

Revista Brasileira de Marketing

E-ISSN: 2177-5184

admin@revistabrasileiramarketing.org

Universidade Nove de Julho

Brasil

Stocco, Daniela

"Paraíso Tropical": interpretação de um país por meio de uma novela e uma cidade

Revista Brasileira de Marketing, vol. 7, núm. 2, 2008, pp. 185-193

Universidade Nove de Julho

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747518010>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

“Paraíso Tropical”: interpretação de um país por meio de uma novela e uma cidade

Daniela Stocco

Graduada em Ciências Sociais – FFLCH, USP;
Mestrado em sociologia e antropologia – PPGSA, UFRJ
danstocco@gmail.com

Como definir a identidade brasileira? O que é singularmente nacional? De fato, não se pode começar a responder a essas questões sem ter em mente que a identidade, seja nacional ou não, é sempre uma construção, ou como diria Bourdieu, uma representação mental necessariamente arbitrária, pois devem ser escolhidos certos valores, características ou símbolos em detrimento de outros. Nesse sentido, a força do Rio, enquanto referência identitária, fica clara nas novelas brasileiras da Rede Globo. A novela “Paraíso Tropical”, por exemplo, já em sua sinopse colocava o bairro de Copacabana como “DNA do Brasil”, ou “lugar-síntese” do Brasil. Além disso, “Paraíso Tropical”, assim como as novelas em geral, são, de fato, vitrines da sociedade brasileira, não só em relação ao consumo, mas também na divulgação de valores sociais, tipos ideais de pais, mães, filhos, homens, mulheres etc. Dessa forma, a novela “Paraíso Tropical”, o material desta pesquisa, permite-nos procura analisar, o peso do Rio de Janeiro como possível construção de uma identidade brasileira e os valores e tipos ideais que a novela atribui à sociedade brasileira. Ademais, vale notar que a novela não difunde apenas a visão de seus autores e diretores, mas também a de seus numerosos telespectadores, pois trata-se de uma obra aberta, com fins comerciais e lucrativos, o que faz desse enredo um material ainda mais rico e interessante.

Palavras-chave: Identidade nacional.
Rio de Janeiro. Telenovela.

1 Introdução

Como se pode definir a identidade brasileira? O que distingue o povo brasileiro dos outros povos do mundo, ou o que é singularmente nacional? Quais são os traços do caráter brasileiro? Muitos já se debruçaram sobre estas questões. Intelectuais do fim do século XIX, como Sílvio Romero, Euclides da Cunha, Nina Rodrigues, Tavares Bastos e Oliveira Vianna, já recorriam a tal tema para buscar, pelo fundamento do ser nacional, o que diferenciava o Brasil dos outros países – principalmente dos mais desenvolvidos. Com os movimentos de vanguarda na década de 1920, os modernistas ambicionavam romper com as tradições, atualizando as artes e a literatura brasileira, pela utilização de elementos da cultura brasileira, para fazer nascer uma arte autenticamente nacional. Nos anos 1930, acadêmicos como Sérgio Buarque de Hollanda, Caio Prado Jr. e Gilberto Freyre começavam a construir novas interpretações do Brasil, em que não só evidenciavam os obstáculos históricos, econômicos, sociais e culturais que nos impediam de entrar de fato na modernidade, mas também destacavam nossa singularidade e o que nela deveria ser valorizado. Percebe-se que o tema da identidade brasileira é, de fato, recorrente. Mais recentemente, em 1984, o antropólogo Roberto DaMatta – que já havia retomado o tema com “Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro”, em 1979 – escreve o livro “O que faz o brasil, Brasil?”, no qual ele aponta como o brasileiro constrói suas identidades:

Sei que sou José da Silva, brasileiro, casado, funcionário público, torcedor do Flamengo, carnavalesco da Mangueira, apreciador incondicional das mulatas, católico e umbandista; jogador esperançoso e inveterado da loto, porque acredito em destino – e não outra pessoa qualquer. (DAMATTA, 1994, p 15).

Propositadamente ou não, o brasileiro descrito por DaMatta é, muito provavelmente, um carioca. Primeiro, ele é flamenguista e mangueirense, o que, por si só, remete diretamente à cidade do Rio de Janeiro; segundo, por ser “apreciador de mulatas”, “carnavalesco” e “católico e umbandista”, diminui ainda mais as chances de o senhor José da Silva ser de outra das regiões do País. É verdade que, com esse exemplo, DaMatta pretendia mostrar quais seriam alguns dos tipos de identificação importantes ou

significativos para a construção identitária dos brasileiros que os difere dos estrangeiros. No entanto, é interessante notar que o modelo escolhido é o carioca que será utilizado para explorar a identidade brasileira, representando o brasileiro. Nessa perspectiva, portanto, ser carioca passa a ser não apenas uma das possibilidades de ser brasileiro, mas, sim, o seu parâmetro. Nesse contexto, este artigo apresenta como as novelas – e mais especificamente, a novela “Paraíso Tropical” – podem fazer da cidade do Rio de Janeiro uma possível referência de Brasil para construir uma identidade nacional.

