

RONIE CARDOSO FILHO

AS MINISSÉRIES NOS PROCESSOS DA TV:
O caso Hoje é Dia de Maria

Tese apresentada à Universidade do Vale do Rio dos Sinos, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. JOSÉ LUIZ BRAGA

São Leopoldo

2009

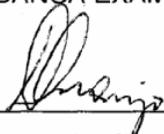
Ronie Cardoso Filho

As minisséries nos processos da TV: O caso *Hoje é Dia de Maria*

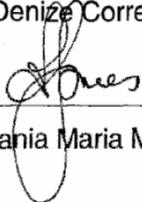
Monografia (Tese) apresentada à
Universidade do Vale do Rio dos
Sinos como requisito parcial para
obtenção do título de doutor em
Ciências da Comunicação.

Aprovado em 20 de março de 2009

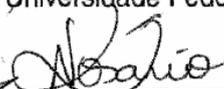
BANCA EXAMINADORA



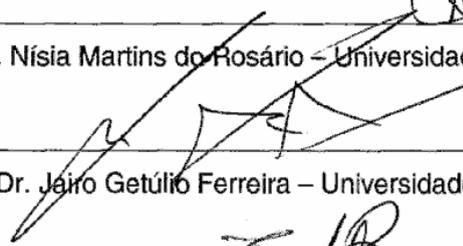
Profa. Dra. Denize Corres Araújo – Universidade Tuiuti do Paraná



Profa. Dra. Itania Maria Mota Gomes – Universidade Federal da Bahia



Profa. Dra. Nísia Martins do Rosário – Universidade do Vale do Rio dos Sinos



Prof. Dr. Jairo Getúlio Ferreira – Universidade do Vale do Rio dos Sinos



Prof. Dr. José Luiz Braga – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

AGRADECIMENTOS

A todos, que de uma forma ou outra, tenham contribuído à realização da presente Tese. Em especial:

Aos colegas, funcionários e professores do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS.

Aos professores orientadores Elizabeth Bastos Duarte e José Luiz Braga, que nos auxiliaram, respectivamente, ao início e finalização da Tese, pela generosidade no compartilhamento do saber.

Aos professores Suzana Kilpp e Antonio Fausto Neto, pelas valiosas sugestões por ocasião da banca de qualificação.

À CAPES, pela concessão de bolsa de estágio de doutorado junto à Universidade de Paris III, de Novembro de 2006 a Março de 2007.

Ao CNPQ, pela concessão de bolsa para freqüência ao Programa de Doutorado, de Agosto de 2005 a Dezembro de 2007.

... Hoje é Dia de Maria.
Sempre é dia de TV...

RESUMO

Esta investigação constitui um estudo de caso sobre a minissérie *Hoje é Dia de Maria*, apresentada pela Rede Globo de Televisão de 11 a 21 de Janeiro de 2005, em oito capítulos, sob direção de Luiz Fernando Carvalho. A tese resgata a televisão como meio de comunicação, historicamente, e como instância de cultura. Indica as técnicas e estratégias de programação mais utilizadas. Discute as características da enunciação televisual e as formas pelas quais se estabelecem as relações entre emissoras e telespectadores. Trazendo os conceitos apresentados ao estudo de caso, descreve o programa televisual em seus aspectos sonoro-verbais e imagético-visuais. Analisa a enunciação televisual da minissérie estudada. Relaciona as características do programa à grade de programação, às estratégias de captação de audiência, e à circulação de paratextos nas demais mídias, antes e depois da emissão da minissérie, com referência a textos de jornais, revistas e Internet. Confere o cumprimento de promessas apresentadas pela emissora ao anunciar o programa. Cogita sobre os aspectos artísticos e de fruição estética trazidos à experiência do público. Conclui pelo entendimento do programa na perspectiva do fazer televisual, daí construindo inferências generalizadoras para a compreensão da televisão como atividade comunicacional.

Palavras-chaves: televisão; gêneros e formatos televisuais; minisséries.

RÉSUMÉ

Cette investigation est un étude de cas sur le feuilleton *Aujourd'hui, c'est jour de Marie*, présenté par la Globo Chaîne de Television, au Brésil, du 11^{ième} au 21^{ier} Janvier 2005, dans huit épisodes, sous la direction de Luiz Fernando Carvalho. La thèse présente la télévision comme un moyen de communication, historiquement, et comme une instance de culture. Elle indique les techniques et les stratégies de programmation plus utilisées. Discute les caractéristiques de l'énonciation télévisuelle et les façons par lesquels les relations entre les diffuseurs et les téléspectateurs sont établies. En rapprochant les concepts présentés dans l'étude de cas, décrit le programme télévisuel dans ses aspects sonores, verbaux, visuels et de l'image. Examine l'énonciation télévisuelle dans le feuilleton étudié. Fait la relation entre les caractéristiques du programme et la grille de la programmation, les stratégies de captation de l'audience, et la circulation des paratextes dans d'autres médias, avant et après l'émission du feuilleton, avec référence à des textes de journaux, magazines et de l'Internet. Vérifie l'accomplissement des promesses faites par la chaîne de télévision quand elle a annoncé le programme. Considère les aspects artistiques et de jouissance esthétique apportés à l'expérience du public. Conclure par l'entendement du programme dans la perspective du faire le télévisuel, d'où la construction des déductions généralisantes pour la compréhension de la télévision comme activité de communication.

Mots-clés : télévision ; genres et formats télévisuels ; miniséries.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – mundos televisivos	75
FIGURA 2 – acessibilidade dos mundos televisivos ficcionais	85
FIGURA 3 – propaganda de estréia de Hoje é Dia de Maria	134
FIGURA 4 – a maldição da Madrasta, cena 1/40	171
FIGURA 5 – o Pai pede perdão, cena 6/10	171
FIGURA 6 – Maria chega ao baile, cena 4/36A	173
FIGURA 7 – o Príncipe de papel, cena 4/36A	173
FIGURA 8 – a Mucama-aranha, cena 4/45	174
FIGURA 9 – Asmodeu e a Madrasta, cena 4/6	174
FIGURA 10 – o Pai estranha a sua imagem, cena 7/19	175
FIGURA 11 – Asmodeu, cena 3/14	176
FIGURA 12 – Cangaceiro e cavalo, cena 3/2	177
FIGURA 13 – encontro de Maria com uma marionete, cena 8/1	179
FIGURA 14 – casa de Maria Bóia-fria, cena 4/26	181
FIGURA 15 – Quirino e Maria sobre a neve, cena 7/31	182
FIGURA 16 – Maria liberta a noite, cena 8/8	182
FIGURA 17 – o jardim da noite, cena 2/12A	184
FIGURA 18 – o Pai caminha pela caatinga, cena 5/6	184
FIGURA 19 – o Mendigo sedento, cena 2/10	189
FIGURA 20 – Maria e o vento, cena 5/16	190
FIGURA 21 – vinheta de abertura de Hoje é Dia de Maria	192
FIGURA 22 – vinheta de abertura de Hoje é Dia de Maria	192
FIGURA 23 – rosto de menina, de Portinari	213
FIGURA 24 – Maria, na minissérie, episódio 1	213
FIGURA 25 – paisagem com balões, de Portinari	214
FIGURA 26 – Maria caminhando no País do Sol a Pino, episódio 2	214

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – representação audiovisual do responsável pela enunciação televisual	63
QUADRO 2 – a mediação verbal na televisão	64
QUADRO 3 – a mediação visual na televisão	66
QUADRO 4 – promessas, enunciadores e tipos de enunciação	68
QUADRO 5 – promessas, enunciadores e tipos de enunciação, (complemento)	70
QUADRO 6 – figuras em Hoje é Dia de Maria, roteiro original	107
QUADRO 7 – tipos de programas veiculados em Janeiro de 2005	113
QUADRO 8 – grades noturnas, terça-feira, 11 de Janeiro de 2005	114
QUADRO 9 – grades noturnas, quarta-feira, 12 de Janeiro de 2005	114
QUADRO 10 – grades noturnas, quinta-feira, 13 de Janeiro de 2005	115
QUADRO 11 – grades noturnas, sexta-feira, 14 de Janeiro de 2005	115
QUADRO 12 – grades noturnas, terça-feira, 18 de Janeiro de 2005	116
QUADRO 13 – grades noturnas, quarta-feira, 19 de Janeiro de 2005	116
QUADRO 14 – grades noturnas, quinta-feira, 20 de Janeiro de 2005	117
QUADRO 15 – grades noturnas, sexta-feira, 21 de Janeiro de 2005	117
QUADRO 16 – do embate inter-genérico	118
QUADRO 17 – início de programas, terça-feira, 11 de Janeiro de 2005	120
QUADRO 18 – início de programas, quarta-feira, 12 de Janeiro de 2005	120
QUADRO 19 – início de programas, quinta-feira, 13 de Janeiro de 2005	121
QUADRO 20 – início de programas, sexta-feira, 14 de Janeiro de 2005	121
QUADRO 21 – início de programas, terça-feira, 18 de Janeiro de 2005	121
QUADRO 22 – início de programas, quarta-feira, 19 de Janeiro de 2005	122
QUADRO 23 – início de programas, quinta-feira, 20 de Janeiro de 2005	122
QUADRO 24 – início de programas, sexta-feira, 21 de Janeiro de 2005	122
QUADRO 25 – paratextos em jornais e revistas	130
QUADRO 26 – episódios de Hoje é Dia de Maria, roteiro e emissão	144
QUADRO 27 – modelo actancial de Greimas	147

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO – APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA	10
CAPÍTULO 1. FALANDO DE TELEVISÃO	24
1.1. Televisão, nova tecnologia comunicacional.	24
1.2. Televisão, mediação midiática.	31
1.3. A programação televisual.	36
1.4. Técnicas e estratégias de programação.	45
1.4.1. Técnicas e estratégias de programação ao tempo da construção da grade	45
1.4.2. O tensionamento da programação pela concorrência.	48
1.4.3. Contra-programação e liderança de audiência.	50
1.5. Formas de ligação com o telespectador: contrato ou promessa?	54
CAPÍTULO 2. OS PROGRAMAS DE TELEVISÃO	60
2.1. A enunciação televisual.	60
2.2. Gêneros, subgêneros e formatos na televisão.	71
2.3. O tom nos formatos televisuais.	79
2.4. O subgênero minissérie.	82
2.5. Estrutura narrativa audiovisual em formatos serializados.	87
2.5.1. A narrativa televisiva seriada.	87
2.5.2. Narrativa serial e gancho.	96
CAPÍTULO 3. ANÁLISE PARATEXTUAL DE HOJE É DIA DE MARIA	99
3.1. A minissérie na estante: documentos impressos sobre Hoje é Dia de Maria.	99
3.2. Embreamentos e tensões na grade de programação: Hoje é Dia de Maria e as emissoras concorrentes.	110
3.3. Interface com a publicidade e as promessas específicas na aquisição de patrocínios a Hoje é Dia de Maria.	123
3.4. As promessas da Rede Globo para Hoje é Dia de Maria. os para-textos na mídia impressa.....	128
3.4.1. Despertando a curiosidade.	131
3.4.2. As estratégias de sustentação da audiência.	135
3.4.3 Falando do que já se viu: a estratégia de fidelização.	139
CAPÍTULO 4. ANÁLISE TEXTUAL DE HOJE É DIA DE MARIA	143
4.1. O formato Hoje é Dia de Maria.	143
4.1.1. A mediação sonoro-verbal na enunciação de Hoje é Dia de Maria.	154
4.1.2. A mediação imagético-visual na enunciação de Hoje é Dia de Maria.	169
4.1.3. A enunciação televisual em Hoje é Dia de Maria.	184
4.2. A verificação das promessas de Hoje é Dia de Maria.	193
4.3. Hoje é Dia de Maria: obra de arte e experiência estética?	210
CONCLUSÃO – O ELOGIO DA HABILIDADE VITORIOSA	224
REFERÊNCIAS	238
ANEXOS	250

INTRODUÇÃO

O olho de agora louva o que tem presente.
Portanto não te admires,
pois o que se move atrai mais depressa
a atenção do que o que permanece imóvel.

Shakespeare
Troilo e Créssida, 3,3.

APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA

1. Das questões de horizonte.

A proposição de elaborar estudo acadêmico sobre televisão suscita questões cuja discussão nos auxiliará a delinear um horizonte de marcos conceituais orientadores da inserção da pesquisa em seu campo de conhecimentos. De início, cabe perguntar, é a TV um objeto digno de interesse para os estudos comunicacionais? Pondo-se à parte lugares-comuns tais como, de que a televisão não apresenta produtos de qualidade, que deseduca, que promove a violência e embrutece a capacidade de raciocínio, sobra-nos o fato de que ela é o meio de comunicação mais presente no cotidiano das pessoas, e o único que consegue, em cada um dos países de sua inserção, atingir quase a totalidade das pessoas simultaneamente.

A presença dos aparelhos de TV em nossos lares, e em todo tipo de espaços, naturaliza esta inserção como algo corriqueiro, mesmo porque a televisão, para ser vista pelo maior número de pessoas, precisa apresentar-se através de textualidades de fácil entendimento. Tal simplicidade é, entretanto, apenas aparente. Por trás do fluxo de imagens e sons, há um trabalho de produção de alta complexidade de elaboração, que envolve um grande número de profissionais. Ainda assim, esse número é, por sua vez, pequeno, em comparação com o dos telespectadores que assistem aos programas veiculados.

Ao resgatarmos a televisão dos preconceitos que lhe são comumente imputados, e da aura de simplicidade aparente de fruição, começaremos a perceber, para além dos textos audiovisuais que nos propõe, toda uma série de questionamentos que antecedem, sustentam, e prolongam sua inserção na contemporaneidade. Questões de matiz sociológico, estético, econômico-industrial, político, histórico, pedagógico e comunicacional, para restringirmo-nos aos principais.

Ao focarmos a televisão no Brasil, alguns aspectos são relevantes: o predomínio das redes de emissão e produção confiadas à iniciativa privada, através de concessões de serviço público; a arregimentação dos melhores profissionais da dramaturgia e do jornalismo para a produção de seus conteúdos; o desenvolvimento paralelo desta indústria com a modernização tecnológica e urbanística do país, entretecendo, ao longo do tempo, de forma compartilhada, aspectos culturais e identitários; e o estabelecimento de maneiras próprias de fruição do televisual, a partir dos lugares de cultura, em mediações dotadas de linhas tensionadoras, como bem o demonstrou Martin Barbero (2001), em seus estudos sobre a recepção midiática.

A televisão brasileira revela também, sem meios termos, a interplexão com a atividade publicitária, que permite seu funcionamento como produto oferecido ao telespectador de forma gratuita nos canais abertos. Confunde-se, neste aspecto, o poder da TV de formar opiniões, pela abrangência das emissões, com um indesejável direcionamento, segundo seus críticos, ao consumo excessivo de toda espécie de bens, ou à criação de hábitos nocivos à saúde, como o consumo de bebidas alcoólicas e do fumo. Trata-se de uma discussão sem fim anunciado, a de como equilibrar em benefício da sociedade seu impacto cultural, bem como o inevitável choque de valores que provoca, e a dimensão ética que é preciso tenha em conta, perante a audiência.

Essas questões que vimos alinhavando como marco introdutório, num movimento de observação antes generalizador que profundizante, já nos bastam, entretanto, para fazer perceber que a televisão é objeto de interesse de estudos comunicacionais, pela sua colocação no horizonte cultural em que vivemos, quer para a compreensão dela própria na qualidade de meio de comunicação, quer para o estudo tangencial da sociedade que a produz e consome, bem como pela

inter-relação entre elas, em processos midiáticos específicos aos tempos e lugares de sua inserção.

Estudaremos pois a televisão, como forma de conhecermo-nos, de apropriarmo-nos de nossa temporalidade e cultura, pois ela, como coloca com certa poesia Paolo Taggi (2004:12)¹: “é aquilo que esvaece. A primeira sensação perdida daquilo que acreditamos ter visto. A última imagem que se alcança antes de começarmos a pensá-la. A TV é aquilo que fica. A primeira imagem, antes de se começar a repensá-la. A última imagem, antes de recomeçar e esquecer-la”.²

2. Dos objetivos.

Toda construção acadêmica deveria ter como objetivos gerais contribuir ao campo científico a que se filia, reorganizando saberes já existentes, aprofundando sua validade heurística frente à proposição de novos objetos de estudo, e produzindo, nesse movimento, novos saberes. Nessa constelação algo pretensiosa de sucessos a serem atingidos, cabe-nos colocar fulgurações mais delimitadas, a título de objetivos específicos, delineando um quantitativo de trabalho factível e operacionalizável. Assim, é objetivo específico da Tese, a análise, na modalidade de estudo de caso, de uma minissérie televisual brasileira, a saber, “Hoje é Dia de Maria”, na qualidade de produto de televisão. Objetiva-se igualmente, perspectivá-la ao conjunto de programas que lhe são assemelhados, observando as redundâncias e transgressões em que importou sua emissão. Ao fazê-lo, busca-se, paralelamente, evidenciar alguns aspectos típicos do fazer televisivo, tais como: lógicas de produção e programação; classificação dos programas segundo gêneros, subgêneros e formatos; e características da produção televisual brasileira.

¹ As citações de autores em língua estrangeira serão feitas no corpo do texto em tradução de nossa lavra, colocando ao rodapé o texto original.

² “La TV è quello che svanisce. La prima sensazione perduta di quello che abbiamo creduto di vedere. L’ultima imagine che ci colpisce prima di cominciare a pensarla. La TV è quello che resta. La prima immagine, prima di cominciare a ripensarla. L’ultima immagine, prima di ricominciare e dimenticarla”.

Destarte, ao estudarmos o programa escolhido como objeto de observação, aprofundar-se-á o conhecimento sobre a televisão como meio de comunicação, e sobre a televisão brasileira como instância de cultura.

3. Dos modos de abordagem do televisual.

Para o estudo da televisão, caminhos variados podem ser trilhados. Entre eles, temos o instrumental conceitual da semiótica, de alta complexidade e refinamento, o qual, se aplicado canonicamente, resultará numa pesquisa que poderá contribuir ao campo da semiótica. Por outro, encontra-se igualmente boas incursões com as cores da palheta sociológica, com nuances da economia e da política. Neste caso, estuda-se o meio de comunicação para compreender processos sociais, econômicos, políticos, que, coincidentemente, ocorrem em temporalidades contemporâneas em que a centralidade da mídia é contundente. Outra possibilidade que tem sido utilizada é o recurso ao campo da estética, como se faz nos estudos de cinema, e que não seria inapropriado para a observação da minissérie Hoje é Dia de Maria, concebida com declaradas preocupações de artisticidade.

Nosso interesse, diferentemente, é uma aproximação aos estudos comunicacionais. Dentro desta especificidade, não nos será possível, nos limites desta introdução, resgatarmos todas as variantes de estudos acadêmicos que têm por objeto a televisão. Tentaremos, de qualquer forma, resumir os principais direcionamentos que tratam deste meio de comunicação.

Num amplo conjunto de pesquisas sobre a televisão, construído ao longo dos anos, por certo as premissas e os objetivos perseguidos apresentam-se bem diversos. Veja-se, por exemplo, as categorias propostas por Casetti e Chio (1999, 42-43), que identificam onze grandes linhas de análise para o meio televisual: medição de audiência; estudos das atitudes; medição da apreciação; estudo das motivações; registro das reações imediatas; análise multivariada; investigações sobre estilos de vida; etnografias de consumo; análise de conteúdo; análise de textos televisivos; e estudos culturais.

O primeiro grupo de trabalhos referidos pelos pesquisadores citados (Casetti; Chio, 1999:46-85), são aqueles bastante focados na medição de audiências, e que procuram estabelecer respostas quantitativas a perguntas como – quem vê, o quê, durante quanto tempo. Estrutura-se, assim, a audiência na forma de comportamentos manifestos passíveis de registro, através de instrumentos como questionários, diários de consumo, entrevistas pessoais ou telefônicas, ou por meios tecnológicos, ligados aos aparelhos receptores, os audímetros. Tais pesquisas, direcionadas à análise da performance comercial das emissoras, resultam em demonstrativos da recepção em pelo menos três variantes principais: a audiência média, que expressa o número médio de espectadores presentes a cada seção do programa; o *share*, percentual de público sintonizado na emissão em relação ao número total de aparelhos ligados; e a penetração (*rating*), ou seja, a relação percentual entre a audiência média e a população de referência.

Os estudos das atitudes sobre o consumo (Casetti; Chio, 1999:87-110) preocupam-se, além do fator quantitativo, com dados qualitativos sobre a audiência. Analisam percepções, valorações e reações do público, ou seja, seus comportamentos de consumo, mas também suas idéias, sensações e juízos. Não só o que se vê, mas o que se pensa sobre os programas. Atitudes, nesta acepção, seriam as disposições do público em produzir respostas simbólicas. Os instrumentos de pesquisa são os questionários com escalas valorativas, cujo conjunto é depois tratado estatisticamente.

Nas pesquisas sobre a televisão sob o enfoque da medição da apreciação (Casetti; Chio, 1999:111-125), tenta-se dar uma medida quantitativa sobre a qualidade auferida pelo público aos programas, em seus diferentes aspectos. Aqui, entende-se por qualidade o que mobiliza a audiência e satisfaz: além de estar sintonizado, há satisfação em ver, que deve ser mensurada. Objetiva-se melhor descrever a dinâmica de consumo, tendo em vista que índices de apreciação não coincidem necessariamente com índices de audiência. Os instrumentos de perquirição, tais como as entrevistas, alimentam escalas de apreciação.

Os estudos das motivações do consumo televisual (Casetti; Chio, 1999:127-148), enfocam as razões subjacentes na escolha do que se vê; as

necessidades que a televisão ajuda a satisfazer; e a imagem percebida dos produtos televisuais. São pesquisas inauguradas na década de 1940 por Lazarsfeld, que observou o binômio das atitudes (disposições dirigidas ao presente, com conteúdo geral e comportamento passivo) frente às motivações (ligadas ao futuro, com conteúdo particular e comportamento ativo). Um indivíduo motivado é empurrado à ação, assim, conhecendo-se o papel da TV enquanto provedora de gratificações, que respondem às motivações, abre-se o leque de novas idéias para elaborar programas e consolidar a audiência. Os principais instrumentos de pesquisa seriam testes psicológicos e conversações clínicas.

Através do registro das reações imediatas dos espectadores (Casetti; Chio, 1999:149-156), uma espécie de pesquisa baseada no modelo estímulo-resposta elaborado por Lasswell, busca-se identificar, sem a mediação da palavra, durante a emissão dos programas, algumas reações dos telespectadores. São questões simples, que devem ser respondidas através da pressão a botões, por pequenos grupos de pessoas, especialmente reunidas para esse fim. Critica-se, neste tipo de abordagem, o realce ao papel persuasivo do emissor frente à participação mais débil do destinatário, que responde quase mecanicamente, e inserido em situação pouco natural. Com o advento do computador, tal espécie de medição pode ser retomada com detalhamento dos dados segundo sub-faixas sócio-demográficas.

Pela análise multivariada de dados estatísticos (Casetti; Chio, 1999:157-187), trata-se de produzir elementos gráficos que permitam a visualização da reunião de conjuntos de dados de diferentes características, tais como motivações, atitudes e comportamentos de consumo, resultando em mapas de vivências coletivas. Tais estudos propõem-se a ser procedimentos de síntese sofisticados, que ultrapassam as formulações típicas dos institutos de medição, que trabalham com variáveis isoladas. Na análise multivariada, promove-se a interação de distintas variáveis, substituindo as faixas sócio-demográficas estanques, por blocos de consumo homogêneos, e observando sua relação com personagens, programas, horários, emissoras, gêneros televisuais, práticas de recepção, e outros aspectos do fazer televisivo.

As investigações sobre estilos de vida (Casetti; Chio, 1999:189-218), avançando sobre o referencial descrito no item anterior, acrescentam variáveis

psicológicas, sociais e culturais, de forma a evidenciar as características próprias ao tempo e lugar do consumo televisivo. Isto porque, segundo os pesquisadores dessa vertente, as pessoas possuem bagagem de conhecimentos, hábitos culturais e conteúdos de memória que direcionam suas escolhas como indivíduos, e aquelas que fazem nos contextos familiar e social. Assim, para se atuar com sucesso no nível periférico e variável dos comportamentos e atos de consumo, é preciso anteriormente conhecer o nível intermédio das atitudes, e o nível profundo e estável dos valores e traços de personalidade. São pesquisas bastante demandadas por agências de publicidade e empresas televisivas, em forma de mapeamentos e segmentações em grupos socioculturais do público visado.

As pesquisas consideradas como etnografias de consumo (Casetti; Chio, 1999:219-233) são as análises das dinâmicas e dos comportamentos manifestos da recepção televisual, com enfoque específico, obtido através da observação participante e do registro das atitudes e diálogos. Tais estudos preocupam-se em descrever dados qualitativos, como: o que ocorre nas residências; quanta atenção se concede à TV; sua influência nas rotinas domésticas. Tratam igualmente de compreender a definição dos papéis sociais e familiares na recepção, e descrever os procedimentos de negociação e eleição dos programas assistidos. São enfoques da audiência “que reivindicam o carácter central das variáveis contextuais, identificando seu principal objeto de análise com a peculiaridade de cada situação de consumo.”³ (Casetti; Chio, 1999:39) Tal espécie de abordagem foi inaugurada por David Morley e Roger Silverstone, no quadro da micro-sociologia.

Sob o conjunto de pesquisas que se ocupam com a análise do conteúdo transmitido pela TV (Casetti; Chio, 1999:235-248), vamos encontrar, por exemplo, os estudos direcionados ao conhecimento dos elementos que compõem as textualidades audiovisuais, tais como palavras, símbolos-chaves, conceitos, núcleos temáticos e núcleos de valor. Há também trabalhos preocupados com as articulações entre as diversas textualidades e as relações entre os conteúdos, aparentes nas ideologias e nos contextos culturais abordados. Questões pertinentes seriam como os conteúdos refletem e modelam o sistema social.

³ “que reivindicam el carácter central de las variables contextuales, identificando su principal objeto de análisis con la peculiaridad de cada situación de consumo.”

Neste horizonte encaixam-se as construções acadêmicas da teoria dos efeitos fortes, que visualiza um processo comunicativo do tipo vetorial, e a teoria da informação, em que o conteúdo reside na mensagem transmitida entre fonte e receptor. Nestes trabalhos cruza-se um umbral importante, que separa as espécies anteriormente descritas, de observação das audiências, passando ao estudo da oferta televisiva. A partir de amostras textuais e da identificação de conteúdos recorrentes, chega-se à articulação teórica em que a descrição dos objetos estudados depende de como se compreende o texto. Vê-lo muito simplificada, ademais por se tratar de objetos de estudo complexos, os audiovisuais, não permite a esse grupo de pesquisas resultados plenamente satisfatórios para o meio televisão.

Desenvolvendo métodos de estudo mais abrangentes, a análise dos textos televisivos (Casetti; Chio, 1999:249-292) centra-se em códigos e processos de significação, por duas vias de observação: quanto às estruturas discursivas presentes nos textos televisivos, trata de: elucidar os modos de argumentação, perceber as estruturas narrativas, e descrever as formas de representação. Quanto às estratégias comunicativas, importam: as estruturas de enunciação ou conversação, o estabelecimento dos pactos comunicativos e a elucidação das situações comunicativas. Para tanto, decompõe-se o texto televisivo em seus elementos constitutivos, recompondo-o em síntese e oferecendo modelos interpretativos. Cabedal explicativo é fornecido por elaborações da semiologia, da narratologia, da iconografia e da lógica formal. Ao se por em relevo a arquitetura e o funcionamento dos programas analisados, transparecem as estruturas que os sustentam e as estratégias utilizadas, tais como da autoria implícita e do espectador imaginado, e ainda as instruções de leitura subjacentes ao texto audiovisual. Esta classe de estudos parte da premissa de que os textos televisivos são complexos, diferindo no todo da soma dos elementos individuais que os integram. Importa, então, separar o que o texto diz do que traz na condição de valores afirmados, de temas abordados e das formas de enunciação condicionadas pelos discursos televisuais no que tem de específicos.

O último grande grupo de trabalhos direcionados à televisão, filia-se aos estudos culturais (Casetti; Chio, 1999:293-321) que se ocupam em perceber os meios de comunicação, seus conteúdos, suas formas expressivas e modalidades

de recepção, inseridos dentro de contexto social e cultural próprios. Questões recorrentes neste tipo de pesquisa são relacionadas à qualidade da televisão, à função social dos meios, aos gêneros e modelos culturais, bem como à análise da produção de sentido em seu aspecto social, e ao surgimento de identidades culturais e sociais sustentadas pela atuação dos meios. Há enfoques variados, como por exemplo, os estudos críticos, herdeiros das elaborações dos filósofos frankfurtianos; enfoques culturoológicos, iniciados por Morin; trabalhos histórico-culturais, como os propostos por McLuhan, Raymond Williams e Meyrowitz; e aqueles ligados às identidades culturais, como os de Stuart Hall e John Fiske. Como traços comuns aos estudos culturais focados à televisão, temos que o texto de TV é um evento produzido em tempo e espaço determinados e que não traz em si sentidos findos e realizados, mas que depende da esfera da recepção para sua interpretação, ocasião em que recebe superposição de significados e negociam-se os sentidos. O texto televisivo seria assim uma proposição de sentido, a ser utilizada pelos sujeitos sociais como recurso de interpretação da realidade social, de explicação do cotidiano, e de confirmação ou questionamento das hierarquias sociais, favorecendo ou bloqueando as interações pessoais, e ensejando ações.

4. Do problema de pesquisa e sua fundamentação.

Ao tempo da eleição como objeto de estudo da minissérie Hoje é Dia de Maria, o primeiro questionamento que nos ocorreu foi saber se os produtos da televisão, em seu parentesco textual com outros suportes como cinema, vídeo, computador, deveriam ser analisados numa perspectiva coerente a tal similitude, sob o rótulo mais geral de produtos audiovisuais. Se, por um lado, isso nos permitiria distanciar as emissões televisuais de outros produtos midiáticos, por exemplo, os radiofônicos e os jornalísticos, por outro, o agrupamento segundo o compósito imagem-som-movimento seria vantajoso apenas como ponto de partida. Isto porque as condições de produção, veiculação e recepção de cada espécie de audiovisual são diferentes. Se o objetivo da presente Tese fosse tão somente identificar as similitudes, sem preocupar-se com o específico, tal

clivagem seria suficiente. O que pretendemos, entretanto, é olhar, segundo o trinômio observar, descrever, explicar, um produto específico, criado e circularizado para e pela TV. Ao mesmo tempo, perceber suas relações contextuais com a grade de programação e as estratégias utilizadas pela emissora que a produziu para sua veiculação e obtenção de audiência. Isto inclui delimitar as redundâncias e transgressões que o programa colocou a outros, genericamente similares, e às práticas da produção televisual. Assim, o fio condutor da análise deve ser a televisão e suas características próprias, na qualidade de instância de produção e fruição.

Uma primeira formulação da questão condutora é: o que existe na minissérie Hoje é Dia de Maria que indique ser um produto televisual? Tal pergunta traz como hipóteses de trabalho, em primeiro lugar, a existência de produtos que são tipicamente televisuais, e em segundo, que as características próprias da mídia televisão devem estar presentes nos produtos que veicula. A verificação de tais hipóteses demanda o conhecimento da televisão em sua concretude. Devido à forte presença desse meio de comunicação no cotidiano, é possível indicar, de início, duas de suas características facilmente reconhecíveis por todos: o fluxo contínuo das emissões, que se sucedem ao longo do dia, semanas, meses, anos; e a composição diferenciada dos programas presentes no fluxo, cujos conteúdos e formatações expressivas são bastante variados, mas observáveis em grupos caracterizados por traços de similitude genérica.

Acrescentando indagação quanto ao fluxo ou programação, perguntaremos, qual o encaixe da minissérie Hoje é Dia de Maria na programação da rede que a produziu? Ao propor tal questão, incorre-se em outra hipótese, qual seja, a eleição de determinado programa a ser apresentado em certo horário obedece a uma pré-existente lógica de programação e não é gratuita ou aleatória.

Uma minissérie, por diversos critérios, é diferente de uma novela, de um telejornal, de um documentário, e assim por diante. Mas, pertence a um conjunto genérico que, sob a mesma etiqueta, reúne programas que compartilham determinados traços estruturantes. Assim, cabe também elucidar, quais as características de Hoje é Dia de Maria que condicionaram sua etiquetagem sob o grupo genérico minisséries? Questão que se relaciona à seguinte hipótese de trabalho: existem gêneros agrupadores que funcionam como modelos de

produção e chaves de entendimento das textualidades apresentadas, e formatos individualizados de programas televisuais, que significam, na prática, atualizações dos gêneros em textos específicos.

Dentro do universo de possibilidades citado no item anterior, e considerando as hipóteses de trabalho norteadoras da pesquisa que vimos pontuando, optou-se como referencial teórico pelas formulações do estudioso francês François Jost. Isto se deu pelo seguinte: são proposições acordes ao enfoque pretendido, isto é, de observar-se um produto particular, sem perder de vista o conjunto de questões relacionadas ao meio de comunicação que o veiculou; houve contato estendido com o pesquisador, em seminários oferecidos pelo programa de doutoramento e em estágio realizado em França, para aprofundamento de estudos nesta vertente; e, as aproximações ao objeto, encetadas ao longo do curso, por ocasião dos seminários de pesquisa, segundo tal proposição metodológica, mostraram-se favoráveis ao prosseguimento.

Pode-se assim resumir a baliza teórica escolhida, à qual, ao longo da Tese, são trazidos outros aportes teóricos, densificando sua função heurística: a elaboração conceitual de Jost parte do princípio de que há uma cultura da televisão em curso de constituição, tornando necessário melhor conhecer e analisar sua produção. Análise que deverá ser via de entendimento a todo tipo de emissões televisivas, intercaladas no cotidiano, sejam de informação, ficção ou entretenimento. A proposta metodológica jostiana, então, preocupa-se em delimitar o contexto no qual as emissões ganham sentido. São três princípios que norteiam a interpretação proposta: olhar a partir de um ponto de vista comunicacional, isto é, levando-se em conta o lugar das emissões na grade e os saberes e crenças do telespectador que são mobilizados; observar tendo em consideração a característica de mediação entre o verbal e o visual, sempre presente nos produtos televisivos; não esquecer que as transposições de gêneros provenientes do rádio, imprensa, cinema e teatro, fizeram-se com variações e adaptações à mídia televisual, requerendo para sua análise uma abordagem também histórica, diacrônica. Em resumo, o estudo de determinado programa implica em sua perspectivação frente à mídia televisão num relacionamento de causalidades, não só as imediatas, da produção do programa singularmente, mas também à TV como instituição e lugar de cultura.

5. Da escolha do objeto empírico.

Durante o curso de Doutorado, fizemos a opção de elaborar projeto de estudo ligado à televisão, pelos seguintes motivos: tratando-se do meio de comunicação mais presente no cotidiano brasileiro, a TV é, aparentemente, o menos compreendido, e que desperta reações mais subjetivas e passionais; sendo também aquele que, proporcionalmente a seu consumo massivo, talvez o menos estudado.

Passando da televisão aos seus programas, para se escolher um produto televisual a fim de que constitua o objeto de estudo, tem-se como primeira dificuldade a inexistência de um arquivo que permita a consulta e a visualização da produção televisual brasileira. Se não houve a providência anterior de gravar-se o programa, a maioria dos possíveis objetos de interesse fica fora do alcance de observação. Neste aspecto, as minisséries apresentam a vantagem de que usualmente são comercializadas após sua transmissão como DVDs. Há também a ser sopesada a questão da extensão do *corpus*. Programas de emissão duradoura, como telejornais, levantam o problema de como abordar, a partir de edições diárias, o conjunto do produto. Telenovelas, formato típico de ficção televisiva brasileira, com a extensão média de seis meses de emissão, são também longas demais para certos tipos de abordagem. Quanto a formatos de menor duração, teríamos séries e minisséries.

Ao fazermos um recuo prospectivo ao universo mental de nossa pesquisa de Mestrado (Cardoso Filho, 2004), em que tratávamos da inserção de personagens midiáticos no âmbito do ensino das séries iniciais de escolarização, surgiu o interesse pela minissérie Hoje é Dia de Maria, bastante citada por público e crítica, com temática ligada à infância e aos contos populares. Este produto teria ainda a seu favor, a despertar o interesse de observação: a curta duração, oito capítulos, permitindo ser assistida e descrita nos limites da tese; e o fato de ser programa referenciado pela própria emissora que o produziu como marco comemorativo de seus quarenta anos de atividades. Ademais, verificou-se, a minissérie até então não fora objeto de análise acadêmica estendida, com exceção de artigos circunstanciais apresentados em congressos.

6. Da constituição do *corpus*.

O *corpus* de análise foi constituído, dentro das propostas da metodologia adotada, em duas nucleações – a do produto em si, e a dos textos paralelos de referência surgidos em outras mídias. Tem-se, então, o DVD comercializado pela Rede Globo (2006), acompanhado de material impresso, mais o livro (Abreu; Carvalho, 2005), publicado pela Editora Globo, que contém a transcrição do roteiro, como componentes do primeiro núcleo de observação.

Na nucleação dos textos de referência, foram incorporados: as publicações em revistas semanais e jornais diários, de circulação nacional, acessíveis nas versões impressas ou *on-line*, nos respectivos *sites*; mais o conteúdo de Internet, de variada gama, proveniente de *sites* de crítica dos meios de comunicação e de *blogs* pessoais, que referenciaram a minissérie. Foram observados ainda textos de semelhante orientação, referentes à continuação da minissérie, apresentada meses após, no mesmo ano, e que, ao anunciarem o novo produto, resgatavam características do primeiro.

7. Da sistemática de observação e estruturação da Tese.

Para o atingimento dos objetivos propostos, a Tese foi desenvolvida da seguinte maneira, em quatro capítulos, partindo do mais geral ao mais específico:

No capítulo um, após algum resgate do meio televisual, desde sua acepção como novidade tecnológica até sua afirmação como meio de comunicação, instância produtora de cultura, chega-se à descrição de características próprias ao funcionamento da televisão. Três questões são abordadas como condicionantes gerais das práticas deste meio: a programação televisual e suas lógicas; as técnicas e estratégias de programação; e as formas de ligação da TV com o telespectador, contratuais e promissivas.

No capítulo dois, a descrição foca-se um pouco mais no nível das textualidades audiovisuais televisivas, buscando compreender: a enunciação televisual; os gêneros, subgêneros e formatos de programas; o tom na conformação dos formatos; as características próprias ao subgênero minissérie; e

ainda questões relativas à estruturação narrativa dos audiovisuais serializados em capítulos ou episódios.

O capítulo três dá início à observação do produto, a partir dos textos recuperados das demais mídias. Na primeira seção, preocupamo-nos com o que nos pode revelar o material impresso publicado pela emissora através de suas editoras associadas. A seguir, descrevem-se os tensionamentos das grades dos diversos canais concorrentes, por ocasião da emissão da minissérie, para compreensão dos sucessos quanto a índices de audiência obtidos. Em terceiro lugar, resgatamos indicativos quanto à comercialização de Hoje é Dia de Maria, e o que tais indícios nos ensinam quanto às lógicas de programação. Finaliza-se o capítulo com a análise das promessas da emissora destinadas a canalizar a atenção dos espectadores ao produto, constantes nas revistas e jornais editados à época da difusão.

No capítulo quatro, procede-se à descrição do produto na condição de texto audiovisual elaborado para emissão pelo meio televisivo. Retomando os marcos teóricos apresentados nos dois primeiros capítulos, inicia-se pelo relato de como se deu a enunciação televisual de Hoje é Dia de Maria, o que inclui a descrição das mediações sonoro-verbais e imagético-visuais. Na seqüência, busca-se verificar se as promessas colocadas pela emissora obtiveram efeito satisfatório perante a audiência. Fecha-se o capítulo pela discussão dos componentes estético-artísticos do programa, relevantes que foram tanto para o público como para a crítica.

Na conclusão da Tese, retoma-se e sintetiza-se todo o percurso, observando as redundâncias e transgressões interpostas por Hoje é Dia de Maria ao subgênero minissérie, no âmbito da produção televisual brasileira. A partir das percepções desenvolvidas sobre a minissérie em sua especificidade, volta-se, neste momento conclusivo, do produto ao contexto, no sentido de realçar as lógicas singulares do programa estudado perante o conjunto mais amplo das práticas televisuais, e o que esta mirada conjunta pode desvelar, não se podendo apartar os dois níveis, eis que se estruturam em mútua dependência.

CAPÍTULO 1

Televisão é chiclete para os olhos.
Frank Lloyd Wright

FALANDO DE TELEVISÃO

1.1. Televisão, nova tecnologia comunicacional.

A virtude de aproximar comunicando está em seu próprio nome: **tele**-visão. Mas, o que diferencia esse meio de outras formas de transmissão de imagens e sons à distância? O que torna a televisão algo mais que uma variante tecnológica entre outras de reprodução audiovisual? O fato de ter-se desenvolvido como uma instituição humana “através da qual as pessoas programam imagens endereçadas a outras pessoas”⁴, responde o pesquisador francês François Jost (2004:7). Segundo este autor, para analisarmos a televisão é preciso observar suas formas de ligação com o espectador, e para isso é necessário primeiramente conhecer o que a TV representou como novidade à sua origem, tanto no aspecto tecnológico, como no de novo meio instituído, em seguida. Historicamente, o aspecto tecnológico foi o primeiro a despertar a curiosidade. A representação em imagens daquilo que está longe é característica da mente humana. Assim, o surgimento de um aparato capaz de concretizar essa operação diante dos olhos, certamente não passaria despercebido, porque há muito imaginado.

A primeira menção literária a um instrumental tecnológico com as características da televisão encontra-se na obra de Luciano de Samosata, Uma História Verdídica, do séc. II d.C. O relato satírico do autor grego foi construído com o propósito de criticar outros escritores coetâneos que elegiam como seus temas, aventuras legendárias recheadas de elementos maravilhosos. No enredo imaginário, durante viagem que o autor e seus companheiros realizavam, após ultrapassarem as Colunas de Hércules, tiveram sua embarcação levada pelos ares, terminando por aportar no Sol e na Lua, ambos habitados. Os selenitas, moradores no satélite, entre outras particularidades anatômicas próprias, e que

⁴ “par laquelle des hommes programment des images à l'intention d'autres hommes”.

nos lembram os robôs de nossa cultura midiática, “têm olhos desenroscáveis, de modo que qualquer um pode tirar os seus e guardá-los, até voltar a precisar de ver; então coloca-os para ver. Muitos, tendo perdido os seus próprios olhos, vêm com olhos que pedem emprestados a outros”. (Luciano, 1976:39).

Prosseguindo a sua visita ao palácio do rei lunar Endímion, Luciano antecipou as transmissões televisivas na seguinte descrição: “existe lá um enorme espelho numa cisterna não muito profunda. Descendo à cisterna, ouve-se o que se diz entre nós, na Terra; e olhando pelo espelho, vêem-se todas as nossas cidades e todos os povos, como se estivéssemos lá. Então, eu próprio vi os meus familiares e toda a minha pátria; se eles me viram a mim, não posso afirmar com segurança”. (Luciano, 1976:41).

Centenas de anos depois, o aparecimento das transmissões televisivas, ainda que estreassem junto a outras novidades tecnológicas, não poderia deixar de despertar interesse. E, como novidades, iriam provocar análises teóricas cuja clivagem principal, naqueles momentos iniciais de perplexidade, seria o cotejo com outras formas de transmissão de mensagens à distância, o rádio e o cinema, todos os três perspectivados aos sentidos humanos da percepção.

Rudolf Arnheim, por exemplo, no artigo Um Projeto de Televisão, publicado em 1935, fundamentou sua análise discorrendo sobre o funcionamento dos sentidos da visão e da audição. Pelas características diferenciadas de percepção que proporcionariam esses sentidos, igualmente diversas seriam as formas através das quais as pessoas estabeleceriam relações com o rádio e a televisão. Com o primeiro, a parcela de imaginação que se deveria agregar para entendimento da emissão radiofônica seria maior, de forma a complementar a informação verbal transmitida. A televisão, por sua vez, foi antevista pelo estudioso com a função, entre outras, de “nos possibilitar a observação imediata do que se passa no mundo em que vivemos” (Arnheim, 1989:155) de modo que “a descrição da palavra oral torna-se desnecessária, as barreiras lingüísticas perdem importância e o mundo inteiro entra em nossa casa”. (Arnheim, 1989:155-156). A conclusão mostrou-se um pouco exagerada. Sabemos que raramente um programa de televisão é silente, oferecendo somente imagens à percepção. A emissão televisiva, herdeira da radiofônica neste aspecto, é geralmente pontuada pela palavra. Coerentemente, para Arnheim, naquele momento em que a imagem

televisual carecia de uma maior qualidade de definição, o aspecto mais impactante foi o de ser possível observar com simultaneidade temporal o que estaria geograficamente apartado. Isto se liga à relevância de um dos aspectos do fazer televisual que é o de trazer diretamente à observação imagens do mundo.

Impactaria o observador, sobretudo a possibilidade da transmissão “direta” e “ao vivo”, a simultaneidade característica do meio televisão, entre o que acontece e o que se mostra e é visto, pela qual se diferencia de seu antecessor, o cinema. Nas palavras de Arnheim: “Pela primeira vez na história do esforço da humanidade para o conhecimento das coisas, a simultaneidade pode ser sentida como tal, e não apenas traduzida como uma sucessão no tempo”. (Arnheim, 1989:156) Na análise arnheimiana, o elogio ao tecnológico vem acompanhado do alerta para as conseqüências de seu uso irrefletido. O poderoso meio de observação direta dos acontecimentos poderia ser danoso à atividade mental, acostumada a reduzir o mundo à elaboração verbal para comunicá-lo:

ao mesmo tempo que damos ao homem uma imagem muito mais completa e exata de seu mundo do que no passado, limitamos também o uso da expressão oral e escrita e, conseqüentemente, a atividade do raciocínio. Quanto mais perfeitos forem os nossos meios de conhecimento direto, mais facilmente cairemos na perigosa ilusão de que sentir é equivalente a saber e compreender. (Arnheim, 1989:156).

Ao perigo do embrutecimento da capacidade humana de desenvolver conceitos, substituída pela percepção direta das imagens televisivas, Arnheim adicionava outra ameaça representada pelo novo meio, a do isolamento do espectador que não mais sairia de casa para presenciar eventos culturais ou políticos: “o patético eremita, metido no seu quarto a centenas de quilômetros de distância da cena que sente como sua vida atual, o espectador que nem sequer pode rir ou aplaudir sem se sentir ridículo, é o produto final de um século de desenvolvimento que saiu do acampamento, do mercado e da arena para o atual consumidor solitário do espetáculo”. (Arnheim, 1989:158). Previsões sombrias e pessimistas, nas quais o homem seria menor que a tecnologia que criou, e que não levaram em conta o efeito inverso, da inserção do telespectador em grupos de fruição, mesmo que no momento de assistir estivesse sozinho.

Arnheim partiu de um ponto de vista que colocava o espectador existente como medida e centrou-se na questão de qual dos sentidos humanos seria mobilizado para decifração do novo meio. Este tipo de análise, focado na explicação e previsão do comportamento humano frente ao meio, tem traços de semelhança com as construções teóricas de Marshall McLuhan numa das obras referenciais do campo da comunicação, *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*, publicada originariamente em inglês em 1964, coincidentemente, na década em que começou a haver maior acessibilidade à televisão. Para McLuhan, os meios de comunicação, assim como outras conquistas tecnológicas utilizadas como extensões de nossos sentidos e faculdades, implicam, a partir de sua introdução, na ocorrência de novos modos de percepção e, seguidos de novos modos de realização. O autor, ao analisar os meios, propôs a diferenciação entre meios quentes e frios. Quentes seriam os meios “fragmentários, e não profundos; orientados no sentido do consumo e não de produção”, que prolongam um dos sentidos humanos em alta definição (McLuhan, 2000:350), entre os quais englobou quase todas as tecnologias que se seguiram a Gutemberg, como o cinema e a imprensa, e que “projetam o autor no público”. (McLuhan, 2000:358).

A televisão, meio frio, pelo contrário, demandaria um envolvimento mais profundo da audiência por apresentar-se através de primeiros-planos, de *close-ups*, recursos utilizados em virtude de sua imagem de baixas densidade e definição. Explica McLuhan: “a imagem de TV exige que, a cada instante, ‘fechemos’ os espaços da trama por meio de uma participação convulsiva e sensorial que é profundamente cinética e tátil, porque a tatilidade é a inter-relação dos sentidos, mais do que o contato isolado da pele e do objeto”. (McLuhan, 2000:352). Nesta linha de pensamento, em que as televisões de alta definição não estavam em cogitação, num mundo ainda povoado pelas pequenas telas com imagem em preto-e-branco, o novo meio audiovisual apresentava-se ao autor como algo que destronava a visão de sua supremacia perceptiva entre os sentidos humanos, e demandava, para o acompanhamento da emissão televisual a inclusão do espectador, imediata, em profundidade e sem distrações. A McLuhan restou indicar, portanto, para sua explicação do meio televisão como extensão do humano, o sentido do tato, e não o da visão, querendo demonstrar

que a TV exige uma inter-relação maximizada de todos os sentidos, porque: “para o sentido do tato, todas as coisas são súbitas, opostas, originais, únicas, estranhas”. (McLuhan, 2000:375). Pelo tato, o envolvimento em profundidade de todo o ser é o que a televisão demandaria de seus espectadores, pela sua forma em mosaico. Isto seria o oposto da cultura letrada, antes dominante, a qual “estendendo o poder visual à organização uniforme do tempo e do espaço, confere, tanto psíquica como socialmente, o poder de distanciamento e de não-envolvimento”. (McLuhan, 2000:375).

A industrialização da televisão se deu a partir de desenvolvimentos técnicos de Zworykin, nos Estados Unidos e John Baird, na Inglaterra, a partir de 1923. A transmissão à distância de imagens animadas e sonorizadas nasceu da conjunção de quatro séries de descobertas: a fotoeletricidade que permite a transformação da energia luminosa em energia elétrica; em seguida, a tomada de vistas pela análise linha e linha e ponto a ponto de uma imagem; a transmissão hertziana que possibilita a emissão de sinais elétricos correspondentes a cada um dos pontos analisados; e, por último, a varredura do écran catódico luminescente pelos sinais elétricos, o que ocasiona a restituição da imagem. (Balle, 2005:114). Diferentemente do cinema que não muito tempo após sua criação já se tornara um divertimento massivo, a televisão precisou esperar algumas décadas para expandir-se quantitativamente. Na França, as datas inaugurais são 1936, com emissões experimentais de duas horas semanais, e 1944, com a organização da radiodifusão nacional. No caso brasileiro, informam Pereira e Miranda, a televisão surgiu “em Setembro de 1950 com a inauguração do Canal 3 (TV Tupi/PRF3/São Paulo) por Assis Chateaubriand (Diários Associados) que, em 1948, havia comprado uma estação de TV da RCA Victor”. (Pereira e Miranda, 1983:14)

No Brasil, a multiplicação das emissoras no início da televisão ficou por algum tempo circunscrita à região sudeste. A TV Tupi do Rio iniciou suas atividades em Janeiro de 1951, e a TV Record de São Paulo em Setembro de 1953. Em 1955 surgiu a TV Itacolomi em Belo Horizonte, chegando-se em 1957 ao número de dez estações em operação no país. A quantidade de aparelhos instalados ilustra a evolução do conjunto de telespectadores: cerca de 2 mil postos em 1950, 34 mil em 1954, 78 mil em 1958, chegando aos anos 70 com quase cinco milhões de televisores.

A expansão das transmissões televisuais, deixando de ser atrações ocasionais ou curiosidades em eventos e vitrines, passando a atividade cotidiana, instalada no âmbito doméstico, trouxe à tona o que seria a grande questão para o funcionamento da televisão, cuja resolução precisa ser constantemente encetada, o da produção e escolha da programação a ser apresentada. Um primeiro aspecto na construção da programação é aquele da necessidade de se conhecer previamente o público receptor. Quem assiste à televisão não é isento de uma história de vida anterior, ou, na expressão de Jost, “a recepção de um novo meio depende diretamente do contexto onde ele surge, estando seu utilizador sempre impregnado dos hábitos perceptivos e cognitivos forjados pela utilização dos meios que o precederam”. (Jost, 2004:9)⁵ Para explicitar esse movimento da inserção da televisão na ambiência do espectador, o pesquisador francês utiliza-se do conceito de “horizonte de expectativa”, tomado de Jauss na análise de leitura de textos, referindo-se, neste caso, aos conhecimentos anteriores adquiridos pelos usuários de TV como espectadores de cinema, na composição das expectativas iniciais do público do novo meio. Nesta linha de análise, todos os textos, sejam livros, audiovisuais, ou de outra espécie, não são simplesmente aceitos pela audiência, mas os leitores/espectadores interpretam os significados dos produtos culturais baseados em seu acervo cultural anterior e em suas experiências de vida. Se a publicação de determinadas obras inovadoras ou a introdução de um novo meio de comunicação em determinado momento rompem o horizonte de expectativas existente, é preciso que os leitores/espectadores mobilizem seu acervo pessoal de conhecimentos dialogizando o que é característico do novo texto perante sua prática de decifração de conteúdos.

O fato das experiências anteriores serem tomadas como parâmetros de recepção do novo meio levou ao primeiro nó de tensão. Se no cinema podia-se escolher um filme e um horário entre outros, ou, quando na leitura de um livro, esta acontecia a partir de uma escolha prévia, a programação de televisão devia ser assistida no momento em que era mostrada. Se o programa era ruim ou tedioso, criava-se uma resistência do telespectador ao novo meio. Se, ainda por cima, fosse longo e ininterrupto como os filmes no cinema, ainda que agradável,

⁵ “la réception d’un nouveau média dépend étroitement du contexte où il apparaît, son utilisateur étant toujours impregné des habitudes perceptives et cognitives forgées par la fréquentation de ceux qui l’ont précédé”.

certamente muitos telespectadores, premidos por outras solicitações cotidianas, fariam uso do botão de desligar. Havia também a questão da comparação da imagem segundo tamanho e qualidade, sempre desfavorável à TV. Devemos lembrar, entretanto, que a programação inicial da televisão muito absorveu do rádio seja no formato e conteúdo dos programas, seja na escalação dos protagonistas das emissões. Assim, o aspecto imagético, ensejando comparação desfavorável à televisão pela baixa definição da imagem em seus primórdios, foi compensado pelo tipo de programas exibidos. Ter o que se costumava ouvir no rádio, acrescido de imagens, representou uma evolução.

O conteúdo da programação deveria também permitir um encaixe temporal com a divisão de tarefas e atividades dos espectadores, uma vez que se buscava sua permanência sempre mais estendida diante do aparelho, conseqüentemente, os programas deveriam variar segundo o tipo da audiência disponível. Também neste aspecto a experiência do rádio deve ter trazido indicações importantes. O primeiro programador da televisão francesa Jean Thévenot, por exemplo, indicava em 1946, três tipos de programas a serem alternados segundo o tipo de atenção, maior ou menor, que demandariam do espectador: emissões que requerem uma atenção total tanto aos sons quanto às imagens; programas que exigem uma atenção total pelo som, e toleram uma atenção distraída das imagens; e, finalmente, emissões que acomodam uma atenção distraída mesmo pelo som. Quanto à duração dos programas, o critério a ser obedecido seria o seguinte: segmentos variados e curtos adaptados aos momentos de grandes atividades sociais ou domésticas; segmentos longos reservados aos momentos de lazer. (Jost, 2004:10-11)

1.2. Televisão, mediação midiática.

A televisão é parte do conjunto dos meios de comunicação massivos, isto é, das técnicas que permitem atingir simultaneamente uma audiência estendida, diversa e dispersa. Balle classifica os meios em três famílias: autônomos, os que se constituem em suportes onde as mensagens são inscritas e que não requerem a ligação a uma rede, por exemplo, livros, jornais, discos, vídeos, informativos. Os meios de difusão, larga ou estreita, são, por exemplo, rádio, televisão, cabo, satélite, internet. E, em terceiro lugar, os meios de comunicação, que podem ser bipolares ou multipolares, aqueles que permitiriam uma relação de diálogo entre as pessoas e os grupos, tais como telefone, teletexto, videografia, internet. (Balle, 2005:09). Tal classificação vai perdendo seu valor operativo se atentamos à convergência e compartilhamento de conteúdos apresentados cada vez mais pelos meios.

Quanto à característica da televisão de ser um meio de difusão massivo, segundo Dominique Wolton (2006:75), há quatro conotações possíveis. Primeiramente, a TV é meio de massa do ponto de vista técnico, pois a difusão via ondas hertzianas, satélite ou cabo, permite a multiplicação da recepção por milhões de telespectadores em todo o mundo. Em segundo lugar, a televisão difunde-se massivamente, por determinação jurídica, em virtude de ser uma atividade extensivamente controlada e regulamentada em cada um dos países, tanto no sentido de normatizar seu funcionamento, como no de condicionar a quem cabe operá-lo, de que o acesso seja possibilitado ao maior número de pessoas.

Numa terceira acepção, a TV é meio massivo de caráter político, pois seu desenvolvimento sempre esteve ligado, de uma forma ou de outra, à idéia do estabelecimento de uma coesão social e cultural, em cada contexto nacional. Em quarto lugar, a televisão é meio de massa numa concepção empresarial ou econômica. Para atuar de forma massiva, a TV deve interessar à audiência. Os programas apresentados necessitam prover retorno econômico que permita a continuidade da atividade. Logo, a televisão, como um todo, precisa ser rentável. Liga-se, assim, por imperativos econômicos, a necessidade de rentabilidade da

produção ao caráter de espetacularização da programação, como maneira por excelência de captar a audiência.

A interação entre as dimensões técnica e social da televisão, entende Wolton, é que lhe confere sua originalidade. Por técnica, ressalta o caráter imagético. Por social, sublinha o fato de ser meio massivo. A interação entre estas dimensões, que acontece continuamente, implica em que a produção da imagem não é neutra, porque dirigida a um público multiposicionado, que engloba, por ambição, a todos; e está sujeita à recepção por parte desse mesmo público, que não acontece passivamente. Embora, no âmbito dos receptores existam pessoas de todo tipo de escolarização e gostos, é possível que todos e cada um assistam a qualquer dos programas oferecidos. Assim, afirma o pesquisador francês, “essa mistura de uma produção e de uma difusão de imagens de gêneros diferentes, que devem atrair a curiosidade de um público multiforme que as recebe no local mais privado, o domicílio, constrói uma configuração inteiramente original”. (Wolton, 2006:75)

Se, para alguns, essa dessimetria entre a oferta televisiva, variada e de conteúdos de profundidade inconstante, representa uma desqualificação, para Wolton, “trata-se antes de oferecer ao telespectador a possibilidade de conservar um livre arbítrio” (2006:76), escolhendo o que vê e como apropriar-se dos conteúdos. A interação entre as dimensões técnica e social, faz-se, então, num segundo nível, confrontando a polissemia da imagem ao contexto que lhe dá sentido. As ideologias vigentes na recepção e as preferências sedimentadas dos espectadores funcionam como filtros que condicionam a fruição dos programas segundo os contextos culturais em que são recebidos. Dessa forma, “a despeito das imensas semelhanças entre as televisões do mundo, são muito mais as diferenças, às vezes impalpáveis, que, de certa maneira, organizam as condições de recepção dos programas nacionais e internacionais.” (Wolton, 2006:77). Portanto, um mesmo programa é visto diferentemente conforme sua posição na grade de programação do canal emissor, e segundo as diversas condições vigentes no quadro cultural da recepção. Ainda que determinados formatos tenham fluxo internacional, os públicos nacionais percebem-nos de formas variadas. Resume Wolton: “o milagre da televisão é esse encontro entre imagens estandardizadas, apesar de polissêmicas, e de condições de recepção que criam

uma outra polissemia, ligadas ao contexto cultural e político da recepção.” (2006:77)

Por outro lado, cabe ressaltar que, ao longo do tempo, a interação entre técnica e sociedade, entre polissemia da imagem e contexto de recepção, enseja mudanças no quadro cultural em que as imagens ganham sentido. Característica, segundo o pesquisador francês, de uma “solidariedade” típica do televisual, pela qual as imagens não seriam capazes de fazer o que fazem não fossem difundidas massivamente; nem a TV, enquanto meio de massa, seria a mesma, sem a animação, dinamização, e vivacidade das imagens. (Wolton, 2006:77).

A televisão, como outros meios de larga difusão, ultrapassou a condição de novidade técnica, institucionalizando-se como mídia com características diferenciadas, a partir do momento em que passou a elaborar seus programas dotados de conteúdos e formas próprios. Tais maneiras de representar o mundo, pela sua especialização, constituem o que Maigret e Macé chamam de mídia-culturas. O neologismo proposto tem a intenção de ultrapassar a dicotomia entre cultura e mídia, reconhecendo na “mediação midiática”, uma forma de construção da realidade social dotada de especificidades, e tão importante quanto outras mediações. Resumem os autores: “não se trata mais de ‘efeitos’ da cultura sobre a sociedade nem de efeitos da sociedade sobre a cultura, mas uma soma de mediações pelas quais cada sociedade (ou cada conjunto de sociedades em interação) configura-se através de seus objetos culturais, jurídicos, técnicos, artísticos ou midiáticos e suas formas de apropriação”. (Maigret e Macé, 2005:11)⁶

A análise dos objetos culturais surgidos nos meios, vistos como mediações midiáticas, implica em reconhecer que se trata de formas específicas de configurações da realidade, que são configurantes e reconfiguradas, isto é, performatizam a realidade. De maneira que a formação do sentido, a significação, se dá na relação entre as mensagens e os indivíduos que as vêem, escutam, percebem. A mediação midiática, segundo os autores citados, tem como característica, entre outras, que os meios, na busca de estruturação de formas culturais coletivas, são parte da indústria cultural. Enquanto indústria, os meios

⁶ “il n’y a donc pas plus d’ ‘effets’ de la culture sur la société que d’effets de la société sur la culture, mais une somme de médiations par lesquelles chaque société (ou chaque ensemble de sociétés en interaction) se configure elle même à travers ses objets culturels, juridiques, techniques, artistiques ou médiatiques et leurs formes d’appropriation”.

trabalham com a contradição interna de operar tensionados pela instável dinâmica do mercado e de confrontar-se com a heterogeneidade do público receptor. No aspecto da produção de conteúdos, quer pela necessidade de sustentabilidade e lucratividade da atividade, quer pelas pressões da concorrência, existe a preocupação de estabilizar a oferta de produtos em formatos estandardizados que diminuam os riscos de perdas. Este movimento de estandardização e concentração produtivas, pelas características culturais da mediação, é sempre pressionado pela necessidade de criar e inovar. Isto leva a uma aceleração da produção, com a conseqüente proposição constante de novos formatos, dentro da crença de que quanto mais se produz, mais chances de sucesso ocorrem.

Falar de televisão, enquanto mediadora de cultura, não é mais referir-se à difusão de programas à distância, mas falar de sua programação. Perguntar-se sobre a televisão como mídia instituída é também perquirir sobre os comportamentos sociais ligados a este meio de comunicação, cristalizados em usos mais ou menos específicos, cuja circulação social se dá através de produtos culturais típicos. Segundo François Jost a televisão é “um meio cuja característica essencial é menos a produção de obras do que a articulação cotidiana da efemeridade de um fluxo à regularidade do tempo social”. (Jost, 2005:8)⁷. A primeira característica da televisão-mídia é, portanto, sua disponibilidade temporal estendida – apresentando-se num fluxo constante, multiplicado em canais sempre mais numerosos. Para preenchimento do fluxo ininterrupto, há escalonamento de programas, elaborados e transmitidos segundo três critérios: destinados a horários específicos, de forma a prover um acoplamento favorável à divisão social do tempo dos telespectadores; concebidos segundo tipos específicos de públicos (infantis, adultos, familiares, estudantis, etc.); e, num outro contingenciamento, atendendo a imperativos de lucratividade, ou seja, levando em consideração as diferentes espécies de publicidades que aos programas possam ser ligadas. Tais características são também combinadas em graus diversos em produtos específicos.

A televisão-mídia tem ainda como características a centralidade no conjunto dos meios e a prática da derivação discursiva. Pela primeira, sublinha-se

⁷ “un média dont la caractéristique essentielle est moins la production d’oeuvres que l’articulation quotidienne de l’éphémérité d’un flux à la régularité du temps social”.

o fato de que a TV é o meio de maior e mais freqüente audiência, e, por isso, seus conteúdos são referenciados por todos os outros de maneira regular. Quanto à derivação discursiva, através dessa expressão indica-se que os programas televisivos não surgem a partir de rupturas bruscas, mas são transformações progressivas de formatos e dispositivos anteriores. As apropriações de modelos e formulações precedentes pela televisão atingem tanto o teatro, o rádio, o cinema e a literatura, como a própria TV.

O desenvolvimento de grandes cadeias de emissoras, e a concorrência comercial que entre elas existe, acarretaram modificações na forma de abordar o público. A noção de públicos específicos aos diversos tipos de programas foi acrescida pelo conceito de público disponível, aquele que está efetivamente frente à TV em determinado momento. Para o entretenimento do público disponível, os programas são pensados buscando eliminar traços muito especializados ou redutores de interesse. Da noção de público disponível para sua expressão em números, isto é, a quantificação da audiência como “pontos no IBOPE”, o movimento foi um passo rápido. O critério de escolha dos programas passou então do mais específico, ao menos rejeitável.

A televisão-mídia é também perceptível concretamente nas emissoras/produtoras que se apresentam indexadas por marcas. As redes de TV não são mais vistas como simples difusoras de programas, mas como sujeitos enunciativos que têm atrativos próprios e cuidam de demonstrar certa coerência no agir. Segundo Jost, as redes utilizam-se das marcas para “dotar os produtos que vendem de uma personalidade que os torna desejáveis”. (Jost, 2004:16)⁸. A coerência na construção da marca de uma rede de televisão é perceptível nas lógicas de programação; nas articulações do conjunto dos programas mostrados pela emissora; e no discurso da rede sobre ela mesma. Esta auto-referenciação das emissoras é feita pela criação de uma identidade visual própria; na publicidade sobre si mesma e seus produtos no interior da grade de programação; e ainda nos textos de autopromoção que circulam nos conteúdos de outros meios de comunicação.

