (2001). “A telenovela: documento histórico e lugar de memória”. *Revista USP*, n. 48.

Muñoz, S. (1992). *Mundos de vida y modos de ver: Televisión y Melodrama*. Colombia: Tercer Mundo Ed.

Pallottini, R. (1998). *Teledramaturgia de Televisão*. São Paulo: Moderna.

Rabaça, C.A.; Barbosa, G.G. (2001) *Dicionário de Comunicação*. 2. ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Campus.

¹ Professora e doutoranda na ECA-USP, respectivamente.

² Entrevista concedida por Marcelo Parada, vice-presidente da BAND, à revista Contigo de 12 fevereiro de 2004, p.50.

³ Segundo material de divulgação da Emissora, a produtora NBP é a maior produtora de TV em ficção de Portugal.

⁴ Obras produzidas pela NBP.

⁵ No Brasil, “período em que se registram as maiores audiências e são mais caros os preços de propaganda; compreendido, em geral, entre 19 e 22 horas e, no período diurno, entre 7 e 10 horas (em ing., ‘prime time’).” Rabaça, C.A.; Barbosa, G.G. *Dicionário de Comunicação*. 2. ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

⁶ Conforme artigo apresentado no Seminário *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*, realizado na ECA-USP, em 2002: “Telenovelas Brasileiras em Portugal: Indicadores de aceitação e mudança” (no prelo).

⁷ Entendida como conjunto dos processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social. Ver, por exemplo, Canclini, N. *Cultura y comunicación: entre lo global y lo local*. La Plata, Buenos Aires, Argentina: Ediciones de Periodismo y comunicación n° 9, 1997.

⁸ Conforme observação da direção da NBP, quando do lançamento da telenovela no Brasil.

⁹ Excesso de temáticas sociais com tratamento superficial como, por exemplo, a recente *Mulheres Apaixonadas*, telenovela de Manoel Carlos veiculada em horário nobre na Rede Globo de Televisão.