2 O Rio como referência nacional

Não é de hoje que o Rio de Janeiro serve de referência de Brasil. De fato, em diversas épocas, a cidade teve papel fundamental para o País. Em primeiro lugar, desde a sua fundação, São Sebastião do Rio de Janeiro já estava predestinada por Estácio de Sá a ser a “Rainha das províncias” ou a “síntese da nação”. O fato de ter sido, por dois séculos, a capital, tanto da colônia quanto do Império e República – tendo sido, inclusive, a sede do Império Português de 1808 a 1822 – fez a cidade florescer econômica, urbana, política e, sobretudo, culturalmente, como nenhuma outra cidade do país. O Rio de Janeiro era a cidade que aproximava o Brasil da “civilização” européia, destacando-se por sua vocação cosmopolita, intelectual e grande produtora de cultura. Mesmo durante a mudança do Governo Federal para Brasília e com a fusão da cidade com o estado do Rio de Janeiro, quando a cidade já tinha perdido sua primazia econômica para a cidade de São Paulo – e que neste momento perdia seu poder político – seus intelectuais ainda se esforçavam para que lhe fosse atribuído o papel de “cidade-mãe”, “cidade-espelho”; “porta-voz do Brasil”, “coração e caixa de ressonância do país”, o “tambor do Brasil”, entre outros. O historiador Evaldo Cabral de Mello, numa entrevista para o jornal “O Globo” (edição de 13 de agosto de 2005), comenta que o carioca tem um caráter narcisista e critica o “Rio-centrismo”, que seria a construção da história do Brasil do ponto de vista carioca, tendência que viria desde a Independência; porém, hoje, não são os cariocas os maiores responsáveis por tal tendência, pois, assim como os paulistas, passaram a viajar mais e a conhecer melhor o País. Por outro lado, de acordo com Hermano Vianna (1995), a produção musical popular carioca – sobretudo o samba, o samba-

enredo e as escolas de samba – tornou-se ícone da cultura nacional, com auxílio do Estado Novo, sabidamente nacionalista e centralizador, e grande interessado no sentimento de unidade nacional. Nesse sentido, a produção cultural do Rio é de domínio nacional e não regional. Inclusive, para o autor, a “vitória do samba”, ou seja, a transformação de um estilo musical originado no Rio de Janeiro – mesmo com influências da Bahia, por exemplo – em música nacional fez parte da vitória de um projeto de modernização e nacionalização da sociedade brasileira.

De todo modo, quando se pensa em identidade nacional, não se pode perder de vista que se está falando de uma *construção*. Dessa forma, não se pode deixar de questionar a validade de uma única “identidade nacional” ou um único conjunto de valores, de crenças, de maneiras de pensar, sentir e agir legitimado pelo uso contínuo e partilhado por todos os brasileiros. Como se pode escolher entre tanta diversidade, tantas regiões e especificidades aquilo que é, de fato, generalizado no País, mas, ao mesmo tempo, singular, isto é, que o distingue de todos os outros? Pierre Bourdieu (1998) aponta uma resposta para esse problema. Para ele, a realidade é social de parte a parte, e certos agentes sociais mobilizam propriedades objetivas (língua, religião, território, atividade econômica etc.) e subjetivas (sentimento de pertença, valores etc.) da cultura do País que estão de acordo com seus interesses e pressupostos e determinam as “representações mentais” que o grupo terá de si mesmo e a imagem desse grupo para os de fora. Além disso, tal ação simbólica de mobilização acaba por produzir a unidade real ou a crença nessa unidade, e, a longo prazo, a contínua repetição e imposição da representação mental e da identidade “legítima” podem criar a unidade real. Bourdieu cita Durkheim, quando diz que a região (que no caso desta análise é a nação) é “uma ilusão bem fundamentada”. Assim, as propriedades que compõem a representação mental dos indivíduos de um país sobre sua nacionalidade não são “naturais” ou “espontâneas”, mas, sim, arbitrárias, pois escolhidas de acordo com algum tipo de interesse, devem partir de um posicionamento.