⁸ “doter les produits qu’elles vendent d’une personnalité qui les rendent désirables”.

1.3. A programação televisual.

Ao ligarmos a TV para “ver o que está passando”, inserimo-nos no fluxo televisual, essa contínua proposição de formas e conteúdos audiovisuais. Falar em programação de televisão implica descrever as lógicas que presidem a organização dos diferentes programas no fluxo, revelando como as emissoras buscam atender às expectativas de sua audiência. Quanto à disposição dos diversos produtos televisuais no tempo, isto é, sua distribuição ao longo do fluxo temporal, afirma Suzanna Kilpp:

O conjunto das imagens televisivas, mais ou menos organizado numa certa estrutura horizontal e vertical de programas, é, em geral, tido como a programação de TV. Ela é gestada a partir de uma grade imaginada pelas emissoras usuárias dos canais, e é atualizada de tempos em tempos e de certos modos por cada emissora, não apenas no sentido da renovação das grades, mas também no sentido da evolução dos virtuais aos atuais. (...) A programação não é nem o cardápio de programas que aparecem nas grades, nem a mera soma de programas e outras unidades televisivas interpostas no fluxo, mas um produto dessa macro-montagem. (Kilpp, 2003:185)

A observação das grades de programação possibilita perceber os lugares das repetições no fluxo contínuo da televisão, remetendo a “hábitos, regularidades, diferenças repetidas, espectadores idealizados em tempos e ocupações imaginados” (Kilpp, 2003:198). Dessa forma, a televisão ocupa temporalidades no cotidiano das pessoas, havendo nas grades “uma enunciação de referência para a organização dos afazeres diários”. (Kilpp, 2003:199) A vida contemporânea é cada vez mais conectada à topologia genérica das grades de programação. Estas, por sua vez, são concretizadas de forma a permitir essa espécie de acoplamento entre os tipos de programas preferidos e o espectador disponível em dias e horários específicos.

Neste sentido, informa Maria de Lourdes Motter, “os meios de comunicação, e a TV em particular, exercem o controle do nosso tempo com a imposição de hábitos de audiência e passam a reger nossos horários de modo a que estejamos a sua disposição quando ela exhibe os programas que (se) moldaram (ao) nosso gosto ou necessidade”. (Motter, 2003:25) Para esta autora, a delimitação dos

espaços na televisão indica a existência de códigos de leitura que demarcam fronteiras, e que funcionam como guias para as escolhas do telespectador, entre informação e entretenimento, ou realidade e ficção. Esclarece Motter: “Na divisão que se verifica na programação das emissoras de televisão, prevalece um modelo de alternância entre produções voltadas para o relato dos acontecimentos da realidade imediata e produções ficcionais.” A partir destas categorias, ficção e realidade, é possível tomar “como representativos de cada um dos campos que elas recobrem, os gêneros notícia e dramaturgia, ou, mais especificamente, telejornal e telenovela pelo caráter de ‘pureza formal’ que os caracterizam e pela contigüidade dos espaços que ocupam, em particular na Rede Globo de Televisão”. (Motter, 2003:37)

A atividade de programar a oferta televisiva é historiada por Laurent Fonnet dividindo-a em dois períodos subseqüentes, a televisão “de oferta” e a “de demanda”. No primeiro período, em que a existência de poucas emissoras era caracterizada pela cobertura parcial das audiências, tanto geográfica como temporalmente, o programador escolhia dentre um dado estoque de programas disponíveis, em cuja produção tinha pouca participação, o que lhe parecia mais adequado a determinado horário de apresentação. Tal escolha tinha como parâmetros: um espectador mediano imaginado, uma vez que as medições estatísticas só seriam aperfeiçoadas mais tarde, e a limitação da produção, bastante dependente de formatos herdados de outros meios. O critério básico de escolha dos programas era então o da “melhor adequação entre seu público potencial e as disponibilidades deste diante do aparelho de televisão”. (Fonnet, 2003:16)⁹

Após a multiplicação do número de redes concorrentes e de canais especializados via satélite e cabo, e a extensão temporal do fluxo, o espectador passou a contar com a possibilidade de comparar as emissões veiculadas num mesmo horário, escolhendo a que fosse mais digna de atenção. Por esta razão, a atividade da programação passou a ser regida por outro critério central – “a arte da programação não é a de programar o melhor programa, mas o menos ruim”.

⁹ “la meilleure adéquation entre son public potentiel et les disponibilités de celui-ci devant son poste de télévision”.

(Fonnet, 2003:17)¹⁰ Nesta busca de agradar o máximo de pessoas, descontentando minimamente, houve a inversão do esquema “produção – estoque – difusão”. Programas específicos passaram a ser encomendados pela difusora aos produtores, que deveriam prover formatos de aceitação presumida. Os dados levantados pelos institutos de mensuração de opinião e audiência, quantitativa e qualitativamente, passaram a ter uma participação decisiva e freqüente. O impacto das medições de audiência sobre a grade de programação é compreendido segundo índices percentuais (sobre o total de possíveis telespectadores) e partilhados (*share*) – em relação ao conquistado para o mesmo período pelas concorrentes. Pode ainda o índice de audiência ser indicado numericamente, conforme a quantidade de telespectadores ligados ao longo da emissão.

No estágio atual prevalece, portanto, a televisão de demanda, cuja principal preocupação é responder às expectativas de seu público-alvo, de forma a garantir a audiência à programação. Segundo Fonnet (2003:20), o procedimento de composição da programação obedece a quatro fases: primeiramente deve-se conhecer os modos de vida do público visado; verificados os hábitos do espectador, a esses são cotejadas as diferentes faixas de horários disponíveis para as emissões, bem como comparadas as emissões propostas com as das demais redes concorrentes; cria-se então uma grade geral típica ou *standard*, com a indicação de gêneros de programas para cada horário; finalmente, atualiza-se a grade de programação genérica com formatos existentes entre o estoque próprio e aquisições de outras produtoras, segundo a capacidade econômica e sua adequação à identidade da rede.

No caso da televisão francesa, por exemplo, Fonnet indica que a programação é construída a partir de quem é considerada o centro do público-alvo, “a mulher de menos de cinquenta anos responsável pelas compras.” (Fonnet, 2003:21)¹¹ A partir das possíveis atividades e níveis de atenção dessa mulher de idade mediana, cuja permanência frente à TV pode ser prevista em diversos momentos do dia, em especial se não trabalha fora, é estabelecida a

¹⁰ “l’art de la programmation n’est pas de programmer le meilleur programme, mais le moins mauvais”.

¹¹ “la femme de moins de cinquante ans responsable des achats.”

programação. Leva-se em conta, a seguir, os momentos a que ela se agregam os demais familiares – crianças, marido, pais, - e as diferenças entre os dias de semana de trabalho e de descanso. Trata-se de alcançar um equilíbrio entre os programas considerados como segmentadores, aqueles bastante endereçados, e outros, chamados federadores, destinados a todos. Quanto à necessária permanência dos espectadores, os produtos televisuais dividem-se em fragmentados, compostos de seqüências curtas, ou contínuos, que trazem as narrativas mais longas.

Paralelamente à noção de ponto de contato entre telespectador e programas, a programação pode também ser descrita como a atividade de definir, prever, e em seguida manter um nível de audiência, graças à grade de programação oferecida. Se a programação é o fazer, a grade é a fixação palpável da atuação em conjunto de um grande número de profissionais reunidos na produção televisual. Referir-se à grade não significa somente aludir à configuração gráfica da justaposição de programas, mas, também, fazer transparecer o tensionamento da formatação dos produtos televisivos segundo gêneros diversos, ligados a competências comunicativas do telespectador mobilizadas segundo o tipo da programação oferecida.

Insatisfeitos com a idéia de imutabilidade e de divisões não comunicantes que o vocábulo “grade” transmitiria, autores italianos têm preferido a esta noção, a de palimpsesto, termo utilizado para indicar a dinâmica de reajustamentos das transmissões programadas de uma emissora numa perspectiva temporal, que parte de um esquema mais geral, anual, e sofre as revisões segundo unidades menores (trimestre, mês, semana, dia). Costumeiramente, um palimpsesto deveria conter os títulos dos programas, as características técnicas, a duração e os horários de difusão.

A palavra palimpsesto, para os filólogos, refere-se aos códices de pergaminho sobre os quais, raspada a primeira escritura, podia-se escrever um novo texto (do grego *palimpsestos*, significando ‘raspado de novo’). O termo tornou-se famoso quando o filólogo Angelo Mai (1782-1864) identificou, entre os documentos da Biblioteca Vaticana, obras ocultas de Frontone e Cícero. No meio televisivo, a utilização do termo é atribuída a um funcionário da televisão italiana, o qual, diante dos contínuos cancelamentos, modificações e correções que a

programação exigia, teria exclamado – “parece que trabalhamos sobre um palimpsesto!” (Grasso; Scaglioni, 2006:79)

O termo quer mostrar-se como metáfora mais rica que os correspondentes *schedule* para o inglês, *rejilla* para o espanhol e *grille* para o francês. Se o primeiro traduz-se por tabela, e os outros por grade, todos indicando a distribuição temporal, a expressão palimpsesto, além dessa idéia, quer acrescentar-lhe a de elaboração textual e superposição de sentidos, denotando o processo de planificação da oferta televisiva no que tange à organização do tempo e às estratégias de programação. O palimpsesto é encarado como o dispositivo onde ocorrem as análises destinadas a adequar a produção televisiva de cada rede às expectativas e ritmos dos diversos tipos de público que a televisão como meio de comunicação de massa atinge.

Se o objetivo da programação é fidelizar a audiência dos espectadores, o palimpsesto deve, por sua vez, individualizar e prever as condições necessárias à realização desse relacionamento, de modo a produzir retorno ao emissor. Através do palimpsesto, a rede televisiva constrói e declara sua própria identidade, demanda públicos e audiências, valoriza os programas e os formata em horários e durações. As lógicas de construção do palimpsesto revelam o projeto comunicativo do emissor. Nele são perceptíveis as marcas da identidade e da tradição da rede e o perfil do público-alvo ao qual se endereçam os programas.

A definição de um palimpsesto é feita em etapas a partir de alguns elementos fixos (programas principais e alguns programas de serviço), que constituem as constantes estruturais em torno das quais se desdobra o terreno de manobra do palimpsesto de rede. O conjunto do palimpsesto acontece como síntese entre a experiência dos anos precedentes, os esquemas do passado e as inovações a trazer e colocar sobre o plano da programação como um processo de definições que aumenta em detalhes nos planos trienais, anuais, sazonais, semanais e diários.

O palimpsesto televisivo, informa Paolo Taggi, enquanto organização horizontal e vertical dos programas, dita o ritmo da oferta televisiva, criando “ligações, sintonias e contrastes entre as transmissões que se sucedem”,¹² influenciando no sucesso perante o público, pela contraposição estratégica das

¹² “collegamenti, sintonie e contrasti tra le trasmissioni che si succedono”.

emissões concorrentes nas diversas redes. “Por trás de cada decisão na conformação do palimpsesto”, explica o autor, “há sempre um traço de sentido oculto que é externo ao texto, mas que daí se transfere a sua internalidade”.¹³ Tal ocultamento constitui uma segunda escritura, uma lógica de duplo nível que atinge tanto a superfície da escritura, quanto a recepção do programa e sua leitura. (Taggi, 2004:465). Neste sentido operativo do palimpsesto, a inclusão de um programa novo, por exemplo, além da novidade em si, importa enquanto substituição de uma outra emissão, da qual, ou estende características, ou busca diferenciar-se, sempre atendendo à lógica de programação destinada a obter maior audiência.

Com a incorporação de formatos televisivos diferenciados nos anos recentes, como os da tele-realidade, ainda segundo Taggi, o palimpsesto é cada vez mais elaborado não como elemento duro de enquadramento, mas como baliza flexível de durações diversas e de composição dos programas. Assim, as novas práticas de produção e programação, não se limitam a estabelecer ligações simétricas e complementares entre a oferta televisiva e a jornada típica do público, como forma de atender exigências e expectativas, das parcelas-alvos de espectadores. A tendência atual da composição palimpsestual é de fazer mais, suas lógicas “impõem sua própria temporalidade de fruição, requerem um empenho maior na aquisição de satisfação e qualificam a própria presença do espectador-colecionador de momentos”.¹⁴ (Taggi, 2004:466) De modo que, tanto mais o espectador assiste, mais se torna co-partícipe da circulação dos produtos culturais audiovisuais, inclusive pela estratificação de pontos de vista e critérios de fruição, os quais, os demais meios de comunicação compartilham, estendem e re-textualizam ao abordarem os conteúdos da produção televisual. As emissões que compõem esse novo modelo palimpsestual “envolvem o telespectador em um sistema estratégico de ofertas ao qual não se pode subtrair, sob pena de se sentir excluído ‘daquilo que se fala’”.¹⁵ (Taggi, 2004:466) Neste sentido, a colocação vicinal na grade de programação de formatos diversos, uns mais

¹³ “Dietro ogni scelta di palimpsesto c'è sempre una traccia di senso che è esterna al testo, ma da qui si trasferisce al suo interno”.

¹⁴ “impongono un loro tempo di fruizione, richiedono un impegno maggiore per avere più soddisfazione e qualificare la propria presenza di spettatore-colezionista di attimi”.

¹⁵ “avvolgono lo spettatore in un sistema strategico di offerte al quale non si può sottrarre, per non sentirsi escluso da ‘ciò di cui si parla’ ”.

contemporâneos, outros mais tradicionais, ao mesmo tempo em que revela as lógicas de programação que presidiram as escolhas feitas no pólo de produção, indica o movimento de renovação negociada na proposição de novos formatos sem descurar da satisfação dos hábitos de fruição já decantados dos telespectadores.

Em resumo, falar em palimpsesto é referir-se, simultaneamente, à grade, à programação e às relações entre elas, bem como às lógicas subjacentes ao espelho da disposição temporal dos programas. Considerando, entretanto, a maior familiaridade do termo grade entre nós, este terá a preferência de utilização no presente texto, embora com densificação de sentido idêntica à do sinônimo palimpsesto: incluindo para além da configuração escrita da programação, as atividades prévias, concomitantes e posteriores de seu preparo e concretização.

Outro aspecto que se deve considerar no entendimento da programação é que a composição da grade leva em conta blocos de programas e não somente itens isolados. Fonnet explica que “um bloco é um conjunto aderente de vários programas sobre o plano artístico. (...) Mesmo se entre o primeiro programa e o último há uma grande diferença de gênero, faz-se parecer que a passagem de um programa a outro foi concebida em lenta evolução”.¹⁶ (Fonnet, 2003:36)

O aumento da oferta dos produtos televisivos, em qualidade e quantidade acentuadas, tem ensejado modificações nos modos de consumo dos audiovisuais. A fruição mais comum é a que se dá de forma passiva, acompanhando as seleções das redes-emissoras. A programação escolhida pela editoria da difusora é escalonada na grade e transmitida ao público disponível. Este tipo de contato, segundo Fonnet, está ligado ao hábito puro e simples de assistir à televisão, sem a preocupação precípua de localizar um programa entre outros, e “submete o telespectador à diversidade, torna-o disponível ao inesperado, a ver e descobrir o que o editor do programa propõe em resposta a suas expectativas”.¹⁷ (Fonnet, 2003:27). Em contraposição, o consumo ativo da produção televisual, que ocorre em menor escala, mas que ora apresenta expansão, dá-se quando o telespectador dispõe de ferramentas de busca e

¹⁶ que “un bloc est un ensemble adhérent sur le plan artistique, de plusieurs programmes. (...) Même si entre le premier programme et le dernier il y a une grande différence de genre il apparaît que le passage d'un programme à un autre a été conçu avec une évolution lente”.

¹⁷ “soumet le téléspectateur à la diversité, le rend disponible à l'inattendu, à regarder et découvrir ce que l'éditeur du programme propose pour répondre à ses attentes”.

acesso que lhe permitem localizar numa massa de documentos audiovisuais o programa que deseja assistir. Isto acontece, por exemplo, nos sites de *web-tv* e videotecas.

A programação televisual passa também pela vetorização do conjunto das emissoras em relação à “rede de referência”, isto é, a de maior audiência, segundo o público-alvo (mulheres, crianças, jovens, etc); segundo o gênero da programação (entretenimento, ficção, informação, tele-realidade, por exemplo); ou ainda segundo o horário de difusão (manhã, tarde, noite). Para Fonnet, neste aspecto, “a rede de referência deve procurar manter sua posição de liderança, buscando a exclusividade sobre os melhores programas, e impedir de fato suas concorrentes de ameaçá-la”.¹⁸ (Fonnet, 2003:30)

A manutenção do status de rede de referência, ou a busca em atingi-lo junto a determinadas parcelas do público, gêneros ou horários, liga-se à necessidade de tornar constante a audiência, cujos índices estáveis garantem a comercialização da publicidade. Trata-se de fidelizar o público a determinados programas e à emissora como um todo. Parte-se do princípio de que, geralmente, “os telespectadores não ligam a televisão por causa de um programa específico, mas porque são instados, a maior parte das vezes, pela oferta global da rede”.¹⁹ (Fonnet, 2003:31). Outro princípio que rege a prática da fidelização é que ela “nutre e se nutre dos programas e da imagem da rede”.²⁰ (Fonnet, 2003:31) Isto explica as eventuais decisões de produzir formatos cuja lucratividade é pequena, ou cujo índice de audiência pretendido é modesto, mas que conformam, no mosaico da grade, um reforço favorável à coerência da identidade da emissora, a ser sempre reafirmada.

A busca da fidelização obedece também ao princípio da entropia mínima, segundo o qual, na prática, a maioria dos telespectadores prefere assistir ao mesmo canal por certo tempo, e não zapear, mormente se a audiência se dá num grupo de pessoas. Assim, ao programar providencia-se a repetição genérica diária ou semanal da maioria das emissões, permitindo ao espectador certo controle de memória da distribuição temporal na grade, conforme tipos de

¹⁸ “la chaîne de référence doit chercher à maintenir sa position de leader en cherchant à avoir des exclusivités sur les meilleurs programmes, et de fait empêcher ses concurrentes de la menacer”.

¹⁹ “les téléspectateurs n’allument pas la télévision pour un programme précis, mais parce qu’ils sont attirés, la plupart du temps, par l’offre globale de la chaîne”.

²⁰ “nourrit e se nourrit des programmes et de l’image de la chaîne”.

emissões preferidas. Por outro lado, em menor número de ocasiões, são escaladas novidades, de forma a neutralizar a sensação de imobilidade da programação e preparar o público a câmbios futuros, pois seus hábitos “devem também, de tempos em tempos, ser ‘quebrados’ pela oferta de presentes que são as emissões excepcionais”²¹ que combinam surpresa e prazer inesperados. (Fonnet, 2003:32).

A mudança da programação, quando aconteça, deve ser feita tendo em vista que os telespectadores criam hábitos de consumo, o que inclui as práticas de socialização e compartilhamento dos conteúdos televisuais, fora do horário de audiência. Assim, as substituições devem ser suaves, não afastando público já existente na busca de nova parcela de telespectadores. Existem períodos de adaptação previstos quando há mudança de programas, turbulências que se procura amenizar pela utilização de diversas técnicas, sendo comum acontecer o chamado efeito patamar (*palier*), em que, após a oscilação inicial volta-se a atingir o nível anterior de audiência para aquele horário, no mesmo canal.

²¹ “doivent aussi, de temps en temps, être ‘cassées’ par des cadeaux que sont les émissions exceptionnelles”

1.4. Técnicas e estratégias de programação.

A programação de televisão é que permite o funcionamento desta como mídia, ou seja, concretiza a oferta dos programas de interesse do telespectador, organizando-os num fluxo de formatos e mensagens publicitárias. Diversos fatores incidem sobre a escolha dos programas que compõem a grade das emissoras, entre eles, a audiência potencial prevista para determinado horário, conforme medições cuja série histórica é conhecida; o público-alvo específico para cada um dos programas, segundo faixas etárias, sexo, poder aquisitivo e tempo disponível; as disposições legais que regulam, entre outros aspectos, a obrigatoriedade de oferecimento de determinados formatos, como os informativos, e a classificação etária conforme aos horários; os atos regulatórios da atividade publicitária; e ainda todo o conjunto de ações dos profissionais atuantes na produção televisiva, cujo conhecimento prático influencia no andamento da programação.

Segundo Contreras e Palácio (2003), a atividade de programação é muito dinâmica e dificilmente se consegue isolar ações que possam ser mensuradas individualmente. É possível, entretanto, imaginar hipoteticamente a adoção, passo a passo, de técnicas e estratégias de programação em três nucleações concomitantes: a da construção da grade; a do tensionamento pela concorrência; e, das providências de contra-programação, em busca da conquista ou manutenção da liderança de audiência. Descreveremos, a seguir, nestes três aspectos, as técnicas e estratégias de programação mais utilizadas (conforme Fonnet; 2003:28-38; Taggi, 2004:465; Grasso; Scaglioni, 2006:88-89; e Contreras; Palácio, 2003:169-215).

1.4.1. Técnicas e estratégias de programação ao tempo da construção da grade.

Quanto à construção da grade, dois movimentos seriam primordiais. O primeiro constitui-se na colocação dos pilares de sustentação da programação, as faixas de programas que se repetem diariamente, como telejornais e telenovelas,

no caso brasileiro: “estes alicerces costumam ser faixas de grande estabilidade e permanência. A introdução de modificações nestes elementos implica no grave risco de se alterar toda a estrutura da cadeia. Se funcionam, devem ser os referenciais fundamentais sobre os quais se assenta a imagem do canal”.²² (Contreras; Palácio, 2003:169) Em segundo lugar, contrapondo-se a esta estruturação horizontal da grade, procura-se criar um fio condutor, verticalmente, ligando os diversos programas ao longo do dia, com a transposição dos espectadores de um formato aos outros que o sucedem. Para tanto, concentra-se um maior número de intervenções publicitárias nas partes centrais dos programas, e faz-se a passagem de um formato a outro com interrupções de pequena duração, ou nenhuma. Trata-se da técnica conhecida pelo nome inglês de *seamlessness* (inconsutibilidade, continuidade sem rompimentos), pela qual se difundem na seqüência duas emissões sem inter-programas ou publicidade, às vezes chegando a compartilhar o écran com imagens do final de um programa e o começo do seguinte. Este também é o critério que leva à prática da apresentação dos créditos técnicos em seção central dos formatos, ou a sua apresentação acelerada ao final, ou até mesmo a sua total omissão, como acontece com os telefilmes.

Outra preocupação presente no momento da construção da grade em seu aspecto diário (Contreras; Palácio, 2003:174), é aquela quanto à progressão da faixa etária dos espectadores, o que em inglês é referido como *aging the demos* (envelhecendo os grupos demográficos). Neste aspecto, a necessidade de não se perder o público já presente, influi na seqüencialização de programas que precisam, por sua vez, agregar novos telespectadores, passando dos formatos infantis, ao começo do dia, àqueles destinados a pessoas mais maduras, sem uma variação de tom muito acentuada.

A exemplo dos programas cimentadores da audiência, apresentados em faixas diárias que se repetem, há também outras linhas de retorno de formatos de um mesmo gênero. Tal repetição planejada permite aos espectadores a memorização do tipo de conteúdos oferecido em determinado horário, fidelizando

²² “Estos cimientos suelen ser bandas de gran estabilidad y perdurabilidad. La introducción de modificaciones en estos elementos supone el grave riesgo de alterar toda la estructura de la cadena. Si funcionan, deben ser los referentes fundamentales sobre los que se asienta la imagen del canal.”

a audiência. Há duas variações nesta técnica segundo o tipo de programa apresentado: se é o mesmo formato que volta a cada dia, trata-se da estratégia do *stripping* (extensão de uma faixa) que consiste em programar todos os dias, à mesma hora, a mesma emissão para habituar o público ao encontro quotidiano. A medida inversa é o *checkerboarding* (tabuleiro), pela qual se alternam produtos diferentes, mas semelhantes genericamente, numa mesma célula horária, com retorno semanal.

Quanto à articulação seqüencial dos programas em blocos, podemos considerar três variantes de técnicas de programação: pela *ponta de lança*, colocam-se “os programas de melhor rendimento como abertura dos blocos horários. Assim, busca-se captar o espectador, por exemplo, no início do horário nobre, para que, posteriormente, mediante uma boa transição, arraste-se o público a um programa em aparência menos atrativo”.²³ (Contreras; Palácio, 2003:178) Outras variantes do tratamento dos programas em bloco são o *hammocking* (pendurar como uma rede de balanço), pelo qual uma célula de programação fica protegida entre duas células de forte audiência, geralmente utilizada no lançamento de um programa novo; e seu oposto, o *tent-poling* (mastro de amarração), em que um programa forte é emoldurado por dois programas de menor impacto aos quais se pretende estender a influência do produto líder.

Quanto aos conteúdos dos formatos, pela prática da auto-referenciação (*crossover*), uns programas apropriam-se dos assuntos dos outros, em citações cruzadas, com o intuito de: reforçar o interesse pelos produtos da emissora, com a fidelização da audiência pelo maior tempo possível; alimentar o acervo de informações de que dispõe o telespectador, facilitando a leitura dos programas, e, em conseqüência, o prazer na sua fruição; aproveitar conteúdos já em pauta, referenciando-os em horário de menor audiência, equilibrando assim o fluxo de investimentos à previsão de retorno e lucratividade. Também quanto ao conteúdo dos formatos, pelo procedimento do *spinoff* (esticamento), retomam-se personagens já notórios de uma obra televisual de ficção ou entretenimento,

²³ “los programas de mejor rendimiento como apertura de las bandas. Así se busca captar al espectador, por ejemplo, en el arranque del *prime time*, para que, posteriormente, mediante una buena transición, se arrastre el público hacia un programa en apariencia menos potente”.

construindo em torno deles um novo programa, de forma a aproveitar a aceitação popular já conhecida, transformando-a em mais audiência.

1.4.2. O tensionamento da programação pela concorrência.

No panorama televisivo brasileiro, a Rede Globo mantém a liderança de audiência há décadas, sendo difícil às demais emissoras conseguirem suplantá-la, embora muito ocasionalmente registre-se equiparação ou leve sub-posicionamento da rede de referência. Se, entretanto, tivéssemos uma repartição de audiências mais equilibrada, caberia ao programador considerar as seguintes questões com bastante relevância e maior frequência:

O telespectador tende a permanecer na primeira opção de programas, isto é, “a emissora que sai na frente com o programa líder sabe que o desenrolar da noite vai depender, em boa medida, de que consiga manter até o final a audiência que tem assegurada com seu programa estelar”.²⁴ (Contreras; Palácio, 2003:184). Por extensão, a rede de referência apresenta-se como uma primeira opção quase permanente, que detém o hábito decantado do telespectador.

Há períodos mais estáveis e outros em que a concorrência aumenta, seja porque haja vários programas atrativos nas diversas emissoras, ou, em virtude de que nenhum formato satisfaça a audiência, e a troca de canais à procura de uma melhor opção é inevitável.

Embora a quantidade de canais seja cada vez maior, é comum acontecer a polarização da audiência entre duas emissoras em determinado horário, lembrando a premissa usada pelo SBT em uma de suas campanhas publicitárias, de que ser vice-campeã de audiência é um resultado a ser comemorado. Neste aspecto, há três tipos de estratégias que uma emissora pode eleger para contrapor-se à concorrente que oferece o embate mais próximo: confrontar-se diretamente, oferecendo ou um formato de gênero oposto (contra-programar, em sentido estrito), ou dentro do mesmo gênero, um formato de tonalização diversa

²⁴ “la cadena que arranca con el programa líder sabe que el desarrollo de la noche va a depender, en buena medida, de que consiga arrastrar hasta el final a la audiencia que tiene asegurada con su programa estelar”.

(*blunting*, neutralizar); escalar formatos complementares que avancem no detalhamento de uma temática, por exemplo, o comentário prévio e posterior ao programa esportivo; ou ainda optar pela alternância de gêneros, segundo o público-alvo inverso ao que a concorrente elegeu, ou seja, a escalação de um formato de apelo marcadamente masculino *versus* programa feminino, no que se chama a técnica das *camas separadas*.

A programação é também pensada quanto ao impacto sobre a concorrência de forma temporalmente estendida, adotando-se estratégias de maior ou menor extensão com o intuito de bloquear o interesse do telespectador por novidades surgidas nos outros canais. Assim, por exemplo, concentram-se programas de impacto em determinado período de dias ou semanas para neutralizar a programação que a concorrente vem de lançar. Neste aspecto, podemos citar também o procedimento de *bridging* (fazer ponte), que é a difusão de um programa sobrepondo-o aos minutos iniciais de outra emissão na concorrência, com o objetivo de fazer o espectador perder seu início e desinteressar-se de mudar de canal e o *blocking* (blocagem), pelo qual se posiciona em seqüência uma série de programas dotados de público-alvo homogêneo.

Olhando-se em perspectiva a seqüência dos programas, relacionalmente à concorrência, poderemos identificar a intenção do programador em obter um efeito de aglutinação da audiência e que consiste em atrelar ao programa líder, a cada novo episódio, mais espectadores, no procedimento que se chama *bandwagon* (comboio), porque “o êxito também gera fidelidade. O público tenderá a acostumar-se a seguir um programa em um dia e a uma hora determinada. Isto se traduz em que cada semana, quando se inicie um novo capítulo, contar-se-á com uma significativa audiência presente desde o primeiro minuto”.²⁵ (Contreras; Palácio, 2003:195).

No mesmo rol de preocupações inscrevem-se as técnicas ditas de *sala-de-espera*: pelo *lead-in* (conduzir) e *lead-off* (preludiar), utilizados no âmbito de um bloco de programação, relaciona-se determinado programa a outro, já conhecido

²⁵ “El éxito también genera fidelidad. El público tenderá a acostumbrarse a seguir un programa un día y a una hora determinada. Esto se traduce en que cada semana, cuando se inicie un nuevo capítulo, se contará con una significativa audiencia convencida desde el primer minuto”.

como líder de audiência. Colocar um produto novo ou mais fraco antes do programa líder de forma a aproveitar a presença dos telespectadores que assistem à TV à espera do início do programa mais forte é o *lead-off*. Contrariamente, a técnica do *lead-in* aproveita o público remanescente ao final do programa forte, iniciando na seqüência a nova emissão que se quer apresentar aos telespectadores. Pequenas variações nos horários de início e fim dos programas mais vistos apresentados diariamente, revelam práticas dessas técnicas.

O programador deve ainda estar consciente de que, pelo efeito *dominó*, é comum que o fracasso de audiência de um formato transfira-se aos espaços consecutivos da grade. Assim, para evitar a contaminação com perda de público, não se admite a permanência no palimpsesto de um programa que não venha obtendo índices aceitáveis de audiência.

Pela prática de *stock-piling* (estocagem), faz-se a aquisição de direitos de transmissão de determinados programas que possam interessar à concorrência pelo apelo de audiência, mesmo sem a intenção de produzi-los, para evitar seu uso pelas outras redes. Este procedimento implica em dispor de recursos de investimento que não resultarão em lucratividade direta, e dá margem nas concorrentes à produção e veiculação de formatos assemelhados, os chamados *me-too* (eu também), na tentativa de contornar as exclusividades.

1.4.3. Contra-programação e liderança de audiência.

Programação e contra-programação são duas faces de uma mesma moeda. Por isso, uma série de considerações são tidas em conta pela rede de referência, no sentido de manter sua liderança de audiência ao longo do tempo. Entre elas está a questão de encarar cada formato em seus pontos fortes ou fracos, antevendo em que poderiam ser alvos da concorrência. No movimento inverso, observa-se a rede concorrente no que tem de mais bem sucedido e antepõe-se um formato de reconhecida aceitação.

Outra questão que deve compor a análise da adequação de um formato para determinado horário é quanto ao custo de investimento na produção, pois nem sempre os programas mais caros vencem na preferência do telespectador. Ao contrário, por vezes, produções menos ambiciosas conseguem captar sua audiência por apresentarem-se mais adequadamente aos públicos-alvos (*targets*) a que se destinam. Esta estratégia de programação, costumeiramente ligada ao discurso de identidade da emissora, que declara, desde logo, não ser a que dispõe de grandes recursos de produção, mas que está, ao contrário, apostando na criatividade e no conhecimento das preferências do público, lembra-nos um antigo bordão publicitário da televisão brasileira, “quem não é o maior tem que ser o melhor”.

Um outro aspecto que as emissoras levam em consideração, seja na programação, seja na captação de anunciantes, é o da teoria dos tetos (Contreras; Palácios, 2003:204): por se conhecer as médias de audiência para cada faixa horária ao longo do tempo, cada emissora trabalha no curto prazo com tetos de partida que limitam o crescimento que se pode almejar. Assim, busca-se colocar cada programa televisivo no espaço da grade onde possa atingir seu máximo de audiência, e, dessa forma, influenciar também o sucesso do conjunto do palimpsesto.

Contra o desgaste da rotina, as redes de televisão não titubeiam em aplicar grande quantidade de recursos na transmissão de eventos de forte impacto, tais como, torneios esportivos (copa do mundo, olimpíadas), shows de fim-de-ano, desfiles de carnaval, coberturas jornalísticas de eleições, e outros. Esta técnica faz referência “ao impacto que costuma ter um canal quando consegue converter uma emissão em um encontro indispensável para a audiência”²⁶ (Contreras; Palácios, 2003:207), e torna-se ideal quando o faz com exclusividade, sem que as concorrentes realizem a transmissão ao mesmo tempo. De um ponto de vista temporal mais estendido, tais grandes eventos também obedecem a uma rotina de retorno. Neste caso, perder os direitos de transmissão na edição seguinte é um golpe à identidade da emissora.

²⁶ “hace referencia esta técnica al impacto que suele tener un canal cuando consigue convertir una emisión en una cita inexcusable para la audiencia”.

Medidas menos freqüentes, destinadas a obter uma atenção diferenciada em ocasião específica, são as técnicas do *stunting* (corte brusco, surpresa) e do *dúplex*. Através do *stunting* faz-se uma mudança de programas de última hora, escalando um produto julgado mais atrativo ao telespectador, por causas diversas. Tendo em vista o desconforto que se causa na mídia paralela que anunciou outras atrações, é medida utilizada raramente. Com o *dúplex*, amplia-se a duração de um episódio de determinado programa, para atingir um efeito de fidelização imediata da audiência, por exemplo, no caso dos capítulos especiais mais longos de estréia das minisséries e novelas.

Um outro aspecto que pode comprometer a construção da marca institucional da rede é a escalação de programas produzidos fora da matriz cultural em que se atua. Assim, séries e filmes norte-americanos, por exemplo, são pouco utilizados na televisão aberta brasileira, pois não se tem o controle quanto ao conteúdo e são mais sujeitos à contra-programação pela concorrência, pois são programas de estoque, cujo conteúdo pode ser facilmente conhecido antes de ir ao ar. Tais formatos, quando utilizados, são destinados a preencher lacunas na grade, nas quais não se tem expectativa de obtenção de audiência expressiva.

O embate entre as concorrentes não se dá com encaixes temporais perfeitos, mas através de trechos de programas que se colocam coincidindo com o início e o final de outros. Assim, “percebemos que a unidade de competição televisiva não é o programa, mas cada um dos períodos nos quais a situação de concorrência é estável”.²⁷ (Contreras; Palácio, 2003:213) Portanto, o programa como indicativo do tensionamento entre as diversas redes não pode ser o único foco de análise, mas se deve observar o conjunto de formatos agrupados em faixas temporais verticais mais estendidas. Tais aspectos, em relação a Hoje é Dia de Maria, descreveremos em detalhes no item 3.2.

Ainda outra técnica de contra-programação utilizada é a da reapresentação de formatos (*reruns*) que, se não têm para boa parte do público o caráter de novidade, servem para atrair novamente audiência já fidelizada ao programa

²⁷ “nos damos cuenta de que la unidad de competencia televisiva no es el programa, sino cada uno de esos periodos en los que la situación de competencia es estable”.

reapresentado, ou à faixa horária destinada ao reencontro com formatos persistentes na memória do público como de sucesso. Algo semelhante é o procedimento do *rotation scheduling* (agendamento rotativo), pelo qual determinados programas ou blocos são repetidos em dias e horários diferentes, já a partir de sua estréia. Esta técnica é mais comum nos canais de TV por assinatura. Além de constituir-se em medida de economia, permite alargar a oferta a público-alvo diverso, segundo a disponibilidade temporal.

As emissoras de televisão têm a seu dispor dados detalhados do comportamento da audiência, e, durante determinados formatos, como o Fantástico e o Domingão do Faustão, para a rede de referência, por exemplo, procedem ao acompanhamento dos índices minuto a minuto. Quando a audiência mostra-se em queda, há imediata ingerência da direção do programa no sentido de ajustar o fluxo dos assuntos apresentados, encurtando quadros, adiantando temáticas de suposto maior interesse, ou, estendendo as seções no caso de índice em elevação.

Por tudo o que se disse até aqui, percebe-se que a programação televisiva, cada vez mais, é atividade de alta complexidade e que congrega profissionais dos quais se exige capacitação e que ocupam posições estratégicas nas emissoras. Assim, a produção e a emissão anual de minisséries pela rede de referência, em nosso caso de estudo, não é uma atividade gratuita ou sem conseqüências para o compósito palimpsestual. Sua importância pode ser percebida no conjunto das promessas com que as minisséries são apresentadas ao público e aos patrocinadores. Tais atos promissivos, para Hoje é Dia de Maria, na qualidade de indícios desveladores das razões de sua inserção na grade e nas lógicas de programação, analisaremos especificamente nos itens 3.3 e 3.4.

1.5. Formas de ligação com o telespectador: contrato ou promessa?

A descrição do liame que une a televisão a seus espectadores tem sido feita, comumente, a partir das diversas acepções de “contrato de comunicação”. Analisaremos primeiramente o ponto de vista da semiótica, em que o contrato comunicativo pode ser entendido como “um acordo graças ao qual emissor e receptor reconhecem que se comunicam e o fazem por razões compartilhadas”. (Jost, 2003:09) A categoria do contrato semiótico supõe a dimensão do intercâmbio, a qual afeta os conteúdos ou aspectos pragmáticos das linguagens, como também inclui a dimensão cognoscitiva, pois exige tanto para o enunciador como para o enunciatário, o uso e a aplicação de competências específicas, que requerem, ao mesmo tempo, os saberes persuasivos e interpretativos.

Para o teórico italiano Francesco Casetti, pode-se estudar o pacto comunicativo existente na televisão, pela análise das estratégias de envolvimento do espectador, identificáveis nos textos televisivos. Na acepção deste autor, o pacto comunicativo, em geral, refere-se ao acordo de fundo que se instaura entre emissor e receptor de quaisquer materiais comunicativos, determinando as bases da interação comunicativa. Tais pactos ou contratos motivam os participantes a manterem a interação e regulam seu andamento, instruindo-lhes quanto aos comportamentos a assumir. Quanto à fruição de programas televisivos, Casetti aponta duas características inerentes ao pacto comunicativo que aí se instaura: “o primeiro aspecto é relativo aos conteúdos, e indica as dimensões do perceber, do saber e do acreditar (as três áreas de atividade que constituem os comportamentos comunicativos, e em consequência, as três áreas sobre as quais se exercem as atividades reguladoras do pacto)”.²⁸ (Boni, 2006:161)

O segundo aspecto do pacto comunicativo na televisão, ligado à dimensão metalingüística, segundo Casetti, refere-se à modalidade segundo a qual o contrato se exemplifica em modelos concretos, internamente aos conteúdos veiculados, ou seja: “as interações entre os sujeitos que têm lugar na cena (por exemplo, entre um apresentador e o convidado, ou entre o apresentador e um representante do público no estúdio ou em casa, via telefone) funcionam como

²⁸ “Il primo aspetto è relativo ai contenuti, e riguarda la dimensione del percepire, del sapere e del credere (le tre aree di attività che costituiscono i comportamenti comunicativi, e dunque le tre aree su cui si esercita l'attività regolativa del patto).”

ícone ao pacto, como modelos textuais das trocas e suas regras, e como conjunto de instruções ao telespectador.”²⁹ (Boni, 2006:161)

Nos processos comunicativos que se instalam entre os meios de comunicação massivos e o público numeroso e muito heterogêneo que os recebe, parece haver certa dificuldade em identificarmos razões compartilhadas, ou proporcionalidade de competências e saberes, ou ainda o compartilhamento de regras de fruição, de forma que o contrato comunicativo em sua acepção semiótica parece funcionar com mais propriedade como conceito explicativo nos procedimentos de análise dos meios massivos que partem dos textos veiculados, e que, a partir do âmbito destes buscam perceber as relações entre os “contratantes”.

Este é o enfoque utilizado, por exemplo, por Eliseo Verón em seu estudo da mídia impressa. Considerando que os jornais não se diferenciam em profundidade pelo conteúdo, o que estabeleceria um contrato de comunicação entre um órgão de imprensa e seu público receptor, seriam as diferenciações residentes no plano da enunciação e no elo que essa “maneira de dizer” construiria com o leitor. Para Verón, o elo contratual forma-se ao longo do tempo, pela repetição regular de semelhanças e diferenças, e é perceptível nos textos, revelando como estão construídas as imagens do enunciador (a empresa de mídia e o jornal); do destinatário (o leitor); e da relação que entre eles se entretence. Esta concepção de contrato comunicativo não observa o que se passa exteriormente ao texto, logo, não estende o olhar à recepção final do produto. No caso da televisão, cujos conteúdos são largamente socializados, e cuja extensão para os outros meios, em textos diversos, é bastante comum, não se pode pretender uma análise abrangente atendo-se somente aos traços e marcos indicativos de seus sujeitos enunciadore e enunciatários perceptíveis nos textos audiovisuais. Por isso, a noção de contrato semiótico, ou de contrato de leitura, na conceituação de Verón, parece nem sempre será satisfatória à explicação do meio televisão.

²⁹ “Le interazioni tra i soggetti che hanno luogo in scena (ad esempio tra un conduttore e l’ospite, o tra il conduttore e un rappresentante del pubblico in studio o da casa, collegato ad esempio telefonicamente) funzionano da icone del patto, da modelli testuali dello scambio e delle sue regole, e da insieme di istruzioni per lo spettatore.”

Os estudiosos da análise do discurso, por sua vez, têm como premissa que todo ato comunicativo depende de um contrato de comunicação, logo, não pode haver comunicação televisual sem o correspondente contrato. Em realidade, trata-se neste caso de representar metaforicamente o intercâmbio que se dá no nível da linguagem. Explica Jost: “esse contrato se define pelos próprios elementos envolvidos no processo discursivo. (...) No caso da televisão, especificamente, haveria um duplo contrato. Um primeiro que se denominaria um contrato de credibilidade e um segundo, de captação”. (Jost, 2003:11) Ou seja, ser o mais crível possível, atraindo, ao mesmo tempo, o maior número de espectadores. Nesta acepção de contrato comunicativo, o traço estruturante é o da estratégia do enunciador, que pretende, ao comunicar-se, trazer o enunciatário à esfera de aceitação e crença de sua intencionalidade comunicativa. É um procedimento que demanda reação, em que uma proposição válida é lançada e deve ser ou não aceita para configurar o intercâmbio comunicacional.

O que se pode questionar quanto à força explicativa deste modelo de contrato de comunicação em relação às práticas televisuais é que o intercâmbio da TV com seu público não é discursivamente recíproco. Do lado da televisão a linguagem utilizada compõe-se de imagens e sons. Do lado do telespectador, se este quiser manifestar sua discordância ou descrédito, não dispõe dos mesmos procedimentos. Deve optar por atitudes que vão desde assistir ou não, zapear, ou enviar e-mails e telefonar. A falta de reciprocidade de procedimentos permite questionar se o contrato de comunicação, na acepção do modelo linguageiro da análise do discurso, teria se instaurado. Ademais, se formos analisar toda a produção televisual somente através do binômio credibilidade-captção, não seremos capazes de identificar diferenças marcantes que existem entre as diversas emissoras/produtoras e os programas em particular.

Em estudos do campo da Sociologia da Comunicação, encontramos ainda outra concepção de contrato, a qual se refere a determinadas práticas de produção de conteúdos midiáticos, entendida a atividade produtiva como processo cultural e social. A instauração de um pacto comunicativo, nesse viés sociológico, atém-se a uma perspectiva negocial e interacionista, onde o produto final (a notícia, o programa de televisão) é resultante da influência recíproca de diversos níveis do processo produtivo e seus sujeitos. Explica Sorrentino:

Os meios são lugar privilegiado de trocas entre os sujeitos: trocas econômicas, políticas, de influência, de reconhecimento social. Considerar a informação um lugar de contrato é a mais óbvia consequência da concepção negocial, segundo a qual a transformação dos eventos em notícia é fruto de um intenso processo de troca entre atores sociais diversamente envolvidos: protagonistas do evento, fontes, profissionais dos meios, leitores.³⁰ (Sorrentino, 1995:14).

O modelo contratual de matiz sociológico é ligado a uma compreensão dos fenômenos televisuais mais direcionada ao entendimento da produção, indicando o concatenamento de níveis de participação de diversos sujeitos, de forma a identificar vetores de ligação entre produtores, emissores e receptores, embora a ênfase recaia sobre os primeiros, pois o pressuposto metodológico neste tipo de análise é o etnológico, buscando concentrar nos processos produtivos suas fontes de dados analíticos.

Na intenção de compreender a comunicação televisual como totalidade, Jost propõe modelo alternativo aos dos contratos, o qual repousa sobre outra hipótese: o modelo da promessa. Este construto teórico-metodológico parte do fato que as emissoras utilizam-se de determinadas estratégias para projetar sua ação no futuro, tais como a venda da audiência prevista aos anunciantes, e o convencimento do público quanto a vantagens simbólicas de seus produtos, através de procedimentos de propaganda. Ao analisar tais práticas, o pesquisador francês percebeu que uma série de atos promissivos é apresentada a partir da indexação genérica dos programas, e que tais promessas constituem-se em interfaces de interpretação dos produtos.

A promessa apresentada pela indicação genérica desdobra-se em dois níveis: o nível ontológico indica o pertencimento genérico e assemelha-se aos modelos de contrato já explanados. Por exemplo, num programa ao vivo, há uma promessa mais acentuada de autenticidade. No segundo nível da promessa, há o elemento pragmático, da verificação, no qual a etiquetagem feita pelo emissor,

³⁰ "i media sono un luogo privilegiato di scambi fra i soggetti: scambi economici, politici, d'influenza, di riconoscimento sociale. Considerare l'informazione un luogo di contrattazione è la più ovvia conseguenza della concezione negoziale, secondo la quale la trasformazione degli eventi in notizia è frutto di un intenso processo di scambio fra più attori sociali diversamente coinvolti: protagonisti dell'evento, fonti, media-men, lettori".

inclusive através de publicidade prévia, suportará o julgamento do telespectador se corresponde ou não ao prometido. Assim, quando se percebe que uma transmissão anunciada como ao vivo foi editada, teria havido o rompimento da promessa.

A composição dupla da promessa corresponde ao seguinte problema prático: no nível ontológico dá-se o reconhecimento genérico prévio pelo espectador sobre o tipo de programa oferecido. Mas, como pondera Jost, “o fato de o telespectador conseguir categorizar por antecipação uma emissão não lhe dá necessariamente motivação para assisti-la”.³¹ (Jost, 2004:19) Assim, sobre a operação inicial de definir a natureza do produto, aliada ao fato de existirem programas não facilmente classificáveis, a promessa em seu nível pragmático trata de acenar com os efeitos que serão produzidos na recepção. Ou seja, sublinha-se quão interessante e emocionante será a emissão, e promete-se o reencontro e a magnificação do que se vê parcialmente em chamadas e *trailers*.

Quanto à comparação dos modelos contratuais e promissivos, resume Jost:

Contrariamente ao contrato, que compromete todas as partes que o assinam, a promessa é um ato unilateral que compromete somente aquele que promete: ‘é um enunciado que faz o que diz: dizer *eu prometo*, é fazer uma promessa’. (Ricoeur). Dizemos também que a promessa não compromete senão àquele que nela crê. Neste caso, este dito aplica-se bem à televisão: o Outro não está ausente do ato comunicacional, mas seu papel evolui no tempo: primeiramente testemunha passiva das obrigações que a rede assume perante ele, pode verificar, quando ela passa das palavras aos atos, - do anúncio ao programa, por exemplo, - se a promessa foi cumprida.³² (Jost, 2004:19-20)

³¹ “le fait que le téléspectateur réussit à catégoriser par avance une émission ne lui donne pas une motivation suffisante pour la regarder”.

³² “Contrairement au contrat, qui engage toutes les parties qui le signent, la promesse est un acte unilatéral qui n’engage que celui qui promet : ‘c’est un énoncé qui fait ce qu’il dit : dire *je promets*, c’est faire une promesse’. (Ricoeur). On dit aussi que la promesse n’engage que celui qui la croit. En l’occurrence, ce diction s’applique bien à la télévision : l’Autre n’est pas absent de l’acte communicationnel, mais son rôle évolue dans le temps : d’abord témoin passif des engagements que la chaîne prend devant lui, il peut vérifier, quand elle passe des paroles aux actes – de la bande-annonce à l’émission, par exemple – si la promesse est tenue.”

A partir do modelo de inter-relacionamento de telespectadores e redes de televisão baseado sobre o ato promissivo, Jost elaborou proposição metodológica para a análise do fazer televisual. No primeiro momento far-se-ia a delimitação da promessa, a partir de indícios surgidos além dos limites da emissão, tais como anúncios na mídia paralela e chamadas ao longo da programação da rede. A seguir, determinar-se-ia o estado propriamente semiológico da emissão, segundo seu modo de endereçamento da realidade, procedimento que será descrito com mais detalhes à frente. Em terceiro lugar, na etapa da percepção, caberia verificar o grau de permeabilidade do espectador à promessa da emissora.

Elisabeth Duarte considera que a promessa ocorre como estímulo a que se assuma um contrato a ela ligado, ou seja, o ato promissivo é estratégia de sedução. Explica a pesquisadora:

Toda promessa é um ato de fala performativo: por ser pronunciado se materializa enquanto ação de prometer. Esse é seu valor ilocutório. (...) Por outro lado, toda promessa tem um caráter prospectivo no sentido de que se apresenta como um comprometimento em relação a uma ação futura. E, nessa perspectiva, é também um ato perlocutório: convoca o outro, como testemunha deste comprometimento. É essa convocação que possibilita ao outro a cobrança de seu cumprimento. (Duarte, 2004:49).

O fato de ser testemunha de uma promessa e de aferir seu cumprimento, para a autora citada, seria uma das funções designadas ao telespectador como partícipe do contrato comunicativo. Os diferentes modelos explicativos – contratos ou promessas, permitem entender diferentes aspectos do fazer televisual. A comparação dos modelos, como se fossem excludentes, não é apropriada. O que se deve cuidar é que a utilização de um ou outro se dê de forma coerente aos objetivos da pesquisa encetada. Na presente pesquisa, será dada especial ênfase aos conjuntos de promessas relacionadas à difusão de Hoje é Dia de Maria, como forma de aprofundamento da leitura que nos propomos a fazer deste programa específico, conforme detalhado mais à frente. (3.3, 3.4 e 4.2), bem como, dentro da proposição metodológica adotada, relacionar o produto televisual ao conjunto da grade e às estratégias de programação.

CAPÍTULO 2

Quem tem que ter boa imagem é a televisão.
Romário

OS PROGRAMAS DE TELEVISÃO

2.1. A enunciação televisual.

A classificação dos programas televisivos, segundo determinados gêneros, é feita tanto pelos produtores, que os etiquetam promissivamente, quanto pelos receptores, que, ao tomarem contato com uma emissão, cotejam-na com seu acervo prévio de experiências. Tais classificações não são necessariamente coincidentes. O agrupamento dos produtos televisuais em gêneros procede de práticas semelhantes no campo literário, onde os critérios de nomeação e hierarquização de tipos de obras foram concebidos como imitação às ciências naturais. Contemporaneamente, considerando-se que as obras literárias não mais se conformam à classificação fixada a partir das formas clássicas épica, lírica e dramática, o foco da análise genérica foi deslocado para a questão lingüística. Neste enfoque, discursivo, a primeira questão é decidir o que é literário e o que não é. Para tanto, seus teóricos analisam além da forma (expressão e conteúdo) dos textos, também as regras pragmáticas mobilizadas em sua recepção, tais como crenças, saberes e valores, mais os atos de fala praticados, no âmbito das circunstâncias espaciais e temporais da escritura e da leitura.

Ao se transferir esse novo enfoque lingüístico-discursivo para a questão dos gêneros televisuais, percebe-se que é preciso, como providência prévia, sabermos quais as características próprias ao discurso televisivo e quando se dá especificamente a enunciação televisual. Por discurso, entendemos aqui as práticas comunicacionais, verbais, lingüísticas e não-lingüísticas, bem como as visuais. Por enunciação, referimo-nos às formas paradigmáticas que o meio em

questão utiliza para formatar seu discurso. A enunciação implica na mobilização de competências discursivas, processo de produção de sentidos que é balizado pelas regras sintáticas e morfológicas dos sistemas de signos utilizados, verbal, sonoro e visual.

Para Wenceslao Castañares (1997:172-174), a televisão tem certas características de organização textual cujos traços são bem acentuados e perpassam as diversas emissões em maior ou menor grau. A primeira característica seria a visualidade, a utilização dos signos com caráter icônico e indicial, provocando um aumento da capacidade de objetivação da mensagem. Isto implica numa grande eficácia veridictiva, ou seja, dispõe o telespectador a crer no que vê.

O discurso televisual é caracterizado pela heterogeneidade, perceptível tanto no nível expressivo (substância e forma), como nos conteúdos apresentados. Ademais, a TV é também heterogênea em suas funções: além das clássicas proposições de educar, informar e entreter, realiza muitas outras, desde vender produtos, promover encontros sentimentais, caçar suspeitos de crimes, e produzir obras de arte, por exemplo.

O caráter de fragmentação, já aludido quando se falou da programação, disposta em fluxo dividido em blocos e células horárias, contém subjacente certo senso de ordem e continuidade.

O discurso televisual é também intertextual, porque justapõe textos e promove referências cruzadas entre os diversos programas. Tal prática atende ao pressuposto comunicacional de que a auto-referenciação do meio capacita o telespectador a melhor compreender o conjunto da programação.

Outra característica do meio televisual é a orientação do discurso a um destinatário definido. Embora todo texto já inclua um leitor modelo, na televisão isto é mais acentuado, pois a sua produção é conformada a partir da escolha prévia de uma parcela da audiência, o público-alvo.

O discurso da TV é também conversacional, o que se revela em procedimentos retóricos tais como o olhar interpelativo do apresentador à câmara e as falas diretamente dirigidas ao telespectador, como se compartilhassem o

mesmo espaço. As formas de organização de muitos programas também são dialogais, por exemplo, entrevistas, debates, *talk-shows*.

Finalmente, talvez a característica mais marcante do discurso televisual – a espetacularização. Se não há espetáculo, não há televisão.

Para François Jost, a enunciação televisual é encarada em seu aspecto pragmático, realçado o aspecto de que ela consiste em um enunciado emitido por um sujeito, a partir de uma intencionalidade. Perceber quem é o enunciador televisual implica olhar também a rede de televisão e seus programas.

Nesta linha de pensamento, a **emissora**, enquanto instância de enunciação, provê três tipos de discursos, mais ou menos aparentes ou interconectados: através do discurso de empresa, coloca as informações pertinentes aos campos jurídico e econômico; pelo discurso de instituição, apresenta sua caracterização como cumpridora de determinada missão na esfera pública, seja por determinação legal, seja por eleição de temas específicos em que decidiu atuar; finalmente, em seu discurso de marca, prescreve comportamentos sematizando objetos do mundo. (Jost, 2002:30)

A intencionalidade da rede emissora, enquanto sujeito da enunciação, transparece no conjunto da programação, revelada em duas camadas enunciativas – a primeira é a ênfase na emissora como responsável pela programação, que se considera investida do poder e do dever de decidir o que mostrar, em especial quanto às emissões que ela própria produz, atribuindo-se os méritos pela qualidade e níveis de audiência conquistados. No segundo aspecto, a rede-enunciadora fala de si mesma como entidade inconfundível do mundo midiático, conformando identidade (áudio)visual própria, fazendo autopromoção em diversos espaços da grade e utilizando-se da publicidade externa em outros meios. (Jost, 2002:32)

Perceber a enunciação televisual a partir dos **programas**, passa pela identificação dos tipos de discursos mobilizados: o discurso que fala da realidade funciona como um modo, isto é, um ponto de vista que conduz à explanação dos acontecimentos, autenticador, da “verdade verdadeira”; o discurso ficcional é regido pela necessidade de coerência do universo criado com os postulados e as propriedades que o fundam, é o “reino do faz-de-conta”; o discurso lúdico enuncia

os conteúdos ligados aos jogos competitivos e divertimentos, é o “para rir”. (Jost, 2002:35)

O reconhecimento do modo de enunciação (autenticante, ficcional ou lúdico) depende do posicionamento de cada espectador e da estruturação do programa televisivo, que mescla mediações verbais e visuais. A enunciação, ao hierarquizar verbalidade e imagética, tem sua focalização construída em torno de uma figura responsável pela apresentação dos enunciados, um eu-originário real ou fictício. O eu-originário real (sujeito histórico) pode tanto presidir a enunciação no modo autenticante quanto no lúdico. No primeiro caso, é o apresentador, o repórter, o entrevistado, que enunciam supostamente conforme à realidade. No modo lúdico, o eu-originário opera conforme as regras do jogo, e concretiza-se na figura do animador. Quando o eu-originário é fictício, estamos no modo ficcional da enunciação, e quem filtra o discurso é o narrador, explícito ou oculto. O quadro a seguir organiza esquematicamente as diversas possibilidades quanto à responsabilidade pela enunciação:

<p>REPRESENTAÇÃO AUDIOVISUAL</p> <p>→</p> <p>RESPONSÁVEL DA ENUNCIÇÃO</p> <p>↓</p>	<p>EM SITUAÇÃO DE ENDEREÇAMENTO (I/N)</p>	<p>EM SITUAÇÃO DE COMENTÁRIO (OVER)</p>
<p>EU-ORIGINÁRIO REAL</p> <p>{ ENUNCIADO DE REALIDADE (conforme o real)</p>	<p>APRESENTADOR</p> <p>REPÓRTER</p> <p>ENTREVISTADO</p>	<p>JORNALISTA</p> <p>comentário sobre</p> <p>{ O Mundo A Imagem A Mediação</p> <p>VOZ OVER (<i>videogag</i>)</p>
<p>{ ENUNCIADO LÚDICO (conforme a regra)</p>	<p>ANIMADOR</p>	
<p>EU-ORIGINÁRIO FICTÍCIO</p>	<p>NARRADOR EXPLÍCITO</p>	<p>VOZ OVER</p>

Quadro nº. 1: Representação audiovisual do responsável pela enunciação televisual (traduzido de Jost, 2003:37)

A variação constante das situações de endereçamento e comentário é uma estratégia bastante usada para manter o interesse do telespectador: por exemplo, num telejornal, a substituição é constante, passa-se do apresentador que introduz a notícia, à imagem que ilustra a fala acompanhada do comentário em *over*, ou cede-se a fala a um entrevistado que é incluído na própria imagem introduzida, em variações infinitas. Assim, descrever a enunciação televisual a partir dos eus-origenários (reais e fictícios) é uma forma de simplificar o seu entendimento. A complicar a análise temos muitos outros locutores secundários atuando nas diversas situações comunicacionais, perceptíveis em suas interações com o enunciador principal. Dessa forma, há que atentar para a intencionalidade da enunciação bem como quanto à hierarquização de responsabilidades em sua conformação. Isto significa notar a existência de estratos enunciativos dimensionados diferentemente pela combinação de mediações **verbais** e **visuais**, nas quais diversos sujeitos são envolvidos em maior ou menor grau.

A mediação verbal ocorre de forma explícita ou oculta, segundo se pretende dar maior ou menor destaque à mediação visual. Vejamos como se mostra a mediação verbal, conforme os diferentes tipos de eus-origenários e nos formatos mais comuns de programas:

	EU-ORIGINÁRIO REAL			EU-ORIGINÁRIO FICTÍCIO		
	JORNAL	REPORTAGEM DOCUMENTÁRIO	JOGO TALKSHOW	FILME	NOVELA	SITCOM
MEDIAÇÃO VERBAL EXPLÍCITA (ABERTA)	Principal Secundária Apresentador Testemunha Expert	Testemunha	Animador Candidatos	Narrador explícito Narrador intradiscurso	Narrador persona- gem	Narrador persona- gem
MEDIAÇÃO VERBAL IMPLÍCITA (OCULTA)	Chefe de edição Telefone Fone de ouvido	<i>Voz over</i>	Jurado Continuista Encarregado das regras	<i>Voz over</i> hetero- diegética	<i>Voz over</i> hetero- diegética	

Quadro nº. 2: a mediação verbal na televisão. (traduzido de Jost, 2002:45)

No jornalismo televisivo, bem como nos documentários, é notável a presença da mediação verbal de forma explícita, pois uma das formas de prover o modo autenticante, de garantir a verdade do que se noticia, é recorrer ao testemunho de alguém que presenciou os fatos ou à fala do *expert* em determinado assunto. A mediação verbal explícita nos formatos lúdicos se dá entre o animador e seus convidados (candidatos, entrevistados). Nos programas de ficção a mediação verbal explícita aparece internamente ao discurso ficcional, operada por um narrador específico ou protagonizada pelos personagens conforme a trama.

Considera-se a mediação verbal como implícita nos casos em que sua atuação não é necessariamente compartilhada pelo telespectador no acompanhamento do texto audiovisual. No caso do jornalismo, trata-se das intervenções dos editores, via fones de ouvido ou outras sinalizações de bastidor, que modificam o curso da fala do apresentador; nos documentários são os depoimentos de testemunhas não identificadas; nos jogos televisuais, é a consulta “à produção do programa”, cuja voz não se ouve, na solução de certos impasses da competição; nos formatos de ficção, a mediação verbal oculta é protagonizada por voz em *over*, que não faz parte do esquema narrativo (heterodiegética).

A mediação visual, que partilha com a verbal a construção da enunciação televisiva, acontece em três formas: como enunciação audiovisual; como enunciação performancial, contemplando intervenções humanas extra-midiáticas, mais ou menos controladas; e também por procedimentos técnicos em certos momentos da difusão. Vejamos o quadro-resumo respectivo para a mediação visual:

	EU-ORIGINÁRIO REAL			EU-ORIGINÁRIO FICTÍCIO		
MEDIAÇÃO VISUAL COMO	TELE-JORNAL	Reportagem Documentário	JOGO TALKSHOW	FILME	NOVELA	SITCOM
ENUNCIÇÃO AUDIOVISUAL	+ ou – informação Cortes	Escolhas de linguagem	Escolha das imagens em função das regras	Enunciação narrativa Enunciação cinematográfica	Maior	Menor
ENUNCIÇÃO PERFORMANCIAL	<i>Ratage</i> Movimento de câmara	Presença do <i>cameraman</i>		+ ou -	+ ou -	+ ou -
NA DIFUSÃO	Ruptura do feixe direto e falso direto		<i>Aléas</i> (casualidades) do direto			

Quadro nº. 3: a mediação visual na televisão. (traduzido de Jost, 2002:45)

A mediação visual como componente da enunciação audiovisual funciona diferentemente nos diversos tipos de programas televisuais – nos telejornais, por exemplo, a dosagem do elemento visual se dá conforme se quer conferir maior ou menor destaque a elementos autenticadores da informação; em documentários, a escolha da linguagem visual é fundamental para interessar o telespectador por tempo mais prolongado na descrição detalhada de um assunto; nos programas competitivos, a escolha das imagens acontece em função das regras do jogo e no acompanhamento de seu desdobramento. Nas obras de ficção, em que o ordenamento das imagens destina-se a prover a compreensão do enredo narrativo, haverá maior ou menor utilização de uma enunciação próxima à cinematográfica (com abundância de imagens) segundo o tipo de emissão. O componente imagético torna-se menos importante conforme aumenta a presença da mediação verbal, como nas comédias de situação (*sitcoms*).

A mediação visual como enunciação performancial acontece quando elementos usualmente não aparentes perturbam certa organização visual costumeira dos respectivos programas – por exemplo, no caso dos formatos noticiosos e de informação, - o descompasso entre o que é descrito e o mostrado, nos telejornais; movimentos de câmara em chicote, sem focalização de qualquer

objeto específico; inversão da câmara que transmite, sem que o apresentador mude sua direção de fala; percepção da sombra do *cameraman* no enquadramento. Nos formatos de ficção, a presença de elementos performanciais, que deixam aparentes o fazer na construção do produto, é fruto de decisões do diretor, usualmente incorporados com intencionalidade artística.

No momento da difusão, pode-se também perceber ocorrências de mediação visual que parecem fugir ao controle do eu-originário enunciador: nos tele-jornais, por exemplo, a ruptura da transmissão direta, ou a apresentação postergada do direto ao vivo, em descompasso temporal, para que aconteça no momento oportuno do noticiário; é o caso, também, nos jogos e *talkshows* das variações ligadas à sorte, isto é, no início do programa, embora se conheçam as regras, o andamento do jogo ou da conversação é imprevisível, cabendo ao apresentador atuar no sentido de minimizar o específico, aproximando o andamento ao formato ideal do programa.

Quanto à enunciação audiovisual, a que nos chama mais atenção na TV, Jost considera:

a enunciação audiovisual, a que opera a mediação pela imagem – enquadramento, montagem e sonorização, – é desigualmente percebida e pertinente. Para o especialista da televisão tudo é importante; para os espectadores, depende de suas competências, de seus saberes e de suas crenças, bem como, certamente, da visibilidade maior ou menor dos procedimentos utilizados pelo realizador.³³ (Jost, 2002:38).