Na verdade, a formação da identidade passa pela construção da própria nação. Bourdieu tem idéias boas para definir como a identidade é construída – em grande parte delas, a dominação do Estado e dos intelectuais é muito acaçapante, não dando espaço para contribuição da população em geral. Já Benedict Anderson, em seu livro *Imagined Communities* (1998), define nação de maneira inte-

ressante: para ele, é uma comunidade política imaginária, essencialmente limitada e soberana. Segundo esse raciocínio, pode-se dizer que, exatamente por ser imaginária, a comunidade precisa ter em mente seus limites políticos e suas fronteiras; porém, outros fatores se fazem necessários para manter tal comunidade unida. O mais importante seria ter um repertório compartilhado, seja cultural ou histórico, que fosse capaz de ligar as pessoas umas às outras, criando entre elas uma identidade em comum, isto é, nacional. Para tanto, alguns elementos desse repertório podem ser trazidos à tona – pelo Estado, pelos intelectuais ou não –, seja para identificar o grupo, seja para unir seus membros. Esses elementos passam a representar o grupo generalizadamente e são escolhidos, entre outros, de forma arbitrária. No entanto, o mais importante é que, se aceitos pelos membros da nação – ou pelo menos por sua maioria – eles exercem, afinal, sua função de reforçar e legitimar a existência da comunidade imaginada. Nação e identidade nacional são construções sempre juntas, pois uma precisa da outra para se imaginar e, desse modo, existir.

Partindo-se do pressuposto de que a identidade nacional é uma construção arbitrária inserida em um campo de disputas culturais, políticas, identitárias e de poder, podemos chegar a três conclusões: primeiro, que a posição do Rio de Janeiro como modelo de “brasileidade” não é, para dizer, no mínimo, ingênua; além disso, retifica-se que até hoje o que se produziu e o que ainda se produz sobre identidade brasileira são sempre interpretações, e nunca descrições definitivas; finalmente, é inútil procurar por características ou caracteres invariáveis da identidade, pois são escolhas arbitrárias e não naturais. Assim, as definições do que é ou não nacional são passíveis de mudança – sem contar a possibilidade de mudança na sociedade, em seus valores e em sua produção cultural, que não estão parados no tempo.

Considerando todos esses aspectos, a força que o Rio de Janeiro tem não só nas interpretações do Brasil, mas também no “imaginário” dos brasileiros gerou um interesse de estudo. E, ao pensar numa interpretação de Brasil que levasse em conta o Rio de Janeiro, enquanto modelo, chegamos ao mundo das novelas, cujo material riquíssimo oferece uma das possíveis interpretações do Brasil. Por ser uma obra aberta – isto é, criada ou elaborada ao longo de sua transmissão, dando margem a mudanças na história, ao contrário de um filme, que já é uma obra acabada quando exibido –, a novela não é escrita apenas levando-se em conta as opiniões e

vontades do(s) autor(es), mas, sem deixar de lado seu lado comercial, deve também agradar e estar de acordo com as expectativas dos telespectadores, o que a obriga, de certa forma, a apresentar uma idéia do que é o Brasil, na qual o autor deve corroborar minimamente a visão de seus "não pouco numerosos" telespectadores.

3 A escolha da novela “Paraíso Tropical” como material de pesquisa

“Paraíso Tropical”, da Rede Globo, foi transmitida de 5 de março a 29 de setembro de 2007. Seus principais autores foram Gilberto Braga e Ricardo Linhares, sendo eles auxiliados por mais sete escritores. Gilberto Braga é um autor de novelas consagrado, conhecido por retratar sempre as classes média e alta cariocas, seus conflitos e tentativas de escalada social, enquanto Ricardo Linhares é de uma nova safra de autores. O núcleo de direção era de Dennis Carvalho, sendo ele e José Luiz Villamarim os principais diretores.

A escolha de uma novela da Globo escrita por Gilberto Braga não foi por acaso. Com efeito, a Globo é, de longe, a emissora com maiores índices de audiência no geral e, embora não seja a única a produzir e transmitir novelas, é a líder absoluta de audiência no segmento¹. Ademais, é uma emissora carioca, assim como Gilberto Braga, que tem sempre o Rio de Janeiro como cenário de suas tramas. Tais fatores, por si só, podem explicar por que o Rio está em evidência não só nessa novela, mas também na maioria das novelas das oito –. No entanto, por mais que autor e emissora possam privilegiar o Rio simplesmente por serem cariocas, eles não foram os primeiros e, aparentemente, não serão os últimos a fazer da cidade uma referência para uma possível construção de melhor representação do Brasil. E ainda, no caso da novela, não só a Globo e Braga atribuem ao Rio este papel, mas também os telespectadores, que interferem na obra aberta, aceitam o Rio como possível referência para a construção de sua própria visão do país.