Para resumir, diremos que os produtos televisuais não circulam sozinhos, mas são ancorados em textos diversos, no próprio meio e em outros, o que indica existirem estratégias de imposição de sentidos. O produto televisual reveste-se, dessa forma, de uma promessa, ligada ao prazer simbólico de sua fruição. Tal promessa liga-se diretamente à questão do gênero televisual, como vimos acima. Através da diferenciação genérica ocorre uma espécie de regulação da circulação dos textos audiovisuais, os quais são objetos semióticos complexos. Falar em

³³«L'énonciation audiovisuelle, celle qui opère la médiation par l'image – mise en cadre, montage et sonorisation – est inégalement perçue et pertinente. Pour le spécialiste de la télévision tout compte; pour le spectateurs, cela dépend de ses compétences, de ses savoirs et de ses croyances, et aussi, bien sûr, de l'ostension plus ou moins grande des procédures utilisées par le réalisateur.»

gênero então é indicar “uma construção por exemplificação de algumas amostras de propriedades que o texto possui entre outras.” (Jost, 2005:28)

O ato promissivo comportado pelo gênero tem dois aspectos – uma promessa ontológica, constitutiva do gênero (que revela o horizonte de expectativa em que se coloca o produto); e uma promessa pragmática (em que se verifica concretamente o encontro no programa visto dos atributos genéricos prometidos). Vejamos, no quadro seguinte, o resumo dos tipos de promessas constitutivas ou ontológicas ligadas aos gêneros, suas relações com as diferentes camadas enunciativas e enunciadores típicos:

INFERÊNCIA SOBRE DOCUMENTO TELEVISUAL 	Promessa do gênero (ontológica)	Enunciador Ser humano ou figura humanizada	Tipo de enunciação
AO VIVO (direto, não editado)	Promessa de autenticidade	Testemunha	Acento sobre enunciação performancial
AO VIVO, EDITADO (direto editado, dramático)	Promessa de legibilidade do real aumentada	Da testemunha ao narrador	enunciação performancial (> ou <) enunciação narrativa (> ou <)
Ficção – TELEFILME	Promessa de pertinência narrativa do visto e do ouvido	Narrador implícito	Mediação visual (>) + enunciação narrativa + enunciação fílmica (<)
Ficção – Serialidade longa	Restrição do visível nos cenários e nos planos abertos	Narrador implícito	Mediação visual (<) + enunciação narrativa + mediação verbal (>) Restrição do visível nos cenários e nos planos abertos
Ficção – Serialidade curta	Promessa de pertinência do diálogo	Narradores personagens explícitas	Mediação verbal (>)
Ficção - como obra de arte	Promessa de pertinência artística do visto e do ouvido	Artista	A enunciação fílmica comanda as outras

Quadro nº. 4: promessas, enunciadores e tipos de enunciação. (traduzido de Jost, 2002:43).

Antes de passarmos à discussão mais aprofundada dos gêneros televisuais, cabe descrever, segundo a elaboração de Jost constante do quadro nº. 4, a conexão entre os atos promissivos constitutivos dos gêneros, identificando os sujeitos enunciadore e o tipo de enunciação que protagonizam. Numa transmissão ao vivo, por exemplo, que é, no universo dos audiovisuais, algo característico da televisão, a promessa ontológica seria a da autenticidade do que se relata, a pessoa interveniente na imagem funcionando como testemunha dos fatos narrados, e a enunciação apresentando nuance performancial, isto é, mostra-se o que acontece, sem edição prévia.

No caso de uma transmissão ao vivo enquadrada numa edição, em que o bloco direto encaixa-se num fluxo pré-ordenado, por exemplo, quando os entrevistados ao vivo estão previamente cientes do que se lhes vai indagar e o que se espera que digam ou esclareçam, temos uma promessa constitutiva de gênero de intensificação da compreensão da realidade. Pelos procedimentos de edição dos informes passa-se da enunciação performancial à narrativa, os enunciadore acrescentando ao papel de testemunha o de narrador.

Os formatos de ficção comportariam diferentes tipos de promessas constitutivas segundo a proporção da enunciação fílmica na estruturação dos produtos. Quando há dominância do enunciar cinematográfico, temos a mediação visual colocada de forma mais importante que a verbal. As promessas genéricas são, no caso do filme artístico, da pertinência estética do visto e do ouvido; e no caso de filmes de entretenimento em geral, de pertinência narrativa do áudio-vizualizado. O narrador é implícito à obra.

Nos formatos ficcionais de serialidade longa, como as telenovelas, ocorre, em comparação com a estética cinematográfica, certa restrição do que é visível nos cenários e a opção por enquadramentos menos abertos. Há predomínio da enunciação narrativa, que repousa sobre um acréscimo de importância da mediação verbal sobre a visual. Na serialidade curta, por sua vez, onde se encaixam programas como as séries semanais e os *sitcoms*, a mediação verbal é ainda mais dominante, cabendo a personagens explícitos a condução da narrativa. A promessa genérica na serialidade curta é a da pertinência do diálogo.

O quadro de Jost apresentado sob nº. 4 contém lacunas. Deixou de indicar as promessas constitutivas de gênero para a serialidade longa, e nem mesmo incluiu os formatos de entretenimento. Trataremos de suprir tais lacunas, raciocinando em direção semelhante. Quanto à serialidade longa, ao pensarmos em telenovelas, e, por extensão, nas minisséries, percebemos, além da promessa de pertinência narrativa que compartilham com os demais produtos ficcionais, que deve haver algo específico que se promete através da estruturação narrativa espaçada ao longo do tempo. Seria uma promessa de entretenimento renovado a cada dia, portanto, uma promessa de fruição estendida.

Quanto aos formatos lúdicos, podemos identificar uma promessa de entretenimento ou diversão, às vezes aliada à possibilidade de compensações pecuniárias ou acréscimo de conhecimentos. As figuras humanas envolvidas na enunciação são o apresentador, que atua como árbitro, e os competidores. Há predomínio da mediação verbal. Há ainda os formatos do tipo *talkshows*, que podem ser acolhidos tanto no rol dos documentos ao vivo, nos editados, ou nos lúdicos, conforme seu histórico de produção e apresentação. A promessa é a do entretenimento aliado à informação séria, em muitas variantes, chegando, no pólo oposto, aos programas de fofocas. Protagonistas enunciadores são o apresentador e seus convidados, havendo em geral predomínio da mediação verbal. Proporemos, dessa forma, para compleição do quadro nº 4, a inclusão das seguintes células:

INFERÊNCIA SOBRE DOCUMENTO TELEVISUAL 	Promessa do gênero (ontológica)	Enunciador Ser humano ou figura humanizada	Tipo de enunciação
Ficção – serialidade longa	Promessa de Pertinência narrativa + fruição estendida		
Lúdico competitivo	Promessa de entretenimento + compensações extraordinárias	Juiz (apresentador) competidores	Mediação verbal (>)
Lúdico informativo	Promessa de entretenimento e informação	Direcionador do diálogo (apresentador) Depoentes (convidados)	Mediação verbal (>)

Quadro nº. 5: promessas, enunciadores e tipos de enunciação (complemento).

2.2. Gêneros, subgêneros e formatos na televisão.

Determinados estudos sobre gêneros e formatos televisuais optaram pela aplicação de conceitos advindos da teoria literária. Apesar do aprofundamento e seriedade de tais construções teóricas, que fazem interface com a lingüística e a retórica clássica, seu resultado não é plenamente satisfatório, pois os produtos televisuais têm especificidades que lhes são próprias e transcendem em muito o *ethos* beletrista. Basta lembrarmos das formas e tipos de consumo feitas pelos telespectadores do texto televisivo, variando quanto ao maior ou menor grau de atenção e fidelidade, com fruição bastante diversa daquela que é a norma para a compreensão de um texto escrito.

Se quisermos compreender um texto televisivo no interior do processo comunicativo que o instaura, devemos ter em mente as instâncias de produção e recepção, os meios técnicos, as linguagens de programação em que se insere, revelando o papel diferenciado que desempenha na programação: para além da trama narrativa (ou do conteúdo informativo no telejornalismo), há toda uma série de informações, para entendimento do meio, que o formato apresentado nos traz, como realização de um gênero.

A televisão, enquanto meio de comunicação proeminente e onipresente, tem maneiras próprias de dizer, isto é, sua mensagem comunicativa concretiza-se em textos complexos que combinam elementos de linguagem, som e imagem. Na obra *Televisão Levada a Sério*, Arlindo Machado identifica no gênero a força que permite aglutinar e estabilizar, ordenando, o conjunto de expressões numa determinada linguagem:

O gênero é um certo modo de organizar idéias, meios e recursos expressivos suficientemente estratificado numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras. Como matéria, determina a cadência, o ritmo, as flutuações, o porte denso ou delgado, a dureza ou a suavidade dessa vida. É o gênero que orienta todo o uso da linguagem no âmbito de um determinado meio, pois é nele que se manifestam as tendências expressivas mais estáveis e mais organizadas da evolução de um meio, acumuladas ao longo de várias gerações. (Machado, 2000:68)

Embora autores filiados à crítica estruturalista e ao pensamento pós-moderno, segundo Machado, considerem anacrônica a idéia de gênero para os estudos comunicacionais, no âmbito da vida cotidiana os receptores dos meios estão a todo o tempo, ainda que inconscientemente, definindo os programas que assistem segundo tipologias específicas. As empresas produtoras dos audiovisuais, por sua parte, lançam mão deliberadamente desse mecanismo de entre-conhecimento, apresentando produtos segundo tais tipologias conforme a parcela do público que almejam atingir. Assim, para se descrever a televisão como conjugação de veículo de comunicação e empreendimento em busca de lucratividade, é preciso compreender a dinâmica dos gêneros televisivos.

A distinção que o telespectador faz, atribuindo a filiação a um gênero, aos primeiros contatos com o programa, esse reconhecimento que é baseado em sua experiência anterior de leitor de textos televisivos, permite-lhe orientar suas expectativas e reações frente ao que está vendo. Na televisão, pela velocidade de produção e pela extensão temporal da grade, que deve oferecer visualidades ao longo das 24 horas do dia, as fronteiras entre os gêneros, concretizada em formatos constantemente renovados, são menos rígidas que na literatura ou arquitetura, por exemplo. Assim, a formulação de listas de gêneros nunca chega a ser fechada ou completa, pois um novo gênero é sempre a transformação de um ou vários gêneros antigos: por inversão, por deslocamento, por combinação.

Maneira recorrente de se organizar a classificação genérica dos textos televisivos tem sido sua repartição em textos ficcionais e não-ficcionais, segundo o propósito da emissão televisiva em questão, a saber, de informação ou de entretenimento. Entretanto, como se percebe no próprio ato de assistir à televisão, mesmo os produtos destinados à informação servem-se de recursos técnicos e narrativos desenvolvidos inicialmente para os textos televisuais ficcionais. E, não se pode afirmar que os programas destinados ao entretenimento não sejam também fontes de mediação de conhecimento e informação. Isto porque as unidades de programação encaixadas num conjunto textual maior, o palimpsesto ou grade, compartilham a característica do meio televisão da espetacularização, isto é, a apresentação dos conteúdos de forma a captar a atenção do telespectador, independentemente da ficcionalidade ou não desses

conteúdos. Assim, compreender os gêneros somente a partir de sua proposição não é a maneira mais adequada.

Pouco operativas são também as categorizações genéricas que partem da divisão entre convenções de conteúdo (temas, cenários), e convenções de forma (estrutura, estilo), pois, os textos televisuais necessitam exercitar a desterritorialização dos formatos em busca de produtos inovadores, que captem a atenção do público, num universo sempre ampliado de opções de fruição. Talvez seja preciso ultrapassar a dimensão textual enquanto geratriz de categorizações, e buscarmos na circularidade do funcionamento da mídia uma formulação de gênero mais produtiva à análise acadêmica. Buscar uma chave de entendimento dos gêneros televisivos que esteja para além dos textos, nas mediações entre texto, enunciador e enunciatário.

A focalização desse processo de sistematização que deve acontecer entre textos, produtores e audiências localizaria os textos em seu contexto cultural e revelaria a dimensão retórica da relação entre quem produz e quem recebe os programas televisuais. Assim, segundo Tesche, “um gênero pode ser compreendido como um código compartilhado entre produtor e intérprete, no sentido de que o texto corporifica a tentativa autoral de posicionar o leitor usando um modo peculiar de dirigir-se a ele” (Tesche, 2006:78). Para o autor, isto equivaleria a compreender o gênero como dispositivo de configuração dos produtos televisuais que tratam de atender as expectativas dos usuários de maneira eficiente e consistente. Explica ainda Adair Tesche, para quem o nó da questão do gênero televisual seria compreendê-lo como ponto de ancoragem do acordo comunicativo:

O gênero é uma espécie de substrato das práticas midiáticas. Essas práticas são ações coordenadas que requerem performance para sua existência. Têm a fluidez que vem de performances que são variáveis dentro da abrangência do tempo e do espaço. Práticas, no sentido em que as teorias sociais as empregam, são tipos rotinizados de comportamentos que consistem de muitos elementos interconectados uns com os outros. São tipos de atividades corporais ou mentais, usos relacionados às coisas, modo de fazer determinadas atividades. (...) As práticas consistem tanto no fazer como no dizer. Isso implica afirmar que há uma relação estrutural que vincula a atividade prática propriamente dita,

com suas formas de representação. Por isso, podemos observar que as práticas narrativas televisuais não se limitam à rigidez das categorizações do gênero. O gênero mantém com as práticas uma relação dialética de conservação e subversão. Ao mesmo tempo em que as práticas retomam o gênero, promovem a mútua reconfiguração. (Tesche, 2006:79)

Na televisão, afirma Martin Barbero (2001), os textos audiovisuais são percebidos através do gênero, e de forma tal que um texto remete sempre a outro texto, e não a uma gramática de produção. Assim,

como a maior parte das pessoas vai ao cinema para ver um filme, ou seja, um filme policial ou de ficção científica ou de aventuras, do mesmo modo a dinâmica cultural da televisão atua pelos seus *gêneros*. A partir deles, ela ativa a competência cultural e a seu modo dá conta das diferenças sociais que a atravessam. Os gêneros, que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos. (Barbero, 2001:310-311).

O que é preciso perceber nesta concepção de gênero é uma idéia específica dos processos de comunicação, que se colocam como prática entre a emissão e a recepção, e nos quais os textos ganham sentido no conjunto de uma comunidade cultural. Em conseqüência, conforme Barbero, “um gênero funciona constituindo um ‘mundo’ no qual cada elemento não tem valências fixas. Mais ainda no caso da televisão, onde cada gênero se define tanto por sua arquitetura interna quanto por seu lugar na programação: na grade de horários e na trama do palimpsesto.” (2001:314-315). A abordagem dos gêneros, então, não pode prescindir da observação do que é característico de cada país, revelando configurações culturais, mais a estruturação jurídica do funcionamento da televisão e o desenvolvimento da indústria audiovisual local, bem como sua articulação na mundialização dos mercados.

A partir das elaborações sobre a enunciação televisual, já descritas, Jost propõe o agrupamento dos produtos televisuais a partir de eixos centralizadores, na qualidade de **arqui-gêneros**, conforme a intenção de endereçamento do telespectador. A estas categorias arqui-genéricas vai denominar mundos, sublinhando características como a do compartilhamento de um terreno comum

por produtores, programadores, mediadores e telespectadores. Tais mundos relacionam-se com a promessa-gênero condicionante da recepção por parte do telespectador. A ligação é com o “mundo real” se as emissões pretendem referenciar o mundo em que vivemos, dar-lhe a conhecer, prometendo um discurso de verdade. Nosso julgamento sobre tais programas, portanto, coloca-se no eixo verdade-falsidade.

No “mundo televisivo ficcional”, as imagens, objetos, ações, são organizados de forma coerente na internalidade do texto audiovisual. Embora existam similitudes com o mundo fora do meio, há a liberdade criativa de seus autores de engendramos situações imaginárias.

Uma terceira modalidade de mundo televisivo seria o lúdico. Os produtos televisuais destinados às diversas formas de entretenimento através dos jogos, baseiam-se no princípio de que tais atividades são realizadas de forma voluntária e gratuita – o que move o participante é a diversão ou o prazer. Resume Jost: “Ao lado do verdadeiro (*pour de vrai*) da informação que toma o mundo como referente, do falso (*pour de faux*) da ficção que visa a um universo mental, é preciso acrescentar um *pour de rire*, no qual a mediação se toma como objeto, quer se trate de jogar com a linguagem, de jogar com o jogo ou de fazer arte pela arte.” (Jost, 2003:40)

O autor representa os três mundos da televisão propostos com um triângulo sem preenchimento, indicando a possibilidade de existência de áreas de compartilhamento e hibridação a partir dos ângulos:

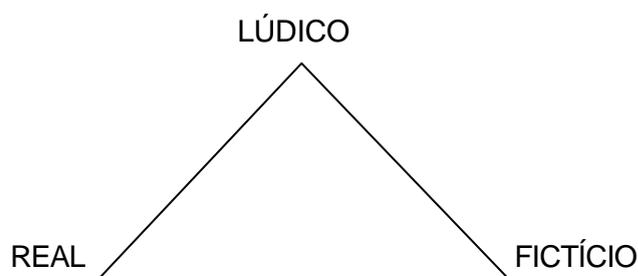


Figura nº 1: mundos televisivos.
(Jost, 2003:41)

A partir de sua posição, produtores, programadores e difusores costumam etiquetar os programas estrategicamente misturando as categorizações, ora classificando como “ao vivo”, algo previamente editado, ora referindo-se a um produto ficcional como um documento ou testemunho capaz de fundamentar debates. De qualquer maneira, cabe ao receptor atribuir sentidos às emissões, comportando-se mais ou menos credulamente, enxergando o produto como verdade, ficção ou jogo. Conclui Jost:

Os critérios de inserção dos programas diferem, segundo o mundo ao qual se faz referência, mas a comunicação televisiva é um processo dinâmico e incerto: nenhuma emissão pode ser classificada como pertencendo seguramente a esse ou àquele mundo. A emissora faz proposições através do ato de denominação, e o telespectador, dando-se conta ou não, dela se apropria. (Jost, 2003:42).

O gênero televisivo, segundo Duarte (2004:67) é a “macro-articulação de categorias semânticas capazes de abrigar um conjunto amplo de produtos televisivos que partilham umas poucas categorias comuns”. Enquanto enquadramentos amplos, os gêneros referir-se-iam a abstrações, portanto, são da “ordem da virtualidade, uma vez que nenhum produto se manifesta circunscrito apenas a essas categorias genéricas em sua extensão e exclusividade”. (Duarte, 2004:67)

A autora citada introduz a categoria dos subgêneros, os quais, indicando a reunião de uma pluralidade de programas, são da ordem da atualização, isto é, referem-se à natureza das produções em sua linha de similitude. Diferentemente, os formatos, na ordem da realização, revelam o traço específico de cada programa, aquilo que o diferencia dos demais (cenários, atores, funções, papéis). Neste sentido, afirma Duarte:

a noção de gênero em televisão deve ser compreendida como um feixe de traços de conteúdo da comunicação televisiva que só se atualiza e realiza quando sobre ele se projeta uma forma de conteúdo e de expressão – representada pela articulação entre subgêneros e formatos, esses sim, procedimentos de construção

discursiva que obedecem a uma série de regras de seleção e combinação. (Duarte, 2004:68).

A elaboração de Duarte (2004:82) centra-se nos percursos de acesso ao real adotados pela televisão, sugerindo sejam eles determinantes na constituição dos gêneros televisivos, porque as emissões de televisão não são o real, são produções discursivas materializadas em textos, mediadas pelas características técnicas do meio, que referenciam a realidade de determinadas formas. Explica a autora: “os traços categoriais de gênero propoiam um certo tipo de relação com o mundo, colocando à disposição do telespectador um certo plano de realidade e modo de ser, sendo mobilizadores de crenças e saberes, e condicionadores das expectativas e do prazer dos telespectadores.” (Duarte, 2004:85)

Dessa forma, teríamos três formas de endereçamento do real nos textos televisivos: meta, supra e para-realidades. Na inflexão textual à meta-realidade, faz-se referência ao mundo exterior ao meio, o mundo natural, com o propósito de apresentá-lo, de dar a conhecer. Em termos de subgêneros, aqui estariam englobadas as emissões do tipo telejornais, documentários, reportagens, entrevistas. Estabelece-se entre os pólos da comunicação um contrato de veridicção, isto é, há o elemento de crença de que o que se veicula é verdadeiro para que o intercâmbio comunicativo possa ser estabelecido.

Quando se categoriza uma emissão televisiva como indexada à supra-realidade, diferentemente, há uma suspensão do regime de crença, o contrato comunicativo não se refere à veridicção, mas à verossimilhança, isto é, deve haver uma coerência interna do discurso produzido, que permita sua fruição enquanto produto ficcional. Neste âmbito, são exemplos os subgêneros novela, minissérie, seriado, telefilme. Têm o propósito de construir uma realidade que não se submete ao confronto com o real.

Um terceiro modo de interpelação do real no televisual, e que lhe é característico, é o da para-realidade, e consiste na organização de um mundo paralelo com acontecimentos produzidos no interior do próprio meio. São, por exemplo, os *reality shows* e os *talk shows*. Funcionando a partir de um conjunto estrito de regras, cuja operação não é totalmente compartilhada com os espectadores, os produtos televisivos que operam do nível da para-realidade

buscam oferecer a visibilização plena, e, através dela, instaurar como regime de crença a verdade. Portanto, uma nova vigência ao contrato de veridicção.

A conceituação de formato, vocábulo bastante polissêmico, varia da acepção de programa em concreto, palpável e assistido, na elaboração de Duarte, a outro sentido, mais ligado ao jargão produtivo da televisão e que quer significar um modelo de programa, que se vende sob a égide de direitos autorais, e que é realizado, com algumas adaptações em diferentes países e ocasiões. Buscando esclarecer o que se oculta sob esta variação de sentido, Soulages afirma que a noção de formato remete em primeiro lugar a uma dimensão sintagmática característica das lógicas de difusão televisiva. Por outro lado, falar em formatos significa pensar no jogo de expectativas que se entrecruzam regulando a disponibilidade da audiência em relação aos programas. Pelos imperativos de sustentação econômica das emissoras, segundo o autor, observou-se que:

a contração do tempo de resposta entre a oferta de programas e seu consumo efetivo tem invertido a inércia das políticas de programação das redes, acelerando a multiplicação dos formatos, mas produzindo também uma verdadeira inovação com o objetivo de ajustar conteúdos inéditos a estes novos veículos de difusão. O formato, visto desta perspectiva, parece representar o tempo ideal de exposição de cada emissão à cronotaxia do público.³⁴ (Soulages, 2005:67)

O formato, como sinônimo de unidade de emissão ou programa, adquire nesta perspectiva certa multidimensionalidade, a qual permite entrever que as temporalidades gastas ao assistir os produtos televisivos subsumem outras temporalidades, mais extensas, as do pólo da produção, que têm conseqüências verificáveis na forma final dos produtos apresentados.

³⁴ “la contracción del tiempo de respuesta entre la oferta de programas y de su consumo efectivo ha invertido la inercia de las políticas de programación de las cadenas, acelerando la multiplicación de los formatos, pero produciendo también una verdadera innovación con el objetivo de ajustar contenidos inéditos a estos nuevos vehículos de difusión. El formato, visto desde esta perspectiva, parece representar el tiempo ideal de exposición de cada emisión a la cronotaxia del público”.

2.3. O tom nos formatos televisuais.

Quer optemos pela noção de contrato ou pela de promessa; quer tenhamos expectativas de veridicção, entretenimento, romance, humor, distração, excitação, passatempo, ou seja o que for, devemos lembrar que esses mecanismos de normatização das interações entre produção, textos e audiências, não acontecem isolados, mas conjugados em práticas. Explica Tesche: “o gênero mantém com as práticas uma relação dialética de conservação e subversão”. (2006:79). Por práticas, aqui se entendem as ações coordenadas que requerem performances para sua existência, no caso, performances do telespectador em sua interação com o meio. Dessa forma, para além da etiquetagem genérica colocada pelos produtores aos produtos midiáticos, com o intuito de captar a audiência, é preciso observar o tom que o programa assume em sua realização, ou seja, sua atmosfera específica, por exemplo, irônica, cômica, nostálgica, romântica, ou qualquer outra.

As emissões televisivas são sempre apresentadas com a organização dos diversos elementos audiovisuais segundo um tom específico, do mais sério ao mais jocoso, seja qual for o “mundo” endereçado. O tom ancora-se quase sempre no animador ou nos personagens ficcionais. O tom, enquanto modo de referenciação do mundo é marca de fábrica do animador, adequa o programa com a identidade da rede e distingue os produtos das diferentes redes. (Jost, 2005:40).³⁵ A discordância entre o tema de um programa e o tom esperado para seu tratamento é um dos casos de mistura de gêneros.

As categorias tipo de realidade discursiva adotada (meta, supra ou para) e o regime de crença ligado à realidade veiculada, não são, segundo Duarte (2006:43-48), suficientes para a distinção de formatos e subgêneros nas práticas televisivas. É necessária a consideração de uma terceira categoria, o tom. Quando se pensa em tom na expressão verbal, na música ou nas cores, está-se referindo a percepções que acontecem via plano de expressão. Já em textos

³⁵ «Ce ton n'est pas loin de représenter la marque de fabrique de l'animateur, qu'il va décliner dans divers programmes, et qui doit être en adéquation avec l'identité de la chaîne. (...) Le ton est aussi ce qui distingue bien souvent les fictions des différentes chaînes. (...) Le ton est une composante qui s'ancre principalement dans l'animateur, pour les émissions ressortissant aux mondes réel et ludique, ou dans les personnages, pour la fiction».

como os audiovisuais, característicos por sua complexidade, para se falar em tom há que se referir a percepções via plano do conteúdo, nas linguagens empregadas na sua construção.

Em diversos estudos sobre o tom, Duarte fez ampla prospecção do uso do termo no universo midiático, buscando identificar e agrupar nuances de sentido, e listou características que permitem uma aproximação de conceituação teórica, a saber:

O tom é conferido pelo enunciador ou instância de enunciação; o tom pode fornecer indicações sobre o enunciador, o tema do discurso e os sentimentos do enunciador; determinados tons fazem parte das expectativas sociais no que concerne a gêneros ou tipos de textos; os atores sociais empregam tons compatíveis e adequados às funções e papéis que desempenham; as diferentes situações sociais exigem que se adotem tons compatíveis com essas práticas sociais em pauta; o tom do discurso pode ser graduado; o tom é um traço de conteúdo que se expressa através de diferentes mecanismos expressivos. (Duarte, 2005: 1-12; 2006:43-48)

A partir desse amplo espectro de semantizações do vocábulo tom, bem como de discussões acadêmicas, Duarte coloca algumas pressuposições sobre o tom, que podem assim ser resumidas: o tom, no discurso televisual, implica numa expansão do sentido em comparação com os usos de outras linguagens. Esse alargamento pode ser percebido no deslocamento perceptivo da significação da expressão para o plano do conteúdo. Isto implica em que o tom em textos complexos como os dos produtos televisuais seja característico da emissão como um todo, e não de suas partes isoladamente. Outro traço distintivo do tom seriam os elementos contedústicos que indicam a ancoragem do texto, isto é, o ponto de vista chave para seu (re)conhecimento. Ponto de vista, acrescente-se, que é também lugar de fala.

O processo de tonalização, que confere o tom ao discurso televisual, revela-se estratégico ao pólo de produção, pois tem a função de harmonizar o público ao tema da emissão via gênero/subgênero do programa. A passagem do subgênero, nível da atualização, ao formato, nível da realização, comporta

decisões na instância da produção que passam pela eleição do tom, ou da combinação de tons, cuja palheta permite identificar a emissão.

Na condição de traço distintivo da concretude de cada formato, o tom interpela o enunciatário à interação. O desencontro possível entre uma tonalização equivocada e as expectativas da audiência pode significar o fracasso do produto televisivo enquanto emissão ao longo do tempo. O tom acontece de forma dissipada e difusa nos produtos televisuais, explica a autora,

exigindo que se perscrute o texto em busca desses elementos que sustentam sua manifestação. Do ponto de vista discursivo, interfere na configuração dos atores, do tempo, do espaço, bem como na da própria organização narrativa. Em nível textual, o tom se impõe como uma pretensão de conteúdo em busca de diferentes traços expressivos que o exteriorizem. (Duarte, 2006:48)

Os conceitos relativos ao tom podem ser sintetizados em: tonalização, o processo de conferência de um tom principal e tons complementares ao discurso enunciado; tonalidade, o conjunto de regras que preside as seleções e combinações tonais; e na categorização dos tons, quanto à relação direta ou combinatória dos tons com os conteúdos e a expressão. (Duarte, 2005:3-5) Acrescentemos que tom é ressonância entre textualidades a partir de suas similitudes. É referência a sentimentos e emoções. É também extensão, elasticidade, mecanismo de contato perceptivo. De forma que, no âmbito dos gêneros, subgêneros e formatos televisuais não haverá nunca acomodação. A repetição, pela tonalização, não gera igualdades.

2.4. O subgênero minissérie.

As narrativas ficcionais televisivas podem ser divididas em dois grandes grupos, segundo sua disposição temporal na grade de programação. No caso de emissões unitárias, concluídas dentro de seu período de emissão, costumamos entendê-las como componentes do subgênero telefilme, embora possam ter nomes diversos, por exemplo, os “casos especiais”. Composto-se diferentemente, as narrativas serializadas desdobram-se ao longo da programação em emissões diversas. Podemos aqui falar do subgênero “série”, que consiste numa seqüência de episódios, compreensíveis isoladamente, mas que partilham personagens, cenários, enredos. É a narrativa televisual serializada em sentido estrito. Os exemplos de formatos são abundantes, e a maneira de veiculação típica é a do episódio semanal.

Há também a narrativa “seriada”, isto é, caracterizada pelo recorte da trama em episódios, sendo retomada a cada emissão. O liame típico entre duas unidades emissivas é o “gancho” narrativo, espécie de suspensão interrogativa (e promissora) dos desenvolvimentos que se seguirão. Neste grupo de subgêneros vamos encontrar a novela e a minissérie. Como uma primeira constatação, vemos que o nome “minissérie” não se refere a uma série de curta duração, pois sua estrutura é similar à da novela, mas a uma narrativa seriada de curta duração. Seria mais próprio, portanto, que fosse chamada de “mini-novela”, termo pouco simpático, reconheçamos.

Danard e Le Champion, descrevendo as acepções dos diferentes tipos de produtos ficcionais na televisão francesa segundo o critério da extensão das emissões, afirmam que minisséries são apresentadas em dois ou três episódios, enquanto os folhetins (*feuilletons*) seriam emissões que contam a mesma história em vários episódios, no mínimo quatro, com continuidade narrativa. Para esses autores, a predominância dos formatos ficcionais, os mais assistidos pelos telespectadores, embora na televisão francesa a preferência seja por telefilmes e séries, enseja duas estratégias das redes de televisão: a busca por formatos que possam agrupar a audiência e o reforço, através desses produtos, da identidade das emissoras: “a obrigação de alcançar o maior número de telespectadores leva os difusores a propor formatos de ficção federadores. A ficção é um programa

extremamente identitário e valorizador para uma rede de emissoras”.³⁶ (Danard, *Le Champion*, 2005:65)

Com as novelas, herdeiras dos folhetins publicados em jornais, as minisséries compartilham o fato de que é preciso assistir à integralidade dos episódios para se manter a par dos desenvolvimentos da trama. Se não considerarmos a emissão de produções estrangeiras, como *Raízes*, nos anos 1970, podemos indicar como a primeira minissérie veiculada no Brasil, a produção da Rede Globo “Lampião e Maria Bonita”, escrita por Aguinaldo Silva e Doc Comparato, e dirigida por Paulo Afonso Grisolli, em 1982, e que teve oito capítulos.

Diferentemente das telenovelas, cuja trama é modificável durante a gravação/veiculação, inclusive por imperativos mercadológicos, o produto minissérie é textualmente fechado, vai ao ar, via de regra, depois de pronto. Dessa forma, produtores, diretor e elenco sabem de antemão o desenrolar da ação, permitindo um trabalho mais aprofundado na construção de personagens, cenários e a experimentação de propostas inovadoras de direção. Talvez esta característica explique opção muito freqüente de realizar minisséries constantes de adaptações de obras literárias importantes.

Segundo José Marques de Melo, as minisséries são “produzidas e aperfeiçoadas enfocando preferencialmente temas da realidade brasileira, sintonizando assim com as expectativas da faixa de audiência mais sofisticada a que se destinam” (1988:33). Segundo o autor, o segmento das minisséries permitiu aos teledramaturgos brasileiros, pelo maior aporte de recursos que consomem em sua produção, o desenvolvimento de uma maturidade infra-estrutural, ou seja, um melhor resultado artístico do produto final.

Em resumo, podemos conceituar a minissérie como a narrativa televisual de caráter ficcional, apresentada em forma seriada, e com duração de poucos capítulos ou episódios, em comparação com as telenovelas, que têm, em média, 180 capítulos. Na verdade, a duração temporal varia bastante nas minisséries. Em 2007, por exemplo, a Globo apresentou duas minisséries, “Amazônia de Galvez a Chico Mendes”, com 55 capítulos, e, “A Pedra do Reino”, com apenas

³⁶ « L'obligation de toucher le plus grand nombre de téléspectateurs contraint les diffuseurs à proposer des fictions fédératrices. La fiction est un programme extrêmement identitaire et valorisant pour une chaîne ».

cinco. Em 2008, “Caros Amigos”, contou com 24 episódios. De forma a organizar um pouco o conjunto dos produtos, têm-se referido às produções menos longas como microsséries.

Ana Maria Balogh assim resume o que vimos expondo:

As adaptações têm sido as preferidas nas minisséries, muito embora existam também obras expressivas de roteiro original. Parece haver uma harmonia ideal entre o grau de esteticidade e o fechamento estrutural do texto literário e as formas de produção e realização das minisséries. Trata-se de um formato mais autoral, mais fechado que as demais séries de TV. (...) A minissérie é em geral feita com muita fidelidade ao tempo representado na micronarrativa encarecendo consideravelmente os custos. A posição que ocupa no mosaico pressupõe um público mais seletivo, com maiores opções de lazer que o das novelas. As minisséries brasileiras são consideravelmente mais longas que as estrangeiras e se prestam muito bem à transposição de romances extensos e caudalosos. (Balogh, 2006:91-92)

Na elaboração de Jost, os formatos ficcionais compartilham três características: a criação de um mundo imaginário, qualquer que seja sua semelhança com o nosso; sua apresentação por atores, que interpretam personagens, cujos diálogos são imaginários, e não testemunhos pessoais das vidas dos artistas; e a exigência de uma coerência na estruturação da narrativa que permite o acompanhamento inteligível da história. (Jost, 2005:84)

O autor constata que, nas diferentes posições da grade, correspondendo a expectativas e estados diversos de espírito do público previsto ou ambicionado para determinada faixa temporal, os formatos de ficção também se mostram compostos de maiores ou menores aproximações à realidade, ao maravilhoso ou ao lúdico. Ficções naturalizantes seriam aquelas em que as situações copiarão o mais possível as situações do mundo real, apresentando determinados comportamentos sociais à discussão ou apreciação. Ficções abertamente fictícias afastam-se do funcionamento natural do mundo, propondo elementos da ordem do maravilhoso, do mágico, do inusual. Ficções lúdicas, por sua vez, seriam caracterizadas por um predomínio do movimento, da tensão, de elementos de instigação física. Jost denomina estas nuances como diferenças de acessibilidade da ficção, e que implicariam, para serem representadas, na duplicação do triângulo dos mundos televisuais:

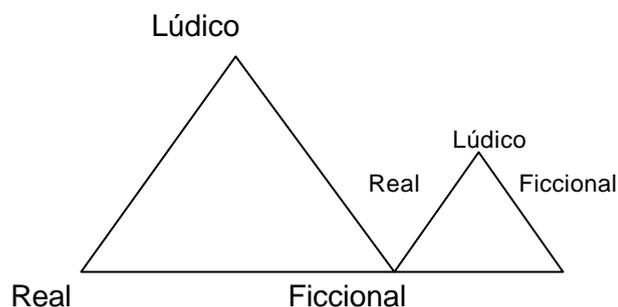


Figura nº. 2: acessibilidade dos mundos televisuais ficcionais.
(Jost, 2005:85)

Podemos imaginar albergado no triângulo menor, das nuances da ficção, por exemplo, para avançar nosso entendimento, o conjunto de telenovelas da Rede Globo. No horário “das seis”, as produções são comumente de época ou com temas que se aproximam do maravilhoso, tais como espiritualidade, bruxaria, Nova Era, o que permite um distanciamento do mundo atual, quer pelo cancelamento da ordem natural dos acontecimentos, quer pela ambientação em temporalidade histórica diferente da atual. Seriam exercícios de ficcionalidades abertamente fictícias.

Na faixa horária “das sete”, as telenovelas da rede de referência costumam adotar um tom de comédia próxima ao pastelão, com constantes inversões na direção da trama, escalação de atores e atrizes de impacto estético que encarnam personagens envolvidos em romances leves. O ritmo movimentado e jocoso indica que a acessibilidade se dá no nível da ficção lúdica.

Já nas novelas da noite, da faixa das nove horas, as produções procuram ser mais sérias, refletindo o real, inclusive preocupando-se em criticar e discutir a sociedade extra-midiática, dela agendando questões de relevo, como consumo de drogas, deficiências físicas, gravidez na adolescência, migrações, e tantas outras. Seriam exemplos de ficções naturalizantes.

Ao aplicarmos tal distinção às minisséries, podemos perceber que usualmente estes produtos têm uma maior aproximação com as ficções abertamente fictícias, pois, três grupos de temáticas têm predominado nas

produções brasileiras: as minisséries que surgem de adaptações de obras literárias ou históricas, e que permitem tratamento quase epopéico dos temas, com a construção de cenários de época e elenco apropriado à localização da trama; as transposições de obras literárias em que o conteúdo dramático é inerente à trama, como as adaptações de Nelson Rodrigues; e aquelas em que o elemento jubilar é notável na decisão de sua produção para um palimpsesto anual específico, de forma a marcar o relembramento de eventos históricos, tais como, os 500 anos do descobrimento do Brasil, a Era Vargas, ou a construção de Brasília. Neste conjunto variado de documentos televisuais, percebe-se um adensamento das técnicas de construção da narrativa audiovisual, arregimentado na intensificação da verossimilhança da trama, o que coloca o subgênero minissérie numa posição diferenciada frente aos demais formatos televisivos ficcionais.

Características que Balogh (2006:98-99) indica como novidades na produção das minisséries, especialmente pela Rede Globo, seriam: o aparecimento das microsséries, cuja brevidade as aproxima dos telefilmes; uma maior liberdade nas adaptações de obras literárias, buscando transcender o texto original e retomando nuclearidades típicas de cada autor, em módulos ou fragmentos acopláveis; e a abertura de espaços à participação feminina, tanto em personagens de densidade dramática desconhecida em outros formatos ficcionais, como atuando na qualidade de escritoras (das obras originais e das adaptações), e na direção das produções. Um outro desenvolvimento seriam os quadros de curta duração, inseridos em programas do tipo revistas de variedades, cognominados esquetes – formatos ficcionais de poucos minutos. Quanto a Hoje é Dia de Maria, acrescentemos, representaria uma nova prática produtiva ao preocupar-se em contemplar elementos e protagonistas de cultura regionais, fora do eixo Rio-São Paulo.

Ao final da Tese, no Anexo 1, listamos as minisséries produzidas pela televisão brasileira.

2.5. Estrutura narrativa audiovisual em formatos serializados.

Na presente seção, abordaremos o modelo narrativo serial, ou seja, fracionado em episódios e contemplando interrupções, indicando: sua origem histórica e sua adequação à grade de programação como o mais próprio a permitir o fluxo entretido de momentos de fruição e intervalos de propaganda comercial. Uma vez descritas as características comuns aos formatos ficcionais seriados, passaremos à discussão do gancho de ligação narrativa entre capítulos e episódios, na condição de recurso indispensável aos formatos televisuais de ficção na aquisição e manutenção da audiência.

2.5.1 – A narrativa televisiva seriada.

A preferência pelos formatos ficcionais nas células horárias da grade noturna da emissora de referência (Rede Globo), no caso da televisão brasileira, é fato bastante conhecido. A alternância das telenovelas com formatos informativos serve tanto para atender às exigências legais ligadas à concessão do serviço de difusão de prover informação, quanto para proporcionar certo “respiro” ao telespectador entre os formatos ficcionais. A programação paralela das redes concorrentes ora se concentra em inverter o binômio informação-ficção; ora trata de oferecer formato de semelhante característica de endereçamento da realidade, na tentativa de, pela tonalização diferenciada, canalizar parte da audiência. Exercício das técnicas acima descritas de contra-programação e *blunting* (1.4). A temática da presente Tese não é, como se sabe, analisar o embate inter-genérico mais estendido temporalmente entre as principais emissoras brasileiras. As presentes considerações, fazemo-las para introduzir a explicação das condicionantes que levam a emissora de referência a produzir e difundir no âmbito do palimpsesto anual as minisséries, como exceção à regra da repetição de formatos em determinadas faixas horárias, e como confirmação da regra da inovação (a estréia anual) – dois pólos entre os quais o conjunto de programas televisivos precisa colocar-se. Certos aspectos comuns aos formatos ficcionais apresentados de forma seriada é o que procuraremos compreender para

evidenciar certas lógicas dominantes que presidem a inserção deste tipo de programas na grade com especial relevo na televisão brasileira.

As minisséries, as séries semanais, as telenovelas, e, até certo ponto, os programas semanais de auditório, bem como as revistas eletrônicas, que em alguns quadros trabalham com a recorrência de determinados procedimentos dramáticos e estilísticos, os mais diversos, de forma a permitir a antecipação pelo espectador da leitura de um conjunto de textualidades audiovisuais cuja chave de entendimento lhe é conhecida – tais subgêneros e seus formatos são ocorrências alicerçadas na grade de programação que permitem alinhar a temporalidade social da vida cotidiana com o oferecimento de programas. A repetição dos formatos em horários pré-estabelecidos funciona assim como sedimentadora da audiência. Nos programas noticiosos, em que se tem a necessidade de referir o mundo extra-televisivo, não há como garantir uma homogeneidade, um equilíbrio na repetição. Há edições em que os assuntos apresentados são mais espetaculares ou bombásticos, e outros momentos em que a apresentação das notícias deve recorrer aos procedimentos de dramatização para suscitar o interesse dos espectadores. Já nos formatos ficcionais, é possível não só manter uma densidade textual audiovisual característica de cada programa, como adensá-la cada vez mais a partir do contato diário com o espectador. Pela repetição ao longo do tempo, e pelos procedimentos de montagem que contemplam interrupções e continuidades, pode-se promover, se necessário, redirecionamentos dos conteúdos, afinamento das tonalizações, ou reaproximações com as estruturas narrativas preferidas dos telespectadores.

A narrativa seriada embora muito presente no meio televisivo como forma de estruturação da grade ao longo do ano, não é criação da televisão, mas, tem precedentes históricos bastante anteriores. Segundo Daniela Cardini, “o nascimento do produto cultural serial tem origem nos processos de industrialização que se deram no Ocidente a partir do século XIX, na benjaminiana ‘época da reprodutibilidade técnica’, o momento histórico particular no qual uma organização econômica e tecnológica encontra na produção em

série sua expressão mais representativa”.³⁷ (Cardini, 2004:19). Assim, a apresentação das narrativas em forma seriada, não teria sido uma inovação trazida pelos meios audiovisuais, porém um procedimento possível e característico de todos os meios de comunicação que alcançaram, na qualidade de suportes de conteúdos culturais, a condição de serem industrialmente produzidos e massivamente distribuídos.

A fragmentação da narrativa em segmentos apresentados em produtos diversos – colunas de periódicos, fascículos, episódios de filmes seriados, capítulos de telenovelas, pelo interesse que buscam criar na continuidade da história, multiplicam exponencialmente o consumo do suporte que a contém. Resume Cardini: “o recurso à forma seriada caracteriza a história de cada meio no momento em que se torna meio de comunicação de massa: a narrativa segmentada constitui-se num formidável instrumento de construção e fidelização do público”.³⁸ (Cardini, 2004:19-20). Cada segmento serial traz em si mesmo implícito o anúncio do segmento sucessivo, promovendo ao mesmo tempo o produto e o meio que o veicula.

Podemos indicar como antecedentes da serialidade televisiva um conjunto de produtos culturais como os folhetins, os romances publicados em jornais, as histórias em quadrinhos, e as radionovelas. Todos esses produtos revelam características de otimização do binômio produção-consumo, conseqüentes a desenvolvimentos da indústria cultural em que, através de processos complexos de produção, atinge-se modelizações progressivas, com opção pelo comercializável – que indica o que se deve repetir; e pelo abandono do que não interessa ao consumidor, como baliza direcionadora das inovações e transgressões ocasionais. O oferecimento dos produtos culturais serializados liga-se também à organização das sociedades em agrupamentos urbanos e acentuou-se com a maior fixação das populações neste tipo de espaço, que permitiu, historicamente, a organização do trabalho e a planificação técnico-produtiva,

³⁷ “la nascita del prodotto culturale seriale ha origine dai processi di industrializzazione che hanno coinvolto l’occidente a partire dal diciannovesimo secolo, nella benjaminiana ‘epoca della riproducibilità tecnica’, il particolare momento storico in cui un’organizzazione economica e tecnologica trova nella produzione in serie la sua espressione più rappresentativa”.

³⁸ “Il ricorso alla formula seriale caratterizza la storia di ogni medium del momento in cui esso diventa mezzo di comunicazione di massa: il racconto segmentato costituisce un formidabile strumento di costruzione e fidelizzazione del pubblico”.

implicando na redução do custo dos bens culturais, em sua distribuição estendida, e em seu consumo popularizado.

As características comuns a todo produto cultural serial incluem, segundo Cardini, três níveis de serialização – produtivo, narrativo e fruitivo, que também estão presentes nos produtos televisuais seriados. No primeiro aspecto, afirma a autora, “a produção em série apresenta vantagens econômicas porque elimina tempos mortos, fornece material para o preenchimento do palimpsesto, constrói um público fiel, contribui para criar a identidade do meio que a veicula”.³⁹ (Cardini, 2004:21) Quanto ao nível narrativo da serialidade, a divisão em segmentos e o retorno episódico de temas e personagens liga-se à observância de regras complexas e precisas, de forma a ensejar a elaboração de produtos acessíveis e interessantes ao público. Assim, ao longo do tempo, a narrativa televisual seriada fixou determinadas preferências quanto a dimensões temporais; a formas de mostrar os espaços em que se desenrolam as tramas; e, a maneiras de construir personagens; em resumo, sedimentou os traços genéricos característicos.

Quanto à serialidade no nível de fruição, os aspectos comuns aos diversos formatos ficcionais televisivos são: a reciprocidade que se estabelece entre os conteúdos apresentados e seus fruidores; bem como, entre os espectadores, o estabelecimento de comunidades de fruição que passam, em maior ou menor grau de reação, a compartilhar a recepção do produto. Esta criação de um “nós” ritualístico alimenta o conhecimento do narrado de forma que o conteúdo é partilhado e o reencontro da história é ambição comum de todos.

O recurso mais característico da serialidade é o chamado “gancho”, que consiste em promover interrupção programada do fluxo narrativo, e ao mesmo tempo colocar uma interlocução interrogativa que acrescenta suspense e certa dubiedade quanto ao encaminhamento provável do próximo bloco, episódio ou capítulo. Sobre o gancho, especialmente o televisivo, falaremos mais à frente.

(2.5.2)

A opção pela serialidade em todo tipo de produtos culturais, implica na necessidade de se manter o equilíbrio entre a fruição no presente e a expectativa do que se mostrará no futuro, portanto, não pode dispensar o recurso a toda sorte

³⁹ “la produzione in serie presenta vantaggi economici perché elimina tempi morti, fornisce materiale per il riempimento del palinsesto, costruisce un pubblico fedele, contribuisce a creare l'identità del mezzo che la veicola”.

de profissionais do campo artístico na obtenção da qualidade dos produtos. Neste aspecto, a estratégia de programação do *spin-off*, isto é, do reaproveitamento de atores, autores, diretores e personagens de sucesso na sustentação de novos produtos, comparece como providência indispensável na formatação de novos programas. Neste sentido, afirma Cardini,

é interessante sublinhar a contradição na qual cai a serialidade, desde o seu início: de um lado tende ao máximo sucesso comercial, de outro, busca individualizar e desfrutar das melhores energias artísticas e intelectuais, na tentativa constante – muitas vezes sem sucesso – de conjugar o sucesso com a qualidade, o binômio certamente mais controverso da história da comunicação de massa.⁴⁰ (Cardini, 2004:30)

A radionovela é o ponto de partida indiscutível para se compreender a serialidade televisiva, pois, foi naquele meio em que se configuraram aspectos da seriação, tais como, maior verossimilhança ao cotidiano e aderência ao tempo social dos ouvintes. Tais características eram novas em comparação com as formas de fruição da narração seriada nos produtos culturais literários. Foi também no rádio que teve início a prática da difusão simultânea e geograficamente estendida de um mesmo produto serial, e em que se deu a inclusão das interrupções comerciais e de patrocínio, em momentos nos quais fosse garantida a atenção dos ouvintes/espectadores.

A serialidade televisiva, na esteira de sua predecessora radiofônica, ao preocupar-se em produzir formatos destinados à fruição massiva, mobilizou conteúdos existentes no âmbito das culturas nacionais. Certamente, há traços de semelhança nos modelos produtivos da televisão dos diversos países, e nos diferentes registros lingüísticos. Mas, quanto aos conteúdos e tonalizações, os traços locais têm dominância, de forma a facilitar a fidelização dos telespectadores. Neste aspecto, assevera Cardini: “a longa serialidade televisiva é um âmbito no qual a temática muito atual da ‘glocalização’ explicita-se com clareza. As características comuns àquilo que se pode definir como um gênero combinam-se e enriquecem de encontro às coordenadas culturais da comunidade

⁴⁰ “È interessante sottolineare la contraddizione in cui cade la serialità, fin dai suoi inizi: da un lato tende al massimo successo commerciale, dall’altro cerca di individuare e sfruttare le migliori energie artistiche e intellettuali, nel tentativo costante – e spesso disatteso – di coniugare il successo con la qualità, il binomio forse più controverso della storia della comunicazione di massa.”

que produz determinado produto de longa serialidade”.⁴¹ (Cardini, 2004:63). Assim, frente a um mercado mundial em que são amplamente comercializados audiovisuais destinados à televisão, e que possui modelos similares de produção e distribuição, impõem-se, a partir do pólo da recepção, as questões estruturantes dos gostos, as preferências do público, as orientações locais e os temas relacionados à memória coletiva, inserindo os produtos midiáticos na cultura que os produz e consome.

A serialidade pode ser diferenciada de outros produtos televisivos em pelo menos três aspectos de análise – codificação audiovisual; articulação narrativa; e formatação. Quanto à estruturação dos códigos audiovisuais, as marcas típicas da serialidade televisiva, residentes em aspectos como cortes e montagem, enquadramentos, técnicas de direção, e outros, serão abordadas em detalhes mais à frente nesta Tese. Quanto à articulação narrativa, o conjunto dos formatos televisivos seriais possui, conforme as tipologias das culturas locais a que nos referíamos como ambientes de sua produção, determinado repertório de temas e conteúdos, personagens contextualizados, e modalidades de encaminhamento das tramas.

Quanto aos formatos, considerações relevantes seriam em relação ao tamanho dos capítulos e episódios; a subdivisão desses em seções; e a colocação dos programas na grade. Detalhemos: mais acima (2.4), fizemos referência à narrativa *serializada*, ou série no linguajar televisivo brasileiro, cuja característica seria a apresentação de episódios semanais com fechamento do narrado, restando o aspecto da repetição ao que toca aos personagens e seu universo ficcional, que retornam no episódio seguinte. Tal conjunto de formatos diferenciar-se-ia da narrativa *seriada*, em que a trama apresentada é interrompida, e retomada no capítulo seguinte (novelas e minisséries). A distinção entre estas duas formas de seriação narrativa televisual, segundo Cardini, “é determinada não tanto por uma modificação dos elementos constitutivos da

⁴¹ “la lunga serialità televisiva è un ambito nel quale la tematica molto attuale della ‘glocalizzazione’ si esplicita con chiarezza. Le caratteristiche comuni a quello che si può definire un genere si adeguano e si arricchiscono all’incontro con le coordinate culturali della comunità che produce quel particolare prodotto di lunga serialità.”

narração, mas antes pela diversa articulação temporal e formal dos mesmos”.⁴² (Cardini, 2004:65) Com a constante busca pela inovação e transgressão de algumas características estruturantes de gênero também nos formatos ficcionais, tal dicotomia parece a alguns autores já insuficiente para englobar os programas existentes. Assim, Tulloch e Alvarado, citados por Cardini, propõem quatro variantes principais que permitiriam melhor agrupar a narrativa seriada televisiva (Cardini, 2004:67)⁴³:

- o *serial contínuo* – seria constituído de um número potencialmente ilimitado de capítulos, do entrecruzamento de múltiplas linhas narrativas, algumas das quais continuam de um capítulo ao outro. Nesta classe estariam as *soap-operas* estadunidenses, que têm como correspondente mais típico em nosso horizonte televisivo o formato “Malhação”, da Rede Globo. Se desconsiderarmos a duração temporal média de seis meses, e observarmos as telenovelas brasileiras, como conjuntos de formatos com tonalização assemelhada conforme a faixa horária, também caberiam neste grupo.

- o *serial episódico ou minissérie* – seria o formato em que a continuidade da narrativa é mantida, mas dividida em um número pré-determinado e limitado de capítulos. Vai ao ar como produto de final fechado.

- a *série seqüencial* – teria em cada emissão uma estrutura narrativa completa, mas se fechando sobre um enigma que o liga ao episódio sucessivo. Difere da telenovela pela concentração da narrativa numa única trama no âmbito do episódio, mas recorre ao gancho final para atrair audiência futura.

- Por fim, a *série em episódios*, - é o formato convencional em que cada emissão é conclusiva do ponto de vista narrativo, havendo entre as diversas emissões apenas o compartilhamento dos personagens principais e seus locais de atuação.

A opção da televisão pela apresentação de formatos ficcionais, em especial nas faixas horárias de maior público, como acontece no caso brasileiro, indica que tal espécie de programas é adequada aos propósitos das emissoras no sentido de adquirir e manter a audiência. Assim, os aspectos comuns da ficção televisual

⁴² “Per quanto riguarda la fiction televisiva, la distinzione esistente fra serie e serial è determinata non tanto da una modificazione degli elementi costitutivi della narrazione, quanto piuttosto da una diversa articolazione temporale e formale degli stessi.”

⁴³ “continuous serial; episodic serial, sequential serial, episodic series”.

devem ser conseqüentes às estratégias de produção e programação cujo âmago é exatamente a preocupação com a permanência da atenção dos espectadores. Segundo Villez, tais aspectos gerais da ficção televisiva seriam: o endereçamento direto, que em determinados formatos, apresentadores e personagens fazem, olhando frontalmente à câmera, de forma a incluir o telespectador, e a todos os que assistem numa espécie de comunidade televisual; a repetição de determinados esquemas de produção e apresentação dos formatos, que implica numa familiaridade do telespectador, quer dizer, “a forma dos programas recorrente permite aceder-se rapidamente ao essencial porque o reconhecimento das estruturas é pré-adquirido”⁴⁴ (Villez, 2005:21); e, a narrativa aberta, que se estende ao longo do tempo, permitindo ao telespectador, organizado em comunidades de fruição, refinar sua reflexão sobre os temas abordados, e, quando lhe interessa, destinar atenção continuada.

Tal falta de fechamento da narrativa televisual, conforme Navarro, revela o paradoxo fundamental da televisão, sua negação do sentido, “dado que o sentido de todo discurso nasce precisamente de seu fechamento”.⁴⁵ (Navarro, 2006:143) Assim, o constante tensionamento em direção a uma espetacularização, o bombardeio de estímulos escópicos, a dramatização do documental, e a serialização dos formatos com as imprescindíveis interrupções, deslocam a construção de sentidos para além da narrativa, encontrando-se o específico do discurso de televisão no próprio fenômeno da programação. No nível discursivo, portanto, segundo o autor (Navarro, 2006:146-147), a característica da repetição com variação implica na construção de um relato interativo que se apóia na recorrência estrutural de elementos conhecidos pelo espectador (personagens, quadros, seqüências, tramas). No nível pragmático, a tipicidade do discurso televisivo reside na diferente concepção do telespectador e sua relação com o relato audiovisual, em comparação com o consumidor de cinema: na televisão quem vê é o grupo. E resume Navarro: “além disso, o olhar e o acesso do telespectador na ficção serão distintos, precisamente porque o componente

⁴⁴ «la forme des émissions récurrente permet d’aller rapidement à l’essentiel puisque la reconnaissance des structures est acquise».

⁴⁵ “paradoja fundamental de la tv – su negación del sentido, dado que el sentido de todo discurso nace precisamente, de su clausura”.

ficcional se dissolve na ficção em benefício do espetacular.”⁴⁶ (Navarro, 2006:148).

Entre outras características comuns à ficção televisual, conforme Villez (2005:25), está a busca pela fidelização do telespectador, a qual se estabelece a partir de diversos aspectos, por exemplo: simpatia pelos personagens; identificação com os atores; por se apreciar o próprio esquema do formato; e ainda pela curiosidade quanto à seqüência da narrativa, propositalmente interrompida. Há que se lembrar também da auto-referenciação do televisual, que a todo tempo convoca os conteúdos de memória do telespectador, seja na citação entre os programas dos diversos formatos e personagens coetâneos ou anteriores, seja na pauta nos programas de caráter informativo de conteúdos da própria televisão como material de abordagem jornalística. A auto-referenciação funciona então como um lembrete permanente ao telespectador de que o que ele faz naquele momento é: ver televisão. O ficcional serial e suas interrupções implicam ainda numa polarização da atenção ora num, ora noutro de dois pontos opostos, mas complementares: primeiro o mergulho do telespectador na narrativa audiovisual, com sua realidade intra-diegética; depois, pela intercorrência dos comerciais e outros interprogramas, ter sua atenção diferida a outros conteúdos e divergida para momentos posteriores da grade que se anunciam.

A construção dos formatos ficcionais pela televisão de forma segmentada é uma conseqüência de preocupações e estratégias gerais de programação, mas, que não se restringem somente a tais formatos. Todo o conjunto de programas, seja qual for a forma de endereçamento da realidade que predomine em tal ou qual formato, em especial na televisão comercial, compartilha essa característica em maior ou menor grau. Se observarmos a grade de programação em seqüência temporal, perceberemos que “os discursos televisivos são em sua totalidade séries de segmentos que levam em conta não somente a necessidade de dar lugar às mensagens publicitárias ao longo da difusão (...) mas também de adaptar

⁴⁶ “Además, la mirada y la entrada del espectador en la ficción será distinta, precisamente porque el componente ficcional se disuelve en la televisión en beneficio de lo espectacular”.

os programas às particularidades de seus telespectadores”.⁴⁷ (Villez, 2005:23) Isto é, adequar-se aos tempos sociais disponíveis para acompanhamento das emissões.

2.5.2 – Narrativa serial e gancho.

As narrativas, segundo Cristina Costa, “são maneiras de realizar e de expressar nossa temporalidade, tornando-a tão objetiva quanto a certeza de nossa finitude e transitoriedade. São metáforas constitutivas de ordenação, de ritmos e de seqüências seriais e causais”. (Costa, 2000:41) Tal definição nos remete à questão da cultura humana, que nos coloca para além da natureza, isto é, na percepção dos fatos da vida conferindo-lhes diacronia, ou seja, com “um *antes*, armazenado na memória, um *presente*, que é nossa contingência e um *depois*, onde projetamos nossas expectativas”. (Costa, 2000:37) A cultura humana é também o acervo das narrativas que pertencem aos diversos grupos e que permitem o estabelecer-se das identidades coletivas. No conjunto das narrativas cuja repetição afirma o pertencimento coletivo, a identidade individual tem a possibilidade de colocar-se.

Quando a humanidade operou a passagem dos eventos narrativos do âmbito mitológico ou histórico, e os instaurou no plano estético, como fruição artística, estabeleceu o território da ficcionalidade, caracterizada pela “ruptura com o tempo natural, com o fluxo aleatório da vida e no abandono que exige do ouvinte, do seu próprio tempo.” (Costa, 2000:47) Essa temporalidade diferenciada desdobra-se no plano do conteúdo, determinando o andamento do fluxo narrativo, e no plano da forma, em que se combinam os elementos estéticos destinados a conferir a artisticidade à narrativa.

Na opção por narrar com interrupções ao longo do tempo, o gancho é recurso que se vai utilizar, principalmente, no plano do conteúdo, e que “produzindo curiosidade e avivando o desejo, exige a continuidade e trabalha no sentido da constância e da infinitude do narrar (...) O corte, o suspense, o

⁴⁷ «Les récits télévisuels sont dans leur totalité des séries de segments qui tiennent compte non seulement de la nécessité de placer des messages publicitaires au cours de la diffusion (...) mais aussi d'adapter les émissions aux particularités de ses téléspectateurs».

adiamento – o gancho – pontuam essa narrativa, interminável, transformando o que seria a apoteose em novo intróito, o que seria relaxamento de tensão em nova tensão, o gozo em desejo acrescido”, assevera Costa. (2000:58). Suspensão e retomada da ação estão ligadas à questão da familiaridade do espectador aos esquemas narrativos, pois, segundo a pesquisadora citada, “a ação só pode ser suspensa, gerando ansiedade, angústia ou desejo, quando todos os elementos da ação estão dados e o seu desfecho pode ser previsto e esperado”. (Costa, 2000:62). Por essa razão, podemos perceber na ficção seriada televisiva como é importante que o telespectador detenha conhecimento prévio do andamento da trama, o qual é constantemente reavivado pelas próprias emissoras nas citações que acontecem em outros programas da grade, bem como na mídia paralela que comenta, antecipa, e sonda os desejos da audiência quanto aos desdobramentos dos seriais. Se o gancho é tanto mais eficiente quanto mais se conhece a trama, isto, por outro lado, leva à produção de narrativas cada vez mais assemelhadas quanto à caracterização de personagens e seu possível comportamento nas tramas que se entrecruzam. Os elementos de novidade ficam relegados a características acessórias. Esta é a crítica mais comum que se coloca quanto à qualidade dos produtos audiovisuais seriais.

A telenovela brasileira, bem como os demais produtos ficcionais nacionais, séries e minisséries, têm, em maior ou menor grau, como característica a contraposição de vários personagens e tramas na narrativa, através de procedimentos de edição de imagens, segundo ritmo próprio a cada programa, ao que se acrescenta a intromissão periódica dos intervalos comerciais. “Em razão dessa fragmentação típica da ficção televisiva”, afirma Cristina Costa, “o gancho adquire especial importância, sendo o elemento que integra os trechos, pedaços e cortes”. (Costa, 2000:175) O gancho ficcional televisivo clássico é aquele através do qual se encerra o capítulo, interrompendo a ação, tensionando o espectador, ensejando perguntas, projetando a ação para o dia seguinte. Mas há também uma série de ganchos de menor densidade dramática, entre as cenas do dia nos capítulos, destinados a garantir a permanência do telespectador na seqüência narrativa, o que inclui sua atenção aos conteúdos do intervalo comercial. Pode-se identificar também o gancho entre blocos de programas, que instiga a audiência a continuar presente, mesmo quando o formato seguinte seja de gênero diverso.

O gancho é recurso narrativo complexo, demonstra Cristina Costa, e comporta tonalizações conforme contém perguntas e respostas de diferentes gradações. Quanto às perguntas que o gancho levanta (Costa, 2000:178), elas podem ser: aquela que uma personagem faz a outra, e que será respondida no próximo episódio; ou a pergunta que a personagem faz a si mesma; ou a indagação que o autor coloca ao público, através de um personagem; ou a perquirição sobre o desenrolar mediato da trama – *quem chega? quando?*; ou ainda, o gancho que serve para infletir perguntas cuja resposta transcende a trama, por exemplo, *por que sofrer tanto?*, isto é, questões a serem sopesadas pelo espectador em seu foro íntimo.

Quanto às respostas que o gancho deixa entrever que serão concedidas no episódio seguinte, Cristina Costa difere (2000:179) quatro possibilidades, segundo o grau de revelação que implicarão na seqüência: existem as que a personagem inquirida conhece e a outra não, restando o suspense em saber se revelará ou não; há a resposta que nenhum dos personagens sabe, somente o autor, e o gancho nos faz curiosos se o momento da revelação é chegado, ou será protelado; temos as respostas já conhecidas pelo público, mas não pela personagem, e o que se promete mostrar é a reação da mesma ao conhecer os fatos; e há também as citadas questões filosóficas, cuja resposta é menos importante enquanto fala da personagem, do que como elemento de construção da audiência coletiva de determinada obra ficcional televisiva.

CAPÍTULO 3

Pensaremos em cada menina
que vivia naquela janela;
uma que se chamava Arabela,
outra que se chamou Carolina.

Mas a nossa profunda saudade
é Maria, Maria, Maria,
que dizia com voz de amizade:
“Bom dia!”

Cecília Meirelles
As Meninas

ANÁLISE PARATEXTUAL DE HOJE É DIA DE MARIA

3.1. A minissérie na estante: documentos impressos sobre Hoje é Dia de Maria.

Ao iniciarmos o presente capítulo, indicando fazer uma análise para-textual à minissérie, será necessário como providência prévia dizer o que se entende por paratexto. Recorrendo a Genette (1982), veremos que a paratextualidade é uma das espécies de transtextualidade, a qual compreende, em diversos graus, tudo que coloca um texto “em relação, manifesta ou secreta, com outros textos”. (Genette, 1982:7)⁴⁸ A transtextualidade, segundo o pesquisador francês ora citado, apresenta-se em cinco variantes: a intertextualidade, que é a relação de co-presença entre dois ou mais textos, sob as formas de citação, plágio ou alusão; a metatextualidade, constituída de um liame de comentário que une um texto a outro, de que fala, sem necessariamente o citar; a hipertextualidade, consistindo em “toda relação que une um texto B (hipertexto) a um texto anterior A (hipotexto), sobre o qual ele se decalca de uma maneira que não é aquela do

⁴⁸ «tout ce qui le met en relation, manifeste ou secrète, avec d'autres textes».

comentário” (Genette, 1982:13)⁴⁹; a arquitekstualidade, que contém o tipo de implicação menos patente, uma menção infra-titular de pertinência genérica, por exemplo, de tratar-se de um romance, novela, conto, ou outra categoria; e a paratextualidade.

A paratextualidade, que nos interessa conhecer mais profundamente, ainda segundo Genette, é a relação que “no conjunto formado por uma obra literária, o texto propriamente dito mantém com o que se pode denominar seu **paratexto**: título, subtítulo, inter-títulos; prefácios, posfácios, advertências, prólogos, etc.; notas marginais, infra-paginais, finais; epígrafes; ilustrações, resenhas destinadas à imprensa; anúncios, sobrecapa, e todo tipo de outros sinais acessórios, autógrafos ou alógrafos, que dotam o texto de um emolduramento (variável) e por vezes um comentário, oficial ou especializado”. (Genette, 1982:10)⁵⁰. A partir desta conceituação, elaborada tendo em mente o texto impresso, estaremos alargando o conceito, de forma a estendê-lo, em relação ao audiovisual que contém a minissérie em estudo, a outros textos, sobre quaisquer suportes, cuja elaboração teve como ponto focal, único ou parcial, Hoje é Dia de Maria. Assim, a categoria do paratexto avançará pelas outras quatro variantes de transtextualidade, e o que nos indica a pertinência de utilizar este vocábulo em vez dos outros, é tão-só o aspecto de demarcar o texto veiculado pela emissora em sua grade, como transmissão televisiva, que será descrito no capítulo seguinte, separando-o dos demais textos que circularam na mídia, antes, durante e após a emissão, em consequência direta da concretização do produto televisual, e fazendo dele seu conteúdo temático. O próprio Genette deixa-nos à vontade para tomarmos a categoria paratextualidade de forma não ortodoxa, quando assevera:

Não se deve considerar os cinco tipos de transtextualidade como classes estanques, sem comunicação nem combinações

⁴⁹ «toute relation unissant un texte B (que j'appellerai *hypertexte*) à un texte antérieur A (que j'appellerai, bien sûr, *hypotexte*) sur lequel il se greffe d'une manière qui n'est pas celle du commentaire.»

⁵⁰ «la relation (...) que, dans l'ensemble formé par une oeuvre littéraire, le texte proprement dit entretient avec ce que l'on ne peut guère nommer que son *paratexte*: titre, sous-titre, intertitres; préfaces, post-faces, avertissements, avant-propos, etc.; notes marginales, infrapaginales, terminales; épigraphes; illustrations; prière d'insérer, bande, jaquette, et bien d'autres types de signaux accessoires, autographes ou allographes, qui procurent au texte un entourage (variable) et parfois un commentaire, officiel ou officieux.»

recíprocas. Suas inter-relações são, ao contrário, numerosas, e muitas vezes, significativas. Por exemplo, a architextualidade genérica constitui-se quase sempre, historicamente, por meio da imitação, logo como hipertextualidade; o pertencimento architextual de uma obra é muitas vezes declarado através de índices paratextuais; estes índices, eles mesmos, são traços de metatexto; e o paratexto, prefacial ou outro, contém outras formas de comentário; o hipertexto, igualmente, tem valor de comentário; o metatexto crítico concebe-se, mas não se pratica sem uma parte – muitas vezes considerável – de inter-texto citacional que o apóia; (...) a hipertextualidade, como classe de obras, é, por si mesma, um architexto genérico, ou melhor, trans-genérico. (Genette, 1982:16-17)⁵¹

Ao buscarmos na circularidade da mídia os textos que referenciamos como paratextos a Hoje é Dia de Maria, isto é, que comentam, historiam, criticam e sinalizam a existência do produto, colecionamos os indícios que permitam subsidiar a análise da textualidade na forma que nos propusemos a fazer na presente Tese, isto é, tangenciando o programa televisivo aos processos da TV e ao seu contexto de emissão. Assim fazendo, construímos um estudo de Comunicação como uma disciplina indiciária. Nesta acepção deste campo de estudos acadêmicos, segundo Braga (2007a:6) utiliza-se o paradigma indiciário cujo desdobramento é o seguinte: no estudo de casos singulares, indícios são identificados, os quais remetem a fenômenos não imediatamente evidentes. A distinção entre indícios essenciais e acidentais, seguida da articulação daqueles selecionados como pertinentes, permite chegar-se à derivação de inferências. O estudo de caso, dessa forma, gera conhecimentos a partir de realidades concretas, em direção a um plano de abstração. Articulando-se a realidade e um conjunto prévio de elaborações teóricas, após o desentranhamento das questões centrais, em nosso caso, as comunicacionais, pretende-se chegar a um novo patamar explicativo, não sobre o caso em si, mas “sobre o mundo em que aquele caso pode ocorrer”. (Braga, 2007a:15)

⁵¹ «il ne faut pas considérer les cinq types de transtextualité comme des classes étanches, sans communication ni recoupements réciproques. Leurs relations sont au contraire nombreuses, et souvent décisives. Par exemple, l'architextualité générique se constitue presque toujours, historiquement, par voie d'imitation, et donc d'hipertextualité; l'appartenance architextuelle d'une oeuvre est souvent déclarée par voie d'indices paratextuels; ces indices eux-mêmes sont des amorces de métatexte, et le paratexte, préfaciel ou autre, contient bien d'autres formes de commentaire; l'hipertexte, lui aussi, a souvent valeur de commentaire; le métatexte critique se conçoit, mais ne se pratique guère sans une part – souvent considérable – d'intertexte citationnel à l'appui; (...) l'hipertextualité, comme classe d'oeuvres, est en elle-même un architexte générique, ou plutôt transgénérique. »

O levantamento dos indícios, seguido da decisão quanto a sua relevância para o objeto e o problema de pesquisa, possibilita a construção de um modelo que “corresponde a uma descrição re-constitutiva do objeto ou situação, baseada não na soma superficial do maior número de detalhes, mas sim, em perspectiva oposta a esta, em um número reduzido de indícios relevantes”, ensina o pesquisador. (Braga, 2007a:12) Ao selecionarmos uma série de textos em livros, revistas, jornais e páginas de Internet sobre Hoje é Dia de Maria, levantamos seu paratexto, na concepção estendida da proposição de paratextualidade em Genette que adotamos, e, ao mesmo tempo, nestes textos identificamos os indícios relevantes que nos auxiliarão no estudo de caso da minissérie. Passemos a sua descrição e discussão.

Nesta seção inicial do capítulo abordaremos em primeiro lugar dois livros, por ser a imprensa o meio mais tradicional como suporte massivo. Embora sua edição tenha-se dado posteriormente à emissão da minissérie, a impressão dos livros foi conseqüência direta do sucesso do programa televisual e seu conteúdo, mais ou menos modificado, existia não publicado antes do aparecimento de Hoje é Dia de Maria na televisão. De início, analisaremos o volume contendo os roteiros das duas emissões da minissérie, publicado pela Editora Globo em 2005, e reimpresso em 2006 (Abreu; Carvalho, 2005). Quanto ao texto do roteiro propriamente dito, ocupar-nos-emos à frente (4.1), ao tempo da análise textual. A esta altura, o que nos prenderá a atenção serão os paratextos existentes nas capas da publicação.

Na última capa, cerca de meia página sob a assinatura de Affonso Romano de Sant’Anna, faz um resumo elogioso do programa, sublinhando os aspectos que são perceptíveis a quem assistiu à minissérie ou que assistirá a versão comercializada em DVD (2006) nos seguintes termos: a música, moderna e brasileira; os figurinos, deslumbrantes em sua simplicidade; atores, que “deram banho de representação”; cenários e figuras de papel e madeira, que “fascinaram mais que se houvesse a intenção de reproduzir a realidade” em sua artificialidade intencional. (Abreu; Carvalho, 2005:594) Como se percebe, o texto de apresentação, não se refere ao conteúdo do livro, o roteiro, mas ao da minissérie, o audiovisual.

Nas orelhas interiores da capa, constam notas biográficas de Luiz Fernando Carvalho, Luís Alberto de Abreu e Carlos Alberto Soffredini, a quem se atribui a autoria conjunta da minissérie, em diferentes gradações. Para prosseguir, devemos neste momento, diferenciar três versões do roteiro. A versão original, preparada por Soffredini em 1995, e não produzida pela Globo, resultaria num programa de cerca de uma hora e meia. O roteiro efetivamente produzido, que vem apresentado na versão impressa (Abreu; Carvalho, 2005), retoma a trama de Soffredini, a ela acrescentando outros personagens e, para a primeira jornada, quadruplicando a extensão. Como Soffredini já falecera há alguns anos quando se decidiu produzir a minissérie, o encarregado da revisão foi Luís Alberto de Abreu. Além do roteiro oficial preparado por este dramaturgo, há ainda o roteiro decupado, isto é, com as cenas subdivididas em indicações técnicas quanto a tomada de imagens, cortes e retomadas, e outras, que balizaram a posterior edição e montagem do audiovisual. Este terceiro documento, que muito nos revelaria se dele dispuséssemos para referenciar, é também uma versão inteiramente consignada sobre o papel, e nele, a participação do diretor Luiz Fernando Carvalho deve ter sido a dominante.

Vejamos como a publicação do roteiro oficial trouxe em pequenos paratextos biográficos a apresentação dos três co-autores. Quanto a Luiz Fernando Carvalho, informou que o diretor passou a integrar o núcleo de minisséries da Globo em 1980, trabalhando como diretor assistente em *O Tempo e O Vento* (1985) e *Grande Serão, Veredas* (1985). Na posição de diretor geral foi o responsável pelas adaptações em episódios únicos de *Os Homens Querem Paz* (1991), de Péricles Leal, *Uma Mulher Vestida de Sol* (1994), e *A Farsa da Boa Preguiça* (1995), estas últimas sobre textos de Ariano Suassuna.⁵² Esteve na direção também de novelas com estética cênica diferenciada, como *Renascer* (1983) e *Rei do Gado* (1996-1997), e da transposição do romance *Os Maias* de Eça de Queirós em minissérie (2001). Segundo a nota paratextual, “com *Hoje é Dia de Maria*, Luiz Fernando Carvalho reafirma sua pesquisa na linguagem épica, emoldurada por uma dramaturgia lírica”. (Abreu, Carvalho, 2005:1). Em entrevista publicada pela *Folha de São Paulo* por ocasião do lançamento da segunda

⁵² Acrescente-se sob a direção de Carvalho, na Globo, após *Hoje é Dia de Maria*, as minisséries, *A Pedra do Reino* (2007), também sobre material de Suassuna; e *Capitu* (2008), comemorando o centenário machadiano, a partir do romance *Dom Casmurro*.

jornada da minissérie, Luiz Fernando afirmou que, tanto na TV quanto no cinema, onde dirigiu o premiado longa-metragem *Lavoura Arcaica* (2001), o que lhe preocupa é imprimir uma tônica autoral, que permita estabelecer um diálogo sincero com o público. (Folha de São Paulo, 09/10/2005).

Quanto a Luís Alberto de Abreu, o roteirista definitivo de *Hoje é Dia de Maria*, a publicação (Abreu; Carvalho, 2005:1) informa-nos: “seus textos abordam a temática do teatro popular, especialmente a comédia popular, mas, apaixonado pela palavra levada ao palco, transita pela pesquisa e pelo experimentalismo em diferentes formas dramáticas”. Tendo já trabalhado como roteirista dos filmes *Kenoma* (1998) e *Narradores de Javé* (2001), o roteiro de *Hoje é Dia de Maria* foi sua estréia na TV. Segundo Eliane Lisbôa (2001:277), Luís Alberto de Abreu pode ser equiparado a Soffredini em construções dramáticas de maior ousadia experimental “no seu permitir-se jogar com situações alegóricas, criações não realistas, na força cômica, na desestruturação da linearidade textual”.

Finalizando a análise dos paratextos contidos na versão oficial do roteiro, vejamos a nota biográfica relativa a Carlos Alberto Soffredini. Quanto ao autor teatral, a quem a publicação delega o indicativo “da obra de”, o paratexto informa-nos que “seus textos costumam partir de pesquisas das obras de outros autores, seja de teatro, literatura, música ou até mesmo sociologia”, citando como suas fontes desde Gil Vicente, Antonio Cândido, Vicente Celestino e Amadeu Amaral, este último como pesquisador do dialeto caipira. Quanto à influência de Soffredini na minissérie, o paratexto afirma: “em *Hoje é Dia de Maria* há um estudo dialetal que revela a expressão do caipira por meio do seu universo, seus causos e seu vocabulário específico, e reafirma sua busca da oralidade na dramaturgia” (Abreu; Carvalho, 2005:594).

A indicação do pertencimento de uma obra a seus autores, além das considerações jurídicas que isso pode representar em relação a direitos sobre criações intelectuais, alerta-nos também sobre a importância que tal tipo de menção tem nos processos midiáticos em geral, e na TV, em particular. O autor, se afamado, garante a qualidade do que se vê, ou remete a um conjunto de produtos culturais de determinada espécie, como parece ter sido o caso nos paratextos a *Hoje é Dia de Maria*. Jost, por exemplo, para sublinhar a função da referência explícita à autoria de uma obra, recorre à elaboração foucaultiana, que

nos parece esclarecedora, e aqui a reproduzimos, antes de adentrarmos ao comentário da obra autoral de Soffredini:

O nome do autor funciona para caracterizar um determinado modo de ser do discurso. O fato de um discurso ter um nome de autor, o fato de se poder dizer que isto é escrito por qualquer um ou que qualquer um é o autor indica que esse discurso não é uma fala cotidiana, indiferente, uma fala que passa, uma fala imediatamente consumível, mas trata-se de uma fala que deve ser recebida de um determinado modo e que deve numa determinada cultura receber um determinado estatuto.⁵³ (Foucault, 1969:83, *apud* Jost, 2003:97/143)

Quanto à transtextualidade, para permanecermos na terminologia de Genette, entre a obra de Soffredini e a minissérie, algumas considerações precisam ser feitas. As principais características da obra teatral do autor, segundo Lisbôa (2001), são ligadas à forma de construir suas temporalidades e de imprimir teatralidade ao texto, isto é, mesmo quando se lê uma de suas peças, de imediato visualiza-se a cena. Quanto à temporalidade, na obra do dramaturgo santista, Lisbôa assevera:

O contraponto temporal, entre passado e presente, progride até chegar-se ao cruzamento de um espaço/tempo indefinido, existindo unicamente o tempo-espaço da ficção cênica que tudo abarca. A temporalidade em Soffredini é assim uma construção que parte do tempo interior do autor e do tempo do personagem, e são essas temporalidades que vão circunscrever e determinar a temporalidade da narrativa. (Lisbôa, 2001:38)

Soffredini rompe com a forma naturalista e com o psicologismo em cena, informa a pesquisadora, imprimindo a seus textos diversidade e complexidade em vários gêneros e estilos, atingindo “uma narrativa lírica sob forma dramática” (Lisbôa, 2001:46). Embora, na análise de suas peças perceba-se também na construção de suas rubricas (indicações sobre a interpretação) certa expressão poética a partir das imagens propostas, a teatralidade em Soffredini transparece ainda mais nos diálogos dos personagens:

⁵³ Tradução de Duarte e Castro para: «le nom d'auteur fonctionne pour caractériser un certain mode d'être du discours: le fait, pour un discours, d'avoir un nom d'auteur, le fait que l'on puisse dire 'ceci est écrit par Untel' ou 'Untel en est l'auteur', indique que ce discours n'est une parole quotidienne, indifférente, consommable, mais qu'il s'agit d'une parole qui doit être reçue sur un certain mode et qui doit, dans une culture donnée, recevoir un certain statut».

As falas em Soffredini são ditas, trazem a marca da oralidade, e, mais que isso, trazem a cena em si. É mesmo através delas, muito mais do que das rubricas do autor, que a dinâmica da cena é traçada. Além das falas, o encadeamento das situações, a lógica estrutural do texto conduzem-nos também sempre ao palco". (Lisbôa, 2001:47)

O aspecto da alusão a outros autores, como retomada e reinvenção de personagens e situações dramáticas, dá-se no nível da paráfrase, ou seja, como extensão do texto anterior, retomando-lhe o sentido, mas não a forma. Seriam então três eixos fundamentais na criação teatral de Soffredini, e que, presentes em *Hoje é Dia de Maria*, poderiam justificar a filiação da minissérie ao conjunto de sua obra: a preferência pela linguagem oral como constituinte dos personagens e das situações cênicas; o entrecruzar de tempo e espaço – consignado num tempo-espaço único que se presentifica na cena; e a concisão poética, que confere aos textos sua densidade dramática.

Por outro lado, se observarmos as mais de vinte peças escritas por Carlos Alberto Soffredini, apenas duas têm temática próxima à de *Hoje é Dia de Maria*. Em *Vem Buscar-me que Ainda Sou Teu* (1979), o drama é ambientado num circo-teatro, atividade cujo desaparecimento é iminente. Em *Na Carrêra do Divino* (1979), credices populares e a cultura caipira, parafraseadas da obra *Parceiros do Rio Bonito*, de Antonio Cândido, ambientam a narrativa que trata do impacto das práticas capitalistas na vida da roça. As demais peças do autor tratam de questões localizadas em ambientes urbanos. Dizer, portanto, que *Hoje é Dia de Maria* é baseada em sua obra, como conjunto, não é pertinente.

Há, entretanto, um aspecto que atravessa toda a obra soffrediana, independente dos espaços-tempos de cada uma das peças, e que chegou intacto à minissérie. Trata-se da colocação dos personagens na posição de figuras. Ao fazê-lo, conforme explica Lisbôa, o teatrólogo delinea seus personagens-figuras, sem precisar traços particulares, mas posicionando-os estruturalmente nas relações com os demais personagens e em favor da lógica da ação: "seus personagens são arquetípicos ou representam um grupo social, um meio" (Lisbôa, 2001:270). Soffredini foge do modelo protagonico, em que um herói catalisa a ação, concedendo a muitas figuras peso equivalente. Introduz personagens

fantásticos ou lendários junto às figuras-tipos e ainda desdobra estas figuras em personagens duplos e triplos “com características complementares, quer contraditórias, quer de proximidade” (Lisbôa, 2001:241). Os personagens desdobrados apresentam-se em conjunto, dividindo as falas; ou alternadamente, diversificando os rostos de uma mesma figura.

Vejamos, para o roteiro original de Hoje é Dia de Maria (Soffredini, 1995:61-62) no quadro seguinte, como tal espécie de construção dos personagens fora prevista:

Núcleo espaço-temporal na narrativa	Figura/personagem	Desdobramentos
No sítio	MARIA MADRATA PAI de Maria JOANINHA VÓ NENÊ CRIANÇAS	CAVEIRA-DE-MAMÃO De várias idades
Na Estrada	EXECUTIVO I HOMEM FAMÍLIA que procura o ladrão da noite MULHER QUE PASSA	EXECUTIVO II Maltrapilho, Defunto, Mendigo, Mascate, Nho Príncipe, Pássaro Incomum, Homem-de-Olhar Triste PAI, MÃE, FILHO MAIOR, outros QUATRO FILHOS
Na Fazenda	A BÓIA-FRIA FAZENDEIRO MÚSICOS DANÇARINOS	Bóias-frias na fila para o trabalho Bóias-frias na vilinha e na ciranda Família Orquestra de Baile Mascarados

Quadro nº. 6: Figuras em Hoje é Dia de Maria, roteiro original.

Quando encetarmos a descrição do roteiro efetivo de Hoje é Dia de Maria, mais à frente, (4.1), teremos ocasião de perceber a permanência desta característica do texto original de Soffredini (e de sua obra), - qual seja, a construção dos personagens como figuras dotadas das qualidades típicas de uma faixa etária, de certa posição social ou relação de gênero, de ocupação ou profissão, e assim por diante. Mesmo os personagens acrescidos por Abreu

significaram outras replicações aos já propostos originalmente por Soffredini, ou a introdução de novos grupos figurativos, de interesse narrativo, delineados segundo os mesmos procedimentos de realce dos traços actanciais, preterindo-se características por demais individualizantes.

Outro documento impresso que nos cabe referenciar na qualidade de paratexto a Hoje é Dia de Maria, é o livreto que acompanha a edição da minissérie em DVD (Sales, 2006). Neste pequeno documento de 14 páginas, o material fotográfico excedeu em muito o espaço destinado aos textos incorporados. Trouxe-nos, entretanto, um conjunto de assertivas, que nos subsidiam a análise, na qualidade de indícios para o entendimento do produto televisual. Inicialmente, página subscrita por analistas junguianos⁵⁴, contém afirmações quanto ao conteúdo psicológico da obra: “o que é importante e verdadeiro é universal. Sua mensagem é o esforço humano para manter vivos o amor e a esperança, apesar de tudo” (Sales, 2006:3) A viagem de Maria, da inocência à maturidade, com o conseqüente enfrentamento da vida moderna de corrupção e sofrimento, teria seu consolo na poesia com que foi contada a história, na exposição da “imaginação que goteja da alma popular pela palavra e pela música de nossa gente”, segundo os especialistas (Sales, 2006:3).

Estas afirmações dos *experts* funcionam como testemunhos. Apresentar no paratexto sua titulação é uma estratégia para promover o adensamento das possibilidades de crença em relação ao que vem descrito. A função dos testemunhos, segundo Jost (2004:92), seria a de autenticar uma informação já dada, e suas falas permitiriam que percebamos que visão de mundo o meio de comunicação em questão veicula. O mesmo livreto incluiu entrevistas com Luiz Fernando Carvalho, referentes às primeira e segunda jornadas. Na posição de diretor do audiovisual, tem também voz plena de credibilidade para colocar afirmações. Em nosso caso de estudo, na qualidade de paratextos, os testemunhos e as declarações do diretor significam para nossa análise indícios dignos de atenção, pois sinalizam aspectos do audiovisual que a emissora/produtora julgou relevantes realçar. Vejamos então, as afirmações de Carvalho:

⁵⁴ Carlos Byington, médico psiquiatra e Maria Helena M. Guerra, mestre em psicologia (Sales, 2006)

A minissérie constituiria sua tentativa de reaproximação da infância, isto é, de um tipo de infância que não é o que vivem as crianças hoje. E que a própria televisão trata de inviabilizar, acrescentaríamos nós. Ao fazê-lo, Carvalho, buscou construir uma “afirmação do inconsciente brasileiro com a liberdade de não ser regionalista” (Sales, 2006:5). O diretor tratou de revelar a ancestralidade da cultura, ao utilizar-se de arquétipos, que estariam “à espera de reencarnar para continuarem suas missões éticas e estéticas” (Sales, 2006:4). Revela na entrevista relativa à primeira jornada que para isso esmerou-se na escolha do elenco, a partir de observações que fez ao longo dos anos, privilegiando atores que são artistas, e contando ainda com o auxílio da Providência Divina (Sales, 2006:6). Ao trabalhar com o imaginário popular, tentou, “devolver ao Brasil o fruto que o próprio povo semeou em meio à sua formação” (Sales, 2006:7).

Os testemunhos apresentados nos paratextos, com as opiniões daqueles que os subscreveram, uma vez colecionados segundo a gama de interesses de quem fez circular o produto cultural, sinalizam alguns caminhos de leitura do audiovisual, condicionando nossa percepção. Predispõem-nos a prestar atenção a determinados detalhes, em detrimento de outros. Se acusamos, ao perceber tais detalhes, a veracidade das afirmações dos *experts*, sua missão terá sido bem sucedida. Se discordamos, talvez não sejamos o tipo de público-alvo específico a quem o produto foi preferencialmente dirigido.

Com essas citações paratextuais quisemos ilustrar o tipo de discurso sobre a minissérie que foi circularizado nas mídias paralelas como comentários e antecipações, e que depois acabaram por compor documentos impressos. A análise de outros exemplos desta sorte de afirmações dar-se-á nas seções relativas às promessas destinadas a captar audiência para Hoje é Dia de Maria (3.3 e 3.4). Antes, porém, faremos uma digressão, na seção seguinte, de forma a localizar na grade de emissões, no palimpsesto da emissora, o acontecimento da minissérie, e o que isso representou como tensionamento entre a rede emissora, Globo, e suas concorrentes, entendendo o conjunto de programas televisuais apresentados numa mesma temporalidade como uma grande textualidade em que é necessário eleger qual página assistir.

3.2. Embreamentos e tensões na grade de programação: Hoje é Dia de Maria e as emissoras concorrentes.

A primeira emissão de Hoje é Dia de Maria foi realizada em oito episódios, exibidos nas noites de terças a sextas-feiras em Janeiro de 2005. A audiência alcançada foi, em média, de 36 pontos, o que se considerou um excelente resultado para o horário. O acolhimento positivo do programa foi notável também a despeito da variação dos horários de início dos capítulos, fato ligado à sua inserção na grade obedecendo à lógica de programação em bloco. Como se sabe, o final da tarde e o início da noite, na Rede Globo, são faixas horárias com programação bastante estável ao longo dos anos. O grande bloco – novela das seis + jornal regional + novela das sete + jornal nacional + novela das nove – é praticamente invariável. As emissões posteriores à telenovela da noite são as que contêm mudanças diárias de gêneros e extensão, segundo lógicas semanais e sazonais: o tabuleiro dos formatos é acionado. O mês de Janeiro tem como característica a ausência de dois tipos de programas presentes em outros períodos do ano, quais sejam, as séries brasileiras de mostra semanal de episódio independente; e as transmissões ao vivo de jogos de futebol. As emissões das séries são interrompidas no verão, retornando após o Carnaval aquelas com boa aceitação pela audiência. Coincidentemente, os campeonatos de futebol têm seus desfechos nas últimas semanas do ano e não retornam durante as férias de verão. A Rede Globo tem escalado para composição da grade em substituição aos programas citados, buscando evitar a simples reemissão de produtos de estoque, o que não se coaduna com sua imagem de produtora, a apresentação de minisséries e da versão brasileira do programa de tele-realidade mais famoso, o Big Brother, que já alcança nove edições anuais.

As estréias do Big Brother Brasil 5 e da minissérie Hoje é Dia de Maria ocorreram na mesma semana, respectivamente em 10 e 11 de Janeiro de 2005. Já na semana seguinte ao final da minissérie, a Globo estreou outra produção do mesmo subgênero, Mad Maria, de autoria de Benedito Rui Barbosa, dirigida por Ricardo Waddington, que se estendeu de 25 de Janeiro a 25 de Março. O Big Brother foi encerrado em 29 de Março. Portanto, apenas durante os fins de semana e nos últimos dias não houve proximidade na grade entre os formatos de

tele-realidade e minissérie. Tal combinação sazonal evidencia a opção pelas estratégias de *leading*, descritas acima. Com o *lead-in*, condicionou-se aos interessados em assistir à minissérie a acompanhar trechos do Big Brother. Pela técnica do *lead-off*, o outro lado da moeda, quis-se estender a audiência dos interessados no formato de tele-realidade ao programa que lhe seguiu. Levando em consideração que a primeira semana do Big Brother é de pouco impacto, tendo em vista que o público ainda não se afeioou aos candidatos, os quais, apenas sondam o terreno para maiores expansões pessoais, concluímos que a colocação de produções tão caras e elaboradas como as minisséries apresentadas em 2005 após aquele programa, teve o intuito de auxiliar a fidelização da audiência do mesmo.

A seguir, analisaremos em detalhes, comparativamente, as grades de programação das principais emissoras captáveis como canais abertos, tendo como parâmetro a capital de São Paulo, cidade onde é feita usualmente a medição de audiência do IBOPE. Os dados de programação são aqueles indicados na sessão Folha Ilustrada do Jornal Folha de São Paulo, de 11 a 14 e de 18 a 21 de Janeiro de 2005, referentes às emissoras, Globo, Cultura, SBT, Record, Rede TV, Gazeta, Bandeirantes, Rede 21, CNT e Rede Vida. Neste cotejo, a Rede Globo é a rede de referência, e a programação das demais não costuma representar grande ameaça a seus índices de audiência consolidados para o horário observado. O que buscamos perceber, então, é a distribuição dos programas segundo subgêneros, perguntando-nos se houve oferta paralela ou competitiva entre as emissoras no mesmo período, e das possíveis variações segundo os dias da semana, sempre no intuito de melhor conhecer as lógicas que presidem a produção e apresentação das minisséries.

A duração dos capítulos de Hoje é Dia de Maria foi a mesma nas oito noites, 45 minutos, em média, mas o horário de início sempre se deu com variações. Na terça-feira, dia 11, a partir das 22h30, data em que começou mais cedo, o primeiro episódio buscou captar ainda o público remanescente do bloco principal da programação noturna. Na seqüência, o momento inicial foi-se tornando mais tardio, o que reforça a interpretação quanto à ligação em bloco com o BBB: às 22h45, na quarta e quinta-feira, 12 e 13; às 23h10, na sexta-feira 14; às 23h05, na terça-feira da semana seguinte, em 18 de Janeiro; às 23h00 na

noite de 19 e 22h50, em 20 de Janeiro. O episódio final foi o mais tardio, começando às 23h15 da sexta-feira 21, e estendendo-se até a meia-noite. Do que se conclui que o conjunto da emissão se deu predominantemente na faixa entre as 23 e zero horas.

A programação semanal da Globo no mês de Janeiro de 2005 teve encaixes bastante variados na grade do período da noite, demonstrando a lógica própria de programação desenvolvida pela emissora ao longo dos anos. Assim, a segunda-feira é comumente destinada à apresentação de um filme de longa metragem, proveniente no mais das vezes de produtoras norte-americanas. Neste dia da semana não há apresentação de capítulos de minisséries. Na primeira semana analisada, a segunda-feira 10 de Janeiro, entretanto, não contou com o tradicional filme de apelo popular, mas com o episódio de estréia do Big Brother. Na segunda semana que estudamos, o horário da noite de segunda-feira foi ocupado pela mastodôntica produção americana Jurassic Park 3, lançada nos cinemas em 2001, contemplando conflitos entre humanos e dinossauros, à maneira hollywoodiana.

No tríduo formado por terças, quartas e quintas-feiras, o esquema de programação foi o mesmo nas duas semanas – Big Brother + Minissérie + Jornal da Globo. Quanto mais extensa foi a apresentação do BBB, mais tardio o início de Hoje é Dia de Maria. Fez-se, portanto, uma composição genérica de opostos, apostando no telespectador de gosto eclético: tele-realidade, ficção, informação.

Às sextas-feiras, inseriu-se no bloco de programas um documentário, Globo Repórter, entre o Big Brother e a minissérie. Em consequência, o formato de tele-realidade nessas noites da semana teve sua emissão muito reduzida, para cerca de dez minutos, e a minissérie iniciou um pouco mais tarde. Cabe perguntar por que o Globo Repórter não obedece ao esquema de descanso sazonal dos demais formatos semanais de noite na Globo. Possíveis respostas seriam a antiguidade do programa, com forma e apresentador já estabilizados perante a audiência, e a variação de conteúdos própria à emissão, que evita o fastio do telespectador. De forma que, com a possibilidade de temáticas muito variadas para os diversos momentos do ano, mantém-se fixa a casa horária do programa. Nas semanas que analisamos, a temática do Globo Repórter dividiu-se entre uma emissão de caráter científico, o tratamento de doenças incuráveis pelas células-

troncos (14/01) e outra de aventura (*sic*), sobre os garimpeiros do Brasil, quanto ganham e os riscos que correm (21/01). Nada muito próximo ou ameaçador ao cotidiano dos telespectadores.

Para analisarmos em cotejo as grades das principais emissoras, optamos por agrupar os diversos programas segundo os seguintes códigos de cores, para mais fácil visualização:

Tipo de programa	código
Hoje é dia de Maria	HDM
Filme ou telefilme	F
Policia	P
Sitcom	S
Programa de auditório	A
Revista Eletrônica	RE
Quiz (adivinhações)	Q
Comédia	C
Telejornal	TJ
Documentário/Debates/Educativo/Entrevista	D
Esporte	E
Religioso	R
Televentas	V
Tele-Realidade	TR

Quadro nº. 7: tipos de programas veiculados em Janeiro de 2005.

Os programas de caráter ficcional foram agrupados em tons de azul, e diferenciados segundo a espécie do enredo apresentado, e sua extensão, unitária ou serializada: Filmes e telefilmes (F), séries policiais (P), *sitcoms*, comédias de situação e outras séries americanas de emissão semanal (S), além de um código específico para Hoje é Dia de Maria (HDM).

O grupo de programas ligados ao entretenimento, com presença de auditório em estúdio (A), comportando também as revistas eletrônicas (RE), as emissões do tipo concursos que combinam sorte e conhecimentos – conhecidos pelo vocábulo alemão *Quiz* (Q) e os formatos nacionais de comédia (C), ancorados em apresentadores e personagens recorrentes, foram indicados em tons de rosa.

Os códigos de tons amarelos indicam noticiários, entrevistas cara-a-cara, debates com vários comentadores e documentários, isto é, os programas de caráter informativo (D). Outras emissões, em que a televisão interveio mais como

aproximadora espacial dos conteúdos a públicos específicos, foram identificadas nas cores vermelho, para transmissões esportivas ao vivo, sem debates (E); marrom, programas religiosos (R); e cinza, para as emissões de televidas (V). Os episódios do Big Brother foram codificados em verde, sob o indicativo de Tele-Realidade (TR).

Na noite de estréia (11 de Janeiro), a concorrência a Hoje é Dia de Maria, como demonstra o quadro a seguir, deu-se em oposição a três emissões informativas (na TV Cultura, Observatório da Imprensa e Conjuntura Econômica; e na Rede Vida, Tribuna Independente); dois telefilmes (SBT e Rede 21); duas sessões de televidas (Gazeta e CNT); uma emissão em bloco de séries policiais americanas (Record); dois programas de entretenimento (Superpop, na Rede TV; e Boa Noite Brasil, na Bandeirantes). Confluência parcial deu-se com programa religioso e comédia:

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h30	HDM	D	F	P	A	R	A	F	V	D
22h35	HDM	D	F	P	A	R	A	F	V	D
22h40	HDM	D	F	P	A	R	A	F	V	D
22h45	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
22h50	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
22h55	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
23h00	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
23h05	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
23h10	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D

Quadro nº. 8: Grades noturnas de terça-feira, 11 de Janeiro de 2005.

Na noite seguinte, 12 de Janeiro, o quadro comparativo é praticamente o mesmo, com a exceção de que no SBT, ao invés de filme, foram apresentadas em seqüência três séries americanas e a Record optou por filmes:

		CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h45	HDM	D	S	F	A	V	A	F	V	D
22h50	HDM	D	S	F	A	V	A	F	V	D
22h55	HDM	D	S	F	A	V	A	F	V	D
23h00	HDM	D	S	F	A	V	A	F	V	D
23h05	HDM	D	S	F	A	V	A	F	V	D
23h10	HDM	D	S	F	A	V	A	F	V	D
23h15	HDM	D	S	F	A	V	A	F	V	D
23h20	HDM	D	S	F	A	V	A	F	V	D
23h25	HDM	D	S	F	A	V	A	F	V	D

Quadro nº. 9: Grades noturnas de quarta-feira, 12 de Janeiro de 2005.

A grade da quinta-feira (13 de Janeiro), é bastante semelhante às anteriores, havendo novamente inversão entre SBT e Record: telefilme na primeira; policial e comédia (Show do Tom) na segunda.

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h45	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
22h50	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
22h55	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
23h00	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
23h05	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
23h10	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D
23h15	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D
23h20	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D
23h25	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D

Quadro nº. 10: Grades noturnas de quinta-feira, 13 de Janeiro de 2005.

A sexta-feira, como explicitado acima, é atípica na construção do bloco noturno da Globo. Também em outras emissoras houve variações. Na TV Cultura, a primeira sessão do bloco tem característica mais próxima aos programas de entretenimento, com o formato Conexão Roberto D'Ávila. A Record incluiu transmissão de jogo de futebol do campeonato mundial Sub-20. A Bandeirantes apresentou no segmento mais tardio documentário espetaculoso, Vídeos Incríveis. E o agendamento de Hoje é Dia de Maria após as 23 horas, causou coincidência parcial com o telejornal da Rede TV, Leitura Dinâmica:

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
23h10	HDM	A	F	E	C	V	A	F	V	D
23h15	HDM	A	F	E	C	V	A	F	V	D
23h20	HDM	A	F	E	C	V	A	F	V	D
23h25	HDM	A	F	E	C	V	A	F	V	D
23h30	HDM	A	F	E	C	V	D	F	V	D
23h35	HDM	D	F	E	C	V	D	F	V	D
23h40	HDM	D	F	E	TJ	V	D	F	V	D
23h45	HDM	D	F	E	TJ	V	D	F	V	D
23h50	HDM	D	F	C	TJ	V	D	F	V	D

Quadro nº. 11: Grades noturnas de sexta-feira, 14 de Janeiro de 2005.

A segunda semana de apresentação da minissérie apresentou poucas variações de grade em relação à precedente. Na terça-feira (18 de Janeiro), houve maior tempo de coincidência com o Show do Tom, na Record, e com o informativo Conjuntura Econômica na Cultura:

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
23h05	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
23h10	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D
23h15	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D
23h20	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D
23h25	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D
23h30	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D
23h35	HDM	TJ	F	C	A	V	A	F	V	D
23h40	HDM	TJ	F	C	A	V	A	F	V	D
23h45	HDM	TJ	F	C	TJ	V	A	F	V	D

Quadro nº. 12: Grades noturnas de terça-feira, 18 de Janeiro de 2005.

A quarta-feira, 19 de Janeiro, viu o retorno das séries americanas no SBT, e de transmissão esportiva na Record:

		CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
23h00	HDM	D	S	C	A	V	A	F	V	D
23h05	HDM	D	S	C	A	V	A	F	V	D
23h10	HDM	D	S	C	A	V	A	F	V	D
23h15	HDM	D	S	C	A	V	A	F	V	D
23h20	HDM	D	S	C	A	V	A	F	V	D
23h25	HDM	D	S	E	A	V	A	F	V	D
23h30	HDM	D	S	E	A	V	A	F	V	D
23h35	HDM	D	S	E	A	V	A	F	V	D
23h40	HDM	D	S	E	A	V	A	F	V	D

Quadro nº. 13: Grades noturnas de quarta-feira, 19 de Janeiro de 2005.

Na noite de 20 de Janeiro, quinta-feira, identificou-se a permanência dos mesmos gêneros em cada uma das emissoras durante todo o capítulo de Hoje é Dia de Maria, e, comparativamente aos demais dias da semana, a exceção quanto à repetição dos formatos foi a transmissão de futebol na Record:

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h50	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D
22h55	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D
23h00	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D
23h05	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D
23h10	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D
23h15	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D
23h20	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D
23h25	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D
23h30	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D

Quadro nº. 14: Grades noturnas de quinta-feira, 20 de Janeiro de 2005.

A grade da sexta-feira, 21, data do último capítulo, é bastante semelhante à da semana anterior, ocorrendo diferenças somente quanto à escalação de filme no lugar do esporte, na Record, e o início da transmissão da minissérie um pouco mais tarde:

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
23h15	HDM	A	F	F	C	V	A	F	V	D
23h20	HDM	A	F	F	C	V	A	F	V	D
23h25	HDM	A	F	F	C	V	A	F	V	D
23h30	HDM	A	F	F	C	V	D	F	V	D
23h35	HDM	D	F	F	C	V	D	F	V	D
23h40	HDM	D	F	F	TJ	V	D	F	V	D
23h45	HDM	D	F	F	TJ	V	D	F	V	D
23h50	HDM	D	F	C	TJ	V	D	F	V	D
23h55	HDM	D	F	C	TJ	V	D	F	V	D

Quadro nº. 15: Grades noturnas de sexta-feira, 21 de Janeiro de 2005.

A análise das grades das diversas emissoras pode ser resumida nas seguintes constatações: algumas emissoras têm programação idêntica em todas as noites da semana. Trata-se de atingir público específico, ou da venda de horários a terceiros, ou ainda de formatos ancorados na performance de apresentadores, destinados a ocupar a casa horária diariamente, providenciando conteúdo diferente a cada noite, dentro da proposta de cada programa. São os casos, nesta análise, da TV Gazeta e do CNT com programas de tele vendas e leilões via telefone; da Bandeirantes, com o Boa Noite Brasil, programa de

variedades capitaneado por Gilberto Leão; da Rede 21 e do SBT que apresentaram, todas as noites, ficção norte americana, filmes ou séries; e da Rede Vida, com seus programas de entrevistas.

A grade da Rede Cultura, embora sempre com uma coloração informativa, apresentou variações de conteúdo. Combinou a revista eletrônica Metrópolis, de emissão diária, com outros documentos, tais como Observatório da Imprensa e Conjuntura Econômica (terças-feiras); Diálogo Brasil e Projeto Brasil (quartas-feiras); Cartão Verde e Repórter Eco (quintas-feiras); Conexão Roberto D'Ávila e Mestres da Literatura (sextas-feiras).

As redes que apresentaram instabilidade na programação, com inversões de subgêneros, além da própria Globo, querendo talvez captar audiência específica, foram a Record e a Rede TV. No caso desta última, a variação consistiu na maior ou menor extensão do programa Superpop, seguido às sextas-feiras pela comédia Pânico na TV, e diariamente pelo Telejornal Leitura Dinâmica. A TV Record, com maior cobertura nacional, é que poderia no carrossel de subgêneros que ofereceu, opor alguma concorrência a Hoje é Dia de Maria, alternando séries policiais, comédia e transmissões esportivas.

O seguinte quadro resume o embate inter-genérico nas oito noites analisadas, segundo o número de programas subseqüentes e seus respectivos subgêneros:

HDM versus	11	12	13	14	18	19	20	21
	terça	quarta	quinta	sexta	terça	quarta	quinta	sexta
Ficção	3	4	2	2	3	3	1	3
Informação	2	2	3	5	6	4	3	6
Entretenimento	3	2	3	4	2	3	2	3
Vendas	2	2	2	2	2	2	2	2
Esportes	0	0	0	1	0	1	1	0
Religioso	1	1	0	0	0	0	0	0
TOTAL	11	11	10	14	13	13	9	14

Quadro nº. 16: do embate inter-genérico.

Podemos notar que houve semelhanças entre os dias correspondentes nas duas semanas. Enquanto as quintas-feiras apresentaram uma menor variação no número de formatos na grade, as sextas-feiras foram as noites de maior variedade. Terças e quartas-feiras tiveram um número médio de atrações, embora não se possa falar em diferenças estruturais acentuadas nas oito noites analisadas. O que vemos é a clássica divisão entre formatos de fluxo e de estoque. Entre os primeiros, vamos considerar toda a gama de programas apresentados em que a televisão foi a plataforma de emissão, lugar onde se organizou e aconteceu o fluxo televisivo. Teríamos aqui os formatos informativos, de entretenimento, vendas, esportes e religiosos. Predominância do “ao vivo”, ou do editado contendo interação com a platéia em estúdio.

Os formatos de estoque, aqueles previamente produzidos, escalonáveis em grades de programação segundo lógicas que variam de emissora a emissora, especialmente no caso daqueles programas comercializados em escala mundial, apareceram no conjunto das noites analisadas representados pelas emissões de ficção. Assim, tivemos duas espécies mais gerais de embates inter-genéricos durante a emissão de Hoje é Dia de Maria em Janeiro de 2005: o embate entre programas de gêneros distintos, e aquele que se deu entre os formatos ficcionais.

O concurso entre os programas ficcionais e os demais, regeu-se pela preferência dos telespectadores, certamente condicionada pelos conteúdos apresentados por cada uma das emissoras, anunciados em diversos momentos nos diferentes canais, e concretizados em emissões televisuais de tons diversos. A preferência do público brasileiro por programas de ficção é conhecida, reservando a rede de referência boa parte de seu horário nobre a tais formatos. Parece, portanto, mais significativo o embate acontecido nas grades entre as emissões ficcionais, e que se resumiu no seguinte: o formato de ficção nacional (preludiado pelo Big Brother) *versus* os seriados e filmes norte-americanos. Numa outra escala, equivale dizer, a escolha colocou-se entre produtos unitários (telefilmes) e serializados (séries e minissérie). E, no caso destes últimos, o embate deu-se entre os formatos de aparecimento semanal (seriados), e o de seqüencialização diária (minissérie); isto é, enredos independentes *versus* história interrompida diariamente, e retomada no episódio seguinte. Nesta espécie de

composição seriada, o primeiro capítulo tem papel fundamental como paradigma de emissão e condutor do interesse a ser renovado a cada noite.

Um outro aspecto que cabe observar no comparativo das grades é o da tensão nos minutos de passagem entre o programa precedente e a minissérie, ocasião em que se poderia ter mudado para outro canal, em especial se, concomitantemente, começavam outras emissões nas redes concorrentes. Vejamos como se deram as operações nas grades, dez minutos antes e dez minutos depois do início de Hoje é Dia de Maria. Na noite de estréia, 11 de Janeiro, a minissérie começou coincidindo com Observatório de Imprensa (Cultura), Boa Noite Brasil (Bandeirantes), e o filme Expresso para o Inferno (Rede 21). Considerando que, do ponto de vista de cobertura nacional e audiência, a TV Bandeirantes seria entre as três a melhor estruturada a concorrer com a Globo, podemos concluir que a possibilidade de escolha, se houve interesse em mudar, deu-se entre o formato ficcional e o de entretenimento:

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h20	TR	RE	F	P	A	R	Q	TJ	V	D
22h25	TR	RE	F	P	A	R	Q	TJ	V	D
22h30	HDM	D	F	P	A	R	A	F	V	D
22h35	HDM	D	F	P	A	R	A	F	V	D

Quadro nº. 17: início de programas, terça-feira, 11 de Janeiro de 2005.

Nas demais noites de apresentação da minissérie, o horário de início foi sendo avançado para mais tarde, como já anotamos acima, e quase não houve coincidências de casas horárias iniciais. Se houve troca de canais, estas se deram, por exemplo, em virtude de *zapping*, em especial durante os intervalos comerciais. Vejamos os quadros referentes às noites de 12 e 13 de Janeiro:

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h30	TR	D	S	F	A	R	A	F	V	D
22h35	TR	D	S	F	A	R	A	F	V	D
22h40	HDM	D	S	F	A	R	A	F	V	D
22h45	HDM	D	S	F	A	V	A	F	V	D

Quadro nº. 18: início de programas, quarta-feira, 12 de Janeiro de 2005.

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h30	TR	D	F	P	A	R	A	F	V	D
22h40	TR	D	F	P	A	R	A	F	V	D
22h45	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
22h50	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D

Quadro nº. 19: início de programas, quinta-feira, 13 de Janeiro de 2005.

Programas de entrevistas e de entretenimento, conforme os assuntos tratados durante a emissão, são mais sujeitos à mudança de canal do que os formatos ficcionais, que demandam atenção continuada para entendimento da trama. Dessa forma, vemos que determinada porção dos telespectadores poderia ter estado cativa de outros enredos, ou ainda da transmissão esportiva, na noite de sexta-feira, a qual, apresentada em fluxo, tem término pré-determinado segundo as regras do esporte, o que ocorre em ponto fixo da grade, conhecido de ante-mão pelo telespectador:

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
23h00	D	A	F	E	A	V	A	F	V	D
23h05	D	A	F	E	C	V	A	F	V	D
23h10	HDM	A	F	E	C	V	A	F	V	D
23h15	HDM	A	F	E	C	V	A	F	V	D

Quadro nº. 20: início de programas, sexta -feira, 14 de Janeiro de 2005.

A grade da noite da terça-feira seguinte (18 de Janeiro) teve variação mínima, anotada coincidência de início apenas com uma emissão de comédia:

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h55	TR	D	F	P	A	V	A	F	V	D
23h00	TR	D	F	P	A	V	A	F	V	D
23h05	HDM	D	F	P	A	V	A	F	V	D
23h10	HDM	D	F	C	A	V	A	F	V	D

Quadro nº. 21: início de programas, terça-feira, 18 de Janeiro de 2005.

Nas demais noites (19 a 21 de Janeiro), restou estabilizada a concorrência em bloco – o conjunto Big Brother + Hoje é Dia de Maria, *versus* formatos iniciados em horários diferentes nas demais emissoras:

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h45	TR	D	S	C	A	V	A	F	V	D
22h50	TR	D	S	C	A	V	A	F	V	D
22h55	HDM	D	S	C	A	V	A	F	V	D
23h00	HDM	D	S	C	A	V	A	F	V	D

Quadro nº. 22: início de programas, quarta-feira, 19 de Janeiro de 2005.

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h40	TR	D	F	E	A	V	R	F	V	D
22h45	TR	D	F	E	A	V	A	F	V	D
22h50	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D
22h55	HDM	D	F	E	A	V	A	F	V	D

Quadro nº. 23: início de programas, quinta-feira, 20 de Janeiro de 2005.

	GLB	CULT	SBT	REC	RTV	GAZ	BAN	R21	CNT	VID
22h40	D	A	F	F	C	V	A	F	V	D
22h45	D	A	F	F	C	V	A	F	V	D
22h50	HDM	A	F	F	C	V	A	F	V	D
22h55	HDM	A	F	F	C	V	A	F	V	D

Quadro nº. 24: início de programas, sexta-feira, 21 de Janeiro de 2005.

Nas noites finais da serialização, codificadas acima, com mais da metade da minissérie já apresentada, compreende-se que o público já estaria suficientemente consolidado para retornar aos capítulos finais, independentemente dos programas propostos pela concorrência, na expectativa de conhecer a conclusão da obra ficcional.

3.3. Interface com a publicidade e as promessas específicas na aquisição dos patrocínios a Hoje é Dia de Maria.

O modelo de televisão comercial vigente no Brasil, segundo a pesquisadora Maria Lília Dias de Castro, tem seu funcionamento regulado pelo consumo, isto é, depende-se da conquista da audiência, que reverte em lucratividade, a qual permite a sustentabilidade do fazer televisual. Assim, a televisão configura um duplo papel: “tanto divulga produtos de outros anunciantes (na condição de veículo), como assume a posição de anunciante em relação a seus próprios produtos (na condição de empresa)” (Castro, 2006:211). Vejamos o que podemos resgatar, em relação a Hoje é Dia de Maria, tendo em vista esta dupla inflexão da publicidade na TV:

A Rede Globo, emissora de referência para a televisão brasileira, e a que nos cabe referenciar em certos momentos no decorrer desta Tese, mantém em seu site um conjunto de páginas virtuais destinadas à comercialização dos tempos televisuais em que serão apresentadas as peças publicitárias de seus anunciantes, entre ou no interior dos programas.⁵⁵ Sob o título *Manual Básico de Mídia*, a emissora traz informações que nos indicam que estratégias de programação encontram-se subjacentes à sua atividade de produção e difusão de audiovisuais. Analisando em suas páginas⁵⁶ o trinômio “qualidade e regularidade = hábito”, a emissora assevera que “há muitos anos os brasileiros se acostumaram a ajustar seus horários pela programação da Rede Globo.” Isto se deve, afirma, à estabilidade dos horários dos programas na grade, os quais são produzidos a partir de pesquisas junto ao público, buscando garantir que “atendam às expectativas de seus telespectadores, tanto em relação ao horário de exibição, quanto ao conteúdo”. Como resultado tem-se a manutenção de índices elevados de audiência, tornados “hábitos”, o que “garante o retorno comercial a seus anunciantes”.

Especificamente quanto ao “público-alvo”,⁵⁷ o manual da emissora declara que “toda comunicação deve ser direcionada para um público que deseja ou

⁵⁵ www.comercial.redeglobo.com.br/informações_comerciais_manual_basico_de_mídia.

⁵⁶ www.comercial.redeglobo.com.br/informações_comerciais_manual_basico_de_mídia/manual_basico_qualidade_php.

⁵⁷ www.comercial.redeglobo.com.br/informações_comerciais_manual_basico_de_mídia/manual_basico_público_php.

necessita o produto ou serviço em questão”. Assim, a escolha do programa que conterà a veiculação de determinado comercial não deve ser baseada em gosto pessoal, ou opiniões de pessoas amigas ou familiares: “quem precisa gostar do programa” não é o anunciante, mas, “são os clientes, seus potenciais consumidores: seu público-alvo”. As pesquisas de audiência detalham que tipo de espectadores assiste a cada programa, otimizando a escolha do anunciante em direção ao “maior número possível de consumidores em potencial”.

Outra classe de informações que a emissora de referência utiliza na captação de anunciantes são aquelas relativas aos índices de audiência, isto é, o conjunto de pessoas que assiste a determinado programa. A audiência pode vir indicada segundo o número de domicílios em que pelo menos um televisor esteja sintonizado no programa; ou segundo o número de indivíduos que assistem, cálculo este feito no interesse de orientar os profissionais de marketing, com detalhamento quanto a faixas demográficas etárias e de diferente poder aquisitivo. Por exemplo, informa a emissora, “fraldas descartáveis teriam como potenciais consumidores as mães de crianças até dois anos de idade, das classes A e B”.⁵⁸

O site da Globo, em sua descrição das formas de comercialização, prevê diferenças entre a simples inserção de uma mensagem publicitária e o patrocínio a um programa. As mensagens publicitárias acontecem nos intervalos comerciais, segundo o manual. Os patrocínios são exibidos no momento dos interprogramas, isto é, o espaço entre o término de um programa e o início de outro. O patrocínio pode incluir inserções publicitárias nos intervalos comerciais do formato.

Os formatos caracterizados como “de patrocínio”⁵⁹, por virem ligados aos programas que já contam com a fidelidade da audiência, propiciariam assim uma associação da marca do produto com a da emissora, numa aliança de identidades que pretende transmitir qualidades de uma a outra, e vice-versa, tais como:

⁵⁸ www.comercial.redeglobo.com.br/informações_comerciais_manual_basico_de_mídia/manual_basico_audiência_php.

⁵⁹ Os formatos de patrocínio oferecidos pela Globo como espaços publicitários são: abertura, encerramento, vinheta de passagem, vinheta de bloco, chamada, insert de vídeo (com ou sem locução), insert virtual, entrada de jornalismo, flash e closed caption. São oferecidos ainda formatos diferenciados como: top de 5”, break exclusivo, comercial virtual, patrocínio de quadro, merchandising, intervalos e quadros no Domingão do Faustão, promoção, ação integrada, projetos institucionais, espaço empresarial, espaço responsabilidade social, contagem regressiva, eventos locais, projetos de comunicação e propriedades de arena no futebol.

“segurança de resultado; prestígio e visibilidade; lembrança de marca; freqüência e alcance estendidos; e credibilidade”.⁶⁰ Para a faixa de novela das oito, por exemplo, o site da emissora prometia ao patrocinador, em 2007, após três meses de veiculação diária da novela das oito, ter atingido 87% dos brasileiros de ambos os sexos das classes ABCDE com 18 anos ou mais; 88% das mulheres da classe C com 25 anos ou mais; 89% das donas-de-casa das classes ABC com 25 anos ou mais; e 91% das donas-de-casa das classes ABC com crianças de 2 a 9 anos. Prometia-se também ter impactado 35,5 milhões de brasileiros da classe C com 25 anos ou mais; 48,1 milhões de donas-de-casa das classes ABCDE com 15 anos ou mais; 90,4 milhões de brasileiros das classes ABCDE com 25 anos ou mais; e 111,8 milhões de brasileiros das classes ABCDE com 18 anos ou mais.

Como se pode perceber pelas citações recuperadas do site da emissora, a Rede Globo enfatiza a idéia de que patrocinar um programa de sua produção, além da divulgação massiva do produto anunciado, dá acesso ao compartilhamento de qualidades inerentes à identidade empresarial construída por ela ao longo dos anos. Sobrepõem-se, assim, características de publicidade em sentido amplo, às veiculações de anúncios, ou seja, publicidade em sentido estrito. Expliquemos: Maria Lília Dias de Castro conceitua a atividade publicitária em sentido estrito como aquela que “trata de dar a conhecer, a um público determinado, aspectos positivos e/ou vantagens de produtos, marcas ou serviços, com a finalidade de levá-lo à aceitação/aquisição de produto ou serviço que lhe são ofertados”. (Castro, 2007:121). A publicidade em sentido amplo, por sua vez, incluiria a ação publicitária auto-reflexiva, que a TV faz como forma de divulgar seus produtos, em conseqüência de “uma especificidade relativa à televisão: a condição simultânea de veículo e de empresa”. (Castro, 2007:124)

A auto-reflexividade publicitária da TV, ainda segundo Castro, reparte-se em quatro níveis, colocando-se em ações destinadas a visibilizar a marca da emissora; a ressaltar sua competência em fazer; a exaltar seus produtos na busca de reconhecimento; e ao convidar os telespectadores a consumir a produção televisual. (Castro, 2007:125). O entrelaçamento da proposição de uma temporalidade na grade, a ser ocupada pelo anunciante, à co-responsabilidade pelo agendamento e produção de um programa, é o que descreve-se a seguir, em

⁶⁰ www.comercial.redeglobo.com.br/novela/duascaras_nacional_patrocinio.php

relação a Hoje é Dia de Maria, como exemplificação do alargamento das dimensões da atividade publicitária como fator de sustentabilidade do fazer televisual.

Veremos que, segundo o mesmo modelo promissivo através do qual a televisão constrói e fideliza sua audiência, no pólo da recepção, também num círculo mais restrito e especializado, o da captação de anunciantes, é a partir de promessas de sucesso comercial que são atraídos os patrocinadores e anunciantes. Recuperemos, então, para conclusão da presente seção da Tese, quais foram as promessas colocadas pela Rede Globo para comercializar cotas de patrocínio para Hoje é Dia de Maria, sem esquecermos que a venda dos espaços publicitários, feita a partir de Setembro de 2004, para veiculação em Janeiro de 2005, conseqüentemente condicionou a produção e a montagem dos capítulos de forma a possibilitar o encaixe de tais inserções planejadas.

A comercialização das cotas de patrocínio para Hoje é Dia de Maria foi feita em conjunto com a minissérie Mad Maria, que foi exibida na seqüência à primeira, também em 2005. A emissora anunciou que as duas “séries brasileiras” seriam “uma grande oportunidade comercial no início do ano”, pois dariam “início à temporada de grandes produções da Rede Globo” naquele ano. As cotas para as duas minisséries garantiriam a presença no vídeo “de janeiro a março, num total de 170 inserções”, junto a “um dos formatos que mais agradam ao telespectador brasileiro”.⁶¹ O patrocínio aconteceria segundo o seguinte esquema comercial – após a linha de shows, com cotas de veiculação nacional, sendo que as empresas Bradesco e Nívea, que patrocinaram a minissérie da temporada anterior, Um Só Coração, teriam prioridade de compra. Os “sempre bons resultados” das minisséries brasileiras, ainda segundo o site da emissora ao anunciar Hoje é Dia de Maria, estariam demonstrados exatamente pela minissérie Um Só Coração, que teria obtido a sintonia de mais da metade dos televisores ligados e média de audiência de 25 pontos. Cento e setenta inserções equivaliam a duas citações por capítulo, provavelmente, ao início e final. Quanto aos índices de audiência indicados para a minissérie do ano anterior, a promessa era de se repetir o indicativo de contar com mais da metade dos televisores ligados – o que se refere claramente ao embate com as concorrentes, prometendo-se deter maior

⁶¹ www.comercial.redeglobo.com.br/miniss_esquema.php.

audiência do que a soma de todas as outras para o horário. Citou-se também a média de audiência consignada em pontos, no caso de Um Só Coração, vinte e cinco, referindo-se ao número de telespectadores que assistiam ao programa sobre o total possível de pessoas com acesso à emissão. No caso de Hoje é Dia de Maria, a média de audiência por pontos foi ainda maior, passando dos 35. Promessa cumprida.

Como a decisão de analisar Hoje é Dia de Maria deu-se posteriormente à apresentação da minissérie, não dispomos dos registros das peças publicitárias apresentadas nos intervalos comerciais que se colocaram nos oito capítulos, e que deveriam, neste momento, ser comentadas. A análise dos produtos televisuais, quando decidida em temporalidade diferente da emissão, fica, neste aspecto, prejudicada, pois não há como recuperar o programa na integralidade de seu encaixe na grade de programação.

Na próxima seção, o foco descritivo será o conjunto de promessas veiculado pela emissora como forma de captar o interesse da audiência.

3.4. As promessas da Rede Globo para Hoje é Dia de Maria: os para-textos na mídia impressa.

Como descrevemos acima (1.5), pode-se perceber a ligação entre o telespectador e a emissora de televisão conhecendo-se os atos promissivos através dos quais ela anuncia seus formatos. Tais promessas ligadas aos programas remetem-nos aos grupos genéricos de conhecimento prévio do telespectador, segundo o modo de endereçamento da realidade, os quais servem como interfaces de interpretação dos produtos televisuais. Ademais, o conteúdo da promessa, mostrado em propagandas e nas mídias paralelas, sublinha, para cada formato anunciado, traços de tonalização, cuidadosamente selecionados, de forma a interessar a maior parcela possível de público disponível no horário de apresentação da emissão. Ainda uma vez lembremos que as promessas funcionam tanto no nível de captação do interesse do telespectador, quanto no sentido de pronunciarem o pertencimento genérico, ontologicamente. Neste sentido, prometem ser chaves de leitura. Na presente seção, entretanto, o foco será sobre o funcionamento das promessas na qualidade de recrutadoras de audiência.

O modelo de análise dos programas televisivos através das promessas, proposto por Jost, comporta também, como se disse acima, o momento de verificação do cumprimento do prometido, isto é, seu nível pragmático, em que se pode observar os efeitos obtidos na recepção do programa. Tal aspecto, em relação a Hoje é Dia de Maria, veremos no item 4.2. Na presente seção, cuidaremos de identificar as promessas colocadas para a minissérie em estudo e sua apropriação pela mídia paralela, na forma de conteúdos re-elaborados em notícias e comentários. Antes, porém, refinemos nosso conhecimento sobre os mecanismos do ato promissivo:

Nilton Hernandez (2006:48-52) demonstra, para os jornais impressos e televisivos, a existência de um conjunto de procedimentos destinados a captar e manter a atenção do leitor/espectador, cuja presença se pode identificar também, cremos, nos programas ficcionais construídos através da articulação de parcialidades costuradas pelo gancho narrativo, conforme visto em seção anterior (2.5.2). Porque, tal como a manchete que prende a atenção do leitor, fazendo-o

ler a notícia, ou do telespectador, que fica no aguardo da narração dos fatos no telejornal, o gancho remete a resolução de uma indagação para um tempo posterior. Vejamos, então, o modelo proposto por Hernandez:

A manchete (ou o gancho, acrescentamos) provoca uma curiosidade, um *querer saber*. Impacta o espectador sensorialmente, seja pela imagem, seja pelo som. Trata-se de uma estratégia de arrebatamento. Da curiosidade passa-se ao segundo momento, o *querer conhecer* em detalhes, para entender o que se passa, ou, na ficção, acompanhar o desenrolar da história até o seu final, consciente das causas e dos efeitos do desenho da trama. Mobiliza-se então uma estratégia de sustentação, pela qual a atenção deve ser comprometida renovadamente ao longo do tempo, convocando-se, para isso, o componente passional, isto é, a notícia, ou o contexto ficcional, devem comover.

O terceiro aspecto desse relacionamento semiológico, ainda segundo Hernandez, é o da fidelização. O anúncio da notícia (ou da obra de ficção, como em nosso caso de estudo), deve não só mobilizar a atenção do espectador àquele produto específico, mas também reforçar hábitos de fruição, dando a perceber que o formato repete experiências satisfatórias anteriormente vividas. Trata-se do *querer ser* parte de um processo, de sentir-se possuidor dos conteúdos apresentados, sem os quais se fica em desvantagem perante o grupo.

Para verificarmos como se deu, no caso de Hoje é Dia de Maria, o conjunto promissivo apresentado pela Rede Globo, nos três aspectos concorrentes – o do despertar da curiosidade, o do chamamento para a seqüência dos capítulos e o da indicação desta emissão como uma reafirmação do subgênero minissérie brasileira, produto de fruição satisfatória, - como não dispomos das chamadas televisivas que anunciaram o produto, utilizaremos, para tal verificação, os textos aparecidos na mídia impressa. Nesta direção, fizemos a leitura das edições das principais revistas semanais brasileiras, dos meses de Novembro de 2004 a Dezembro de 2005, quais sejam, Época, Veja, Isto É, e Isto É Gente; a revista mensal Bravo!; e ainda os jornais diários Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo, estes acessados nas versões eletrônicas do arquivo virtual disponível em seus respectivos sites, através de motor de busca, sob o mote indagativo “Hoje é Dia de Maria”. O conjunto das notícias, e das propagandas publicadas pela Rede Globo nesses órgãos de imprensa, que comentaremos a seguir sob o viés de atos

promissivos, resumimos no quadro abaixo, segundo os códigos: N = notícia sobre a minissérie; C = comentário ou crítica; P = propaganda dos quarenta anos da Rede Globo (Pg) e das minisséries Hoje é Dia de Maria (Phdm) e Mad Maria (Pmm). Em fundo amarelo, o período de emissão.

data	Época	Veja	Isto É	Isto É Gente	Folha de São Paulo	O Estado de São Paulo
05/11/04					N fim de ano	
22/12/04		N Santoro				
27/12/04					N Gero Camilo	
03/01/05	Pg Começou					
05/01/05		Pg Começou N Sabatella				
10/01/05	Phdm estréia N clima onírico					
11/01/05					N brasilidade	N microsérie viaja
12/01/05		Phdm Estréia				
13/01/05					C HDM respeita	
14/01/05						
17/01/05	Pg os próx 40 anos			N o inconsc. coletivo bras.		
18/01/05						
19/01/05		Pg os prox 40 anos C fora do padrão	C pequena notável			
20/01/05						
21/01/05						
23/01/05					C pobreza criadora	
24/01/05				C LFC ousa mais uma vez		
26/01/05		Pmm mad maria				
31/01/05	Pg vai que é sua brasileiro					
08/02/05						N HDM pode virar filme

Quadro nº 25: paratextos em jornais e revistas.

Como se depreende da análise do quadro apresentado, Hoje é Dia de Maria recebeu pouca atenção da mídia impressa. Observando as ocorrências em três períodos, - antes, durante e depois da emissão, - vemos que o número de notícias e comentários específicos à minissérie pouco variaram, cinco, seis e três, respectivamente. A revista *Época*, ligada ao grupo de empresas da Rede Globo, só tratou do programa por duas vezes no mês de Janeiro de 2005, do que concluímos que a propaganda mais constante se deu no âmbito da própria grade de programação dos canais afiliados à emissora.