Em fevereiro de 2007, a novela começou a ser “lançada” (chamadas durante a programação da emissora mostravam estrangeiros em seus países tentando definir o que seria um paraíso tropical; em seguida, as chamadas apresentavam aos telespectadores os principais personagens e adiantavam quais seriam as principais tramas da novela, além dos anúncios em jornais e revistas – sobretudo nas especializadas em telenovela – e em *outdoors*.

Sempre que uma nova novela está prestes a estrear, há uma coletiva de imprensa com os produtores, diretores, atores e autores envolvidos. Naquela ocasião, foi apresentada a seguinte sinopse para a nova “novela das oito”:

Rio de Janeiro, Copacabana. Da antiga Capital Federal – até hoje considerada por muita gente no mundo todo a verdadeira capital do Brasil – Copacabana talvez seja o lugar que melhor represente o país em todos os seus aspectos. Concentrados no espaço limitado de alguns quilômetros quadrados estão as mais diversas formas de vida, uma incrível e vastíssima biodiversidade que, em síntese, é a mais perfeita tradução do nosso povo. Nesse pedaço de terra, povoado e freqüentado por cidadãos célebres e anônimos de todos os tipos, está a nossa cultura, escancarada, viva, com todos os seus contrastes, qualidades e mazelas. Em Copacabana está o DNA do Brasil. Pois é nesse lugar-síntese que está ambientada a próxima novela das 20h, Paraíso Tropical, de Gilberto Braga e Ricardo Linhares, com direção de núcleo de Dennis Carvalho. Mas, como o autor faz questão de ressaltar, a novela não é exatamente sobre aquele bairro carioca, mas sobre o Brasil contemporâneo, seus contrastes e, principalmente, uma novela que conta uma atribulada e intensa história de amor².

Com essa sinopse, atribui-se mais especificamente ao bairro de Copacabana o caráter de “síntese do Brasil”: o de ser uma amostra representativa do “DNA do Brasil”. De acordo com seus produtores e autores, o Rio de Janeiro, resumindo esse bairro, é um retrato fiel do Brasil. A novela se apresenta, portanto, como material com enorme potencial para meus estudos.

4 A relevância das novelas como objeto de estudo

4.1 Novela: obra aberta, comercial e de massa

O fato de as novelas serem obras com fins lucrativos, ou seja, comerciais, faz com que as emissoras tenham grande interesse – no caso, da Globo – em fidelizar seus telespectadores e garantir que não troquem de canal ou desliguem a televisão por não

estarem satisfeitos com o andamento da história transmitida. Essa preocupação procede, pois uma queda no índice de audiência é determinante para diminuir o lucro das emissoras, advindo de seus anunciantes. Para evitar esse tipo de problema, a Rede Globo analisa, com afinco, os índices de audiência emitidos pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) e tem metas de índices para cada um dos seus programas. De acordo com as pesquisas do Ibope e a análise de Esther Hamburger (2005), a "novela das oito", hoje exibida às 21h, é a sua "menina dos olhos", por ser, tradicionalmente, o programa que apresenta os maiores pontos de audiência – maiores, inclusive, que os do "Jornal Nacional", o mais importante noticiário da Rede Globo e da televisão brasileira. Além disso, há um Departamento de Pesquisa tão bem desenvolvido quanto inacessível, que realiza ou encomenda pesquisas qualitativas com grupos de discussão, normalmente formados por mulheres, para saber suas opiniões e expectativas em relação à história, a determinados personagens, à aceitação ou rejeição a certos temas etc., o que confere maior segurança para continuar os caminhos já traçados para a novela ou para propor mudanças quando ela vai mal. Por mais que o Ibope seja medido somente nas áreas metropolitanas e que só mulheres, nem sempre de todas as classes sociais, tenham voz para influenciar no rumo de uma telenovela, esse diálogo está aberto e é considerado de suma importância para a emissora, pois pressiona diretores, autores, produtores e atores em direção ao sucesso na audiência e, consequentemente, ao êxito comercial, mesmo que a palavra final, para escrever o roteiro e os capítulos, seja do(s) autor(es).