Os órgãos de imprensa com maior número de citações sobre Hoje é Dia de Maria foram a revista *Veja*, com três notícias e quatro anúncios pagos que lhe podem ser relacionados; e a *Folha de São Paulo*, com três notícias e dois comentários críticos. A revista semanal *Isto É* fez uma pequena menção, quase ao final da emissão, e sua homóloga, especializada em tratar de figuras midiáticas, *Isto É Gente*, noticiou e comentou, totalizando duas referências. Também duas foram as notícias veiculadas pelo Estado de São Paulo no período. A revista mensal *Bravo!*, especializada em produtos culturais, não fez qualquer menção ao longo do ano de 2005.

De acordo com a divisão temporal utilizada – antes, durante e depois da minissérie, e segundo o trinômio de estratégias instauradas pelas interpelações promissivas – arreatar, sustentar e fidelizar, passaremos à descrição do conjunto de notícias, comentários críticos e propagandas.

3.4.1 – Despertando a curiosidade.

A ocorrência de menções a Hoje é Dia de Maria em revistas e jornais não pertencentes ao Grupo Globo indica que uma atividade de assessoria de imprensa alimentou previamente as pautas dos demais órgãos, que, ocasionalmente, noticiaram aspectos que lhes pareceram do interesse de seu público leitor específico.

As duas notícias aparecidas na *Folha de São Paulo*, ambas ainda no ano de 2004, fizeram eco da fase de produção da minissérie, e foram incluídas no caderno *Folha Ilustrada*. São citações indiretas. A primeira menção comentou que

o final de ano na Globo seria dos mais movimentados, batendo-se “o recorde de produções simultâneas em novembro e dezembro” (Folha de São Paulo, 05/11/2004), o que significou cinco produções a mais que no ano anterior de 2003. Além de Hoje é Dia de Maria, filmavam-se quatro musicais, duas novelas por estrear, cinco especiais de humor, e a minissérie Mad Maria. A outra menção da Folha de São Paulo, no mês de Dezembro de 2004, veio no bojo de um artigo de Thiago Stivaletti sobre Gero Camilo, ator cearense de sucesso no cinema. Camilo teria “sua primeira grande experiência na televisão”, para onde foi conduzido, segundo o articulista da Folha, pelo “defensor da qualidade estética na TV”, o diretor Luiz Fernando Carvalho. A fala do ator, entretanto, não se coadunou com o enfoque que a produtora imaginava como sua promessa dominante, e que veremos nos demais órgãos de imprensa. Disse Gero Camilo à Folha, meio a contrapelo: “Apesar de toda a qualidade da série, não é como no cinema. É um trabalho feito dentro de uma indústria, onde há outros projetos sendo tocados ao mesmo tempo. Mas trabalhar com o Luiz é bom porque ele não deixa a sua obra ser engolida pela engrenagem” (Folha de São Paulo, 27/12/2004).

A revista Veja, por duas vezes, em sua seção Gente, caracterizada pela justaposição de notas de pequena extensão, fez referência a Hoje é Dia de Maria através dos atores que formariam o casal romântico da história. Em 22 de Dezembro de 2004, informou da estadia de Rodrigo Santoro no Brasil, para as gravações da minissérie, mas “só de passagem”, pois estaria residindo em Los Angeles. A notícia, em tom de fofoca, informou: “na microssérie comemorativa dos quarenta anos da Globo, será Amado, vítima de um encanto que o transforma em pássaro durante o dia – o tipo que toda mulher gostaria de ver posar em seu galho” (Veja, nº 1885, 22/12/2004. p. 62). Em 5 de Janeiro de 2005, Veja informava que Letícia Sabatella não poderia sentar-se durante as filmagens, pois o figurino que usaria em Hoje é Dia de Maria, confeccionado por Jim Nakao, era feito de papel. Segundo a revista, “nem querendo” a atriz conseguiria “disfarçar a delicada beleza ressaltada pelo figurino anti-convencional” (Veja, nº 1886, 05/01/2005, p. 58), que estaria usando na minissérie.

Até aqui, pouco se adiantou sobre o conteúdo da produção e, para aprofundar nossa análise, deveremos observar as propagandas pagas, em páginas duplas, que a Globo fez publicar em Janeiro de 2005, e que nos

auxiliarão a identificar em que compósito de lógicas palimpsestuais quis inserir o formato Hoje é Dia de Maria. A primeira dessas propagandas, sob a manchete “Plim-plim. Começou.”, mostra o globo logomarca da emissora surgindo como um sol nascente diante da Baía de Todos os Santos, em Salvador. Pretendeu-se, em frases curtas, criar um efeito de continuidade entre passado e futuro, citando: “Os próximos 40 anos estão nascendo. O futuro já começou. A gente se vê por aqui”. Note-se que das cinco frases utilizadas, três são slogans que a emissora já difundira anteriormente. Esta propaganda apareceu na mesma semana nas revistas *Época* (*Época*, nº 346, 03/01/2005, pp. 26-27) e *Veja* (*Veja*, nº 1886, 05/01/2005, pp. 90-91).

Na semana seguinte, a referência aos quarenta anos, que iria se repetir ao longo do ano com variações, foi substituída pelo anúncio específico da estréia de Hoje é Dia de Maria. Tal propaganda, que reproduzimos abaixo, buscava adiantar o tom da minissérie, através de fotos e da composição de elementos gráficos, impactando o possível telespectador pelo arranjo das cores, a originalidade dos figurinos, e a menção imagética aos atores mais conhecidos – Fernanda Montenegro, Stênio Garcia, Osmar Prado, Rodrigo Santoro e Letícia Sabatella. Creditou a Carlos Alberto Soffredini, a criação; a Luiz Fernando Carvalho, a direção; e a Luiz Alberto de Abreu, o roteiro. Poucas pessoas ligariam tais nomes a outros produtos midiáticos ou artísticos. Assim, o ponto focal do anúncio, no aspecto que nos interessa do despertar da curiosidade, parece ter-se concentrado na foto maior, que trouxe a menina atriz estreante Carolina Oliveira, sob o dístico: “A magia da infância vai surgir diante de você” (*Veja*, nº 1887, 12/01/2005, pp. 88-89; *Época*, nº 347, 10/01/2005, pp. 22-23). Vejamos a reprodução das páginas imagético-promissivas, e o que nos revelam:



Figura nº 3: propaganda de estréia de Hoje é Dia de Maria.

As afirmativas que compõem a promessa, contidas na propaganda, acenam-nos com três níveis de expectativa: será algo mágico; remeter-nos-á à infância; e estará diante de nós, tatilmente ao alcance. Para tanto, o produto televisual deveria ser capaz de fazer-nos esquecer a mediação tecnológica e absorver-nos de tal forma na história, como se vivêssemos um sonho. É isto exatamente o que a notícia incluída na página Destaques, da revista *Época*, em 10 de Janeiro, véspera da estréia, prometeu-nos sob o título “Clima onírico no horário nobre”. O informe ocupou apenas meia página, incluindo duas pequenas fotos. O texto curto permite-nos transcrevê-lo na íntegra:

Os mitos da cultura popular brasileira são a inspiração da minissérie *Hoje é Dia de Maria*, que estréia na terça-feira 11. Em oito capítulos, será contada a trajetória da menina Maria (a estreade Carolina Oliveira e, adulta, Letícia Sabatella), a partir do universo de Câmara Cascudo, Mário de Andrade e Silvio Romero. O diretor Luiz Fernando Carvalho adaptou os textos originais em parceria com o dramaturgo Luiz Alberto de Abreu. A série foi gravada num domo de 54 metros de diâmetro, com cenários especiais feitos na terra e pinturas à mão. O visual cria uma atmosfera de sonho. A trama começa quando Maria foge da casa do pai (Osmar Prado) e da madrasta má (Fernanda Montenegro). Em seu caminho estão personagens folclóricos vividos por atores como Stênio Garcia, Rodrigo Santoro, Ricardo Blat e Daniel Oliveira. (*Época*, nº 347, 10/01/2005, p. 96)

Outros detalhes não contemplados pelo texto impresso, mas constantes do conteúdo *on-line* da mesma edição, permitem-nos entrever com quais outros elementos a emissora contava para cumprimento de suas promessas: quanto ao mundo da infância, resgatando fábulas e cirandas musicais; quanto à elaboração da narrativa, utilizando-se de enredos de contos populares e personagens folclóricos; quanto ao impacto visual da imagem, sua tangibilidade, surpreender, inovando, através de “uma representação emocional da realidade” (Época, nº 347, 10/01/2005, conteúdo exclusivo *on-line*), inspirada na palheta de Cândido Portinari.

Passemos então ao período referente à emissão de Hoje é Dia de Maria, em que os textos coligidos na mídia impressa auxiliarão no aprofundamento de nossa leitura das estratégias promissivas.

3.4.2. – As estratégias de sustentação da audiência.

Como não dispomos dos anúncios veiculados sobre Hoje é Dia de Maria pela emissora, nem conhecemos o quantitativo de sua emissão nos dias em que fizeram parte da grade de programação, nossa análise quanto ao viés promissivo ficará incompleta. Entretanto, a opção que nos restou para suprir esta falta, que é a de observarmos os textos surgidos na mídia impressa, tem uma característica que nos é vantajosa: enquanto as inserções promocionais são previamente preparadas e repetem-se, invariáveis, as reações nos jornais e revistas deixam entrever o impacto diferenciado ao longo da apresentação da minissérie. Resgatemos, portanto, os textos de imprensa, sublinhando aquilo em que contribuíram como reforço do discurso promissivo da emissora, na estratégia que identificamos como de sustentação da audiência ao longo das oito noites de emissão dos capítulos.

A revista Veja, como anteriormente, foi aquela que mais vezes inseriu material alusivo à programação da Globo, - duas propagandas e um comentário, contra duas citações da Folha de São Paulo, e uma das demais revistas e jornal. Em 12 de Janeiro de 2005, (nº 1187, 12/01/2005, pp. 88-89) Veja repetiu a propaganda já publicada em Época, de dupla folha, sobre a estréia da minissérie.

Considerando-se que a data de capa, para as revistas semanais, é a do dia limite de circulação, chegando as revistas aos anunciantes e bancas dias antes, poderíamos considerar este anúncio, já descrito acima, como da fase anterior à estréia.

No período intermediário entre as duas semanas de emissão de Hoje é Dia de Maria, *Época*, em 17/01, e *Veja*, em 19/01 (*Época*, nº 348, 17/01/2005, pp. 48-49; *Veja*, nº 1888, 19/01/2005, pp. 88-89), apresentaram outra propaganda de página dupla da Globo, como espaço pago: nela, repetem-se as frases sobre os próximos quarenta anos que nasciam, mas a manchete que anunciava “plim-plim, começou”, foi substituída por “o nosso horário nobre é você quem faz”. A logomarca da emissora, qual sol nascente, dessa vez surgia no horizonte de uma casa muito pobre, de um cômodo, em paisagem do semi-árido nordestino. Não conseguimos atinar com a mensagem pretendida – se a Globo quis colocar-se como a consolação à pobreza e ao isolamento, ou, à exemplo do sol inclemente durante o dia, impor-se como presença inelutável no período da noite!

No mesmo número de *Veja* (1888), a revista concedeu espaço de duas páginas à minissérie, com cinco fotos, e ainda outras que poderiam ser vistas na versão *on-line*. O texto de *Veja*, assinado por Ricardo Valladares, sob o título “Fora do Padrão”, informou que “com suas ousadias, a série Hoje é Dia de Maria testa os limites da televisão”. A tese apresentada pelo articulista foi que, para atingir o efeito artístico pretendido, as maneiras padronizadas de fazer televisão teriam sido substituídas por técnicas menos usuais: linguajar com sotaque regional; cenário circular; produção artesanal de elementos cênicos; ensaios estendidos e treinamento dos atores em expressão corporal, canto e prosódia, além de um *workshop* com psiquiatra sobre mitos. Afirmou Valladares:

Embora, a rigor, o gênero televisão de arte nem exista, a Globo sempre experimentou com produções mais requintadas como *Morte e Vida Severina* e *Grande Sertão: Veredas*, que levaram à TV obras literárias de adaptação difícil, ainda na década de 80. Anualmente, a emissora se permite ousadias, em programas especiais ou em capítulos opulentos de abertura de novela, gravados em cidades estrangeiras ou com cenários e efeitos especiais. O desafio é equilibrar entre a intenção de inovar e as exigências técnicas e comerciais decorrentes da própria natureza da televisão. (*Veja*, nº 1888, 19/01/2005, p. 108)

No característico estilo de Veja, de elogiar pontuando defeitos, em sua eterna posição de palmatória do mundo, o articulista prosseguiu citando a estranheza dos telespectadores quanto à articulação das falas dos personagens e à "narrativa barroca", definição que não se deu ao trabalho de explicar. Queixou-se do sotaque de Fernanda Montenegro. Listou tentativas anteriores do diretor Luiz Fernando Carvalho que não foram sucesso de audiência, e vaticinou "o sucesso ou fracasso de sua série no ibope é mais uma chance de conhecer os limites da tal 'televisão de arte'".

O artigo de Veja, se contribuiu para a sustentação da promessa, foi ao realçar a produção esmerada, a preparação dos atores, a confecção original dos figurinos, a construção de cenários não usuais e os procedimentos de tomada de imagens que implicaram num estudo de iluminação especializado. Outras falas da imprensa foram mais acordes ao discurso da emissora:

Isto É informou que a minissérie em apresentação, com "exíguos oito capítulos", já poderia "ser citada como um dos grandes marcos da teledramaturgia brasileira" (Isto É, nº 1840, 19/01/2005, p. 23). Isto É Gente, em Diversão & Arte, sob a assinatura de Carla Felícia, e o título "o inconsciente coletivo brasileiro na tevê", sublinhou o resgate dos contos populares, de onde se acederia ao tal inconsciente coletivo. Ademais, citou como características da minissérie o mundo delicado e rico da imaginação infantil; o ar de sonho, supostamente inspirado nas pinturas de Portinari; e a aproximação ao teatro musicado "com canções folclóricas inseridas nos diálogos" (Isto É Gente, nº 283, 17/01/2005, p. 68). A verificação desses pares de homologias (contos-inconsciente; imaginação infantil-delicadeza; sonhos-Portinari; teatro-folclore;) demandaria um estudo aprofundado de temáticas que são alheias ao plano da presente Tese. A citação de termos conceituais de circulação ocasional no senso comum, sem a pertinente definição a que se está referindo exatamente, indica-nos mais um aspecto das estratégias de envolvimento da atenção do telespectador: para entender a que se refere o artigo, é preciso assistir ao programa, afinal de contas!

Os jornais analisados, Folha e Estadão, coerentemente ao seu aparecimento diário, trouxeram informações na data de estréia da minissérie. A notícia veiculada pela Folha de São Paulo, subscrita por Isabelle Moreira Lima,

iniciou com o mesmo movimento de apresentar categorias que não são por si só explicativas, mas que chamam a atenção: “Brasilidade entra hoje na grade da Globo”, foi o título da matéria, como se quase tudo o que passa na emissora de referência não fossem brasilidades. E reforçou, em subtítulo: “Cultura popular, folclore e brasilidade estarão às 22h30 de hoje na TV Globo” (Folha de São Paulo. Ilustrada. 11/01/2005). Marcou-se, assim, um encontro pontual para a satisfação da curiosidade. Prosseguiu a notícia, descrevendo a trama inicial da história, os figurinos e cenário, e dando-se relevo, na metade final do artigo, à participação do grupo de teatro de bonecos Giramundo. Claras definições, nenhuma.

As informações trazidas pel’O Estado de São Paulo, sem assinatura, enfatizaram que “a microssérie viaja pelos contos populares”. Ressaltou-se a revisita a tramas das coletâneas publicadas pelos folcloristas Câmara Cascudo e Sílvia Romero. Nomeou-se o “elenco de primeira”, isto é, os seis atores mais conhecidos; descreveu-se o esmero na confecção de figurinos e cenários, e resumiu-se a história em poucas palavras: ‘Hoje é Dia de Maria acompanha a trajetória de Maria que, criança, sai da casa do pai, fugida dos maus-tratos da madrasta, e parte em direção das tais franjas do mar. No meio do caminho, encontra o diabo, é acompanhada por um pássaro, que vira humano à noite e por quem, mais velha, ela se apaixona” (O Estado de São Paulo. Variedades. Arte & Lazer. 11/01/2005).

Não podemos crer que todos os profissionais que elaboraram os textos da mídia impressa fizessem uso, por mera coincidência, da mesma estratégia discursiva, qual seja, de utilizar-se de termos de conhecimento geral, como os citados, infância, folclore, cultura popular e brasilidade, mas de parco poder explicativo, cujo condão é somente o do despertar da curiosidade ante algo insólito. Tais citações demandam, por outro lado, a mobilização de conteúdos de memória pelo leitor/futuro espectador, para o aplacamento da curiosidade, instaurando dessa forma a necessidade de ver o programa e confirmar impressões prévias. Parece-nos claro que os diversos autores, portanto, beberam de uma mesma fonte informativa, o material previamente enviado pela Rede Globo através de sua assessoria de comunicação. Isto se

confirma pelo fato de que as notícias sempre se fizeram acompanhar de pelo menos uma imagem fotográfica de “divulgação”.

Outro texto que nos cabe citar a esta altura, também publicado pela Folha de São Paulo, após o segundo capítulo da minissérie, elaborado pelo crítico Sérgio Salvia Coelho, deslocou a promessa a outros pontos de interesse, mais ligados ao mundo dos fatos, sob o título “Dia de Maria respeita inteligência do público e dignidade do ator”. Resgatando no artigo as experiências de Sérgio Brito e Antunes Filho na televisão brasileira do passado, que padecia, em comparação com os recursos atuais, de pouca qualidade de imagem, o autor afirmou que “a melhor televisão, veja só, se parece com o teatro”. Sublinhou, ao longo da crítica, a oportunidade, por certo rara, que se concedia aos atores em Hoje é Dia de Maria de exercitarem seu talento, e concluiu sua resenha convocando a audiência: “Quando uma peça de teatro atinge esse nível de excelência, é uma grata missão para o crítico avisar ao público para ir comprovar o fato. Na TV, que tem o poder de centuplicar as testemunhas, as conseqüências podem ser ainda mais positivas. É uma data a ser guardada” (Folha de São Paulo. Ilustrada. 13/01/2005). Razões mais objetivas de convocação dos telespectadores, sem apelos a imprecisões conceituais. A diferença, por certo, reside em que este último texto foi escrito após se ter assistido ao programa, e os demais, ao que parece, a partir das informações parciais repassadas pela emissora.

3.4.3 – Falando do que já se viu: a estratégia de fidelização.

O período imediatamente posterior à exibição de Hoje é Dia de Maria ajuda-nos a perceber a permanência das estratégias promissivas da televisão que utiliza programas já apresentados para realimentar com referências cruzadas os conteúdos que abordam o próprio meio, isto como forma de fidelizar, ao longo do tempo, a audiência. No caso da minissérie que estudamos, as ações mais marcantes de fidelização deram-se através de duas formas concorrentes. A primeira delas, mais convencional, foi a do comentário sobre o sucesso da minissérie, com a eventual oitiva dos atores e diretor em entrevistas,

criando uma curiosidade retro-dirigida no tempo. Esse re-avivamento do querer serviu ao subgênero minissérie, que logo após retornou com outra produção, *Mad Maria*, e convocou a quem não assistiu a *Dia de Maria* a perfilhar-se como consumidor de produtos sobre o programa, posteriormente lançados, livro e DVDs.

Em relação a nosso objeto de análise, entretanto, houve um segundo momento muito significativo enquanto estratégia de fidelização, pois o sucesso da emissão levou à produção de uma “segunda jornada” do formato, com retorno de alguns personagens, e novo roteiro, no mês de Outubro do mesmo ano. Os textos de imprensa que refizeram e alargaram as promessas para essa segunda emissão, incorporando os lauréis obtidos na primeira, serão analisados na condição de índices de verificação do cumprimento das promessas, mais à frente (4.2). Na presente seção, limitar-nos-emos a abordar os dias imediatamente seguintes ao programa, em que a emissora ainda trabalhava com a hipótese de um produto já veiculado e finito.

Na última semana de Janeiro de 2005, veremos, nas revistas semanais, o prosseguimento da campanha alusiva aos quarenta anos da Rede Globo. Desta feita, o nascer da logomarca se deu no horizonte de uma escarpa rochosa, num dos parques nacionais. O mote foi “Vai que é sua brasileiro” (*Época*, nº 350, 21/01/2005, pp. 51-52), resgatado das transmissões esportivas, e querendo fazer crer que o controle do conteúdo da emissora pertence ao telespectador. Durante todo o período jubilar dos quarenta anos, a Globo incorporou outras propagandas semelhantes, afirmando ser um patrimônio dos brasileiros.⁶² Paralelamente, a emissora publicou anúncios em páginas quádruplas, específicos ao décimo aniversário de seu canal *Globo News*, só captável pelos assinantes de satélite ou cabo, realçando a produção de informação de qualidade⁶³. Os programas especialmente produzidos como comemorativos às quatro décadas de atividades da emissora encaixaram-se nesse panorama estendido de competências, permanência e compartilhamento dos programas com o povo brasileiro. Tal era o construto ideológico-promissivo elaborado e que se repetiu, com os matizes próprios, também no caso da outra minissérie

⁶² Veja, nº 1927, 19/10/2005, pp.149-151; nº 1928, 26/10/2005, pp. 99-101, por exemplo.

⁶³ *Época*, nº 387, 17/10/2005, pp. 85-88; nº 389, 31/10/2005, pp. 98-101, por exemplo.

apresentada no início de 2005, *Mad Maria*, anunciada em *Veja*, página dupla, em 26 de Janeiro, como “a ferrovia que dividiu o país e cruzou a vida de milhares de pessoas” (*Veja*, nº 1889, 26/01/2005, pp. 91-92).

Quanto a *Hoje é Dia de Maria*, encerrada a emissão, ainda encontramos três referências na mídia impressa. Em *Isto É Gente*, ressaltou-se que o diretor Luiz Fernando Carvalho ousou mais uma vez na linguagem (audiovisual?). Os pontos que a articulista Mariane Morisawa destacou foram ter-se distanciado “do realismo que se tornou norma na televisão”; falado “do universo brasileiro”; e o “lirismo enaltecido pelas bonitas canções e pelas atuações marcantes”. Concluiu que a minissérie apostou “no arrojo e nas coisas belas de se ver e ouvir, artigos cada vez mais raros na televisão”. (*Isto É Gente*, nº 284, 24/01/2005, p. 61)

Em 8 de Fevereiro, o *Estadão* anunciou que *Hoje é Dia de Maria* poderia virar filme, pois estaria na mira de grandes distribuidoras em virtude do sucesso alcançado junto à crítica e à média de audiência de trinta e cinco pontos. Se, nesta notícia, buscava-se referir, antecipando, algo do mundo dos fatos, na anterior, vemos que ainda se trabalhou com a utilização de conceitos algo nebulosos, no intuito de estimular a curiosidade – realismo, universo brasileiro, lirismo: coisas que não se sabe bem o que é, (e, parafraseando o poeta Fernando Pessoa), se soubéssemos o que é, o que saberíamos?

Preocupação de dimensionar os conceitos de que as estratégias promissivas da emissora fizeram uso, vazados via mídia paralela, pudemos encontrar somente em um texto, publicado no caderno *+mais* da Folha de São Paulo, denominado “A pobreza criadora da folkmídia”, sob a assinatura da pesquisadora Ivana Bentes da UFRJ. Segundo esta autora, a televisão antes avessa a mostrar o popular, ao ser invadida pelos programas sensacionalistas, teve que criar um novo modo popular-televisivo, com elementos da cultura de massa acrescidos da cultura popular pré-televisiva, ou seja, do circo, a feira, as festas, as assombrações, o grotesco, enfim, o imaginário em geral. Por conseqüência, novos sujeitos foram incorporados a todo tipo de programas. Experiências de fusão do folclore a formulações de estética visual, não tão raras no cinema nacional, seriam quase inexistentes na TV. *Hoje é Dia de Maria*, segundo Bentes, colocou-se como a exceção, constituindo-se em

Produto sofisticado de um novo momento da 'folkmídia', folclore + cultura de massa, entendida não como manifestações fossilizadas da cultura (o 'conteúdo brasileiro'), mas como imaginário vivo, capaz de incorporar temas e estéticas transnacionais. Um popular recenseado por Câmara Cascudo, Romero, Mário de Andrade que floresce em cenários inspirados em Portinari com elementos dos contos de fadas europeus, produzindo uma familiaridade dissonante. Rabeca e Villa-Lobos, prosódia caipira e teatro inventivo à Robert Lepage, caboclos e negros imersos numa visualidade feérica e luxuriante, (...) atores contracenando com imagens metálicas de uma animação. 'Hoje é Dia de Maria' aponta um caminho possível, desde que não se confunda com o discurso de defesa da 'identidade nacional', retórica dominante no mercado que aposta em um nacionalismo institucional. Só assim o audiovisual brasileiro pode produzir uma outra iconografia de Brasil, mais arriscada e menos previsível, um folclore-mundo. (Folha de São Paulo, +mais, 23/01/2005)

A análise da pesquisadora, que buscou situar a minissérie num local específico da produção cultural de qualidade, embora não tenha sido esta a sua intenção precípua, serviu à estratégia de fidelização, pois instaurou em seus leitores a expectativa de assistir, a seu tempo, a segunda jornada, ou outra minissérie do mesmo diretor. Tudo sob o gatilho do momento de verificação do prometido: o não cumprimento da promessa ensejando a pressão sobre o botão do controle e a mudança de canal. O cumprimento, por sua vez, convidando a permanecer e retornar.

CAPÍTULO 4.

Da nossa vida, em meio da jornada,
achei-me numa selva tenebrosa
tendo perdido a verdadeira estrada.

Dante
A Divina Comédia, Canto 1, 1

ANÁLISE TEXTUAL DE HOJE É DIA DE MARIA

4.1. O formato Hoje é Dia de Maria.

Antes de nos lançarmos à análise específica de Hoje é Dia de Maria julgamos oportuno recuperar alguns conceitos cuja citação poderá surgir nas próximas seções. A minissérie será encarada como um texto, isto é, a junção de planos de conteúdo e expressão, tornando-se objeto de significação, bem como objeto cultural de comunicação entre sujeitos (Barros, 1997:90). A partir do texto buscaremos conhecer e descrever como seu deu a enunciação, ou seja, a mediação entre as estruturas narrativas e discursivas, que é também mediadora entre o discurso e o contexto sócio-histórico que o enseja. Por discurso, entendemos com Barros (1997:95), “a narrativa ‘enriquecida’ pelas opções do sujeito da enunciação, que assinalam os diferentes modos pelos quais a enunciação se relaciona com o discurso que enuncia”. Se o discurso é a prática comunicativa em concreto, a enunciação evidencia certas formas paradigmáticas com que se formatou o discurso, revelando as competências discursivas dos enunciadores. O relato ou narrativa, por sua vez, é a história conforme é contada. A enunciação televisual, como vimos acima (2.1), utiliza-se de mediações sonoro-verbais e visuais-imagéticas, que trataremos de analisar nas primeiras seções deste capítulo.

A grande maioria das obras ficcionais trazidas à enunciação audiovisual, apóia-se sobre a produção prévia de um texto escrito, preparado especialmente como base da filmagem, ou formatado como adaptação de outros textos, por

exemplo, os literários. Em nosso caso de estudo, como se tem dito, o roteiro televisual da minissérie foi escrito por autores ligados ao teatro, cujas peças incorporaram narrativas e tramas de contos populares e outras manifestações da literatura oral e do folclore. Portanto, conteúdos de memória coletiva, alguns anteriormente condensados em textos escritos, foram rearranjados, ou parafraseados, segundo as intenções dos roteiristas de forma a permitir a tomada de imagens e sons pelo diretor e sua equipe, na gravação do audiovisual, que seria depois editado, teria seu som mixado e, por ser produto de televisão, seccionado em episódios e trechos menores, de forma a acomodar-se na grade intercalado com os intervalos comerciais.

O roteiro de Hoje é Dia de Maria foi estruturado como uma sucessão de acontecimentos e permite-nos conhecer as intenções do enunciador através das situações que elegeram para narrar a história. O roteiro foi publicado pela Editora Globo em 2005, em consequência do sucesso da minissérie (Abreu; Carvalho, 2005) e é composto, para a primeira jornada, de 370 páginas, num total de 282 cenas, agrupadas em oito seções, que corresponderiam aos oito capítulos da minissérie. Na prática, houve algum transpasse de algumas cenas de umas seções a outras, o resultado final apresentando-se da seguinte maneira:

Número da seção no roteiro	Título da seção no roteiro	Cenas previstas	Capítulos da emissão	Cenas apresentadas	Duração do capítulo
1	No sol levante	55	1	52	49'14
2	No país de sol a pino	17	2	17(2)+ 2(3)	44'50
3	Em busca da sombra	14	2/3	12	37'03
4	Maria perde a infância	63	4/5	29	38'42
5	Os saltimbancos	28	5	31(4)+ 20(5)+ 8(6)	48'44
6	O reencontro	43	5/6	33	43'45
7	Neva no coração	38	7	30	1:04'05
8	Onde o fim nunca termina	24	8	20	45'32
	TOTAL	282	8	254	

Quadro nº 26: episódios de Hoje é Dia de Maria, roteiro e emissão

Como se pode observar, a apresentação dos capítulos terceiro e quarto, com duração abaixo da média de 45 minutos diários, importou na emissão de episódios mais extensos na segunda semana e no descarte de certo número de cenas previstas no roteiro, para adequação do produto à grade.

Aprofundemos agora nosso conhecimento da trama.⁶⁴ Não sendo possível descrever passo a passo o desenrolar da história sem comprometer a construção da Tese, recorreremos à sinopse veiculada pela própria emissora através do site da revista *Época* (nº 347, 10/01/2005, conteúdo exclusivo *on-line*):

Bonita e prendada, a menina Maria sempre cuidou do Pai, dono de uma roça que já deu de comer a muita gente. Mas o sol bruto do sertão acabou com a plantação e colocou na pele branca da mãe de Maria uma doença maligna. Inconformado com a perda da mulher e dos filhos, espalhados pelo mundo fugindo da seca, o Pai se entregou à bebida. Ele conhece a Madrasta e decide se casar. Maria acha que a Madrasta vai trazer de volta a felicidade do Pai e bota fé no casamento dos dois, mas a malvada só faz perseguir e maltratar a pobrezinha. Assim, ela arruma sua trouxa e toma o rumo da estrada, carregando pendurada no peito uma chavinha que a levará ao tesouro e às franjas do mar. Maria tem a proteção do Pássaro, ave que a acompanha em sua jornada.

Nas andanças pela estrada do País do Sol a Pino, terra onde nunca tem noite, a menina vai encontrando figuras como o Maltrapilho, o Homem do Olhar Triste e os Meninos Carvoeiros. A todos, ela oferece sua solidariedade e, em troca, recebe estímulo para que continue sua busca pelas franjas do mar. Enquanto isso, lá no sítio, o Pai sofre com a ausência de Maria e também resolve sair pela estrada afora em busca da menina. Vendo-se sozinha com a filha Joaninha no sítio abandonado e infértil, a Madrasta decide seguir os passos do marido, certa de que ele e Maria vão encontrar um tesouro valioso.

Mas Mariazinha esbarra mesmo é em Asmodeu, que acabara de trocar a sombra do ingênuo Zé Cangaia por um pedaço de pão. A menina usa de sua esperteza para recuperar a sombra vendida e com isso arranja o pior inimigo que podia imaginar. Asmodeu é o demônio, em carne, osso e chifre de bode. O coisa-ruim resolve persegui-la e se desdobra em outras seis personalidades, cada uma com uma aparência diferente, mas com o fogo do inferno ardendo por dentro.

A primeira maldade de Asmodeu é roubar a infância de Maria, que se transforma em moça na velocidade do tempo que voa. Crescida, sem sua chavinha e ainda longe do mar, Maria reencontra a Madrasta e Joaninha, também moça feita. Elas descobrem que um Príncipe que estava há tempos desaparecido retornou à sua fazenda e vai promover um baile onde pretende encontrar sua futura mulher. Vestida de trapos, Maria se entristece, mas encontra

⁶⁴ A ficha técnica completa da minissérie encontra-se no Anexo 2.

no caminho um Mascate que lhe dá um vestido cor do céu e um par de sapatos encarnados. Ele só lhe faz uma ressalva: à meia-noite, acaba a dança, acaba o riso.

E as palavras do Mascate se fazem verdade no momento em que Maria baila com o Príncipe. Ao ouvir as badaladas, a mocinha misteriosa corre e larga no caminho um dos sapatinhos encarnados. É com esse sapato que o Príncipe a reencontra e os dois se preparam para o casamento. Mas o coraçãozinho de Maria palpita triste. Lá fora, seu Pássaro protetor se debate ferido em vôos desesperados. Ela vai ao seu encontro e ele se transforma no Amado. Maria chora ao sentir que o Amado é a parte que lhe falta e os dois se abraçam. Até surgirem os primeiros raios do dia, quando ele volta a ser Pássaro. A sina de Maria passa a ser ansiar pelas estrelas, quando a ave se torna homem novamente.

Neste ir e vir de noite e dia, Maria conhece uma dupla de saltimbancos, Quirino e sua irmã Rosa. Os três percorrem os vilarejos em uma carroça, levando alegria para o povo em troca de umas moedas. O coração do moço bate forte por Maria que só olha com os mesmos olhos fraternais de Rosa. Quirino, de arlequim, torna-se um melancólico pierrô e seu peito arde de ciúmes quando flagra o encontro de sua colombina com Amado. É aí que se dá a desgraça: Asmodeu se aproveita da fraqueza de Quirino e o incita a aprisionar o Pássaro. O diabo está implacável e para congelar de vez o triste coração de Maria, faz nevar no sertão.

A sinopse da revista omite os últimos desenvolvimentos da minissérie: o reencontro de Maria com o Pai durante um dos espetáculos dos saltimbancos; a morte deste durante uma nevasca; o reencontro de Maria com o pássaro congelado, a quem faz voltar à vida, com o auxílio de Quirino arrependido. Segue-se o retorno à infância, causado por Asmodeu que deseja por fim ao romance; o trajeto de volta ao sítio reencontrando amigos, e a chegada à casa, com a restauração da felicidade perdida. O diabo, ao fazer retroceder o tempo, revogou sem querer as maldades que semeara e é definitivamente afastado da vida dos personagens com o auxílio de um objeto mágico – um espelho.

Pelo descrito, temos como personagens principais a menina Maria, órfã de mãe; seu Pai, que se casa novamente; a Madrasta que a maltratava; um Pássaro Incomum, que a protege e torna-se seu amante na fase adulta; e o Diabo, que a persegue. Recuperemos, antes de prosseguir, para facilitar nossa análise, o modelo actancial proposto por Greimas para compreensão da estruturação de todo tipo de narrativas. Segundo este autor, pode-se perceber na atuação dos personagens, que por isso chama de actantes, um dos seguintes posicionamentos (Simonsen, 1981:66):

DESTINADOR ?	OBJETO ?	DESTINATÁRIO
	?	
AUXILIADOR ?	SUJEITO ?	OPOSITOR

Quadro nº 27: modelo actancial de Greimas.

As relações que se estabelecem entre esses seis tipos de actantes corresponderiam às modalidades fundamentais da atividade humana, quais sejam: **querer** (o sujeito deseja o objeto); **saber** (o destinador destina o objeto ao destinatário); e **poder** (o sujeito, contrariado pelo opositor é ajudado pelo auxiliador). No entrecruzamento de tais modalidades configura-se a Busca do sujeito, através de elementos narrativos das seguintes espécies: performanciais, as provas e dificuldades; contratuais, os pactos, rupturas, recompensas e castigos; e disjuntivos ou conjuntivos, partidas, separações, retornos, reuniões.

Vejamos, na trajetória de Maria, esses aspectos: o objeto de sua Busca são as terras das franjas do mar, lugar onde presume recuperará sua felicidade perdida. Tem como oponentes, o Pai, quando ébrio, a Madrasta e sua filha, o demônio Asmodeu em suas formas diversas, o apaixonado Quirino quando dominado pelo ciúme, e ainda as condições geográficas e climáticas – distância em caminhos desconhecidos, frio e calor extremos. Conta por auxiliares, sua Mãe, que se confunde com as aparições de Nossa Senhora, um Pássaro Incomum, que é seu Amado à noite, e também diversos actantes encontrados pelo caminho que lhe provêem objetos mágicos que permitem a resolução de dificuldades parciais. Outros actantes, que a obrigam a refletir e tomar decisões, funcionam como destinadores, na medida em que a impulsionam a retomar a busca pelo objeto desejado. São personagens como os executivos que cobram dívidas, as crianças que trabalham em carvoarias, os irmãos saltimbancos, o Príncipe que quer casar com ela, mas não tem rosto.

A oscilação entre conjunções e disjunções na trajetória de Maria é constante. Apartada da Mãe pela morte desta, reencontra-se com a genitora

transfigurada na figura de Nossa Senhora em momentos de desespero. Com o amante, que de dia é Pássaro, os encontros são à noite, mas, mesmo então, ele acaba aprisionado numa gaiola e depois congelado por Asmodeu. Os personagens que encontra pelo caminho ficam para trás, enquanto Maria prossegue. Alguns são reencontrados no episódio final. A única presença que é paralela e constante é a do opositor, o demônio em suas faces diversas. Com o Pai há separação, quando este parte para a cidade. Reencontro quando ele a resgata da morte, enterrada que fora no jardim. Nova separação quando Maria deixa o sítio em busca do Mar. Novo reencontro quando ela já está adulta e ele envelhecido. Outra separação com a morte do Pai, sob a neve. Mais um reencontro com o retorno de Maria à infância e à vida no sítio. A disposição desses elementos narrativos como peripécias que se sobrepõem às leis naturais, e que só podem acontecer num ambiente de suspensão do regime de crença típico das narrativas ficcionais, dão-nos um indicativo do perfilhamento genérico da narração ficcional televisiva em estudo aos contos maravilhosos, que discutiremos mais abaixo.

A narrativa em *Hoje é Dia de Maria* não é, entretanto, linear. Maria, a menina, não age imbuída de poderes heróicos catalisando as ações. Antes, serve de ponto de convergência de outras linhas de ação, cujo conjunto acaba por influir no seu destino. Cremos que seria interessante, então, deslocarmos os demais actantes em suas posições no esquema greimasiano e verificarmos o que cada um buscaria se considerado como sujeito. Até porque na variedade dos telespectadores que assistiram o produto televisual é bem possível que alguns simpatizassem mais com outros personagens do que com Maria, e tenha sido a trajetória desses que lhes prendeu a atenção. Observemos primeiramente o Pai, personagem cuja densidade dramática é profunda; a seguir, a Madrasta, que parece simplesmente transferida das histórias infantis; e, por fim, Asmodeu, o demônio, que a exemplo do Mefistófeles, nas diversas versões do clássico Fausto, tem traços humanos que acabam por despertar uma semente de simpatia no público.

Ao colocarmos o Pai na posição de sujeito, vemos que ele também tem delineada uma Busca. O objeto pretendido é o perdão de Maria. O destinador, seu sentimento de remorso. Seu oponente é o mesmo Asmodeu e suas

metamorfoses. É auxiliado pela constante invocação que faz do poder divino, e pela escuta da voz de Maria a cantar indicando-lhe o caminho. Seu abatimento pela morte da mulher e pela partida dos filhos a trabalhar como bóias-frias é compreensível e o desespero e a ânsia pelo reencontro com a filha, caminhando com pesada pedra sobre a cabeça, são elementos narrativos disjuntivos, artisticamente interpretados pelo ator Osmar Prado. Os momentos de reencontro são impregnados de tão palpável alegria, que permitem ao personagem/actante rejuvenescer quando assume a posição de palhaço na trupe de saltimbancos. Se não houvesse a trajetória paralela do Pai, a princípio co-causador da fuga de Maria, e depois, humanamente arrependido, buscando seu perdão, e a trama se tivesse reduzido à peleja entre Maria e Asmodeu, o empobrecimento da história, enquanto narrativa ficcional, seria inevitável. O ficcional televisual a que estamos acostumados tem como característica o entrecimento de várias linhas de ação e deslocamento da trama entre diferentes pontos de vista. Talvez por isso, Abreu tenha concedido ao Pai atuação relevante que não estava prevista no roteiro original de Soffredini.

A trajetória da Madrasta, fosse ela o sujeito central, é a que menos diferiria dos contos infantis: é má e interesseira. Antes de casar mostra-se boa. Depois, revela seu verdadeiro caráter. Maltrata a enteada e protege a filha Joaninha. Esta, em vez de feia, é gorda. Pecado sem perdão segundo o padrão estético televisual. Como personagem má, a Madrasta está fadada a não ter sucesso permanente. Consegue extinguir a vida de Maria, soprando a chama de uma vela consagrada à santa de sua proteção. A Menina é ressuscitada pelas lágrimas do Pai. Ao perseguir Maria pelos caminhos, faz pacto com Asmodeu, indicando-lhe a existência da chave mágica, que daria acesso a um Tesouro, depois identificado como o coração do Pássaro, mas, o demônio não cumpre a sua parte na tratativa, que seria dar-lhe dinheiro e amor. Quando consegue calçar a filha gorducha com o sapato encarnado de Maria, alçando-a à posição de noiva do Príncipe, uma picada acidental de um alfinete que pusera a prender-lhe o vestido, faz a moça esvaziar-se e sumir voando, qual balão perfurado. Após o encontro de Maria com o Amado, a Madrasta não é mais convocada à trama: sua função de oponente persistiu apenas enquanto os conflitos se punham entre a inocência da

infância/juventude perante a hipocrisia dos mais velhos. Como sujeito, sua Busca seria a mais prosaica: quer casar-se, ter conforto e nenhum trabalho.

Quanto ao demônio Asmodeu é um personagem bastante complexo. Para Vidal e Marques, na minissérie “ele recupera as mazelas do país e do mundo, expondo importantes aspectos, como corrupção, exploração do trabalho infantil, desigualdade social, miséria, subjugação da condição feminina, opressão imposta pelo consumo, descarte do ser humano, ausência de sonhos”. (2006:1) Apresenta-se de formas variadas, para o que foram escalados sete atores diferentes. Às vezes é mais contundente, ora mais sutil e melífluo. Não se sabe ao certo porque aplica tanto tempo em atormentar uma menina tão jovem e inocente. Pelo prazer de fazer o mal? Por ter sido por ela desafiado? Por sentir-se só e sem amor, revela-nos ao final. Suas tentativas de comprar a sombra de Maria são infrutíferas. As investidas em levar o Pai ao suicídio também falham. A separação que promove entre Maria e seu Amado fazendo nevar sobre o sertão, é revertida pelo amor de Maria que aquece o coração do Pássaro-amante congelado e o faz voltar à vida. Os desvios que promove na caminhada de Maria, primeiro roubando-lhe a infância, depois ao restituir-lha, no ápice de seu romance, acabam por se mostrar medidas atrapalhadas, pois o retorno restaura não só a tenra idade, como também as condições de felicidade inicial que haviam sido perdidas: a Mãe vive, os irmãos estão em casa, o Pai vive. Restaurou-se o ciclo e Asmodeu, atingido por raios partidos de um espelho mágico de Maria torna-se uma lata velha e enferrujada. No paraíso recuperado não há lugar para algo já sem utilidade – não há mais história a ser contada, dispensa-se o oponente. Se o temos como sujeito, no modelo actancial de Greimas, vemos que o objeto de sua Busca, a sombra ou alma de Maria, acaba por escapar-lhe mais pela sua incompetência do que por ações explícitas de seus contendores. Asmodeu, o demônio inimigo das uniões matrimoniais, impôs-se como o opositor necessário para a trajetória de Maria ter seu desempenho construído. No roteiro original de Soffredini, o opositor a Maria era a Madrasta. Asmodeu foi introduzido por Luís Fernando Abreu. A presença do diabo, que ao final é vencido, ludibriado e ridicularizado, é mais um indicativo da filiação da história aos contos populares. Vejamos, então, algo mais sobre esta família de elaborações culturais.

Um conto popular, na definição de Simonsen (1981:9) é um “relato em prosa de acontecimentos fictícios transmitidos oralmente”.⁶⁵ Provém do folclore como as festas, danças e jogos, as vestimentas, os instrumentos de música e o artesanato; circula como outras formulações depositadas na memória como as credences populares, orações, exorcismos, esconjuros e demais rituais de proteção. Ademais, os contos foram transmitidos ao longo dos séculos oralmente, no que se perfilham a outros dizeres que por vezes aparecem em seu bojo: canções, provérbios, adivinhas, saudações, benzeduras, fórmulas jurídicas, receitas de cozinha e prescrições de medicina popular, bem como as menções aos fenômenos meteorológicos.

Por outro lado, o conto popular é um relato ou narrativa, no que se aproxima dos mitos (que explicam a criação do mundo), das lendas (que apresentam versões não comprovadas de fatos reais), das sagas (que descrevem combates heróicos) e anedotas biográficas. Os contos populares albergam muitas vezes elementos da ordem do maravilhoso ou sobrenatural, como encantamentos, metamorfoses, objetos mágicos, seres imaginários, os quais interagem ou funcionam em desacordo com as leis que regem a Natureza, e são elementos incompatíveis com a concepção do universo segundo a doutrina e tradição cristãs. O conto maravilhoso é assim, uma variante dos contos populares.

São características dos contos populares, no entendimento de Câmara Cascudo (1978:9), por seu pertencimento ao folclore, a antiguidade e a persistência de seus conteúdos, o anonimato de sua autoria, a oralidade de sua transmissão e o fato de permanecerem guardados na memória coletiva. Segundo o autor (Câmara Cascudo, 1978:235), os contos demandam um ambiente protocolar para sua transmissão. Geralmente, contam-se as histórias nas primeiras horas da noite, em que a atmosfera é de tranquilidade e sossego espiritual, permitindo ao auditório por em prática suas faculdades de evocação e atenção. A contação das histórias é precedida por fórmulas inaugurais fixas e concluída por outras destinadas a dissipar a tensão, como: “era uma vez...”, “houve um rei que...”; “quem o disse está aqui, quem quiser saber vai lá”, ou “manda e-rei que conte outra, trim, trim, trim, a história está no fim”, e suas

⁶⁵ «un récit en prose d'événements fictifs transmis oralement».

inúmeras variantes. Assim ilustra Cascudo a performance estabelecida para contar-se uma história:

Só conta uma estória quem está disposto a viver-lhe a vibração incontida, transmitindo-a ao ouvinte ou ao auditório. Não há um cânon para os processos de entoação, silabação, divisão de períodos, fases do enredo. Sente-se que a tradição impregnou a evocação que se processará segura e nobre como se repetisse a dicção misteriosa de outras contadeiras desaparecidas. (Câmara Cascudo, 1978:239)

Além das variações na entonação de voz, o contar de histórias é também enriquecido por gestos, movimentos de corpo, mudanças de ritmo, e pelo retorno ocasional de palavras, fórmulas, expressões faciais, tonalizações vocais, onomatopéias, que denunciam características de cada um dos personagens. A moral do conto popular, ainda segundo Câmara Cascudo, “é o elogio da habilidade vitoriosa” (1978:246). A técnica expositiva é a seqüência lógica dos acontecimentos, sem a introdução de pormenores dispensáveis que distrairiam o entendimento, como, por exemplo, detalhes da paisagem. Assim, “no discorrer do enredo raramente se abandona o principal pelo acessório, embora de inapreciável efeito temático” (Câmara Cascudo, 1978:247).

Silvio Romero, pioneiro na recolta de contos populares brasileiros (1954:32-33), classificara-os segundo a temática em: contos de encantamento (com personagens maravilhosos), de facécia (que fazem rir), etiológicos (que sublinham determinada peculiaridade física ou comportamental do personagem), acumulativos (com episódios encadeados, sem final), da Natureza denunciante (em que uma voz da Natureza denuncia um ato criminoso), de exemplo, e fábulas ou histórias de animais. Câmara Cascudo (1986) identificou ainda outros grupos temáticos: os contos religiosos; de demônio logrado; de adivinhação; do ciclo da morte; e as tradições, que aludem a fatos históricos sem possível verificação.

As classificações dos contos populares segundo a temática, no entender de Simonsen, são sempre imperfeitas, pois “diferentemente da literatura, que propõe para cada escrito uma lição única e fixa, a tradição oral fornece um grande número de narrativas aparentadas, que apresentam semelhanças evidentes e

diferenças maiores ou menores”⁶⁶ (Simonsen, 1981:43). Uma tentativa de superar as dificuldades na categorização dos contos populares, usualmente referenciada, é a do pesquisador russo Vladimir Propp (2006), que propôs em 1928 uma análise morfológica dos contos, classificando-os a partir de sua estruturação e não mais pelos temas. Na análise proppiana, os personagens são vistos como funções, por exemplo, o herói, o agressor, o doador, o auxiliador, o falso-herói. Propp identificou nos contos maravilhosos russos três nucleações narrativas. Na etapa de preparação, ou prólogo, um dos membros da família torna-se ausente do lar. É então enganado pelo agressor com sua cumplicidade involuntária, por não deter certa informação que o oponente, por algum expediente equívoco, conhece. Na segunda nucleação, ou primeira seqüência, o herói movimenta-se em busca da reparação do dano causado à família, passa por provas mágicas munido de objetos recebidos do doador e com apoio de auxiliadores. Vence o mal, mas carrega um ferimento ou estigma. Na segunda seqüência, ou nucleação final, em que se dá o retorno do herói, seus feitos são apropriados pelo falso-herói, e é preciso que vença novas provas e seja reconhecido para aceder ao prêmio, casando-se com o par romântico ou sendo entronizado como governante.

O roteiro de Hoje é Dia de Maria, como indicamos no quadro nº 26, foi dividido em oito partes, mais ou menos correspondentes aos oito capítulos. A partir do que descrevemos até aqui, podemos reagrupar esses oito episódios da seguinte maneira:

No primeiro capítulo, **No Sol Levante**, descreve-se a vida de Maria em sua casa. A morte da Mãe, a ebriedade do Pai, o novo casamento, os maus tratos da Madrasta, a fraqueza e morte de Maria, seu retorno miraculoso à vida, o conflito entre Pai e Madrasta, e a decisão da menina em partir à procura das franjas do mar. Trata-se de um prólogo que substancia os desenvolvimentos posteriores. Nos dois capítulos seguintes, **No País do Sol a Pino** e **Em Busca da Sombra**, Maria-menina desloca-se e tem os enfrentamentos parciais com Asmodeu, auxiliada por companheiros ocasionais. Nos quatro episódios seguintes, **Maria Perde a Infância**, **Os Saltimbancos**, **O Reencontro**, e **Neva no Coração**, as vicissitudes de Maria continuam, só que agora ela apresenta-se como moça

⁶⁶ «contrairement à la littérature, qui propose pour chaque écrit une leçon unique et fixe, la tradition orale fournit un grand nombre de récits apparentés, qui présentent des ressemblances évidentes et des différences plus ou moins grandes».

crescida. No último capítulo, **Onde o Fim Nunca Termina**, em que se instaura uma seqüência de retorno e re-acomodação das coisas como eram antes do início da narrativa, há também a volta de Maria à condição de criança. Olhando segundo o critério da idade de Maria, há somente duas nucleações narrativas para a actante principal – Maria-criança e Maria-adulta. Cada uma dessas nucleações cobre mais ou menos a metade da minissérie e importa em uma modulação no tom da narrativa, mudadas que são as expectativas da personagem conforme a idade. É importante que sublinhemos tal dicotomia, pois também nas mediações verbal e visual que compõem a enunciação televisual, cada nucleação terá características algo diversas. Passemos então à descrição da enunciação televisual em *Hoje é Dia de Maria*, das mediações visual e sonora que a compõem, e do mundo ficcional que apresenta, lembrando com Jost que:

A hierarquização das mediações verbal e visual não é simplesmente uma questão de sintaxe, de substrato ou de ancoragem, como teria dito Barthes, ela importa também numa concepção da transmissão dos saberes sobre uma realidade preexistente, que é também uma resposta à seguinte questão: quais estratégias o responsável pela enunciação narrativa tem a sua disposição para comunicar seu saber sobre o mundo ao espectador? (Jost, 2002:46)⁶⁷

4.1.1. A mediação sonoro-verbal na enunciação de *Hoje é Dia de Maria*.

Tendo em vista a estreita relação de *Hoje é Dia de Maria* com as práticas teatrais, o recurso a autores preocupados com a análise dos espetáculos cênicos é medida que pode ser encetada, a esta altura, sem sobressaltos. Em sua proposição de uma metodologia de análise dos espetáculos teatrais, Patrice Pavis (2005), indica como principal componente da cena, sobre o qual deverá ser centralizada a observação, a pessoa do ator. A este cabe compor o papel, fazer-se presente, incorporando o personagem, e, pela sua dicção, apresentar-lhe as falas. Componentes da atuação seriam então, a gestualidade, a voz, o ritmo da

⁶⁷ «La hiérarchisation des médiations verbale et visuelle n'est pas simplement affaire de syntaxe, de relais ou d'ancrage, comme aurait dit Barthes, elle engage aussi une conception de la transmission des savoirs sur une réalité preexistante qui, quoi qu'on ait dit, est aussi une réponse à la question suivante: quelles stratégies le responsable de l'énonciation narrative a-t-il à sa disposition pour communiquer son savoir sur le monde au spectateur?»

dicção e os deslocamentos, todos ligados à corporalidade do ator. Quanto à dicção, os aspectos a serem observados seriam a prosódia (as características da emissão dos sons da fala, como o acento e a entoação); a fonologia (os fonemas utilizados e suas variantes regionais); e a retórica (a arte da eloquência e da argumentação). Segundo o autor, “graças ao controle do comportamento e da dicção, o ator imagina possíveis **situações de enunciação**, nas quais tanto seu texto como suas ações tomam um sentido”. (Pavis, 2005:53). Tais índices enunciativos postos em cena pelo ator devem ser perceptíveis ao espectador como próprios ao personagem apresentado. Nesta seção do presente capítulo, abordaremos especificamente os aspectos ligados à verbalização dos textos, e, avançando na construção sonora da minissérie, observaremos a musicalização das cenas, e o reflexo destes elementos, implementando um ritmo próprio ao produto televisual.

Quando observamos os detalhes relacionados à emissão e impostação da voz, isto é, à dicção, segundo Pavis (2005:129), deveremos estar atentos a questões como a rapidez ou lentidão das falas, a forma como se codificam as emoções, e quanto aos sotaques e variações de pronúncia. Outros aspectos ligados à voz seriam a força empregada na fala, com as variações na altura da emissão; o uso de pausas e hesitações; a colocação da respiração, ou seja, a estruturação retórica. Tudo isso vai na dependência dos grupos de fôlego, pois a emissão da fala é também função que acontece conforme as limitações do organismo humano. Nenhum ator poderá expressar-se indefinidamente, sem combinar fala e respiração. Considerando que a voz dá a reconhecer aos ouvidos os quadros rítmicos da palavra, e projeta todo o corpo do ator no texto, a análise da voz, aliada à do restante do comportamento corporal, permite-nos perceber como o ator encarna o personagem. Ademais, é também interessante observar como se constrói a melodia das frases, sua estruturação sintáctica, que conferem sentido ao texto através das diferentes variações de estilo, do literário ao popular.

Como já anotamos acima, houve uma intenção subjacente na direção da minissérie em estabelecer uma ressonância perceptível à atividade de contação de histórias, que é, por definição, uma prática concretizada por uma só voz que se modula conforme o andamento do relato. Em consequência, os diálogos apresentados em Hoje é Dia de Maria, na condução da narrativa, ao evocar a

prosódia de uma contadeira de histórias, buscaram atingir uma coloração diferenciada em relação à maneira de falar usual da língua corrente. Apoiando-se na pronúncia de certos fonemas conforme costumes regionais, como o “r” sem vibração; a troca dos “l” pelos “r”; alterando a tonicidade de certas vogais; recorrendo a formas verbais de uso popular, não sancionadas pela norma-padrão da língua, os personagens da minissérie remeteram-nos a uma ambiência interiorana e rural. Tal combinação prosódica já teria sido incorporada em algumas peças teatrais de Soffredini, aproveitando sua musicalidade tão favorável ao enriquecimento da representação teatral, e consistiu não só em “falar com sotaque” mas também em “empregar as palavras respeitando seus significados”⁶⁸ (site, o mundo de maria, prosódia).

A expressão verbal por parte dos atores, com a marcação do colorido regional pela pronúncia e também pela escolha de vocábulos ligados à esfera cultural rural, uma vez que era dirigida a ouvidos não acostumados a tal tonalização prosódica, implicou na desaceleração da dicção, em comparação com o que se ouve normalmente na TV. Os personagens apresentaram suas falas quase como um recitativo poético, o que novamente nos remete à contação de histórias. Este aspecto performativo do verbal, surge desde o início da emissão: abrindo e fechando cada capítulo, ouve-se a voz da atriz Laura Cardoso, recitando uma formulação indicativa do que se estaria por ver naquela noite, ou no próximo episódio, situando-nos na história e colocando-nos na posição de quem vai ouvir uma narrativa. Como se, de olhos fechados, fôssemos acompanhar o relato. Como se, a partir da entonação desta voz inaugural, as demais vozes dos atores que se colocam ao longo das cenas, constituíssem uma linha prosódica unívoca que atravessa toda a minissérie.

Vejamos alguns exemplos da aplicação de variações regionais sobre o registro da língua, utilizados para apartar o mundo ficcional mostrado de nossos tempo e espaço comuns:

⁶⁸ Cfe. www.hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/referencias.html.

O Pai, ao descobrir a morte de Maria no primeiro episódio, dirigindo-se à Madrasta⁶⁹: “Antonce ela ganhô estrada, né mermo? Antonce ela foi mexê mundo sem dizê nem tic nem tac, né mermo? Siá gastadora de cumbersa mintirosa... Vancê matô ela!!!”. (Episódio 1, cena 33, p. 47).

A Madrasta, questionando a decisão do Pai de abandonar o sítio à procura de Maria: “Mai ôi pra isso: esse foi o home que roncô tanta vantagem, que ia levantá o sítio, que ia pôr os seus talento no trabaio, de sór a sór e num sei mais que tanta falação... E vancê sabe por que, Joaninha, ele deitô tanta história larga por riba desta fia de meu pai? Pois foi pra mó de me iludi pro casamento”. (Episódio 2, cena 6, p. 66)

A menina carvoeira, aconselhando Maria a seguir caminho, não desistindo de sua busca: “Segue caminhá, menina, pra mó de a gente invejá seu passo ligero. Pra mó de a gente sabê que arguém busca outro rumo, outra vida lá nas franja do mar! ‘Bora caminhá, menina, pra gente desejá um dia tomém podê caminhá”. (Episódio 2, cena 14A, p. 83).

Asmodeu, ao negociar com Maria a devolução da sombra de Zé Cangaia: “A sombra de Zé Cangaia já tá fisdada. É só um prazo pra começá a puxá o corpo e a arma dele na minha linhada. Mai ocê me interessa muito, menina! Premero vô lhe fazê treis pergunta. Depois ocê me fai um desafio. Se ocê ganhá, devorvo a sombra dele. Se perdê, sua sombra é minha”. (Episódio 3, cena 13, p. 117).

Maria, interrogando o Mascate para adquirir um vestido para o baile na casa do Príncipe: “Só queria saber se por um acauso o nhor num haveria de trazê aí nesse seu bauzão, que é um delúvio de grande, né verdade? O nhor num haveria de trazê aí um vestido lindo como os amor...? E tomém um par de sapatinho encarnado”. (Episódio 4, cena 34, p. 164)

Quirino, representando um dos personagens mambembes e convidando Maria a subir ao palco: “Tira o ôio! Mai que réiva! Só porque a gente é moço assim, bem arvorado, bem taiado, cheio de fremsura. Sô namorado da Rosa, viu? Mai, se gostô de mim, sobe aqui. Se num gostô, sobe tomém!” (Episódio 5, cena 1. p. 197)

Como se pode perceber por esses seis exemplos, retirados de diferentes momentos do roteiro, a prosódia regionalizante não é característica de um

⁶⁹ As referências a cenas da minissérie, neste capítulo da Tese, serão indicadas conforme a seção do roteiro (Abreu, Carvalho, 2005), número da cena, e página de publicação, permitindo a remissão, se necessária, mais fácil do que a localização dos mesmos trechos no documento audiovisual. Exceto quando a cena constar apenas da versão audiovisual, o que se anotará especificamente.

personagem específico, como nas comédias em que se antepõem elementos rurais e urbanos. Todos os atores assumem o falar regional, o que nos indica ser este um traço de composição do próprio audiovisual em sua totalidade. Quanto às intervenções inauguradoras de Laura Cardoso, criando as molduras protocolares da narração, a pronúncia é menos forçada na variante rural, e mais no estilo da contação de histórias, marcada pela construção das frases com finais rimados:

No primeiro episódio⁷⁰, a fórmula introdutória é curta: “Longe, num lugar ainda sem nome, havia uma pobre família desfeita, e, era uma vez uma menina chamada Maria...” (Audiovisual, episódio 1, cena 1) No final do capítulo, Laura Cardoso faz o fechamento, sempre com a voz em *off*, ao mesmo tempo sublinhando a similitude com uma história contada e constituindo um gancho narrativo:

Entonce, de maneiras que foi ansim por esta forma: Maria ganhô estrada, envergou caminhada sem querê ver fim. Mai, vigia, que ela num sabia nem da terra do sol a pino, que secava bicho, home e menino. Mai fecha as janela do zóio, dorme e sonha. Que a noite lhe seja risonha e amanhã a gente continua, quando cair o sol, arribar a noite e suspender a lua. Inté! (Audiovisual, episódio 1, cena 40).

Os pares de falas protocolares de contação de histórias repetem-se em toda a minissérie, com exceção do sétimo capítulo em que não aparece a fórmula introdutória. O movimento é o mesmo: demarcar o espaço da contação, despertar o interesse, instaurar o clima de escuta, recapitular o acontecido, prenunciar o que está por vir, e anunciar para o futuro outras histórias. Ilustremos com o exemplo do oitavo episódio: no início do capítulo escutamos, “entonce, coração pronto? Ouvido e zóio atento e alma sem desalento? Maria tanto procurou, tanto buscou, que quasi conseguiu. Quem seguiu passo a passo meu relato, comeu o melhor do prato e viu. Quem não viu, bem-te-vi, sabiá, tiziu... Vai vê agora e não há-de se esquecer. Então...” (Audiovisual, episódio 8, cena 1). A fala conclusiva da minissérie, sempre na voz de Laura Cardoso, informa-nos: “Maria virou, mexeu, lutou e mereceu. E até hoje vive feliz com seu Amado. Tenho muita

⁷⁰ Na versão impressa do roteiro (Abreu, Carvalho, 2005), as falas de Laura Cardoso não foram impressas, aparecendo somente no produto audiovisual.

história na algibeira. Encontro com vocês lá nas beira, nas franja do mar. Atrasá até pode. Só não pode é fartá. Inté”. (Audiovisual, episódio 8, cena 24).

A escolha de atores conhecidos para os principais papéis implicou no conhecimento anterior de seus timbres vocais, afinal de contas a voz é a componente corporal que menos se modifica ao longo da carreira de um artista. Escutá-los pronunciando variantes regionais da língua teve o efeito de sublinhar as características artísticas e inovadoras pretendidas pelo diretor. Por outro lado, é possível se tenham estabelecido resistências. Alguns telespectadores podem ter tido dificuldades em compreender o que se dizia e decidido não acompanhar a minissérie.

Outros efeitos foram buscados em determinados momentos através da intonação da voz, por exemplo, nas apresentações do teatro dos saltimbancos, a prosódia deriva um pouco para um dizer mais teatralizado que regional, de forma a fazer rir. Este aspecto ficou bastante perceptível quando o personagem do Pai transformou-se no palhaço Bendegó (Episódio 7, cenas 4, 15, 16 e 18, pp. 290-310). A verbalização, nestas cenas, perpassada pelo tom de comédia, remete-nos às práticas circenses. Outra das cenas em que a altissonância das falas é posta a serviço da criação de uma atmosfera de fruição e alegria, é aquela da visita de Maria ao parque de diversões operado por Zé Cangaia (Episódio 8, cenas 3 a 5, pp. 341-349). Neste ensejo, o personagem utiliza-se de um megafone estilizado para ampliar o alcance de sua voz, anunciando: “Venha, gente! Venha vê a maravía da ciência! As beleza da ilusão! Venha se diverti e se perdê no Castelo dos Espeio! Hoje aqui tem príncipe, tem baile! Vamo chegando, minha gente”. (Episódio 8, cena 3, p. 341).

A forma não acelerada pela qual se estruturou a dicção dos atores implicou na não sobreposição dos personagens. Cada um exprime-se em sua vez de falar, numa polarização que permite ao telespectador acompanhar confortavelmente os diálogos. Em certas cenas, entretanto, em razão da necessidade de se sublinhar determinados momentos de tensão na trama, a sensação de certa tranqüilidade no andamento narrativo foi alterada. Por exemplo, quando se deu o encontro de Maria com os dois executivos cuja função era a cobrança de dívidas de quem já morreu. Esses personagens comportam-se como bonecos de plástico com gestual automatizado. Em consonância, sua fala apresenta-se entrecortada e aos

solavancos (Episódio 2, cena 3, pp. 59-64). Outras cenas em que se dá a aceleração das falas são aquelas em que temos os embates diretos entre Maria e Asmodeu. A proposição de adivinhas, que devem ser enunciadas rapidamente de forma a dificultar o raciocínio do oponente, e a entoação de desafios cantados, em que o contendor deve retomar os dois últimos versos como mote de início de sua resposta, são exemplos de conteúdos da cultura popular utilizados na minissérie. Nestes casos, em que se fala ou canta com bastante presteza, a intenção é induzir o adversário em erro. Veja-se o desafio proposto por Maria, e que Asmodeu não consegue retomar e repetir:

Seu demo, nunca encontrei
 Quem desmanchasse esse enredo
 É quadra que mete medo
 Essa que vou cantá.
 Quem a paca cara compra
 Cara a paca pagará.

Digo uma e digo dez
 No falar eu tenho pompa
 Presentemente não acho
 A quem meu martelo rompa
 Cara a paca pagará
 Quem a paca cara compra.

Arre que tanto pedido
 Desse demo capivara
 Num tem quem cuspa pra cima
 Que não lhe caia na cara...
 Quem a paca cara compra
 Pagará a paca cara.

(Episódio 3, cena 13, pp. 120-121)

Quanto à presença da música numa encenação, segundo Pavis, para analisá-la, deve-se promover o levantamento das intervenções musicais e suas formas, o que inclui, a influência dos sons sobre as imagens, a vetorização que tais intervenções sugerem, as passagens do sonoro ao visual, a utilização de todo tipo de barulhos e ruídos, e ainda observar se a função da música é integrativa ou desintegrativa. Segundo o autor, a música “cria uma atmosfera que nos torna particularmente receptivos à representação. É como uma luz da alma que

desperta em nós”. (Pavis, 2005:130). As funções da música na encenação variam bastante e podem significar: a criação, ilustração e caracterização de uma atmosfera específica, o que se faz comumente através de temas musicais, ligados a situações ou personagens; a construção de um cenário acústico, ou seja, em que a música indica o lugar da ação; ou sua utilização como efeito sonoro cujo objetivo é tornar uma situação **re**-conhecível. A música pode também ser convocada a pontuar a encenação, nas pausas de atuação dos atores e nas mudanças de cenário, ou ainda ser colocada como efeito de contraponto, por exemplo, a ironizar a ação, ou a indicar uma sucessão de diferentes fases da narrativa. Nos musicais, a música ocupa o centro da ação.

Em Hoje é Dia de Maria, os principais atores-personagens tiveram sua voz convocada igualmente a interpretar canções. Tratou-se de mais um recurso do roteirista e do diretor da minissérie no estabelecimento de uma ponte com a cultura popular e as narrativas dos contos que inspiraram o programa. Detalhemos: Maria, em muitos momentos, canta cirandas. Estas canções de pequena extensão e estrofes regulares são usualmente entoadas em brincadeiras infantis de roda, em que o movimento do grupo que canta é circular. Não na minissérie. No produto televisual, as cirandas serviram de companhia a Maria em seu caminhar solitário. Equiparam-se às *milongas de andar lejos* da tradição andina. Serviram a aplainar os caminhos. O roteiro da minissérie consigna cirandas de duas fontes: aquelas recolhidas por Villa-Lobos em suas pesquisas sobre música regional brasileira, e outras, de domínio público, introduzidas pela direção musical do programa, de acordo com as indicações dos roteiristas ou a necessidade e adequação à trama. Entre as peças anotadas por Villa-Lobos, cantadas por Maria, identificamos: Rosa Amarela (Episódio 1, cena 18, p.29); Formiguinha (Episódio 1, cena 20D, p. 32); Constante (Episódio 2, Cena 1, p. 55; e Episódio 8, Cena 7, p. 352); Que lindos olhos (Episódio 4, cena 1, p. 134); O Anel (Episódio 4, cena 30, p. 160); e a Melodia Sentimental, esta interpretada em dueto com o Amado (Episódio 6, cena 8, p. 247; Episódio 7, cenas 4,36, pp. 293,327).

Outros personagens também cantaram as cirandas de Villa-Lobos: Sapo Jururu, interpretada pelo Maltrapilho, tocando uma sanfona com os pés (Episódio 2, cena 3, p. 56); Senhora viúva, viuvinha, um dueto entre a Madrasta e Asmodeu

(Episódio 4, cena 6, p. 141); e Na corda da viola, um coro dos bóias-frias no trabalho (Episódio 4, cena 30, p. 160). Maria, por sua vez, entoou ainda outras cantigas, as quais o roteiro impresso não indica pertencerem às coletâneas de Villa-Lobos, nem informa sobre sua autoria ou compilador, como é o caso da bastante conhecida Alecrim, Alecrim dourado (Episódio 3, cena 14, p. 126) ou a canção Quando uma flor desabrocha (episódio 5, cena 3, p. 203).

Como cantores, os demais atores tiveram menor participação. Optou-se por colocar as canções infantis numa voz de criança, portanto, centralizadas no personagem de Maria. Asmodeu tem apenas duas intervenções cantadas – um Fandango de São João (Episódio 4, cena 1, p. 131), usado para atrair Maria, e a já citada, Senhora Viúva, em seu diálogo de sedução com a Madrasta. Um personagem secundário, a Mucama do Príncipe, ao testar as aptidões de Maria para o casamento, o fez através da canção Para merecer marido, apresentada como uma ária de ópera, com trinos e *coloraturas* (Episódio 4, cena 45, p. 179). Quirino, o desiludido pierrô, expressou sua tristeza em não conquistar o amor de Maria cantando Amargura, de Eduardo Souto⁷¹, (Episódio 7, cena 33, p. 322). O personagem do Pai teve dois momentos como cantor, sempre relembrando a figura da esposa falecida: optou-se nesses casos por canções mais recentes, e com autores identificados, Chuá, Chuá, de Ary Pavão e Pedro de Sá Pereira (Episódio 2, cena 7, p. 69); e Paz do Meu Amor, de Luiz Vieira (Audiovisual, episódio 7, cena 18).

É preciso também noticiar quanto à incorporação de cantos à mediação sonoro-verbal na minissérie, as peças entoadas por grupos folclóricos ou étnicos incluídos em determinadas cenas, como transposições de manifestações genuínas de cultura regional. É o caso das folias de reis apresentadas pelo Reisado Flor do Oriente, de Duque de Caxias, RJ, no casamento da Madrasta (Episódio 1, cena 14, p. 24); das danças indígenas executadas pelos índios xavantes da aldeia Pimentel Barbosa, do Mato Grosso (Episódio 2, cena 12, p. 77); das danças de ritmo africano interpretadas pelo Grupo de Umbigada Paulista (Episódio 4, cena 36, p. 166); e da marcha alusiva a São José, na procissão acompanhada pela Banda Santa Cecília e Cirandeiros de Parati (Episódio 3, cena

⁷¹ Um dos compositores, que, nas primeiras décadas do século XX, a exemplo de Chiquinha Gonzaga, configurou a música popular brasileira, incorporando ritmos populares.

1, p. 89). Estes grupos, encontrados por Maria em suas andanças, funcionaram como referências aos três grupos étnicos cuja miscigenação teria propiciado os fundamentos da cultura popular brasileira.

Além das canções que foram apresentadas pelos atores como parte da dicção dos personagens, Hoje é Dia de Maria foi extremamente rica quanto a sua produção musical. Diferentemente das novelas, em que algumas músicas pré-existentes são encaixadas aos núcleos de personagens, com vistas à comercialização da trilha sonora, na minissérie em estudo, a produção musical foi pensada de modo a ser parte indissociável do conjunto do produto. Para tanto, sob o comando do compositor e arranjador Tim Rescala, uma série de temas musicais foi preparada de forma a configurar a paisagem sonora do programa. Disponível no site da minissérie⁷², bem como posteriormente comercializada em CD, a trilha sonora de Hoje é Dia de Maria é um conjunto de dez temas, utilizados ao largo dos episódios como música incidental, isto é, de ocasional fundo sonoro das cenas, ou na interligação destas, auxiliando a criar a sensação de que a história narrada tem uma continuidade, apesar das interrupções típicas da emissão televisual. Relativamente à trilha sonora, o site da minissérie informa-nos:

Para gravar as músicas incidentais, que acompanham as ações dos personagens ao fundo, Tim Rescala regeu Orquestra de Câmera Rio Strings, com quinze instrumentos de cordas, e convidados, com nove instrumentos de sopro (flauta, oboé, clarinete, fagote, trompete, duas trompas e dois trombones), três de percussão e uma harpa. Para algumas músicas, o maestro preferiu usar formações pequenas, como quatro instrumentos de sopro, entre outras combinações. Instrumentos típicos do folclore brasileiro, como violão, viola caipira e rabeca estiveram presentes em quase todas as músicas.⁷³ (site, o mundo de maria, trilha sonora)

O primeiro dos temas da trilha sonora oficial, batizado de Abertura, retoma as linhas melódicas das canções infantis Sapo Cururu, O Cravo e a Rosa, Cai cai balão, e Constante. Com um sóbrio tratamento orquestral, em que há um

⁷² Cfe. www. hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/mp3player.html

⁷³ Cfe. www. hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/referencias.html.

revezamento de diferentes instrumentos, a música, com menos de dois minutos de duração, foi utilizada para a abertura e o fechamento dos capítulos, bem como no retorno dos intervalos comerciais. Também na segunda jornada da minissérie, este tema foi reutilizado, constituindo por isso uma identificação permanente com a obra.

O segundo tema da trilha sonora, Ciranda de Maria nº 1, é uma composição sobre a melodia de O Cravo e a Rosa, inteiramente apresentada por um piano, num andamento algo veloz e agitado, por meio de acordes formados por notas dissonantes e executados em *staccato*, isto é, com toques rápidos sem ligações entre as notas precedentes com as que lhes seguem. Lembra as composições pianísticas de Villa-Lobos.

Os três temas seguintes foram construídos sobre a melodia da canção folclórica Xô Passarinho, que Maria canta algumas vezes (Episódio 1, cenas 23, 30A, pp. 38, 44), com variação da seguinte letra coligida por Câmara Cascudo (1986:420):

Xô, xô, passarinho,
Ai, não toques o biquinho,
Vai-te embora pro teu ninho,
Xô, xô, passarinho,
Xô, xô!

Capineiro de meu pai!
Não me cortes os cabelos...
Minha mãe me penteou,
Minha madrasta me enterrou,
Pelo figo da figueira
Que o passarinho picou.

Tratando-se de um lamento que o ceifador escuta ao cortar as ervas do jardim, localizando a menina morta, que depois revive, o que, na minissérie, é protagonizado pelo Pai, os três temas em questão são eivados de tristeza e utilizados para emoldurar a caminhada pouco esperançosa de Maria. A faixa três, Maria, a mais plangente, é apresentada através de uma conversação entre as cordas – violinos, violas, violoncelos e contrabaixos. A quarta faixa, Ciranda de Maria nº 2, novamente confiada ao piano solo, retoma a melodia, concentrando-a na mão esquerda, acionando as cordas mais graves do instrumento. Em O

Caminho de Maria, o quinto tema, a linha melódica adquire um desenrolar mais andante, com os violinos a dialogar com uma flauta, como um prenúncio do desatar da tensão e da tristeza.

A sexta faixa, denominada Tango dos Executivos, utilizada somente na cena que descreve o encontro de Maria com a dupla robotizada de funcionários (Episódio 2, cena 3, pp. 59-64), tem ares de marcha militar, bastante marcada pela percussão de um repique, pela aparição das cordas em *pizzicato* (beliscadas), e a dominância da sonoridade de um xilofone. Intervenções de acordes isolados dos instrumentos de sopro, como tubas e trombones, imprimem um efeito de desorganização orquestral que acompanha a edição da cena, feita com cortes descontínuos, como num filme apresentado em velocidade maior que a normal.

A Melodia Sentimental, canção retirada da suíte orquestral Floresta Amazônica, composta por Villa-Lobos nos anos 50 para o filme Green Mansions, de Mel Ferrer, tem por letra poema de Dora Vasconcelos, e aparece na minissérie como o dueto de amor de Maria e o Pássaro Incomum, quando em forma humana. Na trilha sonora, a composição é tratada instrumentalmente, como o sétimo tema da coletânea. Após breve introdução confiada a um violão, a melodia é apresentada por um violoncelo, uma alusão ao instrumento de preferência pessoal de Villa-Lobos, sobre o qual se coloca uma segunda voz, em contraponto, executada por uma flauta.

O oitavo tema, referente ao episódio em que o sol nunca se põe, Sol a Pino, evoca construções melódicas do nordeste brasileiro. Introduzida por ponteio de viola e rabeca, a melodia triste e cantável, aproxima-se de um choro, demandando certo virtuosismo na execução dos instrumentos.

O tema batizado de Circo e Melancolia tem sua melodia executada por uma banda musical típica dos pequenos circos em viagem. Trata-se de uma valsa bastante marcada pelos metais e percussão, transmitindo sensação de movimento que relembra a agitação e a circularidade do picadeiro circense.

Finalmente, o último tema orquestral da trilha sonora, escolhido para demarcar a variante do Asmodeu belo e galanteador, é um empréstimo à ópera Carmen, de Bizet. A marcha de entrada em cena do toureiro, de conhecimento generalizado, é apresentada na minissérie pelos sopros, basicamente os metais,

trompetes e trombones, e a marcação rítmica é feita com clareza pelos instrumentos de percussão.

Além da trilha sonora comercializada, outros efeitos musicais orquestrais ou instrumentais de menor extensão foram incorporados para acentuar os movimentos dos personagens ou chamar a atenção dos espectadores a detalhes cênicos. É o caso, por exemplo, dos vôos de pássaros em geral, e do Pássaro Incomum. Seus movimentos são pontuados por melodias em arpejo, isto é, notas subseqüentes que denotam deslocamento (cfe. Episódio 2, cena 12, p.77). Outra cena em que a música tem o papel de adensar a mostraçãõ imagética: o surgimento do jardim da noite, quando o coco que a aprisionava, impedindo o por do sol, é quebrado por Maria. Junto à luxuriante vegetação de flores gigantescas, além dos ruídos de grilos e coxares da noite libertada, escutam-se gorjeios executados em clarinetes (cfe. Episódio 2, cena 12ª, p.78). Outras passagens dessa espécie são o desarranjo intestinal de Zé Cangaia, após comer o sanduíche oferecido por Asmodeu em troca de sua sombra, marcado por uma sanfonada (Episódio 3, cena 7, p. 107) e os estertores do Pássaro Incomum, ferido por flechadas, sonorizados pelas batidas secas de uma matraca (Episódio 4, cena 57, p. 187). Melodia em vocalize, sem palavras, buscando um efeito angelical ou celeste, acompanha as aparições da Mãe transmutada em Senhora (cf. Episódio 1, cena 21, p. 33) bem como no reencontro com o Pai à beira da morte no jardim de sonho (Episódio 7, cena 24, pp. 313-315), invocando entoações árabe-medievais.

Pelo que se expôs até aqui, quanto à interplexão da música na mediação sonoro-verbal de Hoje é Dia de Maria, podemos perceber que há duas funções diversas para os temas musicais: existem as músicas que somente nós, os telespectadores escutamos, e aquelas que também os personagens percebem. Quanto às primeiras, sua função é ligada a conferir um clima ou atmosfera sonoros que indicam o pertencimento do produto a uma culturalidade ou campo estético específicos. Pelo recurso às cantigas populares e a outros temas presentes na memória auditiva da população, o cenário musical da minissérie predispôs-nos a reconhecer o tempo e o espaço da narrativa, como apartados de nossas temporalidades e localidades próprias. O papel da música, assim, foi o de

auxiliar-nos a perceber o espaço-tempo da narração, o qual, na promessa geral do produto, que citamos acima, seria o do sonho e da infância.

Quanto às intervenções musicais que são ouvidas pelos personagens, tais como, o Pai ao ser salvo da morte pela canção entoada por Maria (Episódio 5, cena 15, p.227); Maria que encontra o Amado na noite do bosque, ouvindo-o cantar (cf. Episódio 6, cena 8, p. 247); Asmodeu que vê Maria passando, alertado pelo som de suas cantigas (cf. Episódio 3, cena 14, 127), e outras passagens semelhantes, são intervenções colocadas deliberadamente como recursos dramáticos na condução da narrativa. Ressalte-se, ainda uma vez, que a opção pela palavra cantada, em detrimento de falas somente recitadas, é também parte da construção da textualidade audiovisual da minissérie, de sua composição artística enquanto obra que se quis fazer única e esteticamente significativa.

Como se descreveu, a produção musical não teve qualquer preconceito em retomar temas musicais circulantes na memória coletiva, em especial aqueles provenientes do folclore brasileiro. Foram perfilhadas outras musicalidades – afro-brasileira, indígena, e mesmo a música erudita. Buscou-se um tratamento refinado no que tange à execução orquestral e ao registro das músicas, o que é demonstrado entre outras providências pelo recurso às elaborações melódicas de Villa-Lobos. Valorizou-se, dessa forma, a transmissão de conteúdos musicais no âmbito da cultura massiva, encetando a releitura do popular via erudito, e promovendo um amálgama de qualidades criativas e de execução técnica aprimorada.

Quanto à ocorrência de ruídos e barulhos, embora menos notáveis que a presença da música, eles também foram importantes elementos da composição da mediação sonoro-verbal em *Hoje é Dia de Maria*. Primeiramente, temos os ruídos da natureza, sem os quais, a mostração das imagens restaria defectiva, por exemplo, o som do vento que movimentava as árvores; das águas dos regatos a escorrer; o chilrear de pássaros ao amanhecer. Houve também o registro de sons onomatopéicos: como todos os animais mostrados em cena são marionetes, como detalharemos abaixo, foi preciso dar-lhes suas vozes características na mixagem de som. Finalmente, houve ainda a colocação de barulhos correspondentes a certos efeitos especiais. A transformação de Asmodeu em latas velhas, por exemplo, foi acompanhada de ruídos de entrecocar de peças

metálicas; as desaparecimentos repentinas do demônio, por sua vez, que ocorriam em forma de uma explosão seguida de uma cortina de fumaça, eram pontuadas pelo som de um estouro de pólvora.

O terceiro aspecto que Pavis considera ligado à composição verbal de uma encenação, seria o ritmo, o qual unificaria “os diversos materiais da representação, dispondo-os no tempo sob a forma de ações cênicas”, como um sistema geral da encenação, “que organiza corpos falantes se deslocando no tempo e no espaço de uma cena”. (Pavis, 2005:134). O ritmo, assim, é percebido antes pela acentuação de determinados momentos em detrimento de outros, e não pela simples mudança de velocidade das falas. Na enunciação das palavras e frases, conectando-se a silêncios e dizeres, destaques ou banalizações, tensão e relaxamento, bem como na extensão e encadeamento da pronúncia do texto, o ritmo realça o conteúdo e transmite o pensamento do autor, segundo certa estruturação reveladora da cadência do espetáculo.

A combinação entre a uniformidade prosódica com dominância do falar acaipirado pelo conjunto dos personagens e as canções intercaladas, mais a trilha musical e outros efeitos, importou em conferir um ritmo próprio a Hoje é Dia de Maria. Esse ritmo, como já fizemos notar, quis ser próximo ao da contação de histórias, e difere bastante do de outros documentos audiovisuais de veiculação na TV, como os *videoclips*, onde a seqüencialização de imagens e sons é propositalmente acelerada e os procedimentos de edição e montagem têm o intuito de predispor o telespectador a agitar-se.

Houve, entretanto, na minissérie, uma ligeira modulação no ritmo geral, perceptível quando se comparam as duas nucleações principais da trama, as trajetórias de Maria-menina e de Maria-moça. Nas cenas protagonizadas pela personagem criança, a todo tempo deslocando-se e a cada curva do caminho a encontrar um novo personagem, identifica-se uma maior presença dos elementos da cultura popular e o fio da narrativa desenrola-se mais solto. Trata-se dos episódios em que se dão os encontros: tudo é surpresa e novidade. Os enfrentamentos diretos entre Maria e Asmodeu, cheios de agitação, acontecem nesta nucleação. Maria-moça não confronta o diabo cara a cara, senão uma única vez.

Nos episódios da fase adulta da protagonista, a trama distancia-se do modelo de uma história ou conto infantil, e aproxima-se à forma de uma novela literária, caracterizada pelo estabelecimento de triângulos amorosos. Primeiro, o Príncipe quer casar com Maria, que sofre os expedientes de atrapalho do noivado, postos em prática pela Madrasta. Depois, Maria encontra seu Amado, mas Quirino, tomado pelo ciúme, logra impedir que continuem a se ver. Numa terceira triangulação, Maria e o Amado, novamente reunidos, despertam a inveja do solitário Asmodeu, que a envia de volta à infância. Triângulos novelescos! Nesta nucleação da trama, o deslocamento de Maria é menor, a tônica é sobre os reencontros (com o Pai e o Amado – este como pássaro ferido, amante noturno e pássaro gelado), e o ritmo desacelera-se para dar lugar a um clima romântico nas cenas protagonizadas pelos amantes. Vistas isoladamente, as passagens românticas da minissérie, são as que menos originalidade carregam, e equiparam-se a encenações correntes de outros pares de amantes na ficção televisual brasileira, nos momentos do tipo final feliz. Rodrigo Santoro, ademais, o intérprete do Amado, nem ao menos incorporou o falar regional.

Resumindo a mediação sonoro-verbal, diremos que a mesma foi utilizada na maior gama possível de variações: pela palavra falada e cantada, na criação de uma atmosfera através da música incidental; e com a incorporação de ruídos a pontuar os gestos, a naturalizar os bonecos e a acentuar a dramatização da narrativa. Além disso, permitiu o estabelecimento de um ritmo ao mesmo tempo onírico e lírico, de sonho e sentimento.

4.1.2. A mediação imagético-visual na enunciação de Hoje é Dia de Maria.

Do ponto de vista da **mediação imagético-visual** na composição da enunciação televisual de Hoje é Dia de Maria, o que nos ocupará nesta seção é analisar **o que se mostrou** através de imagens. Iniciemos revisando algumas perquirições com Pavis (2005). Em relação ao comportamento do ator em cena, captado pela filmagem, importa observar, no conjunto das imagens destinadas a um audiovisual, que as mesmas não são estáticas, mas em movimento. Cabe,

portanto, identificar a gestualidade e os deslocamentos dos personagens no espaço filmado. Isto inclui questões como a dimensão da visibilidade corporal, em planos mais abertos ou fechados; a orientação dos atores ao público – de frente, de lado, de costas, olhando ou não à câmera; as posições corporais e mímicas realizadas; e que gestos foram utilizados nas interações entre os personagens (Pavis, 2005:57-63).

Quanto aos deslocamentos dos personagens, lembremos que a narrativa em *Hoje é Dia de Maria* teve como fio condutor uma caminhada – a busca das franjas do mar. Em virtude disso, predominaram as cenas ditas **de exterior**. Embora filmadas dentro do grande domo de gravação, que se equiparou a um estúdio, tais cenas trataram de imitar, ou idealizar, espaços naturais, não domésticos, a céu aberto, em sua maioria. Para o enquadramento dos personagens nestas paisagens fictícias, os mesmos deveriam entrar em nosso campo de visão vindos de uma das laterais, e dirigir-se ao centro da cena, ou, diagonalmente, partirem de mais longe para mais perto, enquanto a câmera permanecia mais ou menos parada captando a movimentação. Além disso, o deslocamento dos actantes foi demarcado pelo recurso a meios de transporte em cena – motocicletas, carroções, cavalos, calhambeques, denotando o acontecimento da história ao longo dos caminhos.

Em relação aos gestos dos personagens devemos diferenciar várias espécies agrupadoras. Primeiramente, contam-se os gestos necessários à caracterização das atividades performatizadas. Se um bóia-fria colhia o trigo, o gestual era o do ceifador; nas festas, quem dançava, executava os gestos próprios do bailado; Maria, ao cozinhar, operava o fogão a lenha conforme se devem manusear os utensílios envolvidos nesta atividade, e assim por diante.

Houve uma segunda categoria de gestos, utilizados pelos atores para a construção dos personagens e para dar vida às falas propostas no roteiro, que foram incorporados como marcas pessoais dos artistas ou obedecendo a indicativos das rubricas do roteirista e das instruções do diretor. Em conseqüência, Maria apresentou um gestual típico de uma criança, Asmodeu expressou através de gestos sua maldade, o Pai seu desespero, bem como todos os demais personagens, cada um segundo suas características próprias. Assim, enquanto que a movimentação dos saltimbancos no palco lembrou-nos a

pantomima, as aparições da Senhora foram icônicas, remetendo às imagens esculpidas em que o movimento transfigura-se a partir da inércia. Nesta categoria de gestos, mais que a atividade representada, o modo de fazê-la segundo o ator ou atriz é que se fez notar.

Outros gestos, carregados de dramaticidade, tiveram a função de ser, enquanto imagens em movimento, mais fortes que as palavras que os acompanhavam: veja-se, neste sentido, como exemplos, a Madrasta a maldizer a sorte de Maria que partia, desejando-lhe a morte pela sede; ou o Pai que se ajoelhava pedindo perdão à filha, quando de seu reencontro, após anos de deambulação pelos sertões a sua procura:



Figura nº 4: a maldição da Madrasta. Episódio 1, Cena 40, p. 51.



Figura nº 5: o Pai pede perdão. Episódio 6, cena 18, p. 259.

Outros elementos materiais da representação cuja descrição é importante para o entendimento de uma encenação ou filmagem seriam o figurino, a maquiagem, os objetos cênicos, o cenário e a iluminação. Quanto ao figurino, sugere Pavis (2005:164), deve-se questionar qual sua relação com a narrativa; como foi fabricado e como dele se investiram os atores. A colocação do figurino no conjunto global do espetáculo, ou em nosso caso do programa televisual, pergunta, teria importado na caracterização de um meio social, época ou estilo? Sublinhou a identificação ou o disfarce dos personagens? E ainda, qual a localização dramática do figurino em relação aos demais elementos cênicos, foi ela prosaica ou hipersignificante?

O significado do figurino em Hoje é Dia de Maria foi bastante complexo. Em primeiro lugar, como todos os demais elementos, buscou-se uma filiação com a esfera cultural do folclore. Passeando entre a simplicidade do rural e a complexidade da reutilização de materiais, a preocupação estética mostrou-se dominante. Assim, por exemplo, o Mendigo apresentou-se vestido de bonecas de pano e outros badulaques. Asmodeu galante foi o toureiro com todos os bordados de direito. A Mucama pouco simpática lembrou uma aranha negra. Os Executivos envergaram sérios ternos escuros e cabeleiras de plástico. A Senhora protetora, mostrou-se coroada de flores que são ao mesmo tempo, estrelas. Asmodeu mágico tinha cartola e capa. Maria-menina, vestidinho e laços de fita. Quando o traje se gastou, ela ganhou um novo vestido feito de gravetos pelos passarinhos da mata. O figurino teve as funções de compor personagens e de acompanhá-los em sua evolução, modificando-se a cada episódio da narrativa. Em determinados momentos pontuou distinções – os trapos de Maria bóia-fria *versus* o vestido de baile; o traje de seu casamento, plissado em papel prateado, ante a nudez da personagem em seus encontros amorosos na mata.

A confecção do figurino, chefiada por Luciana Buarque, lançou mão de itens existentes no acervo da emissora. Segundo a figurinista, o diretor da minissérie desejava que “as roupas tivessem antepassado. Poderia, por exemplo, ter sido herdado da bisavó, por isso é mais apertadinha ou tem um remendo.”⁷⁴ (site, o mundo de maria, figurino). Assim, lembrando que os personagens

⁷⁴ Cfe. www.hojeadiademaria.globo.com/Hojeadiademaria/referencias.html.

encarnavam figuras arquetípicas, a confecção dos trajes também balizou-se pelos traços estruturantes das posições actanciais para sua concretização.

Vejamos algumas imagens que exemplificam o que vimos descrevendo:



Figuras nº 6 e 7: Maria chega ao baile com o vestido que lembra uma colcha de retalhos para encontrar o príncipe de papel, cujo rosto é oculto.

Episódio 4, cena 36A, p. 167



Figura nº 8: A Mucama-aranha.
Episódio 4, cena 45, p. 179.



Figura nº 9: Asmodeu e a Madrasta: sedução em traje de toureiro.
Episódio 4, cena 6, p. 141.

Em relação à maquiagem, Pavis (2005:170) lembra-nos que ela “veste tanto o corpo como a alma daquele que a usa”. Assim, é preciso investigar o que ela nos revela ou oculta, de que forma o faz – acentuando ou esmaecendo traços fisionômicos e qual sua função no conjunto da produção teatral ou televisiva.

Dois aspectos da maquiagem em Hoje é Dia de Maria ultrapassaram o usual da mera acentuação dos traços fisionômicos dos atores para a captação de imagens: a utilização de máscaras faciais e a colocação de apliques. Quando referimos as máscaras de maquiagem indicamos aquelas próprias às atividades

teatrais ou circenses, e que, devido à existência de cenas ambientadas em tal tipo de espaços, foram incorporadas à minissérie. Assim, o palhaço Quirino, ora arlequim, ora pierrô, quando desnudou sua alma, o fez retirando a maquiagem diante do espelho. Também o Pai, redimido no palhaço Bendegó, dialogou consigo mesmo, a repensar sua caminhada, diante do espelho, mediado pela máscara:



Figura nº 10: O Pai: “estranha sua imagem como se a olhasse pela primeira vez”.
Episódio 7, cena 19, p. 310.

Quanto à colocação de apliques, referimo-nos à utilização de perucas, por personagens femininos e músicos de orquestra, por exemplo, e dos chifres necessários à caracterização dos diversos Asmodeus. Segundo o responsável por esses efeitos de maquiagem não ordinários, Vavá Torres, o detalhe dos chifres demandou muita experimentação: “minha maior preocupação era em relação aos Asmodeus, que são sete. Queria que, apesar das diferenças de cada um, eles tivessem uma mesma linguagem. Achar o Asmodeu original foi o mais complicado já que a partir dele os demais seriam criados. Testamos vários chifres, perucas e máscaras”.⁷⁵ (site, o mundo de maria, caracterização). A opção acabou sendo uma peruca com dois pequenos chifres. Mas o diretor lançou mão de um outro recurso para denotar a estranheza do personagem. Quando

⁷⁵ Cfe. www.hojeadiademaria.globo.com/Hojeadiademaria/referencias.html.

Asmodeu dirigia-se a nós, telespectadores, para comentar o andamento de suas manobras, um raio maquiador de luz verde coloria seu rosto:



Figura nº 11: Asmodeu: “Vai cantando vai... Proveita o curto tempo que é seu.”
Episódio 3, cena 14, p. 127.

Relativamente ao emprego de objetos, isto é, de “tudo o que pode ser manipulado pelo ator” (Pavis, 2005:174), muitos são os detalhes a serem observados: se foram agregados itens em sua forma natural, tais como água, terra ou fogo. Se formas não figurativas, como cubos, cones e outras tridimensionais foram utilizadas. Se houve a incorporação de material legível, por exemplo, placas e cartazes. Quanto à origem, cabe perguntar se os objetos foram especialmente criados para a filmagem, ou incluídos itens encontrados e reciclados em novo uso, em um empréstimo à realidade. Quanto à sua visibilidade, se foram mostrados ao espectador somente pela imagem, ou, ao mesmo tempo, eram nomeados pelos personagens. Ou, se ao contrário, quando citados, não foram vistos. E ainda, se são objetos da fantasia dos personagens, sublimados, persistentes na memória, ou fazem parte concretamente da encenação e tomada de imagens.

Os objetos em Hoje é Dia de Maria, congregados sob a rubrica da produção de arte, formaram um universo singular. Construídos com todo tipo de materiais reaproveitados, investiram-se de uma energia estética própria.

Adensaram as características de ancestralidade das formas, de ativar conteúdos de memória e de estabelecer liames com a esfera cultural do popular, ora profano, ora religioso, ora imaginário. Conforme informa o site da minissérie, sobre a criação de objetos cênicos: “Hoje é Dia de Maria teve um gostinho muito especial para a produção de arte. Como todos os objetos precisa[ra]m passar por um processo de envelhecimento ou adequação à linguagem, o trabalho foi essencialmente artesanal”⁷⁶ (site, o mundo de maria, produção de arte/artesanato)

Determinados objetos, considerados de maior importância visual na trama, foram encomendados ao artista nordestino Raimundo Rodrigues. Recorrendo a materiais descartados, madeira, papel, metal e plástico, o artista afirmou “aproveitar a energia que as pessoas deixam nos objetos usados”⁷⁷ (site, o mundo de maria, ateliê Raimundo Rodrigues). Entre suas criações para a minissérie estão os cavalos montados pelos cangaceiros:



Figura nº 12: Episódio 3, cena 2, pp. 90-92.

Em algumas cenas optou-se pela animação dos objetos, isto é, fotografados em posições diversas, quadro a quadro, e depois tendo as imagens seqüenciadas na edição, conferindo-lhes movimentos independentes da

⁷⁶ Cfe. www. hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/referencias.html.

⁷⁷ Cfe www. hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/referencias.html.

manipulação pelos atores.⁷⁸ Foi o caso das engrenagens do relógio que bateu as doze badaladas no baile do Príncipe, e que fomos convidados a ver como se estivéssemos dentro da maquinaria; ou a transformação final de Asmodeu em latas velhas. Viram-se também grandes bonecos deslocados pelo salão, como os dançarinos no baile, e os animais, constituídos por marionetes, filmados ao serem manipulados por seus marionetistas.

Um dos personagens centrais, presente em todos os capítulos, o Pássaro Incomum, foi confiado a uma marionete, o que nos ajuda a perceber que a participação desta espécie de objetos transcendeu a simples composição cênica, tornando-se fundamental ao desenvolvimento da narrativa. Para a minissérie os títeres foram fabricados pelo grupo mineiro de teatro de bonecos Giramundo, cujo diretor, segundo o site de Hoje é Dia de Maria, “não permite que as marionetes sejam apenas ‘elementos decorativos’ em suas cenas e transforma cada um dos bonecos em personagens vivos e bastante ativos”⁷⁹ (site, o mundo de maria, Giramundo). As marionetes utilizadas consistiram de objetos tridimensionais, corpóreos, zoomórficos, animados por manipulação indireta, suspensos por fios. O Pássaro Incomum, por exemplo, pesava doze quilos e era operado através de vinte fios, ficando os manipuladores alçados acima da cena por uma grua. Em se tratando de um audiovisual, os bonecos não ficaram enquadrados no pequeno espaço de atuação de um palco de teatro. Puderam expandir seus movimentos – nadar, correr, pular, voar. A opção do diretor Luis Fernando Carvalho foi pela acentuação da presença cênica das marionetes, pois os fios, através dos quais eram operadas, não foram ocultados. Mais um recurso para aproximar o clima geral do programa ao lúdico, ao resgate da infância.

Rafael Curci ensina que:

O homem encontrou no títere um mecanismo apto para narrar e comunicar em cena, para imitar uma ação, um movimento. Mas não qualquer movimento, ou qualquer cena, ou qualquer história, mas aqueles relatos e aquelas ações selecionadas justamente

⁷⁸ O site da minissérie informa que o procedimento de fotografia dos gestos e sua animação via computador chama-se *pixillation*. (site, o mundo de maria, animação e computação gráfica). cfe. www.hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/referencias.html.

⁷⁹ Cfe. www.hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/referencias.html.

pelos motivos figurativos presentes na superfície do objeto.⁸⁰
(Curci, 2007:29)

Assim, as marionetes em Hoje é Dia de Maria, ao tempo em que se apresentaram reconhecíveis como determinados animais, transcenderam o comportamento que os mesmos teriam na Natureza, e adquiriram funções e sentimentos humanos, e mesmo sobre-humanos, fosse como simples companheiros de brincadeiras e caminhos de Maria, fosse como seu amante e protetor. Veja-se, por exemplo, neste sentido, o Pássaro Incomum, mesmo preso ao encantamento produzido por Asmodeu, pelo dom de voar, por suas asas e voluteios, equiparou-se à figura de um anjo da guarda a velar por Maria desde cima, do mesmo ponto de vista do marionetista que o manipulava. Resgatemos uma imagem protagonizada por um boneco:



Figura nº 13: Encontro de Maria com uma marionete.
Episódio 8, cena 1, p. 335.

Quanto ao cenário, questões que podem facilitar a descrição da formatação das imagens são (Pavis, 2005:32-33): qual a forma do espaço utilizado e sua natureza – mimética, realista, simbólica? Houve incorporação de formas e estilos

⁸⁰ “El hombre encontró en el títere un mecanismo apto para narrar y comunicar en escena, para imitar una acción, un movimiento. Pero no cualquier movimiento o cualquier escena o cualquier historia, sino aquellos relatos y aquellas acciones seleccionadas justamente por los motivos figurativos presentes en la superficie del objeto”.

estéticos ou referências culturais? Como se preencheu o espaço, isto é, com que aberturas, ocupações, profundidade? Qual a função dramática do cenário? O que se mostrou ou ocultou? Como evoluiu a cenografia ao longo da narrativa? As formas, materiais e cores, produziram que conotação?

Conforme nos revela o site da minissérie, “o mundo de Maria é fantástico, mas ao mesmo tempo real. Esta realidade está dentro de um domo, na verdade a bolha do palco principal do Rock in Rio, transportada para o Projac”.⁸¹ (site, o mundo de maria, o domo). Nesta estrutura hemisférica foram implantados os diversos cenários da filmagem: Milharal, Terra do Sol a Pino, Fornalha, Vilarejo, Lavoura e Bosque. A disposição pouco usual da estrutura permitiu ao diretor fazer a tomada de imagens de todos os ângulos que desejasse, pois não havia um limite espacial fechado. Era possível dar a volta e retornar ao ponto de partida. Essa possibilidade de filmar planos em seqüência, isto é, sem a necessidade de fazer cortes e montagens, combinou-se com a liberdade da construção das luzes, que também podiam incidir de todas as direções. As dimensões do domo facilitaram a manipulação dos elementos naturais como água e fogo com “muito mais liberdade. A chuva molha o solo de verdade, o domo é um estúdio vivo, orgânico”, assinalou o site.⁸² (site, o mundo de maria, o cenário e o ciclorama)

Ao fundo, sobre as paredes do domo, afixou-se um ciclorama pintado a mão, ou seja, uma tela gigantesca que demarcava o horizonte, com paisagens diferentes para cada espaço filmado. Próximo à captação das imagens, o cenário era composto por elementos tridimensionais: a casa do sítio, árvores, a carroça dos saltimbancos. Mais perto ainda de nossos olhos, elementos menores, por vezes pouco iluminados, serviam como pontos de fuga para que o olhar percebesse a cena em perspectiva. Vejamos o seguinte exemplo:

⁸¹ Cfe. www. hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/referencias.html.

⁸² Cfe. www. hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/referencias.html.



Figura nº 14: casa de Maria Bóia-fria, elemento tridimensional ante vilarejo pintado no ciclorama. À frente, o trival introduz nosso olhar. Episódio 4, cena 26, p 158.

No espaço circular do cenário, os personagens teceram seus caminhos tangencialmente, passando por paisagens que, a exemplo de suas falas, remeteram-nos a uma culturalidade rural. Flores gigantes desloca-nos para uma noite amazônica. A paisagem de seca lembrou o semi-árido nordestino. Depois, a terra coberta de neve transportou-nos às estepes russas. A variação dos espaços cênicos ilustrou, em sua imagética, o caráter do deslocamento físico de Maria e demarcou as diferentes peripécias sofridas por seu personagem. Foram variantes confiadas a nossa percepção através das imagens, cuja beleza plástica foi construída como referência a obras de pintores famosos, como Cândido Portinari. Após mais de um século a assistir cinema e televisão, este tipo de recurso, qual seja, a ambientação da história narrada pelas imagens que compõem o cenário, já foi bastante incorporado às competências leitoras do telespectador de audiovisuais, propiciando um adensamento de seu interesse em assistir e uma reverberação emocional na audiência.

Observemos, ademais, dois exemplos do cenário de Hoje é Dia de Maria, em que se percebe a colocação de elementos próximos, a média distância, e longínquos, estes últimos pintados sobre o ciclorama:



Figura nº 15: Quirino, sobre a árvore, observa Maria à procura do pássaro congelado no campo nevado sob o sol poente.
Episódio 7, cena 31, p. 319.



Figura nº 16: No País do Sol a Pino, Maria liberta a noite presa no coco, fazendo chover no sertão.
Episódio 8, cena 8, p. 355.

Em relação à iluminação, lembremos com Pavis (2005:179-180) que sem ela nada veríamos, e que “as colorações escolhidas suscitam emoções e sensações por obra da luz (clareza) e da cor (tom)”. A iluminação confere a atmosfera visual à tomada de imagens, cabendo descrever que tipo de luz é utilizada – natural ou artificial; quando intervém e o que nos revela ou oculta das ações.

A descrição que o site da minissérie oferece-nos sobre a construção da luz é bastante explicativa:

A luz é também um dos personagens da microssérie e permite que o diretor pinte um quadro a cada cena. O diretor de fotografia de Hoje é Dia de Maria, José Tadeu Ribeiro, procurou dispor os refletores de forma que a iluminação ficasse suave como a do céu, variando de acordo com o cenário. Durante a travessia da Terra do Sol a Pino, José Tadeu trabalhou uma luz mais dura, que propiciou um recorte de sombra maior. Já no Bosque, onde são filmadas muitas noturnas, a proposta é outra: uma luz dura entra por painéis de folhas que estão suspensos na altura do ciclorama, provocando sombra nos galhos das árvores cenográficas que não têm copa. Embaixo, a luz que ilumina os atores é mais suave, mas sem perder o contraste. As noites têm uma luz mais fria, resultando num efeito prateado, como se fosse o brilho da Lua no lago”.⁸³ (site, o mundo de maria, luz de pintura)

As características dominantes da iluminação foram, portanto, de realçar o cenário, restituir as condições climáticas – noite, dia, amanhecer, sol a pino, e assim por diante – e de visibilizar os atores e objetos cênicos. Não se tratou de uma iluminação que concorresse com os demais elementos a serem vistos, como é comum na TV nos formatos musicais. Neste aspecto, Hoje é Dia de Maria aproximou-se de uma estética cinematográfica, na qual a luz é utilizada na medida certa e propositadamente no mostrar das coisas e gentes a serem percebidas no audiovisual. Vejamos dois exemplos do que se vem descrevendo, em que notamos a busca de uma gama de cores harmônica, e que o site chamou de “luz de pintura”:

⁸³ Cfe. www.hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/referencias.html.



Figura nº 17: o jardim da noite libertada por Maria.
Episódio 2, cena 12A, p.78.



Figura nº 18: O Pai caminha pela caatinga.
Episódio 5, cena 6, p. 212.

4.1.3. A enunciação televisual em Hoje é Dia de Maria.

A enunciação televisual, como prática concreta de unir o que vemos e ouvimos de maneira efetiva, tem função narrativa e representativa. Precisa despertar nossas emoções para que permaneçamos na posição de espectadores. Conforme assinala Menduni, “enquanto no teatro um espectador pode dirigir o olhar para qualquer ponto do palco (e também fora dele), e não necessariamente para onde se está desenvolvendo a cena, o espectador televisivo depende

totalmente das imagens que para ele são selecionadas e que se espera sejam compreensíveis para entender o que está sucedendo”.⁸⁴ (Menduni 2006:97) Assim, a enunciação televisiva precisa obedecer às regras de uma gramática enunciativa para que a seqüência do que se vê e ouve ganhe sentido e possa ser compreendido. Os aspectos principais que aqui entram em jogo são a composição, o enquadramento, a angulação da tomada das imagens, as seqüências enunciativas e os procedimentos de interligação ou interrupção.

Quanto à **composição**, considerando as costumeiras deficiências da imagem televisiva, quais sejam, a pequena dimensão da tela e a baixa definição, - em vias de serem superadas, mas ainda existentes para a maioria dos usuários, tais imprecisões demandam se coloque a imagem sempre em movimento, não deixando que os olhos se fixem demoradamente em detalhes. Outro aspecto da composição é o de providenciar a profundidade tridimensional da imagem, mediada pela bidimensionalidade da tela. Para isso, ela “deve ser construída sempre privilegiando linhas oblíquas e curvas, preferencialmente às horizontais e verticais, que se emparelham banais, e colocando um objeto em primeiro plano nas paisagens”⁸⁵ (Menduni, 2006:99). Quando se filma alguém que fala, o personagem ou apresentador não pode estar por demais próximo à captação da imagem, devendo existir um espaço, dito de “tomada de ar”. Se o sujeito caminha, o espaço a ser percorrido também deve restar visível. Quando se filmam grupos de pessoas, ensina Menduni, os personagens “vão reunidos em imagens coletivas que sejam de fácil leitura, com as oportunas hierarquias entre eles, sem distância demasiada entre um e outro, eliminando os excessivos desníveis de altura, evitando que fiquem em eixo com ramos de árvores, objetos, equipamentos que possam criar aproximações não desejadas”⁸⁶ (Menduni, 2006:99).

⁸⁴ “Mentre a teatro uno spettatore può rivolgere lo sguardo in ogni punto del palcoscenico (e anche altrove), e non necessariamente dove si sta svolgendo la scena, lo spettatore televisivo dipende totalmente dalle immagini che vengono scelte per lui e si aspetta che siano comprensibili per capire cosa sta succedendo”.

⁸⁵ “La profondità deve essere costruita privilegiando sempre le linee oblique e quelle curve rispetto a quelle orizzontali e verticali, che appaiono banali, e collocando un oggetto in primo piano nei paesaggi”.

⁸⁶ “I personaggi televisivi vanno riuniti in immagini collettive che siano di facile lettura, con le opportune gerarchie tra di loro, senza troppa distanza fra l'uno e l'altro, eliminando gli eccessivi

As questões relativas ao **enquadramento** referem-se ao espaço visível captado pela lente objetiva da telecâmara. Divide-se em planos, com a visibilização de pessoas ou objetos, e campos, em que se vê cenas mais amplas. Os planos vão desde o focar de detalhes do corpo, mãos ou objetos; passando pelo primeiro plano – o rosto, do queixo ao cabelo; ao plano médio, típico dos telejornais – com meio corpo aparente; o plano americano, que mostra a pessoa até a altura dos joelhos; chegando à figura inteira, em que a pessoa é vista dos pés à cabeça.

Quanto ao enquadramento dos campos, a imagem que compreende um ambiente é um campo médio. Num campo aberto prevalece a profundidade, sendo o preferido para cenas externas. Um campo muito aberto implica numa profundidade ainda maior. O enquadramento a contra-campo é a tomada de imagens por sobre o ombro de um ator, percebendo-se o outro que com o primeiro dialoga a meio-corpo. Sublinha exatamente a reciprocidade entre os personagens.

Como já descrevemos no item anterior ao falarmos do cenário, o efeito tridimensional das imagens em Hoje é Dia de Maria foi restituído através do recurso à disposição de objetos e atores em diferentes distâncias, circundados por uma paisagem ou horizonte visual pintado sobre tela. O cenógrafo João Ireno explicou o efeito perseguido com a conjunção do ciclorama e elementos tridimensionais:

Em determinadas paisagens, a cenografia é o objeto principal dentro do domo, como a casa de Maria e a pintura se encarrega dos elementos que dão perspectiva àquele cenário. Em outras, o jogo se inverte. A casa da Madrasta, por exemplo, foi pintada no painel e a cenografia ficou incumbida de fazer a ligação com elementos tridimensionais. O portão e o jardim da casa pintada, por exemplo, eram materiais – madeira, capim e flores – e foram montados dentro do domo⁸⁷. (site, o mundo de maria, o cenário e o ciclorama)

A câmara, deslocada lateralmente, teve a função de revelar-nos a extensão da paisagem, inclusive para demonstrar o trajeto percorrido pelos personagens, e

dislivelli di altezza, evitando che siano in asse con rami d'albero, oggetti, arredi che possano creare accostamenti non voluti”.

⁸⁷ Cfe. www.hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/referencias.html.

passava costumeiramente diante do elemento próximo constituidor da perspectiva. Este objeto estático, como um tronco de árvore, um portão de jardim, ou mesmo um personagem, contra o fundo que se movia em virtude do passeio da câmera, permitia, no pequeno espaço da tela televisiva, compreendêssemos a distensão da paisagem para os lados e para o fundo. Ao mesmo tempo distraía-nos de retermos o olhar em detalhes.

Quanto aos desníveis de altura entre os personagens, a preocupação na tomada de imagens da minissérie foi a de manter certa harmonia de proporções. Quando os atores adultos contracenavam com Maria-menina, por exemplo, víamos o diálogo lateralmente, ou o interlocutor estava sentado ou agachado. Não houve desnivelamentos acentuados na composição de grupos em atuação, exceto quando se quis dar a idéia de incompatibilidade entre os personagens, como no baile do Príncipe, em que os bonecos dançantes eram pelo menos duas vezes maiores que os atores.

Para organizar nossa leitura dos encontros ou diálogos, a filmagem de duplas ou grupos de personagens intercalou tomadas a média distância, em que era possível localizá-los no espaço, com registros a meio corpo, em que se podia acompanhar o diálogo vendo o conjunto de atores, bem como com tomadas mais próximas, nas quais se via ora um, ora outro ator, e era possível observar os detalhes de suas expressões faciais e emoções. A variação entre enquadramentos com diferentes distanciamentos serviu também para evitar o enfado de se olhar continuamente a mesma cena.

Em toda a minissérie houve um equilíbrio no enquadramento de planos e campos de captação de imagens. Campos abertos situaram-nos quanto ao espaço da ação. Campos médios trouxeram os personagens à nossa visão. Planos médios e contra-planos foram utilizados para dar realce aos diálogos. Planos de detalhes, os *close-ups*, foram intercalados, levando nossa atenção a minúcias corporais ou cênicas, quando necessário. A ficha técnica da minissérie (cfe. Anexo 3) apontou apenas dois operadores de câmera. Disto se conclui que a captação de imagens foi feita pensando-se em alongar as cenas e diminuir a ocorrência de cortes, edição e montagem. Assim, a mudança de campos e planos, foi feita somente quando útil à narração da história, sem preocupação com o estabelecimento de um paradigma de enunciação diferenciado daquele

que os telespectadores estão acostumados na ficção televisiva, cabendo ao movimento de câmeras em torno dos personagens a função de garantir variações na percepção do que se via.

Quanto à **angulação** da tomada de imagens, o que importa descrever é se a câmera foi colocada no mesmo plano dos sujeitos principais, ou vendo-os de cima para baixo, ou vice-versa, de forma a acentuar a importância de elementos cênicos ou dramáticos. A angulação também nos revela o ponto de vista do diretor que narra e transfere o conhecimento da história, ou de um dos personagens, que passa a ver com os olhos da câmera. Ensina-nos Menduni que “a angulação de tomada que dá maior profundidade é aquela de três quartos, mas a frontal é a mais envolvente sobre o plano emotivo. A de perfil geralmente é evitada, porque o telespectador tem a sensação que falta alguma coisa a sua percepção do personagem”.⁸⁸ (Menduni, 2006:100)

Em Hoje é Dia de Maria, a angulação da câmera foi, a maior parte do tempo, a usual para a enunciação televisiva. Colocou-se diante da cena, coincidindo com nossa posição frente ao aparelho, ou seja, a câmera e nosso olhar eram cúmplices no que se percebia. Variações ocasionais, com deslocamento do ponto de vista, aconteceram em alguns momentos nos quais os fatos narrados eram vistos a média distância por nós, e por um outro personagem que também assistia ao desenrolar da trama, funcionando a presença deste como o elemento fixo de filtragem da perspectiva. É o caso, por exemplo, de Asmodeu a observar a caminhada de Maria, ao mesmo tempo anunciado-nos as providências malignas que tomaria depois (cfe. Episódio 3, cena 14, p. 127), ou da Madrasta a cobiçar o sítio do Pai, enquanto o via, bêbado, a circular pelo milharal abandonado (Episódio 1, cenas 4 a 6A, pp. 10-12). Nestes ensejos, nosso olhar, e nossos ouvidos, eram redirecionados para a fala e a visão do personagem, bem como para sua interpretação do mundo ficcional.

Nos produtos televisuais não-ficcionais, uma característica quase sempre presente é a de que os apresentadores olhem para a câmera dirigindo-se a nós. Ao contrário, nos formatos ficcionais, como também é o caso no cinema, os

⁸⁸ “L’angolazione di ripresa che dà maggiore profondità è quella di tre quarti, ma quella frontale è più coinvolgente sul piano emotivo. Quella di profilo generalmente si evita, perchè lo spettatore ha la sensazione che manchi qualcosa alla sua percezione del personaggio”.

personagens não se dirigem à captação de imagens, mas restam entretidos no plano da realidade ficcional onde vivem. Em Hoje é Dia de Maria, o diretor, em vários momentos, optou por assinalar nossa presença como telespectadores, inserindo falas de personagens dirigidas a nós. É o caso, por exemplo, da Madrasta que nos sussurra alguns comentários; de Maria que nos propõe perguntas que serão respondidas ao longo do desenrolar da narrativa; de Asmodeu que, além de nos olhar, aproxima-se da câmera, como se nos falasse aos ouvidos; e do Mendigo, que inclusive nos mostra a língua, a evidenciar que tem sede:



Figura nº 19: O Mendigo sedento.
Episódio 2, cena 10, p. 74.

Ainda quanto à angulação, ao observarmos os procedimentos enunciativos em consonância aos movimentos da câmera, poderemos ter variações conforme ela esteja fixa, as imagens mudando tão-só em virtude dos deslocamentos dos atores filmados; ou ela se movimente, girando sobre seu próprio pedestal; deslocando-se em linha reta ou arco, sobre trilhos; elevando-se instalada a braço mecânico (*dolly*); ou ainda carregada pelo *cameraman* sobre o ombro ou fixada ao corpo do operador pelo mecanismo de sopesos do *steadycam*.

Em Hoje é Dia de Maria, os movimentos de câmera foram predominantemente laterais, de forma a dar conta da extensão do cenário e de acompanhar o deslocamento dos atores. Partindo de campos mais abertos para

mais fechados, em busca dos diálogos e detalhes, houve também movimentos frontais, com aproximação ou distanciamento da câmera, ou da lente, pelo recurso do *zoom*. Menos comuns, mas presentes para permitir certos efeitos visuais, foram as tomadas feitas de cima, representando, por exemplo, o ponto de vista do Pássaro sobre o caminhar de Maria; e a filmagem com a câmera girando à volta de um personagem ou ponto fixo, como por ocasião da passagem de Maria da infância à juventude, quando os elementos naturais foram agitados para o que o tempo acelerasse, imitando o efeito de um vendaval:



Figura nº 20: câmera em movimento circular adensa o efeito do vento.
Episódio 5, cena 16, pp. 150-151.

Uma **seqüência enunciativa** audiovisual é “um conjunto de imagens dotadas de um sentido completo, que descreve um objeto, que conta uma sua história”⁸⁹ (Menduni, 2006:104). Se tivermos várias câmeras tomando imagens, cujos diversos ângulos de captação serão incorporados nas seqüências através da edição, isto deve ser feito de forma a não se perder os significados da história. Os nexos causais da narrativa devem permanecer visíveis, seja qual for o ritmo que a montagem alternada das imagens nas seqüências, e das seqüências no relato como um todo, trate de imprimir ao produto audiovisual.

⁸⁹ “Un insieme di immagini dotate di senso compiuto, che descrive un oggetto, che racconta una sua storia”.

Quanto aos **procedimentos de interligação** das imagens, estas poderão seguir-se justapostas, sem elementos que demarquem sua junção, ou unidas com efeitos de função conjuntiva ou disjuntiva, buscando-se realçar algum significado específico na enunciação televisiva. É o caso de imagens que dividem a tela; da inserção de mensagens escritas sobre a imagem; ou de outras interligações menos patentes como o esmaecimento (*fade*), dando lugar a outra seqüência; ou a sobreposição de imagens – em que uma desaparece aos poucos e a que lhe sucede se fortalece. Entre os procedimentos de interrupção, cabe lembrar dos ganchos narrativos e suas correspondentes formatações no fluxo de sons e imagens.

As seqüências enunciativas na minissérie em estudo foram apresentadas de forma a que se acompanhasse o desenvolvimento da narrativa. Em cada um dos capítulos havia um relato parcial em andamento e concentrava-se no episódio a narração de seus temas específicos. O recurso a deslocamentos temporais no relato, como os *flash-backs*, foi quase inexistente. De igual forma, o entrecruzamento de duas linhas narrativas, relacionadas a dois diferentes espaços cênicos, em que ocorriam fatos temporalmente concomitantes, foi expediente utilizado apenas quando, no desenrolar do episódio, os personagens que atuavam separados, acabariam por encontrar-se mais à frente.

O uso de esmaecimentos (*fades*) tampouco foi abundante. Anotamos tal recurso somente quando o raio de luz do espelho mágico de Maria atingiu os sete Asmodeus, um após o outro, enviando-os de volta aos infernos. (Episódio 8, cena 23, p. 373) Então, a tela se fazia totalmente branca por instantes. O suposto brilho de raios de sol no espelho foi inserido através de *fades*.

No caso de Hoje é Dia de Maria, a interrupção do fluxo de imagens em seqüência, para dar lugar aos intervalos comerciais foi denotada com maior força somente por ocasião do primeiro intervalo de cada capítulo, a cerca de um quarto de hora de transmissão, quando se apresentava a seção de abertura com os nomes dos atores e principais informações de autoria. Este deslocamento dos créditos de apresentação do documento audiovisual para o momento da primeira interrupção e não mais na abertura do programa em si, é um procedimento comum na ficção televisual brasileira, e serve à estratégia da *seamlessness* (inconsutibilidade), evitando a distração do telespectador, entre dois programas

subseqüentes. Na minissérie, não tivemos o gancho típico das telenovelas, a cada intervalo comercial, com a fixação da câmera sobre o plano próximo do rosto de um dos personagens, parado com feição interrogativa. A retomada do relato após os comerciais dava-se usualmente com a reintrodução da história segundo esquema de edição de reambientação da narrativa: campo médio – campo próximo – plano médio. O gancho conclusivo de cada episódio foi confiado à fórmula ancestral da contadeira de histórias a remeter a continuação para a noite seguinte, com a abertura do enquadramento para um campo mais aberto.

O trecho de abertura de Hoje é Dia de Maria, que se mostrou portanto junto ao primeiro intervalo comercial, e que foi no conjunto dos capítulos a interrupção mais notável, teve como características ser uma animação com diversos elementos gráficos e artesanais, que se sucediam por procedimentos de edição de imagens em computação gráfica. Vejamos, para encerrar esta seção do capítulo, dois quadros de tal vinheta de abertura, também impactantes por seu aspecto não costumeiro para o meio TV:



Figuras nº 21 e 22: vinheta de abertura de Hoje é Dia de Maria.

4.2. A verificação das promessas de Hoje é Dia de Maria.

Mais acima, nos itens 3.3 e 3.4, fizemos a descrição, no âmbito do paratexto, das promessas veiculadas em relação a Hoje é Dia de Maria, cuja intenção era a de propiciar a captação de audiência e anunciantes, e que podem ter funcionado, ademais, como parte constituinte da filiação genérica, servindo como chave de leitura do produto televisual. A esta altura, em que já conhecemos diversos aspectos do produto observado, retomaremos outros textos circulados na mídia, de forma a verificar se os atos promissivos lograram cumprir sua função em três movimentos – o de despertar a curiosidade, o de sustentar a audiência durante as duas semanas de emissão da minissérie, e o de fidelizar os telespectadores ao subgênero ficcional em estudo e à emissora/produtora, que dele se utiliza para realçar sua identidade de rede. Para tal confirmação do ato promissivo bastaria talvez simplesmente indicarmos dois fatos – a média de audiência inusitada para o subgênero e o horário, de 35 pontos, e o lançamento de uma “segunda jornada” da narrativa audiovisual, em cinco capítulos, no mesmo ano de emissão (2005), com a retomada dos principais personagens/actantes, e protagonizada pelos mesmos atores. Este fato, em particular, das duas filmagens de Hoje é Dia de Maria terem ocorrido com alguns meses de distanciamento, propiciou-nos uma série de textos, que se modularam entre o comentário sobre a primeira jornada e o anúncio da segunda, que não podem ser postos de lado em nossa análise, sob pena de mostrar-se incompleta. Ainda que, no geral, esses textos venham confirmar a impressão do sucesso prático dos atos promissivos, é importante conhecer o que puseram em relevo os comentaristas, e verificar se sua percepção dominante ateu-se a questões midiáticas ou televisuais, que são as que nos cabe ressaltar na presente Tese, ou se, tal aspecto, no momento da recepção, restou subsumido por questões outras como o interesse pelo desenrolar da trama narrativa, ou o prazer frutivo que proporcionou o acompanhamento da minissérie. Uma objeção que pode ser colocada à decisão de trazê-los à Tese nesta altura, seria que, enquanto paratextos, exteriores ao audiovisual, não deveriam ter sido abordados nas seções próprias do capítulo anterior? Se assim o tivéssemos feito, sem antes dar a conhecer em detalhes o texto audiovisual, estaríamos a todo tempo remetendo

o leitor a informações de que ainda não dispunha. Ademais, na qualidade de reações à emissão em concreto estão dela mais próximos que os outros, anteriores, que gravitaram em torno dos atos promissivos.

Para a análise proposta, recuperamos três tipos de discursos, que contêm pontos-de-vistas ou opiniões, elaborados conforme o público receptor que seus autores imaginaram atingir: o do telespectador; o do profissional da mídia, crítico ou jornalista; e o do estudioso de comunicação. Tal conjunto de textos circulou durante o ano de 2005, mas permanece disponível em páginas de Internet. Boa parte destes textos são arquivos eletrônicos de originais sobre papel, tais como, artigos de revistas ou jornais e comunicações a encontros científicos. É de certa forma irônico perceber que tais textualidades, uma vez produzidas no meio informático, reunidas num local de edição, uma grande redação de jornal, por exemplo, apareceram em edições sobre papel, passíveis de manuseio, foram depois descartadas com seu suporte físico, mas retornaram à acessibilidade pública permanente via meio virtual, ou seja, compondo um hipertexto. Referimos além dos arquivos digitais de grandes corporações de mídia jornalística aos sites de sociedades científicas. Outras variantes, como os arquivos pessoais dos telespectadores, consignados em seus *blogs*, que comentaremos a seu tempo, surgiram e sobrevivem apenas no suporte virtual. O traço comum a essas textualidades, na forma em que pudemos encontrá-las para incorporar à Tese, é sua acessibilidade expandida, ou seja, ainda que produzidas num ponto geográfico particular, puderam atingir, via rede, pessoas em qualquer parte, e permanecem temporalmente disponíveis mais que suas versões impressas, se as houve.

A possibilidade da circulação na Internet das impressões pessoais e opiniões dos telespectadores, deve-se, segundo Briggs e Burke (2004:325) a que “o ciberespaço, diferente da televisão, mas parecido com leitura sem censura, não é guardado por porteiros”. Enquanto que os textos que compuseram edições de jornais e revistas passaram por algum controle editorial, prévio ou posterior a sua produção, aqueles componentes dos *blogs* revelam com liberdade o pensamento de seus autores. Komesu (2005:113) sublinha que “o blog é concebido como um espaço em que o escrevente pode expressar o que quiser na atividade de (sua) escrita, com a escolha de imagens e de sons que compõem o todo do texto

veiculado pela Internet”. O nome desse gênero digital, informa Marcuschi, vem da união das palavras inglesas *web* (rede) e *log*, “uma espécie de diário de bordo dos navegadores que anotavam as posições do dia” (Marcuschi, 2005:60). Os textos dos *blogs*, em geral breves, descritivos ou opinativos, abrem-se a comentários, havendo nas páginas respectivas espaço às respostas e intervenções dos leitores.

Denota Komesu (2005:115), que os *blogs* estruturam-se sobre três eixos, segundo tempo, lugar e interatividade. Quanto ao eixo temporal, o mais evidente, há uma relação síncrona, pois o que é escrito, torna-se ao mesmo tempo circulado na rede, costumeiramente anotando-se no cabeçalho do comentário a data de sua produção ou postagem. Quanto ao eixo geográfico, este muitas vezes não fica claro. Nem sempre se sabe de onde fala o autor. Sua opinião flutua de certa forma autônoma pela rede, por vezes sob o disfarce de um cognome. Quanto ao eixo da interatividade, é aspecto relevante na medida em que se constroem grupos de usuários que visitam reciprocamente determinados *blogs*, reagem deixando comentários, por vezes estabelecendo comunidades de interesses e assuntos compartilhados.

Analisemos, então, os diversos discursos que reagiram à apresentação de Hoje é Dia de Maria, buscando perceber suas semelhanças e diferenças, tendo em mente a modulação, em que uns, mais formais, foram sujeitos a um nível mais refinado de (auto)controle prévio; outros, em sua informalidade, apresentaram-se quase como relatos emocionais, compostos ao impacto da **tele**-visão, com vistas à verificação do cumprimento das promessas. Duas objeções podem ser colocadas à nossa maneira de trazê-los à Tese. Talvez nos questionem ter selecionado uma quantidade demasiado grande de textos. Cabe dizer que outros tantos foram desprezados pela sua semelhança ou exigüidade. De qualquer forma, para evitar repetições, faremos a análise da seguinte forma: listaremos inicialmente o conjunto de citações, sobre elas grifando, em negrito, expressões que julgamos reveladoras dos aspectos fundamentais dos comentários. Depois, a partir destes indícios negritados, apresentaremos nossa interpretação quanto ao cumprimento dos atos promissivos, se bem sucedido ou não.

Começemos pelos profissionais da mídia. Os paratextos colocados à segunda jornada da minissérie, em outubro de 2005, não puderam furtar-se a

referir a primeira emissão. Martha Mendonça, nas páginas da Revista Época (nº 386, 10/10/2005, p. 118), assumiu a posição da contadeira de histórias, ao dizer: “era uma vez um programa que **revolucionou a televisão. Inovou em linguagem**, narrativa, luz e cor. Com cenário de fábula, deu à telinha uma aura de sonho”. Na mesma data, a jornalista de Isto É Gente, Mariane Morisawa, enfocou outro aspecto, que não o da construção do audiovisual, afirmando que “não eram poucos os que duvidavam de Hoje é Dia de Maria”, que, afinal, “**caiu nas graças do público**, chegando a 35 pontos de média”. Prosseguiu transcrevendo afirmação do diretor Luiz Fernando Carvalho, por certo incompatível com as lógicas de funcionamento da televisão, quando diz: “eu não tenho compromisso com a audiência, mas com a comunicação. Se houver comunicação, haverá uma ótima audiência.” (Isto É Gente, nº 321, 10/10/2005, p. 74).