4.2 Presença, impacto e poder da televisão

Outro fator que confere importância ao estudo de novelas é a disseminação da televisão no Brasil, seu impacto e, principalmente, seu poder na vida dos brasileiros. A TV, por si só, é um fenômeno à parte: ainda que, em 1960, apenas 4,6% dos domicílios brasileiros possuíssem um aparelho de televisão, em 1970 eram 22,8% e, em 1980, 56,1%. Em 1991, 71% dos domicílios possuíam pelo menos um aparelho³ e, em 2000, 84% tinham, no mínimo, um televisor⁴. Isso significa que dos 44 milhões de domicílios particulares, 38 milhões possuíam televisores, ou seja, aproximadamente 145 milhões de brasileiros tinham acesso à televisão. Só essa cons-

tatação, segundo Verônica Eloi de Almeida (2003), prova quão pertinentes e importantes são os estudos sociológicos que consideram tanto a TV quanto os produtos que ela veicula como materiais de pesquisa. Infelizmente, os trabalhos sobre a televisão ainda são pouco numerosos, principalmente por um preconceito acadêmico em torno da cultura de massa, também explorado na pesquisa de mestrado de Almeida. Inclusive, autores como DeFleur e Ball-Rokeach (1990) esclarecem que o interesse dos investigadores das ciências sociais básicas por comunicação e mídia de massa que começou antes da Segunda Grande Guerra, sempre foi visto como ferramenta para compreender as hipóteses e teorias de suas próprias disciplinas, e não como um campo em si para ser estudado. Almeida também salienta que da primeira novela transmitida pela televisão brasileira – *Sua vida me pertence*, 1951, TV Tupi – passaram-se quase 30 anos para que a academia se interessasse em refletir sobre o papel desempenhado pela telenovela no campo cultural e no cotidiano dos brasileiros.

Quanto ao poder da televisão, Bourdieu esclarece, em "Sobre a Televisão" (1996), que o grande alcance da TV faz com que ela tenha o monopólio da formação das cabeças de uma parcela muito grande da população, o que permite vislumbrar o poder que esse veículo de comunicação de massa tem e o alcance de seu conteúdo. Somado a tal visibilidade pública, e ainda pensando com os conceitos bourdieusianos, a TV usufrui, por meio da imagem, o "efeito do real", ou seja, ela faz ver e faz crer no que faz ver. Ela tem um poder de evocação com grandes efeitos de mobilização, podendo trazer à existência idéias, representações e grupos, com uma divulgação muito maior que qualquer outro meio de comunicação. A consequência é que a TV pode passar de instrumento de registro para o de criação de realidade. A imagem transmitida torna-se o espelho da realidade e dá grande autoridade aos discursos que ela constrói. É bom notar que Bourdieu estava pensando, sobretudo, na produção jornalística da televisão, e não tanto na de ficções. No caso do jornalismo, é certo que o telespectador tem um papel mais passivo, pois não pode participar, enquanto, na produção das novelas, por exemplo, ele pode interferir. Por outro lado, segundo Dominique Wolton (1996), a TV pode ser vista pelos telespectadores como um tipo de espelho, que oferece à audiência uma representação de si mesma, mas que também é compartilhada por todos os que assistem a ela simultaneamente, criando uma solidariedade ou

identidade coletiva, numa visão mais otimista que a de Bourdieu. Já Jesús Martin-Barbero (1997) vai além de Wolton: influenciado por Edgar Morin, Martin-Barbero reconhece que o dispositivo básico de funcionamento da indústria cultural é a fusão do espaço da informação com o imaginário ficcional. E é nessa fusão que o público tem a sensação de estar assistindo a narrativa de sua própria vida e que a ficção parece estar mais próxima da realidade do telespectador que as notícias que ele vê na TV ou lê no jornal, pois ele se identifica com os personagens, o que pode não acontecer no noticiário. Soma-se a isso, a estrutura aberta da novela, herdada do folhetim, em que o plano da história é flexível para permitir a reação e interferência dos leitores (folhetim) e telespectadores (novela). Pode-se dizer, então, que a novela tem, de fato, o poder que Bourdieu atribui à televisão, pois dá maior efeito de realidade à história, mesmo porque usa as informações e notícias da atualidade para ter maior verossimilhança; no entanto, o fato de ser uma obra aberta faz com que os telespectadores participem da disputa na qual será definida que realidade deve ser retratada, pois eles ajudam a construir a história. Martin-Barbero coloca o telespectador no campo da disputa das representações mentais, o qual, para Bourdieu, estava totalmente fora.