Isto É Gente continuou referenciando a minissérie nas semanas seguintes. Em 17 de outubro (nº 322, p. 71), afirmou que “o **Ibope alto** e os **elogios unânimes** mostraram à Rede Globo que a microssérie Hoje é Dia de Maria tinha mais **popularidade** do que supunha a emissora”. Disto se poderia inferir, erradamente, que até mesmo a rede produtora coloca-se, para tomar decisões, tão-somente na dependência da verificação de suas próprias promessas de captação de audiência. Como vimos, as estratégias balizadas nas lógicas de produção televisual transcendem o possível sucesso individual dos formatos. As apostas são maiores, referindo-se ao conjunto do palimpsesto, bem como ao reforço continuado da construção da identidade de emissora. Assim, a extensão de Hoje é Dia de Maria a uma segunda produção, não aconteceu simplesmente por se cobiçar a repetição de uma boa média de audiência para cinco finais de noite no mês de Outubro de 2005. Mas também para fortalecer a estratégia de fidelização dos espectadores ao subgênero minissérie, como nos revelou a mesma Isto É Gente quando afirmou “sem medo de errar, Hoje é Dia de Maria é uma **obra de arte** que o público teve o privilégio de ver na tevê. (...) Ela **merece ser vista muitas vezes**, como os melhores contos de fada”. (nº 323, 24/10/2005, p.77)

Também no terreno das lógicas televisuais, já em Agosto de 2005, a Folha de São Paulo, sob a pena de Daniel Castro, informava que “a Globo vai usar a experimental Hoje é Dia de Maria para testar a audiência de minisséries aos

sábados”, uma vez que o capítulo conclusivo da nova jornada, comporia a grade do fim-de-semana.⁹⁰ Essas observações ocasionais reforçam nosso entendimento de que os programas televisuais são partes de um todo que implica para sua produção e emissão em questões que transcendem a mera visualidade apresentada. De forma que os comentários de imprensa sobre a minissérie derivaram igualmente para notícias sobre sua transformação em filme, a publicação do roteiro em forma de livro, a edição de DVDs das duas jornadas, a indicação a prêmios, e sua listagem entre os formatos notáveis na produção cultural e televisiva brasileira. Vejamos exemplos:

Veja (nº 1928, 26/10/2005, p. 91) destacou ter sido “Carolina Oliveira **indicada ao Emmy** de melhor atriz”. Idêntica notícia surgiu em Isto É (nº 1880, 26/10/2005, p. 23) e Época (nº 388, 24/10/2005, p. 11). Ao final de 2006, a Folha de São Paulo listou o DVD da minissérie entre os presentes de Natal recomendados, cujo texto retoma formulações de dois anos antes, quando do anúncio da estréia:

As duas jornadas mágicas da pequena Maria por um mundo habitado pela **imaginação** fundem o **popular** ao erudito numa **linguagem** que mostra como **é possível elevar a qualidade da TV**. O diretor Luiz Fernando Carvalho injetou elementos folclóricos, escalou atores de universos alternativos e os misturou a figuras tradicionais e regeu o conjunto complexo sem cair na exibição de virtuosismo. A adaptação do texto original de Carlos Alberto Soffredini já entrou para a história como um **marco da dramaturgia televisiva**. (Folha, ilustrada, 17/12/2006, Presentes para ver).

A cada nova produção estreada sob a direção de Luiz Fernando Carvalho, retomam-se, nos comentários, os aspectos da originalidade da linguagem e da singularidade dos formatos no contexto televisivo. Talvez, ao se analisar o conjunto autoral de Carvalho fosse possível descobrir outras regularidades recorrentes. Esta jornada caberá a outros encetarem. O que nos cabe sublinhar é que, ao invés de se demarcar obras mais antigas como seu ponto de partida autoral, é a Hoje é Dia de Maria que se costuma conferir os louros de um ponto de mutação. Nesse sentido, Sylvia Colombo, na Folha de São Paulo, ao anunciar

⁹⁰ O experimento deve ter sido considerado satisfatório pois se repetiu a apresentação do capítulo final no sábado também para a minissérie Capitu, igualmente dirigida por Carvalho, em 13/12/2008.

no ano de 2007 a estréia d'A Pedra do Reino,⁹¹ afirmou que “a série usa recursos já apresentados em Hoje é Dia de Maria que **confrontava o naturalismo narrativo com a criação de um universo lúdico e simbólico**. (Folha, 10/06/2007, Carvalho prega ‘descontrole’ na TV). Isto indicaria a prática do diretor Carvalho de “uma narrativa de descontrole” dentro de um universo televisivo tomado por apenas “uma forma de narrar”. Conhecendo a ampla gama de formatos apresentados pela televisão, em inúmeros canais, tal afirmação parece um pouco exagerada. Na mesma esteira, entretanto, manifestou-se O Estado de São Paulo, também sobre a estréia d'A Pedra do Reino: “Luiz Fernando Carvalho, que depois da intrépida empreitada de Hoje é Dia de Maria, revisita, ou reage a obras de grandes autores brasileiros (...) vai levar esse universo para a tão **embolorada televisão comercial** do Brasil” (O Estado de São Paulo, 28/11/2006, O Nordeste mítico invade a tela).

Outra variante do discurso dos profissionais de mídia é a dos comentadores ou críticos, cuja característica é a de, além de informar, interpretarem a relevância ou singularidade do que se noticia, para o bem ou para o mal. Leiamos algumas manifestações sobre a minissérie em estudo, subscritas por aqueles que, além de se posicionarem como operadores da mídia, o fazem na qualidade de especialistas na área de interesse dessa Tese:

Já por ocasião da primeira jornada, Taíssa Stivanin escrevia no Estado de São Paulo, sob o título “Hoje é Dia de Maria mostra a TV-arte”, que mesmo “inspirada em direção cinematográfica, cenário e interpretação teatrais, tem o tom televisivo. É como se a equipe tivesse se **apropriado do melhor das referências** da música, da cenografia, da fotografia e da interpretação para criar um **bom produto para a TV**”. (O Estado de São Paulo, 13/01/2005)

Rodrigo Fonseca, no Jornal do Brasil, em “Prólogo de uma fábula”, na mesma data asseverava: “uma atração que promete, desde já, ser **a grande experiência estética televisiva do país em 2005**. (...) Hoje é Dia de Maria é um ensaio sobre o faz-de-conta. Daí não ocultar do cenário tudo o que sugira farsa, teatralidade, invenção. (...) A opção marca um **rompimento com o naturalismo telenovelesco** tradicional.” (Jornal do Brasil, 13/01/2005)

⁹¹ Minissérie em oito capítulos, adaptada do romance homônimo de Ariano Suassuna, dirigida por Luiz Fernando Carvalho, apresentada em 2007 pela Rede Globo.

Também no Estado de São Paulo, Luiz Zanin Oricchio, semelhantemente ao que vimos pontuando ao longo da Tese, resumiu, sob a manchete “Minissérie rima emoção com conteúdo” que Hoje é Dia de Maria,

destoa tanto da programação habitual de TV que chega a deixar o crítico até sem parâmetros para compará-la com outras atrações do gênero. Mais ainda pelo fato de, na grade de horário, ser antecedida por esse exemplar bovino de entretenimento que é o Big Brother Brasil. Assim, à futilidade, ao narcisismo e ao roça-roça bocó do BBB segue-se a **sutileza criativa e cheia de conteúdo** de Hoje é Dia de Maria. Como se a Globo estivesse dizendo: ‘Sou capaz do pior, e do melhor também’. (O Estado de São Paulo, 18/01/2005)⁹²

Para este comentarista a apropriação das linguagens circenses, teatrais e das brincadeiras de rua a que se propôs o diretor Luiz Fernando Carvalho, situou o audiovisual entre o cinema e a TV, partindo-se “da falsidade do cenário e entonações para se chegar se não à verdade, já que esta é difícil de ser atingida, mas pelo menos **à emoção** e à sinceridade. Não é nada modesto como projeto”. (O Estado de São Paulo, 18/01/2005)

Alexandre Werneck, por sua vez, no Jornal do Brasil, buscando analisar o programa televisivo sob o mote “Na raiz da cultura”, lembrou ter sido “lançada com pompas de abertura das **comemorações dos 40 anos da Globo**”, constituindo-se **num “dos momentos mais inspirados da TV brasileira”** e (...) “reinventando e recriando a arte popular que utiliza para construir sua trama.” (Jornal do Brasil, 23/01/2005)⁹³

Essa miscelânea entre elementos culturais, artísticos e folclóricos já havia sido anotada por quem, na condição de profissional do meio jornalístico, tivera acesso à fase de produção da minissérie, antes de sua veiculação em Janeiro de 2005, como é o caso de Valmir Santos, da Folha de São Paulo, em artigo datado de 19 de Dezembro de 2004. Ao anunciar a próxima estréia de Hoje é Dia de Maria, o articulista afirmou: “São reveladoras as **variantes teatrais** da microssérie que a Rede Globo exhibe a partir do dia 11 de Janeiro, em oito capítulos. (...) O caráter artesanal e processual do teatro parece vazar também para o modo de

⁹² Também disponível no site:

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=312ASP013>

⁹³ Também disponível no site:

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=313ASP014>

produção adotado por Carvalho – ele que nunca fez teatro e tem predileção pelo audiovisual”. (Folha, 19/12/2004, Luiz Fernando Carvalho se envereda pelo fantástico)⁹⁴

Esther Hamburger, que varia seu lugar de fala entre a academia e as páginas da Folha de São Paulo, na condição de colaboradora, entrevistou o diretor da minissérie em Outubro de 2005. Afirmou, em sua introdução à entrevista, que “a estréia da segunda temporada de ‘Hoje é Dia de Maria’ (...) é ocasião propícia para indagar sobre as possibilidades da autoria na TV. Não a **autoria** clássica, hoje problemática, mas a **colaborativa**, função de um equilíbrio instável entre forças e pressões.” (Folha, 09/10/05). Ressaltou a preferência do diretor pelas adaptações literárias e sua “proposta de uma TV ligada à **educação**, não em uma perspectiva convencional, mas **pela fabulação**”. E citou Carvalho *in verbis*: “Pensar uma TV que ultrapasse a idéia de eletrodoméstico que vende sabonete”, e que contenha “uma parcela mínima de risco e experimentação”, fugindo da decupagem óbvia. (Folha, 09/10/05, TV deve ir além do comercial de sabonete).⁹⁵

Esther Hamburger voltou às páginas da Folha no Dia de Natal de 2006, para ressaltar que “o seriado foi **destaque de qualidade** nas produções da TV aberta em 2005”, por conta “do **trabalho plástico** realizado por uma **equipe** que cresce junto com o trabalho do diretor”. Postou-se criticamente ao dizer que “o visual da microssérie, cheio de detalhes, destoa de qualquer coisa em exibição na TV e compensa o som às vezes difícil” (Folha, ilustrada, 25/12/2006, Minissérie de qualidade ganha pacote). Declaração que nos leva a pensar, pois, sendo a enunciação televisual dominada pela imagem em movimento, só permite a contemplação dos detalhes se os mesmos forem apresentados em planos muito próximos. Quanto ao som, referiu-se certamente à escolha prosódica do diretor. No que teve razão a articulista, foi em afirmar que a opção, na mediação visual, pela criação de uma atmosfera onírica, pela linguagem gestual do circo-teatro e pela arte da reciclagem, significaram a inclusão de “elementos que a produção televisiva despreza em favor de um tom naturalista”. Trata-se da possível variação

⁹⁴ Também disponível no site:

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=308ASP019>

⁹⁵ Também disponível no site:

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=350ASP013>

de acessibilidade dos mundos ficcionais, já apontada por Jost (2005), e que comentamos acima (2.4), entre produções mais lúdicas, naturalizantes ou marcadamente ficcionais.

Quanto ao discurso emanado dos especialistas acadêmicos, busquemos perceber quais os aspectos que Hoje é Dia de Maria ofereceu como instigadores a suas comunicações no âmbito de seu campo de estudos e trabalho intelectual, e que para nós serão talvez indícios da reverberação dos atos promissivos. Cláudio Cardoso Paiva, da Universidade Federal da Paraíba, em longo artigo, começou por ressaltar que como obra de ficção a minissérie sinalizou procedimentos éticos, estéticos e educativos, elaborando “uma **temporalidade distinta** daquela dominante no universo da televisão comercial, marcada pela aceleração e velocidade”. (Paiva, 2006:1) Além do passeio pelo literário e o imaginário, da reelaboração de narrativas mitológicas, Hoje é Dia de Maria teria inovado por eleger uma ótica a partir do feminino, ensejando uma “nova leitura da sociedade patriarcal” brasileira. (Paiva, 2006:8). Quanto ao fazer audiovisual, o autor afirmou que

A **paisagem** criada na minissérie produz um forte **impacto nos (tele)espectadores** pelas modulações cromáticas e pelos matizes em contraste, criando o efeito de amplitude, perspectiva e profundidade. (...) Os componentes físicos, materiais, humanos e tecnológicos na realização de Hoje é Dia de Maria concorrem para a demarcação de **um novo ciclo na história das artes midiáticas**, em cinema, televisão e DVD. (Paiva, 2006: 14-15)

Renato Cordeiro Gomes, pós-graduando em Comunicação pela PUC-Rio, em seu artigo Matrizes Culturais e Formatos Industriais, tratou de demonstrar como o produto audiovisual serviu ao mesmo tempo à ativação de uma memória, da ordem das matrizes culturais, “pondo-a em cumplicidade com um imaginário de massa” (Gomes, 2006:12) e à renovação do desgaste narrativo, devido às práticas repetidas de mercado, mesclando cultura e técnica, pelo recurso “à tradição da cultura popular, oral em primeira instância, com referências da alta cultura e com a **imagística da visualidade eletrônica**”. (Gomes, 2006:5-6). E resumiu o pesquisador: “essa série brasileira seria uma nova rapsódia, em tempos de mundialização da cultura, que, com a mediação da televisão, cria uma

narrativa formada de diferentes contos populares do Brasil que se mesclam com imagens midiáticas: **a televisão seria o novo rapsodo de uma cultura híbrida e heterogênea**". (Gomes, 2006:3)

Em "Hoje é Dia de Maria: uma análise da narrativa televisual", Fábio Nakagawa, doutorando em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, preocupou-se em conhecer qual o mecanismo semiótico utilizado como tradutor ou transcodificador dos textos que deram base à narrativa, concluindo pela permeabilidade das regiões de fronteiras intertextuais:

A televisão, analisada como um sistema modelizante midiático, também tem as suas fronteiras com os outros sistemas. O que permite afirmar que há determinados mecanismos semióticos que ela elabora para se comunicar com outros sistemas culturais, que são mediados por um canal de comunicação de massa, ou não, tais como o mito, a religião e a cultura oral. **Na microssérie Hoje é Dia de Maria (...) o formato discursivo favorece a metalinguagem com outros sistemas**. (Nakagawa, 2005:9)

Nakagawa refletiu, a partir do caso estudado, como o subgênero minissérie tem-se mostrado terreno propício a mecanismos semióticos de transcrição, abrindo-se a novas experimentações:

No caso de Hoje é Dia de Maria, isto é evidente, basta percebermos as relações estabelecidas **entre a televisão e outras manifestações de linguagem**, tais como o teatro de bonecos, as animações audiovisuais, as artes plásticas, e o *design* de moda. Mas é importante ressaltar que não é o tipo de formato em si que permite as trocas informacionais com outros sistemas, mas é o fato dele funcionar como um espaço de fronteira. (Nakagawa, 2005:7)

Adriane Hauschild (2007), em dissertação de Mestrado junto ao Programa de Pós-Graduação em Letras da PUC-RS, comparou quatro contos populares, conforme aparecem nas coletâneas de Romero e Câmara Cascudo, com o resultado da primeira jornada de Hoje é Dia de Maria, salientando as "dimensões que se encontram em relação de **combinação e confrontação: linguagem verbal** (literária) e imagem, som e movimento (**televisiva**). (Hauschild, 2007:12). Demonstrou tratar-se de uma proposta de adaptação, a qual se entende como uma "transcrição de linguagem que altera o suporte lingüístico utilizado para contar a história", implicando para a obra, enquanto unidade de conteúdo e forma,

em uma recriação (Hauschild, 2007:140). Ademais, segundo a autora, o tempo apresentado na microssérie foi “o psicológico, subjetivo, pessoal, sem padrões de medida” (Hauschild, 2007:151). Quanto à cobertura funcional da narrativa, em termos semiológicos, estabelecida em seqüências, ou seja, séries lógicas de núcleos, unidos entre si por relações de solidariedade, Hauschild concluiu:

Na microssérie Hoje é Dia de Maria as funções essenciais das narrativas maravilhosas⁹⁶ foram **adaptadas** de forma primorosa **para outra linguagem**, a da palavra, som, cor e movimento. Embora para o leitor/espectador haja a consciência da irrealidade, efeito fascinante da ficção narrativa, passa a admiti-la como real. **A consciência da diegese leva o narratário a participar da intriga**, que se consubstancia na tentativa de conduzi-lo a uma solução, apresentando resposta prazerosa aos seus motivos. (Hauschild, 2007:156)

Passemos, agora, aos discursos dos usuários de *blogs*. Iniciemos com aqueles que relataram o impacto que a minissérie lhes causou ao longo da primeira jornada, sempre com grifos de nossa autoria. José Rocha, achou por bem anunciar que não conseguia assistir ao programa pelas lembranças que este lhe trazia de seu tempo de criança:

A história me leva à infância nos quintais de Fortaleza – quando havia quintais -, me leva à infância no sertão de Banabuiú, de Jaguaribe, (...) de minha mãe varrendo o chão de terra vermelha, num amanhecer. (...) Ela me contava histórias, bonitas histórias, algumas as mesmas que conduzem o roteiro de Hoje é Dia de Maria. Por isso não consigo acompanhar a minissérie, de uma **qualidade irretocável**, e de uma **emoção à flor da pele**, que me parece atravessar a pele lá de dentro, do coração. (Rocha, 18/01/2005, crônica 27)⁹⁷

Roney, sem indicar-nos seu local de residência, optou pelo reconhecimento dos méritos da emissora, precedido de um exame de consciência:

Quase todo mundo tem algum preconceito, um dos meus é com a Rede Globo. Preconceito sempre é coisa burra, mas sempre achamos uma desculpa inteligente. A minha neste caso é que a emissora tem um número muito grande de produções superficiais quando poderia ter um papel importante no desenvolvimento da

⁹⁶ A saber: carências, danos e provações.

⁹⁷ Cfe. <http://www.geocities.com/nossalucelia/cronica27.html>.

dramaturgia brasileira. Vou precisar de outra desculpa, ou desistir de vez do preconceito (o que seria bem mais inteligente da minha parte). Tenho acompanhado Hoje é Dia de Maria...É até difícil comentar! (...) Deve haver quem não goste, pode até haver quem odeie, mais ainda que ninguém esteja suportando a série... Ah! **Se a Globo fizer uma produção destas por ano ela merecerá carta branca para quantas novelas alienadas quiser fazer!** (Roney, 19/01/2005, dias de maria).⁹⁸

Sandra Monte demonstrou ser uma telespectadora ocasional, mas dotada de opiniões e expectativas:

Hoje é dia de Maria... é nada... hahahah! Brincadeira! Infelizmente, **não vi todos os episódios**. Mas esta foi **certamente uma das grandes obras da tele-dramaturgia brasileira. Acho que depois do Auto da Compadecida foi a mais inovadora**. Quem viu, deve ter percebido que Hoje é Dia de Maria foi feita baseada em um tipo de peça teatral, cujo nome eu me esqueci. (...) Infelizmente, **houve quem achasse a minissérie algo infantil. Mas não foi**. Houve alguns detalhes que crianças não entenderiam. Como o próprio final. O importante dizer é que Hoje é Dia de Maria foi uma história fantástica que nos mostrou personagens intrigantes e fascinantes. Para variar, haverá aqueles que vão detonar com a produção, porque é da Globo e nacional. Uma pena. **Espero que vire DVD e que quando isto acontecer, que eu tenha dinheiro para comprar!** (Monte, 22/01/2005, Hoje é Dia de Maria)⁹⁹

O recifense Edilton Siqueira, divide-se entre o amor e o ódio que a televisão lhe desperta:

Quando parece que já inventamos tudo, um grupo de Santos Homens e Mulheres reacende a visagem do ilimitado espaço que a imaginação pode desenhar através da cultura (...) provando que tudo de bom pode crescer e florescer **quando se juntam o sonho, a esperança, a competência, a genialidade e a força produtiva de quem detém o Cetro da Comunicação**. (...) Justo quando me divorcio da televisão e suas bbbobagens, surge um novo milagre. (...) Amante velhonovo, me sinto redescoberto em ver que **pode haver nova vida na televisão**; e reconheço assim a primeira paixão deste ano. Virão outras, eu sei, pois que **em nossa veia corre um sangue** que não é vermelho, tampouco azul, mas **multicolorido**. E cada tom guarda em si a genética transcendental de que são feitos nossos perpétuos milagres. Apesar de tudo, não falemos nos amores futuros. Não criemos expectativas sobre o que

⁹⁸ Cfe <http://www.roney.com.br/2005/01/19/dias-de-maria/>.

⁹⁹ Cfe. www.papodebudega.com/2005/01/hoje-dia-de-maria.html

ainda está por vir. O futuro a Deus pertence, não é? Fiquemos por aqui. Porque hoje, meus amigos, o Dia é de Maria. (Siqueira, 25/01/2005, Universo de Milagreiros)¹⁰⁰

Eloyr Pacheco, como outros comentaristas, foi capaz de perspectivar o formato às lógicas televisivas:

A teatralidade da série é seu ponto forte e o que a diferencia de tudo o que até hoje foi mostrado na área. (...) Podemos até questionar se o público de um modo geral entendeu o que estava diante dele, eu, particularmente, creio que sim, a alta audiência registrada pelo IBOPE ratifica isso. Se não, só o simples fato de **levar cultura através da televisão** que vem sofrendo de uma imensa crise criativa merece ser visto, valorizado e aplaudido. Essa é a televisão aberta que eu gostaria de ver, mas infelizmente, **não é possível tê-la (nem fazê-la) durante toda a programação.** Propostas como Hoje é Dia de Maria, devem ser vistas com bons olhos, devemos saber reconhecer seu valor cultural e artístico e apreciá-las, claro. (Pacheco, 28/01/2005, Hoje é Dia de Maria: a TV que vale a pena ver).¹⁰¹

Também na constelação de paratextos relativos à segunda jornada, entre os autores de *blogs*, retornaram as referências ao produto original, o que nos remete às características do funcionamento das promessas enquanto estratégias de sustentação e fidelização de audiência. O *blogger* Ataliba, por exemplo, foi bastante enfático na recomendação da segunda emissão, como conseqüência da primeira:

Muitos erros são cometidos por uma TV chamada Globo. Aliás, hoje, mais erros que acertos. Programas de baixa qualidade, que normalmente emburrecem ao invés de primar por uma formação de cultura, e por aí vai. **Globo, ou melhor, tv brasileira** é sinal de mesmice e falta de criatividade. Na primeira jornada da Menina Maria, da microssérie Hoje é Dia de Maria, pode-se ver um **outro lado que a tv pode ter.** Bonecos, magia, e poesia em um programa que trazia o infantil ao mundo dos adultos. Não esperava um outro acerto, mas a Globo resolveu investir novamente e fazer a segunda jornada do seriado. Achei que a coisa seria ruim, mas, pelo que vi hoje, não, a microssérie promete ser tão boa quanto a primeira jornada. (...) Vale como dica, sim, para o Nerd que não tem o que fazer e está sem sono neste horário. Abaixo deixo uma

¹⁰⁰ Cfe. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=313TVQ002>

¹⁰¹ Cfe. <http://www.sobrecarga.com.br/node/view/46>.

notícia do Yahoo, sobre o seriado. Deixe de torcer o nariz, e vá ver. Hoje é Dia de Maria, sem dúvida, está matando novamente a pau. (Ataliba, 12/10/2005, Hoje é Dia de Maria estreou)¹⁰²

Marcelo Maroldi, de São Carlos, trouxe detidas afirmações em suas páginas no Digestivo Cultural, ao findar a segunda jornada, das quais selecionamos longo trecho para finalizar as transcrições:

Hoje é Dia de Maria. Iniciou-se a segunda jornada da menina. Quando esta coluna for publicada, a jornada já estará encerrada. As crianças de bem não puderam assisti-la, pois o dia da menina começa muito tarde, quando nossas crianças já dormem o sono dos pequenos, bem antes da minissérie invadir minha televisão. **Alguns adultos dormem também, o dia de Maria não os atrai. Os intelectuais também não assistem, só gente burra vê TV.** É uma pena... coitado do Câmara Cascudo. Todos os dias deveriam ser dias de Maria. Esse foi, certamente, **o melhor programa que assisti em toda a minha vida.** (...) A primeira jornada da minissérie foi no início deste ano e, apenas agora, muitos meses depois, encontrei alguém que a tenha assistido, além de mim. Embora o ibope tenha sido alto (cerca de 30 pontos), eu não encontrava representantes desse ibope. Ninguém tinha assistido, parecia. Em princípio, pensava eu, só pessoas com algum nível cultural – e, portanto, social – se interessariam pela minissérie, afinal, é um **produto tão diferente dos produtos televisivos tradicionais** que consome a massa, como novelas e programas de auditório. Além disso, na região sudeste do país, pelo menos, o folclore e cultura popular são quase que totalmente ignorados. Por aqui, praticamente ninguém se interessa por literatura de cordel, por literatura regionalista fantasiosa (com exceção dos "consagrados"), ninguém se importa muito com a cultura popular nordestina, a matéria-prima da minissérie. Outra coisa: uma minissérie desse tipo, recheada de poesia, música (cantigas, na verdade) e fantasia não é o tipo de produto que costuma atrair grandes platéias. Tinha tudo, portanto, para ser um **fracasso de "bilheteria" (aliás, a Globo esperava isso também) e um sucesso de crítica.** Os poucos que assistissem iriam gostar. E, então, acabaria ali o espetáculo, a jornada da Maria. Mas, não foi isso que ocorreu. Felizmente. (...) Com o sucesso de público, a Globo resolve lançar a segunda jornada. Aproveitadores!, pensei. Bom, eles estão corretos, **a Globo é uma empresa e precisa ser lucrativa, fazendo produtos que gerem dinheiro.** Eles não são aproveitadores!, pensei. Mas, então, duvido que vão conseguir manter o mesmo nível do primeiro. Na primeira jornada, palpitou um amigo meu, havia novidade, havia surpresa, esse era o encanto. Na segunda, também, não caiu o nível. Os atores foram

¹⁰² Cfe. <http://www.ataliba.eti.br/node/349>.

mantidos, evidente. Eles são parte fundamental de um triunvirato demolidor: história, cenário e interpretação. (...) **Hoje é Dia de Maria justifica ter em casa uma televisão.** Não irei retomar aquela velha discussão sobre televisão e nem mencionar os que não a assistem por dizerem que nela só temos lixo. Hoje é Dia de Maria desmente essas pessoas, **fez valer a pena ficar acordado até mais tarde e fez eu me orgulhar da nossa cultura e da nossa criatividade.** (Maroldi, 17/10/2005, Hoje é Dia de Maria).¹⁰³

Passemos à verificação do cumprimento das promessas da emissora, comparando o conteúdo dos atos promissivos com os textos que de alguma forma reagiram à apresentação da minissérie. Deveremos ter em mente a polarização que costuma acontecer – ou o ato promissivo refere especificamente ao formato anunciado, ou deriva para o conjunto do subgênero e à somatória das produções da emissora. Como relatamos acima (3.3 e 3.4), os principais tópicos sublinhados nas promessas relativas a Hoje é Dia de Maria foram aqueles relacionados à trama narrativa: encontrar-se-ia a infância, as cirandas, as fábulas, os contos populares, o folclore. Sonho e magia, inconsciente coletivo e brasilidade, foram conceitos recorrentes. Para render possível o cumprimento da promessa, indicava-se o tipo de programa e as competências de produção: uma minissérie, um dos formatos que mais agrada o telespectador brasileiro, filmada com elementos novos tais como linguagem não linear, cenário circular, produção artesanal, elenco ensaiado e prosódia particular. Estendendo o ato promissivo ao perfil da emissora, ressaltou-se a qualidade de produto comemorativo e jubilar dos 40 anos, o que transferiria ao programa as características de sua produtora, quais sejam, competência no fazer, permanência ao lado do telespectador e compartilhamento de seu mundo televisivo como parte da vida de seus usuários, os quais, de alguma forma, seriam co-responsáveis pela trajetória de sucesso da emissora.

Quanto às manifestações dos profissionais de mídia trazidas a esta seção da Tese, ao confrontá-las com o cardápio de conteúdos dos atos promissivos, vemos que os itens que obtiveram ressonância foram o reconhecimento da linguagem inovadora, a apresentação de um universo ficcional, e a emoção despertada. Elementos como a referência à infância, ao sonho e à imaginação

¹⁰³ Cfe. <http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=1735>.

quase não foram consignados, em detrimento de comentários abundantes quanto ao sucesso de audiência, à produção de qualidade para os padrões televisivos, e à incorporação de linguagens de outros campos artísticos, como o teatro e a pintura. Sutileza criativa e riqueza estética opuseram-se, na opinião dos verificadores das promessas, ao “emboloramento e à mesmice da televisão comercial.” É claro que no ato promissivo nenhuma emissora declararia uma proposta de apresentar, para variar, um produto de qualidade estética. Partem as empresas televisivas do pressuposto de que mostram sempre o melhor, para os telespectadores e suas expectativas, e para o gerenciamento de sua atividade comercial. Assim, os comentários quanto à qualidade e ao sucesso de audiência dificilmente poderão ser anotados como indícios de cumprimento das promessas, antes, como conseqüências paralelas do acontecimento de outras condicionantes que têm no ato promissivo, a revelação de um aspecto parcial do fazer televisivo.

Dessa forma, vemos nos discursos dos profissionais da mídia, a identificação de características que a emissora não colocaria para o subgênero minissérie, tais como, possível função educativa, o relevo do trabalho de autoria colaborativa, ou a apropriação de referências culturais de forma bastante acentuada. Pelo contrário, neste último aspecto, limitou-se a promessa a indicar como empréstimos de linguagem e conteúdos apenas aqueles feitos de autores suficientemente consagrados para não abrirem flancos à crítica – Câmara Cascudo, Villa-Lobos, Portinari, - por sinal, todos os três efígies de cédulas monetárias que circularam no país há pouco tempo. Já estavam, portanto, presentes na mais clássica forma de mediação!

No conjunto de textos incorporados a partir das falas dos estudiosos, vemos que os principais pontos de interesse foram as questões de linguagem, a televisiva perante as demais; os aspectos de composição da temporalidade ficcional; o posicionamento da televisão ante os espectadores; e as singularidades das práticas produtivas deste meio. Foram os textos que menos reagiram aos conteúdos apresentados pelos atos promissivos da emissora e que mais concederam atenção ao audiovisual enquanto textualidade.

Os depoimentos contidos nos *blogs* espelharam com maior agudeza o processo que se estabeleceu entre a emissora que prometia e o telespectador, que assistiu e deu-se por satisfeito, ou não, com o cumprimento do ato

promissivo. Entendemos, a partir dos textos coligidos, que os aspectos prometidos a título de conteúdos da minissérie, tais como, infância, sonho, esperança e emoção, foram identificados pelos telespectadores como presentes e devidamente mostrados. Mas, a exemplo dos outros dois grupos de comentaristas, também os receptores não profissionais, digamos assim, souberam analisar inflexões quanto ao compósito de linguagens do programa televisual, bem como perceber a minissérie como parte de um palimpsesto operado por emissora específica. Assim, mesmo concedendo ao programa os méritos pela qualidade, reclamaram da pouca freqüência de tal tipo de produções, indicando a própria rede televisiva como responsável por não tomar as decisões corretas. De forma que, a ocorrência de um produto excepcional evidenciou os limites de tolerância do telespectador, revelando que a fidelização não é uma conquista permanente. As falas dos usuários de *blogs* pareceram-nos claras em confirmar que aquele que assiste à TV exerce costumeiramente seu papel de verificador das promessas, e manifesta-se, quando se sente respeitado ou enganado.

Concluindo, acreditamos que o conjunto de textos apresentados na presente seção foi suficiente a demonstrar que os atos promissivos colocados pela emissora para a minissérie obtiveram o efeito pretendido. Conquistou-se audiência, com boa média diária, e remeteu-se o telespectador a assistir a segunda emissão do formato. Ensinaram-nos os comentários, igualmente, que a verificação do cumprimento das promessas é feita com a perspectivação, do programa ao conjunto da grade e ao perfil da emissora. O telespectador não quer ser público de um programa só, ainda que excelente. Pode se dar por satisfeito quanto aos detalhes prometidos específicos ao formato anunciado e assistido, mas permanecer descontente quanto ao restante do palimpsesto. Parece ter sido isto o que ocorreu quando da emissão de Hoje é Dia de Maria.

4.3. Hoje é Dia de Maria: obra de arte e experiência estética?

Característica do formato Hoje é Dia de Maria que merece um exercício de reflexão é a sua categorização como obra de arte, porta de entrada para a cultura na TV, e quanto a sua singularidade por seus traços estéticos. Todas essas maneiras de qualificar a minissérie surgiram repetidamente nos paratextos, portanto, condicionaram sua recepção, e ainda influenciam o consumidor de produtos culturais, que pode adquirir o DVD do programa e assistir à sua narrativa audiovisual. É preciso, então, que realizemos a verificação quanto à propriedade de tais qualificações, de forma a aperfeiçoar nossa tentativa de descrição de Hoje é Dia de Maria no presente estudo de caso, sempre relacionando o que percebemos com o âmbito maior da grade de programação, à emissora que veiculou o programa e ao fazer televisual.

Iniciemos com o esclarecimento de termos cuja polissemia é notável. Primeiramente tratemos da palavra cultura. Seu uso é diversificado e de nenhuma forma recente. Variando desde a noção de cultivo de plantas e criação de animais, à idéia de um espírito formador, a transmitir ideais, religiosos, políticos e sociais, a cultura “oscila entre uma dimensão de referência significativamente global e outra, seguramente parcial” (Williams, 1992:11). Enquanto que o termo cultura equivale para muitos ao cultivo ativo da mente, um estado mental desenvolvido, serve também a indicar o conjunto dos processos desse desenvolvimento, e ainda os meios através dos quais tais processos são encetados. Inclui-se, nesta acepção, toda sorte de trabalho intelectual do homem, em especial as artes, suas linguagens e estilos. (Williams, 2003:11-12).

No momento em que muitos comentaristas sublinharam que Hoje é Dia de Maria significou introduzir a cultura na TV, por certo, referiam-se à artisticidade de sua linguagem e à singularidade de seus conteúdos, qualidades que têm equivalentes no mundo dos audiovisuais, senão universalmente, pelo menos, no conjunto de produtos televisivos e cinematográficos da cultura ocidental. Ao mesmo tempo, em relação à inflexão forma-conteúdo, com a eleição dos elementos sonoros e visuais já explicitados, fez-se uma elaboração cultural de características específicas, que por seu pertencimento ao que não nos é cotidiano e propínquo, evidenciou traços culturais parciais. Esta prática resumiu-se em

fazer um produto cultural pela magnificação dos traços do vivido por grupos locais e seus processos, buscando-se a artisticidade exatamente pelo confronto com o que é culturalmente dominante ou usual num nível generalizador que se transversaliza mundializado.

Nos paratextos a Hoje é Dia de Maria, quando se falou em cultura na TV, transitou-se igualmente a outras categorizações, como num exercício de sinonímia, utilizando-se de vocábulos cuja polissemia não é menor. É o caso, por exemplo, das referências à arte ou ao artístico, à criatividade, e à estética. Por arte, mais que qualquer tipo de destreza no fabricar das coisas, hoje entendemos a produção do que é esteticamente significante. (Williams, 2003:40) Isto implica em se garantir às criações artísticas originalidade e inovação, e perseguir um arranjo dos elementos que compõem uma obra de arte com resultados que remetam, em geral, ao belo e sirvam à expressão do artista nos sentidos a que se propôs. Nesta direção, quanto às artes plásticas, afirma Arnheim, cujas palavras julgamos também apropriadas à nossa reflexão sobre os audiovisuais, se decidirmos avaliá-los como obras de arte:

A forma visual de uma obra de arte não é nem arbitrária, nem um mero jogo de formas e cores. Ela é indispensável como um intérprete preciso da idéia que a obra pretende expressar. Do mesmo modo, o assunto não é nem arbitrário, nem sem importância. Ele está exatamente correlacionado com o padrão formal para prover uma corporificação concreta de um tema abstrato. (...) Nem o padrão formal, nem o assunto constituem o conteúdo final de uma obra de arte. Ambos são instrumentos da forma artística. Eles servem para dar corpo a um universo invisível. (Arnheim, 1992:452)

Na citação, Arnheim ressalta o aspecto proposital da composição artística. Nada acontece por acaso. Dessa forma, se na minissérie em estudo padrões formais e assunto convergiram a um resultado de qualidade estética, isto se deu em consequência da vontade operante de seus autores, coletivamente, e por assim terem feito com a competência artística necessária. Mas o que é, afinal, a estética? Através dessa palavra, por sua vez, referimo-nos a nossas reações sensoriais subjetivas à arte, à aparência visual e ao que é belo. Ao fazê-lo pomos em relevo a dimensão humana em oposição ao que é utilitário (Williams, 2003:125). Sem que possamos, entretanto, nesta seção da Tese recuperarmos

tudo o que se discute sobre arte e estética, trataremos de, pelo menos, apoiar-nos em alguns julgamentos pensados em relação ao audiovisual, incluindo numa mesma visada cinema e TV, procedimento que nos é sinalizado, nesta altura, como sancionado, uma vez que nosso objeto de estudo pertence ao subgênero minissérie, com certas semelhanças com o fazer cinematográfico. Prossigamos com a seguinte observação de René Huygué sobre o poder da imagem. Para este pesquisador, para que o audiovisual aceda a um patamar artístico depende-se da maneira pela qual se utilize o componente imagético em sua construção:

Na arte a imagem é choque, um choque que desperta a consciência de cada um, exige a acuidade de sua atenção para ser penetrada, apreciada e julgada. Seu conteúdo é usufruído pelo espectador somente se ele consegue flexibilizar sua sensibilidade até o nível de exaltação de si próprio que é necessário. Da mesma forma, cinema e televisão podem, eles também, beneficiar-se desta conversão, mas, note-se bem, somente na medida em que, precisamente, eles cedam à arte. (...) A imagem, na arte, longe de facilitar a aceitação passiva, movimenta, exalta a consciência que o homem pode ter de suas capacidades. E refiro-me tanto a seus poderes sobre o mundo exterior como sobre o mundo interior. De fato, a arte intensifica o controle do homem tanto sobre a natureza como sobre si mesmo. (Huygué, 1986:9)¹⁰⁴

Nesta citação vemos uma tentativa de unir, em relação à arte, seu sentido mais antigo, de habilidade construtiva, ao que nos é mais usual, de revelação de conteúdos intelectuais, psicológicos ou espirituais do homem, sob formas de impacto estético, por exemplo, através de compósitos de imagens, estáticas ou em movimento. Este remeter do imagético a uma função artística parece ter-se verificado no formato Hoje é Dia de Maria. Os depoimentos já apresentados assim o indicaram. Mas é preciso perguntar-nos como isso se deu e fazê-lo em relação a dois momentos: o das decisões ao tempo da produção da minissérie, e depois, no acontecimento de sua emissão e recepção.

¹⁰⁴ «Dans l'art l'image est choc, un choc qui réveille la conscience de chacun, exige l'acuité de son attention pour être pénétrée, appréciée et jugée. Son contenu n'est partagé par le spectateur que s'il a réussi à tendre sa sensibilité jusqu'au niveau d'exaltation de lui-même qui est nécessaire. Il va de soi que cinéma et télévision peuvent, eux aussi, bénéficier de cette conversion, mais, notons-le bien, seulement dans la mesure où, précisément, ils accèdent eux aussi, à l'art. (...) L'image dans l'art, loin de faciliter l'acceptation passive, fouette, exalte la conscience que l'homme peut avoir de ses pouvoirs. Et j'entends aussi bien que ses pouvoirs sur le monde extérieur que sur le monde intérieur. En effet, l'art accroît la domination de l'homme sur la nature comme sur lui-même.»

Marcela Casarin (2008), relativamente aos procedimentos adotados ao tempo da produção, estudou a influência das artes visuais nas direções de arte e fotografia da minissérie. Diferenciou três tipos de relações possíveis – direta, de influência técnica, e de inspiração visual. Na relação direta tratou-se da inserção de obras visuais ou plásticas compondo a mediação imagética. A arregimentação de diversos artistas plásticos à equipe de Hoje é Dia de Maria, que revela a incidência desta variante, já foi descrita. Quanto à influência técnica, referiu-se a pesquisadora às providências de iluminação e fotografia que renderam possível, por exemplo, a construção de uma percepção de perspectiva tridimensional:

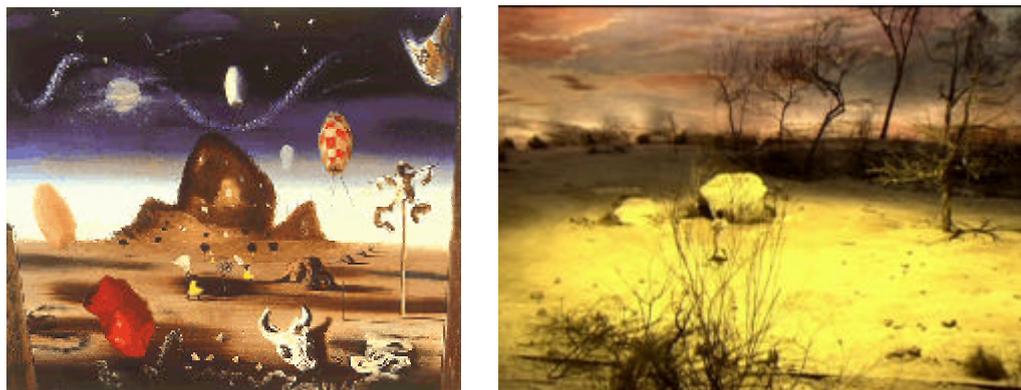
420 refletores, quatro *grids* de luz, três balões difusores e um refletor de 20 mil watts (...) Detalhes técnicos à parte, este jogo de luzes consegue, de fato, criar cenas de alto apelo estético, utilizando a variação de tons e contrastes de acordo com as mudanças de cenário: desde um suave tom de céu à luz árida, recortada pelas poucas sombras do sertão cenográfico, não esquecendo o brilho da lua nas cenas noturnas. (Casarin, 2008:10)

Quanto à inspiração visual, o procedimento de análise adotado foi o de conferir a transposição ao aspecto geral da minissérie de certos arranjos de elementos figurativos e preferências de composição, a partir da obra de determinados artistas – Portinari, especialmente. Veja-se estes exemplos de semelhança composicional das imagens que identificamos entre Hoje é Dia de Maria e esse pintor:



Figuras nº 23 e 24: Rosto de menina, de Portinari,¹⁰⁵ e Maria, na minissérie (Episódio 1)

¹⁰⁵ Cfe. www.portinari.org.br/IMGs/jpgobras/OAa_0975.JPG



Figuras nº 25 e 26: paisagem com balões, de Portinari,¹⁰⁶ e Maria caminhando no País do Sol a Pino (Episódio 2)

Na esteira da análise de Casarin quanto ao espelhamento no aspecto plástico, poderíamos identificar ressonâncias também na mediação sonora, como já o intentamos (4.1.2), bem como no estabelecimento da gestualidade, e de todos os demais aspectos na minissérie, em relação a outras linguagens artísticas e a seus operadores originais. Declarações expressas de filiação a estilos ou protagonistas do campo das artes foram também, como vimos, um dos conteúdos das estratégias promissivas da emissora. Igualmente nos paratextos, as identificações das raízes artísticas do formato fizeram-se presentes. Paiva (2006:2-9), por exemplo, elaborou amplo rol de referências cruzadas: contos de fadas e dos Irmãos Grimm; o visionarismo de Dante Alighieri e Miguel de Cervantes; relatos de viagens como a *Odisséia*, de Homero, e *Ulisses*, de James Joyce; histórias protagonizadas por meninas, como *Alice no País das Maravilhas* e *O Mágico de Oz*, em suas versões cinematográficas; *Romances de Cavalaria*; e as representações visuais do mito de Leda e o Cisne, por Da Vinci e Rubens. Casarin (2008:9) indicou semelhanças com obras dos artistas plásticos Arcimboldo, Robert Rauschenberg e Toulouse-Lautrec, em relação à segunda jornada. Gomes (2006:9-12) discutiu traços comuns com o romance *Macunaíma*, de Mário de Andrade, de 1928, e a versão desta obra para o cinema, de 1969, dirigida por Joaquim Pedro de Andrade. E assim por diante, como vimos nos textos circularizados por espectadores.

¹⁰⁶ Cfe. www.portinari.org.br/ppsite/homepage/100_anos/acoeseve/pop_33.htm

O fato de que os comentaristas anotaram as relações de semelhança entre Hoje é Dia de Maria e outros produtos culturais quanto ao aspecto artístico das linguagens, entre o conjunto da obra autoral de Luiz Fernando Carvalho e elaborações de outros autores, demonstra-nos que passamos de uma visão de arte centrada na obra, a uma prática de experiência estética acontecida na circularidade que se estabelece entre o produzir da arte e vivenciá-la. Neste sentido, Braga (2007-c), no artigo “Experiência estética na sociedade de interação mediatizada”, já havia sublinhado que “ao passar de um foco na obra para uma ênfase na experiência, a questão estética se torna essencialmente relacional.”¹⁰⁷ (Braga, 2007-c:2) Ao atentarmos primordialmente aos processos, os objetos artísticos não mais serão os continentes absolutos do estético, mas vetores de vivências, meios que permitem “aos sujeitos tomarem consciência de sua experiência” no campo da estética. Passa-se, assim, da singularidade do objeto, cada vez menos possível numa sociedade em mediatização, em que “tudo vem misturado” (Braga 2007-c:5), à “variedade de acessos possíveis entre a pessoa e objetos” geradores de experiências estéticas. (Braga 2007-c:6) Trata-se de uma mudança de parâmetros, não mais o objeto congregaria as funções de reproduzir e atestar a experiência estética, mas a expressão criativa dessa experiência ficaria estendida à experimentação frutiva do outro para sua compleição. Produção e recepção devem estar, dessa forma, conectadas num ambiente geral de sintonização (Braga, 2007-c:9). Assim, resume Braga, quanto aos processos que ocorrem numa sociedade em vias de mediatização e seus possíveis efeitos estéticos:

Todo processo relacional entre pessoas e objetos, situações ou acontecimentos pode ser assumido como gerador probabilístico de efeitos estéticos. Toda circulação social de materiais expressivos (para os quais já não se pode exigir uma intencionalidade estética forte, nem a adoção de cânones muito definidos) **pode** estimular fruição estética. (Braga, 2007-c:7)

Na sociedade em vias de mediatização acelerada, na qual tem papel preponderante o conjunto de meios que veiculam imagens e audiovisuais, não

¹⁰⁷ As opiniões exaradas pelo autor nesse artigo, foram elaboradas a partir de leituras de documentos diversos encontrados em Guimarães; Leal e Mendonça (2006)

seriam estes, perguntaríamos nós, especialmente aptos a albergar a experiência estética, isto é, a reação emocional ao que se mostra singular no sentido de remeter-nos além do nosso comportamento perceptivo costumeiro? Para estudarmos a interacionalidade mediatizada, e tentarmos responder ao questionamento, Braga (2007-c:10) indica quatro momentos – o da percepção de afetos, o dos graus de auto-percepção, o dos modos expressivos, e o da abrangência da experiência.

Aplicando tais critérios a Hoje é Dia de Maria, quanto à afetação, podemos avançar que este aspecto representou algo bastante significativo: seja pela audiência alcançada, seja pelo tipo de reação obtida, de intensidade perceptível na circularidade da mídia, o produto televisual não passou despercebido. Quanto à auto-percepção, a experiência estética de seus espectadores, como nos revelaram suas manifestações escritas, sua atividade de **tele**-visão foi por eles classificada como tal tipo de experiência em relação à minissérie. Quanto aos meios expressivos, como vimos pontuando, foram complexos no sentido em que propositalmente adensaram no nível das mediações sonoras e visuais a base de captação da enunciação televisual, adicionando diretamente, e por empréstimo, elementos artístico-estéticos, de forma a trazê-los à fruição. Quanto à abrangência da experiência estética, vemos o trabalho autoral em seu pleno funcionamento – a opção do diretor e sua numerosa equipe por detalhes idiossincráticos, que formaram um todo harmônico e conseqüente, proporcionou a completção da obra, quando inserida no processo relacional da emissão/recepção midiática, a um nível de valor universal de expressão artística. Ainda que se tenha perdido alguma palavra do vocabulário regional, mesmo que não se tenha percebido algum detalhe visual na imagem em movimento, a obra audiovisual atingiu sua plenitude expressiva exatamente porque foi concebida para ser vista como processualidade entre duas polarizações do fazer televisual – a da produção e a da recepção.

Percepção e vivência da qualidade estética ao momento da processualidade circular da mídia trazem, entretanto, um problema. Se para os receptores toda a programação for considerada artística, despertando sensibilidades, ou, em menor escala, compararmos dois ou três programas específicos, apenas sob este prisma, e todos forem igualmente geradores de

experiências estéticas na recepção, não estaríamos propondo um critério de avaliação que acabaria por invalidar-se a si próprio? Cremos que é preciso, por isso, pensarmos um pouco em retrocesso, voltando ao âmbito da produção, também refletindo no campo da arte e de suas criações. Vejamos o que nos ensina Lotman ao pensar o cinema. Para o pesquisador russo, a arte é uma linguagem de um nível de abstração lógica mais elevado que seu objeto, a vida. Consequentemente:

Em razão da natureza particular da arte como sistema semiótico, esta questão, apresenta também um outro aspecto. Num texto científico a existência de uma metalinguagem (a terminologia particular e escorreitamente construída pela ciência considerada) confere ao pesquisador uma posição exterior a seu objeto de estudo. A arte, para isso, exige ademais um alto valor intelectual e moral do artista que reúne muitas vezes nele mesmo o descritor e o descrito, o médico e o doente. (Lotman, 1977:179-180)¹⁰⁸

Lotman assevera que, no domínio da linguagem, não é necessário distinguir o conteúdo da mensagem e seu mecanismo, de diferenciar o que se diz de como é dito. Na expressão artística, ao contrário, a linguagem escolhida torna-se também conteúdo. Em termos semióticos, numa narrativa não artística, há uma hierarquização de estruturas sintagmáticas, a organização dos planos de expressão e conteúdo, de forma que o primeiro fique o mais possível automatizado, sem veicular informação. Na linguagem utilizada numa narrativa que se quer artística, o plano de expressão é propositalmente evidenciado. Explica Lotman:

Na mensagem artística, a linguagem mesma é portadora de informações. A escolha deste ou daquele tipo de organização do texto é imediatamente significativa para o conjunto da informação transmitida. (...) O texto artístico constrói-se como interação de estruturas opostas, nas quais umas cumprem a função de automatização, introduzindo séries de ordenações rítmicas, e outras desautomatizam a estrutura, perturbam a inércia da atenção

¹⁰⁸ «En raison de la nature particulière de l'art comme système sémiotique, cette question, présente aussi un autre aspect. Dans un texte scientifique l'existence d'une métalangue (la terminologie particulière et correctement construite de la science considérée) confère au chercheur une position extérieure à son objet d'étude. L'art, pour cela, exige en plus une haute valeur intellectuelle et morale de l'artiste qui réunit souvent en lui le décrivant et le décrit, le médecin et le malade».

e conferem ao sistema uma não predizibilidade elevada. (Lotman, 1977:118-119)¹⁰⁹

Na textualidade artística, seqüencializam-se elementos heterogêneos, provenientes de dominantes estruturais de níveis semióticos diferentes, mais profundos ou superficiais. Especialmente nos audiovisuais, em que se justapõem linguagens de diversos funcionamentos semióticos, em composições de variadíssima complexidade, os relacionamentos que se pode provocar entre, pelo menos, imagem, som e movimento, importam na presença de narrações concomitantes e simultâneas dos diversos registros languageiros. Assim, ainda que realcemos na processualidade da recepção o momento do telespectador em vivenciar a experiência estética, devemos lembrar que a intensidade dessa vivência está ligada também ao fato de que o receptor, enquanto leitor de textualidades televisuais, aí incluídas as elaborações de formatos mais artísticos, tem condições, ou pelo menos a ambição de julgar a qualidade do que se lhe apresenta. Dessa forma, se o espectador mediano classificou Hoje é Dia de Maria como um produto artístico, isto se deu não só pelas características de sua expressividade, que contou com o por em relevo das linguagens, nem somente pelas práticas promissivas da emissora, que ressaltaram tal aspecto. Mas, também, porque no contexto cultural em que interage, o telespectador, de uma forma ou de outra, vivencia experiências estéticas e capacita-se, a cada vivência, em abstrair de sua prática parâmetros que lhe servirão como medida de avaliação e fruição em novas experiências.

Como ressalta Jost, na mesma direção, “ao invés desse ser monolítico descrito pela semiologia, o espectador é uma tessitura de hesitações” (1998:50)¹¹⁰. Ao pensar o cinema, o pesquisador francês conseguiu identificar, no ato de se assistir a um filme, quatro máscaras enunciativas que o espectador combina, e que estão mais ou menos fora do controle do produtor do filme. Em

¹⁰⁹ «Dans le message artistique, la langue elle-même est porteuse d'informations. Le choix de tel ou tel type d'organisation du texte est immédiatement signifiant pour l'ensemble de l'information transmise. (...) Le texte artistique se construit comme interaction de structures opposées, dont les unes remplissent une fonction d'automatisation, en introduisant des séries d'ordonnances rythmiques, et dont les autres désautomatisent la structure, perturbent l'inertie de l'attente et assurent au système une non-prédicabilité élevée».

¹¹⁰ «Plutôt que cet être monolithique décrit par la sémiologie, le spectateur est un tissu d'hésitations».

primeiro lugar, o receptor, a partir das inferências narrativas que percebe, atribui ao audiovisual um estilo. É a instância discursiva do suposto-realizador. Há uma intenção de comunicar, que depende de certa forma da coerência da linguagem adotada e da finalidade perseguida – no que nos interessa analisar, a artística. Assim, no caso de Hoje é Dia de Maria, vemos que todo o processo produtivo foi reunido sob a égide de dois ou três nomes – roteiristas e diretor, trazendo-nos, caso conhecêssemos suas experimentações estéticas anteriores, no nível da produção, chaves de leitura. Ademais, sob a etiquetagem genérica minissérie brasileira da Rede Globo, temos outra pista a que suposto realizador atribuiríamos o programa antes, durante e depois de experienciá-lo e compará-lo com outros formatos do mesmo subgênero e emissora.

Num segundo patamar enunciativo, o telespectador poderá perceber o narrador implícito. Ele virá ora delegado aos personagens, ora transferido à enunciação em si: trata-se do sistema fílmico, o conjunto de combinações de linguagem que nos permite entender a história. Ao analisar Hoje é Dia de Maria, já evidenciamos o procedimento de narração – das falas introdutórias de Laura Cardoso, à predominância da câmera coincidente com nosso olhar, mais a variação ocasional para o ponto de vista de determinados personagens, mudanças que tiveram por motivação conferir artisticidade ao produto, além de tornar possível a compreensão da trama.

Uma terceira espécie de ocorrência enunciativa, segundo Jost, seria o “filmar empírico”. Ou seja, as flutuações entre intenção e sorte, necessidade e acaso. Entre as diretrizes de tomada de imagens e o que efetivamente se registra, é possível captem-se elementos não planejados. O telespectador pode, por sua parte, dar mais atenção a algo que não era o que os realizadores tencionavam por em relevo. Lembremos, a propósito, a declaração de Rocha, transcrita acima (4.2), que, impactado pelo caráter artístico do audiovisual, decidiu não assistir à minissérie.

Desses três pontos de construções da aparência da enunciação pelo espectador, surge o “autor construído”, a quarta instância. No caso das minisséries, lembramos que é parte dos atos promissivos e das características do subgênero sublinhar autorias. Vimos nos paratextos a Hoje é Dia de Maria a constante referência a Luiz Fernando Carvalho como facilitador intencional de

experiências estéticas na televisão. Quanto a esta intencionalidade por parte do emissor, Jost pergunta-se:

Como o espectador relaciona as imagens e os sons a uma ou outra das três instâncias que vimos enumerando? Em função da idéia que tem do autor, eu diria, do lugar e do papel que lhe atribui. É somente neste nível que se pode falar de responsabilidade narrativa: o que imputamos ao suposto-realizador depende da maneira segundo a qual construímos o autor, ou, para dizer as coisas de outra forma, da intencionalidade que colocamos na origem do filme. (...) Ela é, para mim, uma construção do espectador que, longe de sacar sua origem somente do texto (...) leva em conta o contexto de enunciação que formam tanto o paratexto e os diversos épitextos. (Jost, 1998:49)¹¹¹

Responsabilidade narrativa, sublinhemos, do diretor, da equipe, da emissora/produtora, e também dos telespectadores que animam na experiência estética o fruir do programa. Voltamos, dessa forma, à processualidade. Hoje é Dia de Maria como obra de arte, neste ponto de vista, se podemos assim qualificá-la, é porque funcionou com tal afetação nos diversos pontos desse processo de circularização. Por ter sido, enquanto enunciação televisual, um fenômeno polifônico. Explica Jost:

A enunciação audiovisual não pode ser pensada como um fenômeno puramente monofônico. O filme é por natureza polifônico, entretecendo as vozes de diversas figuras: do compositor de vistas, a que chamo filmador, esta pessoa responsável pela materialidade mesma da filmagem; daquele que conta, o narrador; daquele que opera as escolhas languageiras, o cineasta, este suposto-realizador.

(Jost, 1998:143)¹¹²

¹¹¹ «Comment le spectateur renvoie-t-il les images et les sons à telle ou telle des trois instances que je viens d'énumérer? En fonction de l'idée qu'il se fait de l'auteur, répondais-je, de la place et du rôle qu'il lui attribue. C'est à ce niveau seul que l'on peut parler de responsabilité narrative : ce que nous imputons au supposé-réalisateur dépend de la façon dont nous construisons l'auteur ou, pour dire les choses autrement, de l'intentionnalité que nous plaçons à la source du film. (...) Elle est, pour moi, une construction du spectateur qui, loin de tirer son origine du seul texte (...) prend en compte le contexte de l'énonciation que forment aussi bien le paratexte que les diverses épitextes.»

¹¹² «l'énonciation audiovisuelle ne peut se penser comme un phénomène purement monophonique. Le film est par nature polyphonique, entremêlant les voix de plusieurs figures: ce compositeur de vues, que j'appelle filmeur, cette personne responsable de la matérialité même du tournage; celui qui raconte, le narrateur; celui qui opère des choix langagiers, le cinéaste, ce supposé-réalisateur.»

Se toda equipe de Hoje é Dia de Maria não estivesse comprometida em obter efeitos artísticos ou estéticos, isto teria sido possível? Artur da Távola nos ajudará a refinar nosso entendimento. Para este estudioso da arte, quatro padrões incidem concomitantemente sobre cada produto televisual. O primeiro, o padrão mercadológico, é aquele da adequação do produto à vontade, à necessidade e ao universo conceitual do receptor (1988:140). O que nos indica que a produção de um formato como Hoje é Dia de Maria, singular na grade anual, tem primeiramente uma razão de mercado. Lembremos que o projeto repousou durante muito tempo nas gavetas dos setores decisivos da Globo, e só pelo evento jubilar dos 40 anos foi trazido à tona. Com os inevitáveis espaços de propaganda e patrocínio previamente comercializados.

O segundo padrão incidente, segundo Távola (1988:141) é o artístico: “não se trata do conteúdo cultural do produto-programa, mas sim da obtenção, pela produção, das virtualidades necessárias para obter os fins a que o produto se destina”. Refere-se aqui às qualidades que a emissora costumeiramente imprime ao conjunto de seus programas. O parâmetro para o uso eficaz da televisão. O que a Globo, ela mesma, batizou de seu padrão de qualidade. Neste aspecto, Hoje é Dia de Maria, que se queria mostrar diferente, não poderia ter-se apresentado pior que qualquer outro formato. Ao contrário, deveria contabilizar tudo o que houvesse de recursos de qualidade na produção. A segunda jornada, dessa forma, também não poderia igualar-se à primeira, mas cuidar até mesmo de ultrapassá-la. Por isso, contou com filmagem em câmeras de alta definição e o acréscimo de outros recursos tecnológicos e artísticos.

Em terceiro lugar, conforme Artur da Távola (1988:142), estaria o padrão produtivo-tecnológico, “pois a tecnologia, que era linguagem, transformou-se em língua. (...) A influência da tecnologia dá-se não só quanto à racionalização das técnicas de produção, mas também quanto ao resultado do produto-programa”. Dessa forma, Luiz Fernando Carvalho, em seu compor da minissérie, tangenciando sons e imagens, não poderia ignorar as competências leitoras já adquiridas pelo telespectador no ano de 2005. Talvez desafiá-las. Se o produto se mostrasse televisualmente antiquado, imediatamente o telespectador teria indicado o problema. Por isso, foi possível, talvez até necessário, no conjunto

enunciativo que retomava o teatral e o circense como dominâncias, servir-se ocasionalmente da animação computadorizada e dos efeitos especiais.

Em quarto lugar, para Távola, está o padrão ético-cultural, ou seja, “o valor, o conteúdo, a finalidade do produto-programa” (1988:143). Neste aspecto a televisão não opera rompimentos com as tendências emergentes, é geralmente conservadora, para poder ser vista por todos. Assim, interpretamos, quando se propôs, no caso de Hoje é Dia de Maria, conjugar qualidade técnica, valor estético e linguagens de artes diversas, em versões sancionadas pelos respectivos *experts* como de excelência, isto foi feito porque esta necessidade já está presente no rol de preocupações do telespectador. Távola nos provoca: “o produto-programa ideal, ou seja, o que não existe, encontra a plenitude de sua expressão televisual quando consegue ocupar, por igual, os quatro padrões” (1988:144). Teria Hoje é Dia de Maria sido este formato ideal? É claro que se nos detivermos quadro a quadro, nos vários capítulos da minissérie, encontraremos momentos de menor equilíbrio entre técnica, arte e ressonância receptiva. Mas, ao menos, a existência do programa ensejou continuada reflexão, de críticos, telespectadores, e da academia, como comprova a Tese ora produzida e os demais textos acadêmicos e críticos aparecidos sobre o formato em si, bem como em relação a sua representatividade no fazer televisual em nosso país.

Talvez o subgênero mais que a própria minissérie seja quem deva receber os méritos pelo exercício de produção e experimentação estética receptiva, irrigando, em retorno, o pólo da produção. É o que Milly Buonnano anotou sobre o subgênero minissérie, no âmbito da televisão italiana: “a minissérie, com sua nobre parentela cinematográfica, suas sólidas raízes na tradição e o efeito demonstrativo de sua capacidade de gerar êxitos (...) representa uma resposta e um desmentido ao deplorável declive da qualidade televisiva”. (Buonnano, 2005:28)¹¹³ Isto nos leva, para a conclusão desta seção, à discussão de outro par de vocábulos que se justapõem equivalentes: falar de TV de arte seria o mesmo que falar de televisão de qualidade?

Para Arlindo Machado, qualidade não pode vir desligada da noção do programa televisual. Afirma o professor, questionando fluxo televisivo como

¹¹³ “la miniserie, con su noble parentela cinematográfica, sus sólidas raíces en la tradición y el efecto demostrativo de su capacidad de generar éxitos (...) representa una respuesta y un desmentido al deplorable declive de la calidad televisiva”.

conceito chave para o entendimento do fazer desse meio de comunicação: “o conceito de fluxo empastela toda a produção televisual num caldo homogêneo e amorfo, enquanto o de programa permite distinguir diferenças ou perceber a **qualidade** que desponta sobre o fundo da mesmice”. (2007:56) Assim, um programa artístico pode ser um formato de qualidade, e ponto de apoio para sua percepção e discussão. E prossegue o pesquisador paulista, ressaltando por que se deve discutir qualidade na TV:

Numa sociedade heterogênea e complexa, em que não existe – felizmente – nenhum consenso sobre a natureza do meio, sobre seu papel na sociedade e sobre o modo como devem interagir produtores e receptores, uma televisão de qualidade deve ser capaz de equacionar uma variedade muito grande de valores e oferecer propostas que sintetizem o maior número possível de “qualidades”. (...) A querela sobre o que é ou o que não é qualidade em televisão não deve servir de pretexto para se fugir do debate sobre o significado dos produtos e processos televisuais. A crítica, na verdade, é parte constituinte do próprio processo de fazer televisão. (Machado, 2007:57)

Se Hoje é Dia de Maria conseguiu tudo isso: impor-se como formato artístico, servir à experiência estética dos receptores, e ainda tornar-se cânone para a discussão dos aspectos da qualidade na televisão, revelando a competência produtiva de seus autores, não é demais conceder-lhe o qualificativo de obra-de-arte.

CONCLUSÃO

Apraz ao intelecto
correr de olhos completos
para dentro do tempo,
que corre em nós, aceito.
E refazer o feito,
retercer o universo,
correr de olhos perfeitos.

Carlos Nejar
Gazel para as gelosias

O ELOGIO DA HABILIDADE VITORIOSA

1. Hoje é Dia de Maria em revista.

Com o intuito de substanciar a presente seção de conclusões, iniciaremos com um olhar de revisão e resumo sobre a minissérie, recuperando as reflexões apresentadas nos quatro capítulos da Tese. Ainda que se trate, por vezes, de repetir o que foi dito alhures, é necessário o movimento retrospectivo para que se tenha à palma da mão o relevo de Hoje é Dia de Maria mapeado, bem como se possa, com maior facilidade e clareza, enunciar inferências ao subgênero minissérie e ao fazer televisual, providências que serão encetadas na seqüência.

Hoje é Dia de Maria, por sua característica de recepcionar e mesclar diversas linguagens na produção de uma obra polifônica, parece confirmar o conceito de McLuhan de que a televisão deve ser percebida pelo tato. O audiovisual estudado, em sua riqueza de conteúdos e expressão, convidou o espectador a engajar-se, a querer tocá-lo, a franquear o limite da tela e imiscuir-se no caminho de Maria. Tratou-se de um formato que nos exigiu atenção plena. Não bastava só ouvir. Ou dar uma olhada. Era preciso conceder observação e acompanhar os episódios, para sua devida fruição.