4.3 Telenovela: questão nacional

Existe ainda o papel de unificador nacional possibilitado pela novela. Voltando à definição de nação de Benedict Anderson, como comunidade política imaginária, limitada e soberana, insere-se também um fator importante: a maioria de seus membros não se conhece, mas, na mente de cada um, eles fazem parte de um mesmo grupo. Um dos fatores fundamentais que sustentavam a idéia de simultaneidade e de unissonância na formação das consciências nacionais era o “capitalismo impresso”, ou seja, a propagação em massa de livros e jornais, possibilitada pela nova tecnologia de comunicação capitalista. Isso porque todos os que liam os jornais, por exemplo, tinham consciência de que outros membros de sua comunidade o faziam simultaneamente, mesmo sem um conhecer a identidade do outro. Como a “comunidade imaginada” tem suas raízes na vida cotidiana, ao ver que outros lêem o mesmo jornal que ele, o leitor reafirma sua confiança na existência dessa comunidade.

Igualmente, podemos ver, nas telenovelas, o mesmo tipo de fenômeno que era configurado pelo jornal. No Brasil, sabe-se não só pelos índices do Ibope, mas também pelas conversas no dia-a-dia que milhões de pessoas acompanham, ao mesmo tempo, as histórias das novelas e compartilham seu conteúdo que trata de temas abordados por elas em discussões com familiares, amigos, companheiros de trabalho etc. Ainda seguindo o pensamento de Anderson, a língua em si não tem um papel mais preponderante que a impressa no nacionalismo, pois, por um lado, ela é o meio pelo qual os elementos de uma comunidade se conectam, mas não pelo qual a “comunidade se imagina”; por outro, existem nações onde seus integrantes utilizam diferentes línguas. Além do mais, com a revolução das comunicações do século XX e a transformação do Estado-Nação em uma norma intransponível, a uniformidade lingüística não é mais um obstáculo. O que Anderson busca são os meios que ofereçam referências por meio das quais os indivíduos se identifiquem e passem a reconhecer uns aos outros como parte de uma mesma nação. Nesse caso, não só o capitalismo impresso atuará dessa forma, mas também museus, mapas, censos e a reprodução em massa de selos, cartões-postais, hotéis e revistas, pois ajudam a construir uma “imagem da comunidade imaginária”. A novela, portanto, preenche os três requisitos: de simultaneidade e de construção de uma referência, de um imaginário em comum para muitos brasileiros e de meio de comunicação de massa.

Com efeito, as telenovelas são a vitrine da contemporaneidade brasileira. Elas destacam ícones da nacionalidade brasileira – Pão de Açúcar, Corcovado, belezas naturais etc., tentam construir personagens com os quais os brasileiros se identifiquem e, ao longo da história, introduzem referências da realidade – notícias da vida real que se repetem e repercutem na novela, ou datas comemorativas celebradas na novela ao mesmo tempo que o são na vida real (ex: Natal, Ano Novo etc.) – para tornar, mais forte e verossímil, a identificação da novela com o cotidiano do brasileiro. Esther Hamburger e Elodie Perreau (2005) mostram em seus trabalhos o esforço de autores, diretores e produtores em dar esse toque de realismo, que reforça o poder da novela como referencial de Brasil e facilita que o telespectador interprete a história que ele vê na TV como representativa da realidade que vive e vê nos jornais. Ademais, o conteúdo das novelas sempre gira em torno de valores e instituições muito caras aos brasileiros, que dizem muito

de suas preferências, de seu senso de justiça, de como agir em certos papéis e em certas situações. A novela, como apontado por Hamburger (2005), é um espaço de condensação de tipos ideais – positivos e negativos –, principalmente de membros da família. Partindo-se desse ponto, pode-se destacar que a novela é uma construção que representa o Brasil e as pessoas que nele vivem e, ao emitir essa representação, dá um repertório a seus telespectadores, que compartilham e interpretam livremente, sendo um dos meios de criar a imagem do “Brasil imaginário”. Para se ter uma idéia de como o Rio de Janeiro é cenário recorrente das “novelas das oito”, de “Sol de Verão”, transmitida em 1982 e analisada no primeiro trabalho de recepção de novelas feito por Ondina Leal (1986), até a novela transmitida atualmente pela Rede Globo, “A Favorita”, tem-se um total de 43 novelas. Desse total, 25 (58,14%) apresentavam estórias ambientadas no Rio de Janeiro; 10 (23,26%) se passavam em cidades fictícias (8 casos) ou reais (2 casos) no interior no Brasil e, finalmente, 8 (18,60%) tinham a capital paulista como cenário. No caso da novela “Paraíso Tropical”, além dos tipos ideais de membros da família, há um repertório de imagens do Rio de Janeiro; em primeiro lugar, de suas paisagens exploradas na abertura e no transcorrer dos capítulos, que unem o “país tropical”, com sua natureza paradisíaca, à segunda maior cidade do país, moderna, urbana, cosmopolita. Essa superposição que a cidade do Rio permite torna-se material para construção de uma referência de Brasil, ao mesmo tempo urbano e um “paraíso tropical”. Em segundo lugar, em pesquisas realizadas sobre novelas, como as de Rosane Prado (1987), de Laura Gomes (1991), de Denise da Silva (1991), de Monica Roque Coutinho (1993), de Heloísa Buarque de Almeida (2003) e as já citadas de Leal (1986) e Hamburger (2005), as novelas tratam do embate entre a tradição e a modernidade; entre a pessoa (seu papel dentro de um todo, no caso a família) e o indivíduo (vontades individuais subjetivas). De acordo com essas pesquisas, para os telespectadores, as novelas seriam o retrato da modernidade, divulgando a vida urbana (na maior parte das vezes), novas expressões, a moda e, principalmente, novos hábitos de consumo. Para o público, a novela trata de papéis sociais, mas também de como estar “antenado”⁵. No entanto, na análise das antropólogas e sociólogas citadas, as estórias buscam normalmente como solução o equilíbrio entre a submissão aos papéis familiares e as escolhas individuais (o que ocorre normalmente nas novelas de Gilberto Braga, segundo

Silva). “Paraíso Tropical” não é diferente. Há também a possibilidade de mostrar que não se pode fugir da pressão da tradição e da família, ou seja, não é possível o personagem existir enquanto indivíduo, mas somente enquanto pessoa integrada no todo (como em “Roque Santeiro”, de Dias Gomes e Agnaldo Silva, analisada por Gomes). Há aqui uma contradição: a novela é vista como referência para a modernidade, mas suas narrativas tentam reconciliar o tradicional com o moderno, permitindo que as vontades do âmbito privado (subjetivas) sejam satisfeitas de acordo com as possibilidades tradicionais, mas impedindo que se formem indivíduos como cidadãos que tenham autonomia e estejam em pé de igualdade com outros indivíduos para resolver seus problemas ou satisfazer suas vontades. Desse modo, as novelas urbanas ambientadas no Rio de Janeiro transmitem estórias que retratam uma antiga característica da sociedade brasileira: a busca pela modernidade com a forte permanência do antigo, e apresentam outro critério para avaliar o que é moderno: novos hábitos de consumo, novos costumes, novas modas. Tendo em vista, portanto, que o Rio é conhecido por ser uma cidade de vanguarda para novos hábitos e para a moda, seu caráter urbano e, ao mesmo tempo, paradisíaco, acaba por reunir aspectos que podem não ser exatamente o retrato fiel do Brasil como um todo, mas de como se gostaria de imaginá-lo, de construí-lo. Um país tropical, lindo, moderno, urbano. Na novela “Paraíso Tropical”, a modernidade está no consumo, nos hábitos, no comportamento dos ricos e no requinte de suas casas e de suas roupas – além do hotel do grupo Cavalcanti, parte central na trama. O contraste entre o urbano e as paisagens também é bastante explorado. Finalmente, é oferecido um repertório de como se vive na cidade, mais especificamente em Copacabana, quando mostra a relação que personagens habitantes do bairro têm com seus vizinhos e com o bairro em si. Quando os dramas da vida cotidiana são contados nesse cenário, eles passam a aproximar o telespectador que se identifica com os personagens de tal cenário. Segundo Heloísa de Almeida e Rosane Prado, os personagens que mais o tocam são aqueles que misturam aquilo que ele é com o que gostaria de ser. Assim, mesmo que a identificação do telespectador com o Rio de Janeiro seja indireta, ele passa a fazer parte de um imaginário de Brasil, que, se não é conhecido na realidade por boa parte dos telespectadores, é, ao menos, verossímil ou representativo para sua audiência.

5 Considerações finais

Portanto, ainda que se faça julgamento de valor ou da qualidade das novelas, elas não podem ser desprezadas nem como um fenômeno da indústria de massa no Brasil, nem como objeto de estudo, sobretudo quando se fala de identidade nacional. Mesmo quando se pergunta aos atores qual é a importância da novela, eles rapidamente lançam a resposta: ela é a identidade nacional, é a unificadora da nação. José Wilker, numa reunião pública na Academia Brasileira de Letras, em junho de 2007, ao lado de Nélida Piñon, chegou a arriscar que a novela era o que unifica as diversas regiões do país, antes da língua portuguesa. Recentemente, numa entrevista à Fernanda Young, no canal GNT, Tony Ramos também disse que a novela representa o Brasil, a identidade nacional. Os entrevistados de Esther Hamburger, em sua pesquisa para seu livro, já diziam que o escopo das novelas trata do Brasil. No entanto, esse novo chavão, já dominado pelos atores de novela e assimilado pelos telespectadores, deve ser analisado com o cuidado que merece.

“Rio de Janeiro: Brazil’s reference in Brazilian soap operas”

How to define Brazilian identity? What is singularly national? In fact, one can not begin to answer these questions without having in mind that identity, whether national or not, is always a construction, or according to Bourdieu, a mental representation necessarily arbitrary, since certain values, characteristics or symbols must be chosen at the expense of others. In this sense, the strength of Rio as a reference identity is clear in Brazilian soap operas from Rede Globo. In particular, the soap opera “Paraíso Tropical” already presents in its synopsis the Copacabana neighborhood as the “DNA of Brazil,” or “place-synthesis” of Brazil. Moreover, not only “Paraíso Tropical” as the soap operas in general disclose Brazilian society, not only in relation to consumption, but also promoting social values, legitimating of ideal types of fathers, mothers, children, men, women etc. Thus, the soap opera “Paraíso Tropical” is the material of a master’s thesis that seeks to analyze, according to this soap opera in particular, the weight of Rio de Janeiro city as a possible construction of a Brazilian identity and what are the values and ideal types that the soap opera attaches to the Brazilian society. Moreover, it is worth to note that it not only disseminates the vision of its authors and directors, but also of its many viewers,

since it is an open piece with commercial purposes and profit, which makes the soap opera a material even more rich and interesting.

Key words: National identity. Rio de Janeiro.
Soap opera.

Notas

- 1 Os índices de audiência medidos pelo Ibope são atualizados semanalmente e seus resultados nas praças de São Paulo e Rio de Janeiro podem ser acessados em <http://www.almanaqueibope.com.br/asp/index.asp>
- 2 Sinopse divulgada em: Diário de Produção Paraíso Tropical. Nota do dia 16 de janeiro de 2007. Disponível em: http://www.paraisotropical.globolog.com.br/archive_2007_01_23_0.html. Acesso em: 11 de fevereiro de 2007. Infelizmente esta informação não está mais disponível no site indicado.
- 3 Dados obtidos em HAMBURGER, 2005.
- 4 Dados obtidos em ALMEIDA, 2005.
- 5 Expressão de Hamburger.

Referências

ALMEIDA, V. E. de. *O Brasil pelas minisséries: A gente se vê por aqui? GT – As interfaces da cultura brasileira: televisão, samba e festas populares*, Congresso FESO/Teresópolis/2005.

_____. *Os “reality shows” e o respeitável público da vida privada*. Rio de Janeiro: UFRJ/IFCS/PPGSA, 2003.

ANDERSON, B. *Imagined Communities – Reflections on the origin and spread of Nationalism*. Verso, London – New-York, 1998.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Bertrand Brasil. Rio de Janeiro, 1998

_____. *Sobre a televisão.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.

COUTINHO, M. R. *Telenovela e texto cultural: análise antropológica de um gênero em construção*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1993

DaMATTA. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

DEFLEUR, M. L. e BALL-ROKEACH, S. *Teorias da comunicação de massa*. Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro, 1990

DIÁRIO de Produção Paraíso Tropical. Nota do dia 16 de janeiro de 2007. Disponível em: <http://www.paraisotropical.globolog.com.br/archive_2007_01_23_0.html>. Acesso em: 11 de fevereiro de 2007.

GOMES, L. G. F. F. *Novela e sociedade no Brasil*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1991.

- HAMBURGER, E. *O Brasil antenado – a sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005
- LEAL, O. F. *A leitura social da novela das oito*. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.
- MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações – comunicação, cultura e hegemonia*. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 1997
- MELLO, E. C. de. Uma fuga da realidade. In: Jornal O Globo, 13 de agosto de 2005
- PERREAU, É. *Le Cycle des Telenovelas au Brésil – Le jeu de la parole dans l'espace public de la fiction*. Tese (doutorado em Antropologia), EHESS, Paris, 2005

SILVA, D. F. da. *O Reverso do espelho, o lugar da cor na modernidade: um estudo sobre mito e ideologia racial nas novelas da TV Globo*. Rio de Janeiro: UFRJ, Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, 1991

VIANNA, H. *O mistério do samba*. Zahar - UFRJ, Rio de Janeiro, 1995

WOLTON, D. *Elogio de grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo, Ed. Ática, 1996.

recebido em 4 jul. 2008 / aprovado em 27 set. 2008

Para referenciar este texto:

STOCCHI, D. "Paraíso Tropical": interpretação de um país por meio de uma novela e uma cidade. *Cenários da Comunicação*, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 185-193, 2008.