Ainda que se tenha identificado na minissérie o parentesco com os contos populares e maravilhosos, com a performance de contar histórias, o discurso televisual incidiu trazendo notáveis diferenciações. Primeiramente, deu à narrativa

imagens. Não foi necessário, como ao ouvir uma história contada pela avó, imaginar personagens e paisagens. Eles foram-nos mostrados e coube-nos apreciá-los ou não. A atividade televisual, assim, enriqueceu-nos por um lado, pois concedeu-nos o que ver, mas limitou nossa imaginação. Precisamos deslocar nosso potencial de acompanhamento da narrativa de um nível de co-construção, para outro, de observação e julgamento da pertinência dos elementos propostos. Em segundo lugar, a história contada não foi compartilhada no recesso do lar, no aconchego do entardecer. Passou ao âmbito massivo, sendo assistida por milhões ao mesmo tempo. Logo, não mais uma criação de cultura popular e de transmissão a conta-gotas através da temporalidade, a história de Maria apresentou-se como um produto de mediação midiática, o que incluiu, na concretude de sua emissão, reflexos e espelhamentos na circularidade própria do meio televisual, imbricando texto e paratextos. Como num caleidoscópio, em que a menor alteração de posição já impõe uma nova configuração do que se percebe.

Hoje é Dia de Maria é exemplo de produção televisiva de demanda, ou seja, foi concebida para uma posição pré-estabelecida da grade, num determinado momento do palimpsesto anual. Deveria, dessa forma, satisfazer público-alvo específico daquela estação do ano e horário. Na condição de programa que reafirmou características sazonais da grade, portanto, parece ter sido dirigida, primordialmente, ao público-alvo adulto, com certo pendor para apreciação da cultura, contumaz ao acompanhamento de audiovisuais ficcionais serializados. O que não impediu que, pela atuação dos atos promissivos devidamente calibrados, outros telespectadores fora do perfil imaginado, optassem por assistir, dentro do princípio que, afastando-se do programa, e anteriormente, da promessa, o que seria causa certa de rejeição, aumentaram as chances de alargar o leque de sub-públicos audientes.

Quanto ao conjunto das possíveis estratégias de programação arregimentadas na emissão do formato, pudemos anotar a ocorrência em relação a Hoje é Dia de Maria das seguintes providências: houve neutralização (*blunting*), pois formatos ficcionais americanos não puderam competir com a ficção nacional, no embate entre programas genericamente equivalentes. Em relação à

programação em blocos, o *blocking*, inibindo o *zapping* em direção a programas na concorrência, parece ter sido ensejado, pois os horários de abertura de capítulos de Hoje é Dia de Maria variaram diariamente. Quanto ao tabuleiro de formatos (*checkerboarding*), foi observado somente em relação às segundas-feiras, e finais de semanas, sendo a minissérie apresentada de terças a sextas-feiras. Relativamente à ocorrência de contra-programação, isto é, escalonamento de formatos de outra pertinência genérica nas emissoras concorrentes, foi verificada, mas sem sucesso, pois a minissérie alcançou mais da metade da audiência total no horário. No que diz respeito à conquista de telespectadores, serviu à fidelização pois ocasionou a produção da segunda jornada, providência inédita para o subgênero minissérie; garantiu a Luiz Fernando Carvalho a direção de novas produções, ainda mais experimentais; e reforçou o costume de se assistir minisséries no verão, adensando o palimpsesto sazonal.

Quanto à contribuição na construção da identidade de rede, Hoje é Dia de Maria auxiliou em sua manutenção ou aperfeiçoamento, pois provocou a menção positiva à produtora nos paratextos, angariou prêmios e deu visibilidade à emissora em festivais e eventos internacionais. Em referência às técnicas de sala-de-espera, ou *leading*, a ligação que se colocou entre minissérie e formato de tele-realidade, no caso Hoje é Dia de Maria e Big Brother Brasil 5, foi acima descrita, e prossegue na prática sazonal da emissora, forçando o telespectador de ficção a acompanhar, ainda que parcialmente, o programa que lhe antecede. Apesar de sua pequena extensão temporal, a minissérie utilizou a estratégia do *stripping* (faixa), pois ocupou a mesma casa horária da grade nas noites de sua emissão.

O efeito cerimonial ou jubilar fez-se também perceptível com a qualificação da minissérie como programa comemorativo dos 40 anos da Rede Globo, e mais, como o primeiro de uma série de programas assim indexados que se apresentou ao longo do ano de 2005. O reaproveitamento de atores de sucesso e personagens (*spinoff*) foi notório. Estes últimos em relação a sua pré-existência nos contos populares. Se tivermos em mente o par primeira e segunda jornadas, tal aspecto resta ainda mais patente. Da mesma forma, o formato induziu à permanência de uma maneira de fazer televisão, no projeto Quadrante, sob a direção de Luiz Fernando Carvalho, cujo teor é a filmagem de narrativas

regionais, com elenco local. Neste desenvolvimento, já surgiram as minisséries *A Pedra do Reino* (2007) e *Capitu* (2008), e anuncia-se adaptação de texto de autor gaúcho.

A enunciação, em *Hoje é Dia de Maria*, deu-se através de narradores implícitos, ora personagens, que atraíam o “olhar” da câmera, ora pelos procedimentos enunciativos audiovisuais que nos restituíam, ao coincidir câmeras e nosso olhar, os desenvolvimentos do relato. Tal enunciação audiovisual, mediada pelos sons e imagens de variada espécie, preocupou-se tanto em narrar, evidenciando os fatos relatados, como em bem mostrar, com certo gosto e capricho. Foi, portanto, ao mesmo tempo, narrativa e cinematográfica.

Quanto à promessa ontológica contida nos gêneros ficcionais, apresentados em episódios seriados, como é o caso do subgênero minissérie, da pertinência artística do visto e do ouvido, foi observada. Houve verossimilhança conferida pelos diversos elementos combinados. Desde que se tenha operado, na recepção, a suspensão do regime de crença, que nos impediria de acreditar na existência de determinados personagens ou na possibilidade de se concretizarem certas peripécias descritas, contrárias ao funcionamento natural das coisas, tudo ocorreu conseqüentemente no desenrolar da trama. Ademais, também sobre o patamar da promessa ontológica de gênero ficcional, a extensão da fruição aos oito capítulos (e depois mais cinco na segunda jornada), cumpriu a característica do serial, qual seja, ocupar a temporalidade até se chegar ao fim da narrativa, ao clímax ou ápice. Para quem ia gostando do programa, tratou-se de um expediente que, como se sabe, é comum a todos os meios massivos, o de estender para fidelizar, e melhor mediar, ao mesmo tempo otimizando custos de produção, bem como proporcionando gratificação ao telespectador que seguia a história.

Em relação ao aspecto da restrição de cenários, que o serial televisivo teria em comparação com a enunciação cinematográfica, vemos que isso não se deu. Ao ser contraposto a outros formatos televisuais, anotou-se a amplitude dos cenários, o que demandou formas próprias de organizar os elementos cênicos, em perspectiva, para trazer tal extensão às dimensões da tela de TV. Aproximou-se, assim, a uma enunciação de cinema.

Através de que tom, Hoje é Dia de Maria foi-nos apresentada? Para qualificar o tom da minissérie, poderíamos eleger um ou mais dentre os adjetivos que lhe foram interpostos: folclórica, regional, circense, teatral, infantil, onírica, literária, fantástica, imaginária, mítica, arquetípica, e assim por diante. Todos estariam corretamente aplicados até certo ponto, mas também deixariam de denotar alguma característica. Talvez dizê-la cultural e artística, no sentido de realçar sua origem como elaboração humana. Talvez, anunciá-la como demarcadamente ficcional, pelo descompromisso em refletir o funcionamento natural das coisas. Se assim a classificássemos, estaríamos ignorando as referências à nossa realidade, indiretas mas presentes, quando se tratou, por exemplo, do trabalho infantil análogo às condições da escravidão, ou à sujeição da mulher pelo casamento. Interpelações que têm, como outras, o toque das preocupações autorais de Carlos Alberto Soffredini.

O tom foi garantido pela tonalização, ou seja, seu processo de conferência. Isto se fez através de um tom principal, que foi o da ficcionalidade aumentada, com a presença de figuras e peripécias “maravilhosas”; e tons complementares, acessados pelo empréstimo de conteúdos e formas de expressão de outras linguagens, as quais, pela sua maior antigüidade em relação à enunciação audiovisual, carregam adensamentos nas mediações referentes a imagem, som e movimentos, que foram tornados típicos ou clássicos, para tais linguagens, em tempos e lugares com condicionantes próprias. Assim, os tons complementares, trouxeram em seu bojo maneiras de dizer, de ver e descrever o mundo, e mostrar-se, que têm certa rigidez formal adquirida que influiu na remontagem, em polifonia, sem que as partes se dilúissem no todo.

Quanto à tonalidade utilizada, isto é, o conjunto de regras que presidiu a construção do formato, diremos que ela se impôs como causação de uma boa captação e edição do programa. Assim, tínhamos um formato em cores, com necessidade de mostrar tridimensionalidade, de evidenciar espaços e movimentos, e foi preciso observar as lições sobre a organização espaço-temporal das linguagens de empréstimo, mas, sobretudo, obedecer aos paradigmas do fazer televisual. Impossível seria conferir um tom mais ou menos homogêneo sem arregimentar as competências de fotografia, iluminação, captação, etc., confiadas aos respectivos técnicos. A somatória dos fazeres

desses profissionais estampou uma tonalidade artística, aliás, a que fora pretendida, evidenciando-se o eixo expressivo tanto quanto o do conteúdo narrativo. Percebeu-se o dito e a maneira de dizer; o mostrado, e a maneira de mostrar. Questões que foram propositalmente consideradas em proporções que se reforçassem e equilibrassem. De forma que, em relação ao conteúdo, o tom foi conseqüente aos empréstimos de outras linguagens, eis que já se encontrava construído na origem, e trazê-lo em sua forma original era o que interessava aos autores. Quanto à maneira de evidenciar os conteúdos na expressão, por se tratar de enunciação televisual, foi necessário um certo comedimento, que talvez tenha ficado oculto perante a abundância de detalhes cênicos. A necessidade de conferir legibilidade ao audiovisual para o maior número possível de telespectadores, desacelerou o ímpeto de inovar, evidenciando uma tensão própria ao subgênero minissérie, a da experimentação sem revogação das competências leitoras já adquiridas pela audiência. Tanto isso parece ser verdade, que se pudéssemos rever todas as cerca de sessenta minisséries que a Rede Globo produziu e apresentou ao longo dos anos, talvez nos surpreendêssemos com sua similitude no nível enunciativo, desconsiderados os diversos conteúdos narrados.

Em relação ao gancho, próprio dos formatos ficcionais seriados, ele esteve presente em Hoje é Dia de Maria em virtude da necessária interrupção pelo esgotamento do tempo previsto na grade para o programa. Não teve a função metafísica de nos convidar a reflexões existenciais. Antes, coloriu-se como o momento frutivo, conhecido e esperado, em que se transfere a continuidade da descrição narrativa para um tempo posterior. Algo que faz parte da atividade ancestral de contar e ouvir histórias.

Quanto aos paratextos a Hoje é Dia de Maria, diferenciamos sua temporalidade, antes, durante e depois da emissão, e sua autoria, da própria emissora, dos profissionais da mídia, dos telespectadores, e dos acadêmicos. Dessa forma, tivemos textualidades de variado conteúdo que foram desde o anunciar o programa, ao comentar descompromissado, até à análise segundo premissas científicas. Isto implicou em diferentes densidades e endereçamentos a leitores-alvos diversos. Significou também, aspecto que não pudemos observar

nos limites da Tese, o estabelecimento, independentemente do texto audiovisual, de relações transversais entre os paratextos. Tudo contribuindo em impulsionar a circularidade característica da mediação midiática televisiva, polifônica e multidirecionada.

Os paratextos específicos à publicidade foram observados em suas formatações conformes ao seu aparecimento antes da emissão (vinhetas, anúncios), durante ou depois da apresentação da minissérie, sempre de maneira a, através do produto, referenciar a rede. Semelhantemente, os patrocinadores e anunciantes comerciais, nas interrupções do programa, além de apresentarem produtos adequados ao público-alvo de espectadores de destinação da minissérie, associaram sua imagem à do formato e à da emissora.

Em relação aos paratextos promissivos apresentados pela Globo remetendo a Hoje é Dia de Maria, lembremos que a prometida fruição, substanciada na pertinência ficcional narrativa, teve três momentos de implementação – o do impacto do despertar da curiosidade; o da acomodação durante o acompanhamento dos capítulos; e o da elevação do espectador ao patamar daqueles que assistiram, a fidelização, que é uma forma de poder adquirido, que os diferencia de quem não viu, e os credencia a querer, poder e saber ver o que vem pela frente. A ampla coleção de paratextos coligidos sobre a minissérie, dos quais apresentamos trechos significativos, demonstraram a ocorrência desses três momentos sócio-psicológicos da audiência.

Quanto à textualidade de Hoje é Dia de Maria, polifônica, ressalte-se sempre, não ocultou suas raízes, que a irrigaram a partir dos contos populares e do teatro, da musicalidade clássica ou popular, e até mesmo da poesia, cantada que foi nas canções. Enraizamento que se deu através de referências explícitas, de forma a denotar o compartilhamento de conteúdos culturais entre os meios que os veiculam, e apesar do tempo que os quer fazer desaparecer. Isto se deu de maneira conjugada, pela apropriação de linguagens, mas também pela inclusão de detalhes sutis, só perceptíveis após se ter assistido por diversas vezes o audiovisual, como, por exemplo, numa das cenas finais da minissérie, em que Asmodeu é reduzido a latas velhas e enferrujadas. Nesta cena, o fundo musical é Carinhoso, de Pixinguinha e João de Barro, em gravação de cantor de rádio. Que

coração bateria feliz ao ver o diabo? Nenhum. Mas sim por ter visto a minissérie. Esses detalhes, das linguagens combinadas do verbal, visual e gestual, com tais raízes protuberantes e visíveis por sobre a terra da criação artística, foram justapostos de maneira a reverberar conteúdos emotivos pré-existentes na memória do telespectador, ou a conceder, a quem não os tivesse, o acesso a tal tipo de formatações estéticas. Em nenhum momento, como costuma acontecer em filmes qualificados como “de arte”, a intenção em Hoje é Dia de Maria foi a de causar repulsão ou desconforto. Em consequência, a montagem de planos e campos não foi desestabilizadora da atenção. As variações entre mais longe e mais próximo, entre visão geral e detalhes, foram as costumeiras e aceitáveis para a ficção televisual. Movimentos de câmeras com delicadeza, sem golpes de deslocamento. Pouco uso de tomadas em círculo e de cima. Também neste aspecto, predominou a intenção de emocionar e não de chocar. O caráter televisual estritamente considerado ficou por conta das interrupções para comerciais e remissão a próximos capítulos; e ao eventual direcionamento do olhar dos personagens a nós, com falas que não interessavam aos outros actantes, mas aos telespectadores.

Relativamente ao cumprimento das promessas, ou seja, à verificação da propriedade dos atos promissivos por parte dos telespectadores, Hoje é Dia de Maria mostrou o que havia sido prometido, embora não soubéssemos a princípio com exatidão o que seria. Conseguiu emocionar sua audiência. Tornou os espectadores, mais uma vez, fiéis. Alcançou a boa-vontade dos receptores, em relação à emissora, a quem “perdoaram” a não ocorrência mais freqüente deste tipo de formatos.

No que diz respeito à qualificação de Hoje é Dia de Maria como obra de arte, concluímos pela adequação da categorização, porque assim o formato foi referido pelos experimentadores estéticos, no caso, os telespectadores. Estes não colocaram a minissérie em outro nível, de divertimento, esportes, terror, etc., mas, na constelação genérica de obras de arte. Reconheceu-se que seu tom, ou traço dominante, não foi, por exemplo, embora presentes, sensualidade ou violência, mas artisticidade. Assim o programa funcionou como Obra. Isto não implica dizer que se tratou de uma obra-prima, como quiseram alguns. Não dispomos de elementos de análise suficientes para alocar Hoje é Dia de Maria a este outro

nível. Para isso, seria preciso, pelo menos, ter-se estudado em cotejo o conjunto autoral de Luiz Fernando Carvalho, as principais minisséries produzidas pela Rede Globo e outras emissoras brasileiras, e perspectivar as inferências colhidas ao cômputo dos formatos televisuais. Talvez, inclusive, aprofundar comparações com o cinema de arte. Portanto, superlativos como os que vimos em paratextos, que indicaram a minissérie como o melhor programa que certos telespectadores assistiram ao longo da vida, devem ser considerados com cautela como posições pessoais e momentâneas.

2. Hoje é Dia de Maria e o subgênero minissérie: redundâncias e transgressões.

A presente seção nossa reflexão será direcionada à questão do subgênero minissérie, e como tal conjunto de formatos foi tensionado pela emissão de Hoje é Dia de Maria. De início, recuperemos o local das minisséries na indústria cultural televisiva: este tipo de programas é um dos que mais circula. Em primeiro lugar porque, em geral, trata-se de adaptações de outros textos. Uma vez transformados em audiovisuais, e apresentados pela emissora, prosseguem à exportação, aos festivais, e à edição em DVDs, em virtude de sua extensão que permite a veiculação nestes outros espaços. A Rede Globo é a produtora nacional mais constante, com pelo menos um lançamento por ano, geralmente, no início do mês de Janeiro. Costuma anunciar tais produtos como a “nova minissérie brasileira da Globo”. Tais qualificativos nos revelam: há uma seqüência nos formatos, pretende-se fazer outros mais à frente (nova); trata-se de serialidade curta (minissérie); têm por temática preferencial a cultura nacional (brasileira); e são produzidas por uma emissora que detém as condições técnicas e orçamentárias para tais empreendimentos (Globo). O realce à condição de produto brasileiro traz ademais implícitas algumas crenças que são, ao mesmo tempo, atos promissivos quanto ao gênero – minisséries brasileiras são melhores que as estrangeiras; dão mais gratificação ao serem assistidas, pois seu conteúdo nos é conexo; e compõem subgênero em que a televisão brasileira é mais competente que as análogas de outros países.

Sabemos que o surgimento das minisséries em nosso fazer televisual se deu na década de 1980, com o abandono da produção das novelas das dez, espaço da grade do qual herdaram o pendor pela experimentação estética e dramática. Realçando ora o caráter autoral das obras originais, ora das adaptações e direções, as minisséries serviram, ao longo do tempo, ao adensamento da imagem da emissora e a retorno comercial. Com tamanho reduzido em comparação com as telenovelas, mas bastante variável no conjunto dos formatos no subgênero, imaginamos que o caminho dos projetos até sua efetivação pela emissora seja também diversificado e reflita condicionantes de todo tipo, desde as questões de financiamento, à disponibilidade de elenco, até a factibilidade de cenários e locações.

Para a Rede Globo, ressaltamos, os produtos que presidem a construção de sua imagem de produtora e rede de emissoras são predominantemente aqueles pertencentes aos gêneros ficcionais e informativos. Não vemos a rede de referência aplicar-se com idêntico denodo na criação de formatos lúdicos. Nesta categoria, aqueles que apresenta, ao inverso, são formatos adquiridos de outras empresas de mídia e adaptados às suas práticas – como é o caso dos Big Brothers. Assim, o afirmar-se como produtora de qualidade e reivindicar um lugar de destaque no rol das televisões do mundo é operado pelos programas de ficção e informação. Se para noticiar ou cobrir eventos esportivos fica-se na dependência de fatores externos à condução da emissora, na teleficção o controle pode ser exercido em plenitude. Talvez por isso a Globo aplique tantos recursos na produção de formatos ficcionais e destine as faixas nobres da grade à sua exibição. Nesta lógica, excelência entre os excelentes, as minisséries são anunciadas como programas de impacto, seja pelo conteúdo, seja pela forma, e, portanto, não podem ser permanentes. Sua eventualidade corrobora a qualidade prometida.

Vejamos o que Hoje é Dia de Maria repetiu dessa constelação de características, suas redundâncias genéricas: trouxe conteúdos culturais brasileiros, embora a trama dos contos originários tenha equivalentes universais. Operou adaptação de textos prévios de autores nacionais, inclusive com a recepção de referências (poemas, canções, dizeres), diretamente de suas fontes.

A primeira jornada ocupou a costumeira posição na grade noturna de verão. Pela temática, e a conjugação de linguagens, propiciou experimentação no fazer televisual, para a equipe de produção. A emissão, em oito capítulos, confirmou a serialização. Veio atada aos programas anteriores e subseqüentes em lógica de programação em bloco. Foi protagonizada por atores de ampla aceitação popular. Conteve linhas narrativas concomitantes, sobrepostas, conforme as práticas da teleficção, tendente à polifonia. Cuidou de emocionar, antes que chocar ou informar.

Quanto às transgressões que Hoje é Dia de Maria teria trazido ao subgênero minissérie, poderíamos indicar: a inclusão no elenco de atores externos ao plantel da Globo, especialmente convidados, oriundos de companhias de teatro, cinema, circo, ou de atuação regional. Criação de um cenário inovador e original. Causação de uma continuação, a segunda jornada, a qual teve o capítulo final apresentado na noite de sábado. Procedeu à conexão com linguagens artísticas diversas, pouco presentes na televisão. Iniciou as comemorações dos 40 anos da emissora. Obteve continuada atenção em paratextos pessoais, jornalísticos e acadêmicos.

Vemos, pelo exposto, que Hoje é Dia de Maria, ao inserir-se numa prática de produção e programação que é assente para a Globo, obteve alguns sucessos que não são comuns a todas as minisséries. Tais diferenciais foram, por certo, apropriados pela emissora, como realizações propositais, e passaram a compor os atos promissivos emitidos em relação à segunda jornada, bem como por ocasião dos lançamentos de produtos paralelos como o roteiro impresso e a versão em DVD. É claro que para a imagem da rede de referência o formato foi significativo, mas, como é preciso realçar igualmente toda a gama de seus produtos, é normal que citações à minissérie escasseiem ao longo do tempo, e proceda-se a um certo empalidecer dos diferenciais, passando o formato a fazer parte do conjunto do subgênero, sem maiores destaques. Assim, por exemplo, permanecem acessíveis no site da emissora as páginas relativas à minissérie, o que se dá também para outros formatos do mesmo subgênero, sem um destaque especial. Da mesma forma, a edição em DVD é parte de uma coleção de produtos: diversas minisséries e outros programas. Uma opção de compra, entre

outras. Conseqüência da necessidade de produzir com constância e buscar qualidade (e audiência!).

A jornada de alma de Maria sobrepôs-se à sua jornada física, na serialidade da narrativa, esta também uma forma de caminhar, de se encaixar uma história na temporalidade. E a minissérie, com as especificidades que logrou atingir, e que foram contabilizadas a seu favor, foi um dos pontos de passagem na jornada da emissora de produzir e colocar em fluxo seus formatos.

3. O elogio da habilidade vitoriosa: Hoje é Dia de Maria e o fazer televisual.

Ao relacionar Hoje é Dia de Maria ao fazer televisual, ao tempo de sua produção e emissão, observada a conjugação de texto e paratextos na circularidade da mídia, percebemos seu funcionamento de forma análoga ao que Câmara Cascudo definiu como a moral dos contos populares,¹¹⁴ ou seja, o elogio da habilidade vitoriosa. Elogio, porque, a todo tempo, o formato televisivo foi ponto nodal do discurso de auto-referenciação da rede emissora; porque foi saudado por críticos e telespectadores que sublinharam suas qualidades, revestindo dessa forma o fazer televisual com as fulgurações de seu produto. Elogiar seus programas é estratégia prévia da televisão. Característica do ato promissivo. Elogiar na condição de promessa cumprida e verificada é uma exaltação, uma apoteose. Foi assim com Hoje é Dia de Maria.

Ao se falar em habilidade traz-se à tona a questão tecnológica. Não se faz televisão sem a intermediação de aparatos. Nem se capta seus programas sem eles. Portanto, é preciso saber operá-los. Retirar dos recursos técnicos o melhor efeito possível. As competências técnicas acumulam-se em habilidades produtivas ao mesmo tempo em que os receptores constroem as suas habilidades perceptivas, e demandam aperfeiçoamentos.

Obter audiência é ser vitorioso. Ainda mais em contexto de concorrência entre diferentes redes de televisão comercial. Obter audiência é equilibrar-se na

¹¹⁴ Veja-se, a respeito, à página 152 desta Tese.

corda-bamba entre a necessidade de inovar e a remissão a repertórios de formatos já aceitos.

Elogiar a habilidade revela-se na constante alusão ao padrão de qualidade da emissora e na afirmação de que se mostra sempre o melhor, o que o telespectador aprecia. Lembrem-se, a este respeito, os bordões publicitários de auto-referenciação da Rede Globo, que sempre incluem, de alguma forma, o posicionamento e a adesão do receptor.

Elogiar a vitória é ocasional. Depende do desempenho do formato. O elogio surge de outras vozes e em virtude de causalidades irrepetíveis – concessão de prêmios, por exemplo. Presentes que também a emissora concede a si própria, ao auto-elogiar sua perenidade, como foi o caso dos programas diferenciados que produziu para festejar quatro décadas de funcionamento.

A habilidade é vitoriosa sempre que a execução técnica dos procedimentos necessários a concretizar o que é televisual tem efeitos na obtenção da audiência. Esta, alavanca o consumo, que angaria patrocínios. A habilidade, assim, sustenta a atividade como um todo. É vitoriosa a habilidade, ocasionalmente, quando se vence no campo da crítica, no qual, o patinho feio das mídias, a televisão, pode então deslizar qual cisne sob a chuva de aplausos.

A habilidade em elogiar-se foi construída ao longo da história da TV. Sabe-se fazer, e sabe-se falar do que se faz. Os setores de construção de promessas trabalham em tempo integral antecipando conteúdos, sacudindo o telespectador, anestesiando o inquieto, despertando o adormecido. Fazem-se promessas. Reafirmam-nas. Esquecem-nas, se necessário. Incorpora-se o que dá resultados, os acertos, e descarta-se o inoperante, os erros. Trata-se de um aspecto estruturante do fazer televisual.

Ser vitorioso em elogiar-se é ser combativo todo o tempo. Não permitir que as concorrentes ganhem terreno junto à audiência. É pressionar o legislativo na regulamentação da atividade a seu favor. É recorrer ao judiciário quando ameaçado. É quase sempre calar-se, ignorando a existência de concorrentes. É eventualmente pronunciar-se, em impessoais notas oficiais, tomando posições, quando inevitável. Vencer, elogiando a si própria, é assim, muitas vezes, menos dizer e mais silenciar, e prosseguir em frente, deixando que os formatos falem pela emissora.

A vitória na habilidade não é gratuita. Nem barata. Exige investimentos e atualizações constantes. Demanda contar com os profissionais melhor capacitados. Se algum dia o brasileiro bradou pelas ruas “o povo não é bobo, abaixo a Rede Globo”, a organização de mídia recita em silêncio – a Globo não é boba, arriba a emissora! Vitória em habilidade é plantar sementes que darão frutos. É investir em formatos que rendam audiência, consumo, patrocínios.

Vitórias, habilidades, elogios, são também conquistas do fazer autoral. Sem o discernimento dos profissionais que criam, inovam, repetem diferentemente, atuando no espaço entre as condicionantes industriais do meio e a inquietação das audiências, não haveria televisão. É claro que a emissora estabelece canais de interação entre autores e público. Até mesmo via mecanismos de decisão compartilhada (telefone, Internet). As páginas dos paratextos nas mídias, que comentam os conteúdos televisivos, igualmente são engrenagens deste mecanismo que não para de girar. Mas, em algum ponto, é preciso que alguém tome as decisões, execute as tarefas, encarne os personagens, empunhe as câmeras, proceda à edição. Aí, então, é mister contar-se com a habilidade. Que arrebatou os louros da vitória, a audiência. Que faz brotar a fonte dos elogios, combustível que concede aceleração à TV.

Seria a esta altura talvez desnecessário dizer, mas Hoje é Dia de Maria foi a um só tempo elogio, habilidade, vitória. Elogiada por críticos, acadêmicos, público, cumpriu à risca seus atos promissivos. Ensejou o exercício das habilidades de forma a incrementá-las: na produção, pela prática de conciliar linguagens distintas na enunciação audiovisual; na recepção, acendendo o interesse do telespectador por áudio-vídeo-textualidades tonalizadas de modo não usual. Permitindo que ele assim descansasse do leitor que construiu em si mesmo, e que, por vezes, o aprisiona. Foi Hoje é Dia de Maria vitoriosa porque teve que esperar na fila da produção, enfrentou desconfianças iniciais, dúvidas nas decisões técnicas, temor na estréia. Mas conseguiu desabrochar, florescer, perfumar o palimpsesto com sua exuberância imagética e luxuriante sonoridade. Provou que, reunidas as condições necessárias, o fazer televisual pode ter resultados de excelência. Resta na estante o vídeo de Hoje é Dia de Maria, à espera de novos espectadores que lhe dirijam, após vê-la, o elogio da habilidade vitoriosa. *In perpetuam rei memoriam*. Para a permanente recordação dos feitos.

REFERÊNCIAS

A – Livros, Teses, Dissertações, Artigos.

ABREU, Luís Alberto; CARVALHO, Luiz Fernando. Hoje é Dia de Maria. Roteiros da 1ª e 2ª Jornadas. São Paulo: Globo, 2005.

APOLLONIO, Mario. Drammaturgia Televisiva. Brescia: La Scuola Editrice, 1968.

ARNHEIM, Rudolf. A Arte do Cinema. Trad.: Maria da Conceição Lopes da Silva. Lisboa: Edições 70, 1989.

_____. Arte & Percepção Visual. Trad.: Ivonne Terezinha de Faria. São Paulo: Pioneira, 1992. 7ª ed.

AUMONT, Jacques. O olho interminável – cinema e pintura. Trad.: Eloísa Araújo Ribeiro. São Paulo: Cosac & Naif, 2004.

BABOLIN, Sante. Semiosi e Comunicazione. Roma: Pontificia Università Gregoriana, 1997.

BAGGALEY, Jon; DUCK, Steve. Análisis del mensaje televisivo. Trad.: Homero Alsina Thevenet. Barcelona: Gili, 1982. 2ª ed.

BALLE, Francis. Médias & Societés. Paris: Montchrestien, 2005. 12ª ed.

BALOGH, Ana Maria. Minisséries: temos novidades no front. in DUARTE, E. B. e CASTRO, M. L. D. (orgs). Televisão entre o Mercado e a Academia. Porto Alegre: Sulina, 2006.

_____. O discurso ficcional na TV. São Paulo: Edusp, 2002.

_____. Conjunções, Disjunções, Transmutações da Literatura ao Cinema e a TV. São Paulo: Anna Blume/ECAUSP, 1996.

BARBERO, Jesus Martin. Dos Meios às Mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia. Trad.: Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001. 2ª ed.

BARBERO, Jesus Martin; REY, Germán. Os Exercícios do Ver. Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva. Trad.: Jacob Gorender. São Paulo: SENAC, 2001.

BARROS, Diana Luz Pessoa. Teoria Semiótica do Texto. São Paulo: Atica, 1997.

BEYLOT, Pierre. Le récit audiovisuel. Paris: Armand Colin, 2005.

- BONI, Federico. Teorie dei media. Bologna: Il Mulino, 2006.
- BOURDON, Jérôme e JOST, François (orgs). Penser la télévision. Actes du colloque de Cerisy. Paris: Nathan/INA, 1998.
- BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. in XVI Encontro da Compós: Curitiba, junho de 2007(a).
- _____. Roda Viva: Uma encenação da esfera pública. in DUARTE, E. B. e CASTRO, M. L. D. (orgs). Comunicação Audiovisual. Gêneros e Formatos. Porto Alegre: Sulina, 2007(b).
- _____. Experiência estética na sociedade de interação mediatizada. II Simpósio Internacional Comunicação e Experiência Estética: Belo Horizonte, 2007(c).
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Uma História Social da Mídia. Trad. Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BROCARD, Véronique. La télévision. Enquête sur un univers impitoyable. Paris: Lieu Commun, 1994.
- BROCHAND, Christian. Histoire Générale de la Radio et de la Télévision en France, 1974-2000. Paris: La Documentation Française, 2006.
- BROOKS, Peter. Reading for the plot: design and intention in narrative. New York: Alfred A. Knopf, 1984.
- BUONANNO, Milly. L'età della televisione. Esperienze e teorie. Roma: Laterza, 2006.
- _____. La masa y el relleno. La miniserie en la ficción italiana. Trad.: Charo Lacalle. in Revista de Signis, nºs 7-8. Barcelona: Gedisa, 2005.
- CALABRESE, Omar e VOLLI, Ugo. Come si vede il telegiornale. Roma: Ed. Laterza, 1987.
- CÂMARA CASCUDO, Luís. Literatura Oral no Brasil. Rio de Janeiro: José Olympio, 1978, 2ª ed.
- _____. Geografia dos Mitos Brasileiros. Belo Horizonte/São Paulo: Itaitaia/USP, 1983.
- _____. Contos Tradicionais do Brasil. Belo Horizonte/São Paulo: Itaitaia/USP, 1986.
- CARDINI, Daniela. La lunga serialità Televisiva. Origini e modelli. Roma: Carocci, 2004.

- CARDOSO FILHO, Ronie. Tudo a ver, com bons olhos: pertinência da educomunicação nas séries iniciais da escola pública. Estudo de caso e indicativos de gestão para a rede escolar do Município de Castro. Dissertação de Mestrado em Educação. Curitiba: UFPR, 2004.
- CARLÓN, Mario. De lo cinematográfico a lo televisivo. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- CASARIN, Marcela Ribeiro. Hoje é Dia de Maria: a influência das artes visuais nas direções de arte e fotografia. Trabalho apresentado no NP Comunicação Audiovisual, do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal: 2-6 set., 2008.
- CASSETTI, Francesco; CHIO, Federico di. Análisis de la Televisión. Instrumentos, Métodos y Prácticas de Investigación. Trad.: Charo Lacalle Zalduendo. Barcelona: Paidós, 1999.
- CASTAÑARES, Wenceslao. La televisión y sus géneros: ¿una teoría imposible? CIC nº 3, Madrid: Servicio de Publicaciones UCM, 1997.
- _____. Nuevas formas de ver, nuevas formas de ser: el hiperrealismo televisivo. Revista de Occidente, nº 170-171, jul-ago, 1995.
- CASTRO, Maria Lília Dias de. A Inter-relação publicidade/televisão. in DUARTE, E. B. e CASTRO, M. L. D. (orgs). Televisão entre o Mercado e a Academia. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- _____. Do gênero ao formato promocional televisual. in DUARTE, E. B. e CASTRO, M. L. D. (orgs). Comunicação Audiovisual. Gêneros e Formatos. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- CHAMBAT-HOUILLO, Marie-France. Annés 70, la télévision en jeu. Paris: CNRS, 2005.
- COELHO NETO, J. Teixeira. Semiótica, Informação e Comunicação. São Paulo: Perspectiva, 1990. 3ª ed.
- CONTRERAS, José Miguel; PALÁCIO, Manuel. La programación de Televisión. Madrid: Síntesis, 2003.
- COSTA, Cristina. A Milésima Segunda Noite. Da narrativa mítica à telenovela. São Paulo: Annablume, 2000.
- COSTA, Rosa Maria Dalla; MACHADO, Rafael Costa; SIQUEIRA, Daniele. Teoria da Comunicação na América Latina. Curitiba: UFPR, 2006.
- COURTÉS, Joseph. Le conte populaire: poétique et mythologie. Paris: Presses Universitaires de France, 1986.

- CURCI, Rafael. Dialéctica del titiritero en escena. Buenos Aires: Colihue, 2007.
- DANARD, Benoît; LE CHAMPION, Rémy. Les programmes audiovisuels. Paris: La Découverte, 2005.
- DEELY, John. Semiótica Básica. Trad. Julio C. M. Pinto. São Paulo: Ática, 1990.
- DICIONÁRIO DA TV GLOBO. V. 1: programas de dramaturgia & entretenimento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: ensaios metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- _____. Televisão: sobre o tom do Tom. Artigo inscrito no encontro Compós 2006. in <http://www.unicap.br/gtpsmid/artigos/2005/Elizabeth.pdf>, site da Universidade Católica de Pernambuco, 2005.
- _____. Telejornais: Incidências do tempo sobre o tom. in DUARTE, E. B. e CASTRO, M. L. D. (orgs). . Comunicação Audiovisual. Gêneros e Formatos. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- DUARTE, E. B. e CASTRO, M. L. D. (orgs). Televisão entre o Mercado e a Academia. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- _____. Comunicação Audiovisual. Gêneros e Formatos. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- FABBRI, Paolo. Tácticas de los signos: ensayos de semiótica. Madrid: Gedisa, 1994.
- FERNANDES, Ismael. Telenovela Brasileira. Memória. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- FONNET, Laurent. La programmation d'une chaîne de Télévision. Paris: Dixit, 2003.
- FONTANILLE, Jacques. Sémiotique du visible. Des mondes de lumière. Paris: Presses Universitaires de France, 1995.
- _____. Significação e Visualidade. Trad. Elizabeth Bastos Duarte e Maria Lília Dias de Castro. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- FOUCAULT, Michel. Qu'est-ce qu'un auteur? Paris: Bulletin de la société française de philosophie, fév. 1969.
- FURQUIM, Fernanda. Sitcom. Definição e História. Porto Alegre: FCF Editora, 1999.

- GAUDREAU, André. Du littéraire au filmique. Système du récit. Canadá/Paris: Nota Bene/Armand Colin, 1999.
- GAUDREAU, André e JOST, François. El relato cinematográfico. Cine y narratología. Trad.: Núria Pujol. Barcelona: Paidós, 1995.
- GENETTE, Gérard. Palimpsestes. La littérature au second degré. Paris: Éditions du Seuil, 1982.
- GOMES, Renato Cordeiro. Matrizes Culturais e formatos industriais. Uma série brasileira de televisão. Trabalho apresentado ao GT Cultura das Mídias do XV Encontro da Compós. Bauru: Unesp, 6-9 junho, 2006.
- GRASSO, Aldo; SCAGLIONI, Massimo. Che cos'è la Televisione. Milano: Garzanti, 2006. 2ª ed.
- GUERIN, Marie Anne. Le récit de cinéma. Paris: CNDP, 2003.
- GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos Camargo. (orgs.) Comunicação e Experiência Estética. Belo Horizonte: UFMG, 2006.
- HAUSCHILD, Adriane. “Océ quer guiá seus passo lá pras franja do mar?” De como a literatura oral inspirou o teatro televisivo Hoje é Dia de Maria – jornada um. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: PUC, 2007.
- HERNANDES, Nilton. A Mídia e Seus Truques. São Paulo: Contexto, 2006.
- HOJE É DIA DE MARIA. Versão em DVD. Rio de Janeiro: Globo/Som Livre, 2006.
- HUYGHÉ, René. Les puissances de l'image. Paris: Flammarion, 1986.
- INGARDEN, Roman. A Obra de Arte Literária. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 1979. 2ª ed.
- JOST, François. Le temps d'un regard. Du spectateur aux images. Paris: Méridiens, 1998.
- _____. Quand y a-t-il enunciation télévisuelle? in BOURDON J., e JOST, F. Penser la télévision. Paris: Nathan/INA, 2002.
- _____. Seis lições sobre televisão. Trad. Elizabeth Bastos Duarte e Maria Lília Dias de Castro. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- _____. Introduction à L'Analyse de la Télévision. Paris: Ellipses, 2004. 2ª ed.
- _____. Comprendre la Télévision. Paris: Armand Colin, 2005.

- KILPP, Suzana. Ethnicidades televisivas. Sentidos identitários na TV: moldurações homológicas e tensionamentos. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.
- _____. Audiovisualidades de TV: apontamentos preliminares sobre imagem-duração. Rio de Janeiro: UERJ, Revista Contemporânea (*online*), vol. 4, nº 1, Jun., 2006.
- _____. Novas figuras do tempo na televisão. Porto Alegre: PUCRS, Revista Famecos, nº 34, Dez., de 2007.
- KOMESU, Fabiana Cristina. Blogs e as práticas de escrita sobre si na Internet. in MARCUSCHI, Luis Antônio; XAVIER, Antônio Carlos. (orgs) Hipertexto e gêneros digitais. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. 2ª ed.
- LIMA, Francisco Assis de Sousa. Conto Popular e Comunidade Narrativa. Rio de Janeiro: Funarte/INF, 1985.
- LISBÔA, Eliane Tejera. A teatralidade na dramaturgia lírico-épica de Carlos Alberto Soffredini. Tese de Doutorado. Campinas: Unicamp, 2001.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.) Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade. São Paulo: Loyola, 2004.
- LOTMAN, Iouri. Esthétique et sémiotique du cinéma. Trad. Sabine Breuillard. Paris: Sociales, 1977.
- LUCIANO de Samosata. Uma História Verdica. Trad. Custódio Magueijo. Lisboa: Inquérito, 1976.
- MACÉ, Eric. As Seen on TV. Les Imaginaires Médiatiques. Paris: Éditions Amsterdam, 2006.
- MACEDO, Cláudia; FALCÃO, Ângela; ALMEIDA, Cândido José Mendes de. (orgs) TV ao Vivo. Depoimentos. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MACHADO, Arlindo. A Televisão Levada à Sério. São Paulo: SENAC, 2000.
- _____. Modos de Pensar a Televisão. in Revista Cult, nº 115. São Paulo: Bregantini, julho de 2007.
- MAIGRET, Éric; MACÉ, Éric. (orgs) Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde. Paris: Armand Colin/INA, 2005.
- McLUHAN, Marshall. Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2000. 10ª ed.
- _____. The Medium is the Massage. An Inventory of Effects. New York: Bantam Books, 1967.

- MARCUSCHI, Luis Antônio; XAVIER, Antônio Carlos. (orgs) Hipertexto e gêneros digitais. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. 2ª ed.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. Penser les Médias. Paris: La Découverte, 1991.
- MATTOS, Sérgio. História da Televisão Brasileira. Uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2002. 2ª ed.
- MÉLÉTINSKI, E. El estudio estructural y tipología del cuento. Trad.: Lourdes Ortiz. Madrid: Fundamentos, 1977. 3ª ed.
- MELO, José Marques de. As Telenovelas da Globo. Produção e Exportação. São Paulo: Summus, 1988.
- _____. História do pensamento comunicacional. São Paulo: Paulus, 2003.
- MENDUNI, Enrico. I Linguaggi della Radio e della Televisione. Roma: Laterza, 2006. 8ª ed.
- MOINE, Raphaëlle. Les Genres du Cinéma. Paris: Nathan, 2002.
- MOTTER, Maria de Lourdes. A Construção do Cotidiano na Telenovela. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.
- MUKAROVSKÝ, Jan. Escritos de estética y semiótica del arte. Trad.: Anna Anthony Vicová. Barcelona: Gili, 1977.
- NAVARRO, Jordi Sánchez. Narrativa Audiovisual. Barcelona: UOC, 2006.
- NAKAGAWA, Fabio Sadao. A televisão e os mecanismos semióticos de transcrição: uma análise da microssérie "Hoje é dia de Maria". Trabalho apresentado ao NP 15 – Semiótica da Comunicação, no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UERJ – 5 a 9 de Set., 2005.
- ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. Telenovela. História e Produção. São Paulo, Brasiliense, 2001. 2ª ed.
- ORZA, Gustavo F. Programación televisiva. Buenos Aires: La Crujía, 2002.
- PAIVA, Cláudio Cardoso. Epifanias do sublime, do trágico e do maravilhoso na minissérie Hoje é dia de Maria. Disponível em:
www.bocc.ubi.pt/pag/paiva-claudio-epifania-do-sublime.pdf. 2006.
- PASQUIER, Dominique. Les scénaristes et la Télévision. Paris: Nathan/INA, 1995.
- PAVIS, Patrice. A análise dos Espetáculos. Trad.: Sérgio Sálvia Coelho. São Paulo: Perspectiva, 2005.

- PEREIRA, Carlos Alberto; MIRANDA, Ricardo. Televisão. As Imagens e os Sons: no Ar, O Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- PIVETA, Patricia Rosana. Telenovela. Um dos procedimentos educativos da sociedade brasileira. Londrina: UEL, 1999.
- PROPP, Vladimir. As Raízes Históricas do Conto Maravilhoso. Trad. R. C. Abílio; P. Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- _____. Morfologia do Conto Maravilhoso. São Paulo: Forense Universitária, 2006. 2ª ed.
- ROMERO, Sílvio. Estudos sobre a Poesia Popular do Brasil. Petrópolis: Vozes, 1977, 2ª ed.
- SADEK, José Roberto. Telenovela. Um olhar do cinema. São Paulo, Summus, 2008.
- SALES, Jaqueline. (direção de arte) Hoje é dia de Maria. Livreto-brinde junto ao DVD. Rio de Janeiro: Globo/Som Livre, 2006.
- SANTAELLA, Lúcia. Semiótica Aplicada. São Paulo: Thomson, 2004.
- SARTORI, Giovanni. Homo videns. La sociedad teledirigida. Trad. Ana Díaz Soler. Madrid: Taurus, 1998.
- SIMONSEN, Michèle. Le conte populaire français. Paris: Presses Universitaires de France, 1981.
- SOFFREDINI, Carlos Alberto. Hoje é Dia de Maria. Roteiro Original. Santos: mimeo, 1995. 62 pags.
- SORRENTINO, Carlo. I Percorsi della Notizia. Bologna: Baskerville, 1995.
- SOULAGES, Jean-Claude. Formato, Estilo y Géneros Televisivos. in Revista deSignis, nºs 7/8. Barcelona: Gedisa, 2005.
- SPIES, Virginie. La télévision dans le miroir. Théorie, histoire et analyse des émissions réflexives. Paris: L'Harmattan, 2004.
- TAGGI, Paolo. Il Manuale della Televisione. Le idee. Le tecniche. I programmi. Roma: Riuniti, 2004.
- TÁVOLA, Artur da. Televisão e Sociedade. in MACEDO, Cláudia; FALCÃO, Ângela; ALMEIDA, Cândido José Mendes de. (orgs) TV ao Vivo. Depoimentos. São Paulo: Brasiliense, 1988.

TESCHE, Adair M. Gênero e Regime Escópico na Ficção Seriada Televisual. in DUARTE, E. B. e CASTRO, M. L. D. (orgs). Televisão entre o Mercado e a Academia. Porto Alegre: Sulina, 2006.

VIDAL, Marly C. B.; MARQUES, Jane. O Diabo Asmodeu na Microsérie Hoje é Dia de Maria: primeira e segunda jornadas. Brasília: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 6-9 set., 2006.

VILCHES, Lorenzo. La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión. Barcelona: Paidós, 2002. 9ª ed.

VILLEZ, Barbara. Séries Télé. Visions de la Justice. Paris: Presses Universitaires de France, 2005.

WILLIAMS, Raymond. Cultura. Trad.: Lólio Lourenço de Oliveira. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

_____. Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad. Trad.: Horacio Pons. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.

WOLTON, Dominique. Elogio do Grande Público. Uma teoria crítica da televisão. Trad. José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 2006.

B – Audiovisual

HOJE É DIA DE MARIA. Rio de Janeiro/São Paulo: Globo/Som Livre, 2005/2006.

C – Revistas e Jornais

Jornal O Estado de São Paulo

11/01/2005. Microsérie viaja pelos contos populares brasileiros.

08/02/2005. Minissérie Hoje é Dia de Maria pode virar filme.

22/02/2005. Mad Maria derruba audiência da Globo.

24/08/2005. Carequinha participa de Hoje é Dia de Maria.

29/08/2005. Globo inscreve Hoje é Dia de Maria no Emmy.

11/10/2005. Rodrigo Santoro canta em Hoje é Dia de Maria.

12/10/2005. Dia da criança com muita diversão na TV.

22/11/2005. Emmy vai para série de TV da Dinamarca.

13/12/2005. Sai a relação dos premiados pela APCA.

28/11/2006. O Nordeste mítico invade a tela.

Jornal A Folha de São Paulo.

05/12/2004. Casal do ano apresentará Réveillon da Globo. Daniel Castro.
 27/12/2004. Gero Camilo envereda para a televisão. Thiago Stivaletti.
 11/01/2005. Brasilidade entra hoje na grade da Globo. Isabelle Moreira Lima.
 13/01/2005. Dia de Maria respeita inteligência do público. Sérgio Salvia Coelho.
 23/01/2005. A pobreza criadora da folkmídia. Ivana Bentes.
 10/08/2005. Globo testa exibição de minissérie no sábado. Daniel Castro.
 07/10/2005. Televisão. Cenário.
 09/10/2005. TV deve ir além do comercial de sabonete. Esther Hamburger.
 18/10/2005. Televisão. Outro Canal. Troféu.
 22/11/2005. NBC quer fazer Dia de Maria para EUA. Daniel Castro.
 23/11/2005. Televisão. Brasil sai sem estatuetas do Emmy Awards.
 15/12/2005. Suassuna inaugura séries regionais da Globo. Daniel Castro.
 18/12/2005. Maria perde as cores e ganha a palavra. Sylvia Colombo.
 02/05/2006. Globo inscreve quinze programas no Emmy. Daniel Castro.
 17/12/2006. Natal com cultura. Presentes para ver.
 25/12/2006. Microsérie de qualidade ganha pacote. Esther Hamburger.
 10/01/2007. Carvalho prega 'descontrole' na TV. Sylvia Colombo.

Revista Época.

números	data
346	03/01/2005
347	10/01/2005
348	17/01/2005
349	24/01/2005
350	31/01/2005
385	03/10/2005
386	10/10/2005
387	17/10/2005
388	24/10/2005
389	31/10/2005
398	02/01/2006

Revista Isto É

números	data
1839	12/01/2005
1840	19/01/2005
1841	26/01/2006
1877	05/10/2005
1878	12/10/2005
1879	19/10/2005
1880	26/10/2005
1964	20/06/2007

Revista Isto É Gente

números	data
282	10/01/2005
283	17/01/2005
284	24/01/2005
285	31/01/2005
320	03/10/2005
321	10/10/2005
322	17/10/2005
323	24/10/2005
324	31/10/2005
332	26/12/2005

Revista Veja

número	data
1885	22/12/2004
1886	05/01/2005
1887	12/01/2005
1888	19/01/2005
1889	26/01/2005
1925	05/10/2005
1926	12/10/2005
1927	19/10/2005
1928	26/10/2005
2010	30/05/2007
2012	13/06/2007

D – sítios de rede (*websites*)

www.ataliba.eti.br/node/349

www.comercial.redeglobo.com.br/informações_comerciais_manual_basico_de_mídia

www.comercial.redeglobo.com.br/informações_comerciais_manual_basico_de_mídia/manual_basico_qualidade_php

www.comercial.redeglobo.com.br/informações_comerciais_manual_basico_de_mídia/manual_basico_público_php

www.comercial.redeglobo.com.br/informações_comerciais_manual_basico_de_mídia/manual_basico_audiência_php

www.comercial.redeglobo.com.br/miniss_esquema.php

www.comercial.redeglobo.com.br/novela/duascaras_nacional_patrocinio.php

[www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=1735.](http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=1735)

[www.geocities.com/nossalucelia/cronica27.html.](http://www.geocities.com/nossalucelia/cronica27.html)

www.hojeadiamaria.globo.com/Hojeadiamaria/mp3player.html

www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=308ASP019

www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=312ASP013

www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=313ASP014

www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=350ASP013

www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=313TVQ002

www.papodebodega.com/2005/01/hoje-dia-de-maria.html

www.portinari.org.br/IMGS/jpgobras/OAa_0975.JPG

www.portinari.org.br/ppsite/homepage/100_anos/acoeseve/pop_33.htm

www.roney.com.br/2005/01/19/dias-de-maria/

www.sobrecarga.com.br/node/view/46

ANEXO 1

Lista das minisséries produzidas pela televisão brasileira

Rede Globo

- **Som e Fúria** (2009)
- **Maysa**, de Manoel Carlos, dir: Jayme Monjardim (2009)
- **Capitu**, de Luiz Fernando Carvalho, sobre o romance Dom Casmurro, de Machado de Assis. (2008)
- **Poeira em Alto Mar**, de Renato Aragão, dir: Marcos Figueiredo (2008)
- **Queridos Amigos**, de Maria Adelaide Amaral, dir: Denise Saraceni (2008) •
- **A Pedra do Reino**, dir: Luiz Fernando Carvalho (2007)
- **Amazônia, de Galvez a Chico Mendes**, de Glória Perez, dir: Marcos Schechtman (2007)
- **JK**, de Maria Adelaide Amaral e Alcides Nogueira, dir: Dênis Carvalho (2006)
- **Hoje é Dia de Maria - Segunda Jornada** (2005)
- **Mad Maria, de Benedito Ruy Barbosa**, baseada no romance de Márcio Souza, dir: Ricardo Waddington (2005)
- **Hoje é Dia de Maria** (2005)
- **Um Só Coração**, de Maria Adelaide Amaral e Alcides Nogueira, dir: Carlos Manga e Carlos Araújo (2004)
- **A Casa das Sete Mulheres**, de Maria Adelaide Amaral e Walther Negrão, baseada no romance de Letícia Wierzchowski, dir: Jayme Monjardim (2003)
- **Pastores da Noite**, de Sérgio Machado, baseada na obra de Jorge Amado (2002)
- **Cidade dos Homens** (2002-2005)
- **O Quinto dos Infernos**, de Carlos Lombardi, dir: Wolf Maya (2002)
- **Presença de Anita**, de Manoel Carlos, baseada no romance de Mário Donato, dir: Ricardo Waddington (2001)
- **Os Maias**, de Maria Adelaide Amaral, baseada na obra de Eça de Queiroz, dir: Luiz Fernando Carvalho (2001)
- **Aquarela do Brasil**, de Lauro César Muniz, dir: Jayme Monjardim (2000)
- **A Invenção do Brasil**, dir: Guel Arraes (2000)
- **A Muralha**, de Maria Adelaide Amaral, baseada no romance de Dinah Silveira de Queiroz, dir: Denise Saraceni (2000)
- **Luna Caliente**, de Jorge Furtado (1999)
- **Chiquinha Gonzaga**, de Lauro César Muniz, dir: Jayme Monjardim (1999)
- **O Auto da Compadecida**, de Adriana Falcão, Guel Arraes e João Falcão, baseada na peça teatral de Ariano Suassuna, dir: Guel Arraes (1999)
- **Labirinto**, de Gilberto Braga, dir: Dênis Carvalho (1998)
- **Hilda Furacão**, de Glória Perez, dir: Wolf Maya (1998)
- **Dona Flor e Seus Dois Maridos**, de Dias Gomes, baseada no romance de Jorge Amado, dir: Mauro Mendonça Filho (1998)
- **Decadência**, de Dias Gomes, dir: Roberto Farias (1995)
- **Engraçadinha... Seus Amores e Seus Pecados**, de Leopoldo Serran, baseada na obra de Nelson Rodrigues, dir: Denise Saraceni (1995)
- **Incidente em Antares**, de Charles Peixoto e Nelson Nadotti, baseada no romance de Érico Veríssimo, dir: Paulo José e Carlos Manga (1994)
- **Memorial de Maria Moura**, de Jorge Furtado e Carlos Gerbase, baseada no romance de Rachel de Queiroz, dir: Denise Saraceni e Carlos Manga (1994)
- **A Madona de Cedro**, de Walther Negrão, dir: Tizuka Yamasaki (1994)

- **Agosto**, de Jorge Furtado e Giba Assis Brasil, baseada no romance de Rubem Fonseca, dir: Paulo José e Carlos Manga (1993)
- **Sex Appeal**, de Antônio Calmon, dir: Ricardo Waddington (1993)
- **Contos de Verão**, de Domingos de Oliveira, dir: Roberto Faria (1993)
- **Anos Rebeldes**, de Gilberto Braga, dir: Dênis Carvalho (1992)
- **As Noivas de Copacabana**, de Dias Gomes, dir: Roberto Farias (1992)
- **Tereza Batista**, de Vicente Sesso, baseada no romance *Tereza Batista Cansada de Guerra*, de Jorge Amado, dir: Paulo Afonso Grisolli (1992)
- **O Portador**, de José Antonio de Souza e Aziz Bajur, dir: Herval Rossano (1991)
- **O Sorriso do Lagarto**, de Walther Negrão e Geraldo Carneiro, baseada no romance de João Ubaldo Ribeiro, dir: Roberto Talma (1991)
- **Meu Marido**, de Euclides Marinho e Lula Torres, dir: Walter Lima Jr. (1991)
- **La Mamma**, de Augusto César Vannucci e Paulo Figueiredo, baseada na obra de André Roussin, dir: Augusto César Vannucci (1990)
- **Riacho Doce**, de Aguinaldo Silva, baseada no romance de José Lins do Rego, dir: Paulo Ubiratan (1990)
- **Boca do Lixo**, de Sílvio de Abreu, dir: Roberto Talma (1990)
- **A, E, I, O... Urca**, de Doc Comparato e Antônio Calmon, dir: Dênis Carvalho (1990)
- **Desejo**, de Glória Perez, dir: Wolf Maya (1990)
- **República**, de Wilson Aguiar Filho, dir: Walter Avancini (1989)
- **Sampa**, de Gianfrancesco Guarnieri, dir: Roberto Talma (1989)
- **Abolição**, de Wilson Aguiar Filho, dir: Walter Avancini (1988)
- **O Primo Basílio**, de Gilberto Braga e Leonor Bassères, dir: Daniel Filho (1988)
- **O Pagador de Promessas**, de Dias Gomes, baseada na peça teatral de sua autoria, dir: Tizuka Yamasaki (1988)
- **Memórias de um Gigolô**, de Walter George Durst e Marcos Rey, baseada no romance de Marcos Rey, dir: Walter Avancini (1986)
- **Anos Dourados**, de Gilberto Braga, dir: Roberto Talma (1986)
- **Grande Sertão: Veredas**, de Walter George Durst, baseada no romance de Guimarães Rosa, dir: Walter Avancini (1985)
- **Tenda dos Milagres**, de Aguinaldo Silva, baseada no romance de Jorge Amado, dir: Paulo Afonso Grisolli (1985)
- **O Tempo e o Vento**, de Doc Comparato, baseada na obra de Érico Veríssimo, dir: Paulo José (1985)
- **Rabo-de-saia**, de Walter George Durst, baseada na obra de José Condé, dir: Walter Avancini (1984)
- **A Máfia no Brasil**, de Leopoldo Serran, baseada no livro de Edson Magalhães, dir: Roberto Farias (1984)
- **Meu Destino é Pecar**, de Euclides Marinho, baseada no romance de Nelson Rodrigues, dir: Ademar Guerra (1984)
- **Anarquistas, Graças a Deus**, de Walter George Durst, baseada no romance de Zélia Gattai, dir: Walter Avancini (1984)
- **Padre Cícero**, de Aguinaldo Silva e Doc Comparato, dir: Paulo Afonso Grisolli (1984)
- **Parabéns pra Você**, de Bráulio Pedroso, dir: Dênis Carvalho e Marcos Paulo (1983)
- **Fernando da Gata**, de Fernando Pacheco Jordão, dir: Atílio Riccó (1983)
- **Bandidos da Falange**, de Aguinaldo Silva, dir: Luiz Antônio Piá e Jardel Mello (1983)
- **Moinhos de Vento**, de Daniel Más, Leilah Assumpção e Luciano Ramos, dir: Walter Avancini (1983)
- **Quem Ama Não Mata**, de Euclides Marinho, dir: Daniel Filho e Dênis Carvalho (1982)

- **Avenida Paulista**, de Daniel Más, Leilah Assumpção e Luciano Ramos, dir: Walter Avancini (1982)
- **Lampião e Maria Bonita**, de Aguinaldo Silva e Doc Comparato, dir: Paulo Afonso Grisolli (1982)

Rede Manchete

- **O Fantasma da Ópera**, de Paulo Afonso de Lima e Jael Coaracy, baseada na obra de Gaston Leroux, dir: Del Rangel (1991)
- **O Guarani**, de Walcyr Carrasco, baseada no romance de José de Alencar, dir: Jayme Monjardim (1991)
- **Floradas na Serra**, de Geraldo Vietri, baseada no romance de Dinah Silveira de Queiroz, dir: Nilton Travesso (1991)
- **Na Rede de Intrigas**, de Geraldo Vietri, dir: Henrique Martins (1991)
- **O Farol**, de Paulo Halm, baseada no conto de Oswaldo Orico, dir: Álvaro Fugulin (1991)
- **Ilha das Bruxas**, de Paulo Figueiredo, dir: Henrique Martins (1991)
- **Filhos do Sol**, de Walcyr Carrasco e Eloy Santos, dir: Henrique Martins (1991)
- **Rosa dos Rumos**, de Walcyr Carrasco e Rita Buzzar, dir: Del Rangel (1990)
- **Mãe de Santo**, de Paulo César Coutinho, dir: Henrique Martins (1990)
- **O Canto das Sereias**, de Paulo César Coutinho, dir: Jayme Monjardim (1990)
- **Escrava Anastácia**, de Paulo César Coutinho, dir: Henrique Martins (1990)
- **A Rainha da Vida**, de Wilson Aguiar Filho e Leila Miccollis, dir: Walter Campos (1987)
- **Tudo em Cima**, de Bráulio Pedroso e Geraldo Carneiro, dir: Ary Coslov (1985)
- **Santa Marta Fabril S.A.**, escrita e dirigida por Geraldo Vietri, baseada na peça teatral de Abílio Pereira de Almeida (1984)
- **Viver a Vida**, de Manoel Carlos, dir: Mário Márcio Bandarra (1984)
- **Marquesa de Santos**, de Wilson Aguiar Filho, dir: Ary Coslov (1984)

Rede Record

- **A Filha do Demônio**, de Ronaldo Ciambri, dir: Atílio Riccó (1997)
- **Olho da Terra**, de Ronaldo Ciambri, dir: Atílio Riccó (1997)
- **Por Amor e Ódio**, de Vivian de Oliveira, dir: Atílio Riccó (1997)
- **O Desafio de Elias**, de Yves Dumont, dir: Luís Antônio Piá (1997)
- **Alma de Pedra**, de Vivian de Oliveira, dir: Luís Antônio Piá (1998)
- **A História de Ester**, de Yves Dumont, dir: Luís Antônio Piá (1998)

Rede Bandeirantes

- **Capitães da Areia**, dir: Walter Lima Jr. (1989)
- **Colônia Cecília**, de Carlos Nascimbeni (1989)
- **O Cometa**, de Manoel Carlos (1988)
- **Chapadão do Bugre**, de Antônio Carlos da Fontoura (1988)

ANEXO 2

FICHA TÉCNICA DE HOJE É DIA DE MARIA
PRIMEIRA JORNADA

Elenco

Letícia Sabatella (Maria adulta), Rodrigo Santoro (Amado), Osmar Prado (Pai), Daniel Oliveira (Quirino), Carolina Oliveira (Maria), Emiliano Queiroz (Asmodeu velho), André Valli (Asmodeu mágico), Ricardo Blat (Asmodeu sátiro), Marco Ricca (Cangaceiro), Charles Fricks (Executivo), Leandro Castilho (Executivo), Juliana Carneiro da Cunha (Mãe/Nossa Senhora da Conceição), Gero Camilo (Zé Cangaia), Stenio Garcia (Asmodeu original), Rodolfo Vaz (Maltrapinho/Homem de Olhar Triste/ Mendigo/ Mascate/ Vendedor), Inês Peixoto (Rosa), Mário César Camargo (Odorico), Aramis Trindade (Cangaceiro), Antônio Edson (Asmodeu brincante), Denise Assunção (Mucama), João Sabiá (Asmodeu bonito), Nenego Lira (Retirante), Thaynná Pina (Joaninha), Laura Lobo (Carvoeira), Phillipe Louis (Ciganinho), Luiz Damasceno (Asmodeu poeta), Suzana Faini (Velha Carpideira), Rafaella Oliveira (Joaninha adulta), Tadeu Mello (Vendedor de apitos), Fernanda Montenegro (Madrasta).

Autor

Carlos Alberto Soffredini

Adaptação

Luís Alberto de Abreu
Luiz Fernando Carvalho

Direção geral

Luiz Fernando Carvalho

Elenco de apoio

Grupo de Teatro 'Tá na Rua'; Folia de Reis 'Reisado Flor do Oriente', Duque de Caxias, RJ; Índios Xavantes da Aldeia Pimentel Barbosa, MT; Cia. Circo Branco (As Pastorinhas); Grupo de Umbigada Paulista; Banda Santa Cecília e Cirandeiros de Parati; Adilson Lacerda Neto; Carlos Machado Filho; Rogrigo Rubick.

Meninos Carvoeiros

Allison Benício, Amanda Mariana, Ana Carolina Augusto, Caio Guaraná, Caio Polizzo, Catarina Viamonte, Daruan Góes, Gabriel Lira, Gabriela Peluso, Hayannah Moura, Henrique Tinoco, Jéferson Amaral, Kauã Santiago, Kemly Moura, Loren Ferreira, Lucas do Valle, Lucas Ramos, Luiza Monteiro, Maria Nasser, Olívia Torres, Stéphaney Faria, Taluya Góes, Cauã Waismann, Gabriel Guilherme, Gabriel Lucas, Isabella da Cunha, Larissa Corrêa, Luisa Polizzo, Luiza Apolinário, Maria Gerck, Paulo Neviani, Sabrina Paraíso.

Retirantes

Ana Paula Secco, Ana Paula Pardal, Morena Cattoni, Zé Rescala, Nei Motta, Pedro Salustiano, Mestre Salustiano.

Marionetes

Teatro de Bonecos Giramundo

Manipuladores

Marcos Malafaia, Ulisses Tavares, Eduardo Félix, Sophia Amarante, Cássia Macieira, Maria Fontes, Giulianna Gamboji, Louisa Lopez.

Direção de Arte

Lia Renha

Cenografia

Lia Renha, João Irênio

Cenógrafos assistentes

Marcos Ranzani, Milton di Biase

Figurino

Luciana Buarque

Figuristas assistentes

Aline Moreira, Maribel Spinosa, Maria Claudia Costa

Equipe de apoio ao figurino

Wagner Lousa, Jaciara Grzybowski, Nelson Barbosa, Fátima de Paula, Ilma Rosalina, Lídia Maria, Railda Marques Lima, Sueli Barreto Castro.

Figurinos de papel

Jim Nakao, Silvana Marcondes

Direção de fotografia

José Tadeu

Direção de iluminação

Paulo Roberto Miranda

Equipe de Iluminação

Orlando Vaz Pereira, Alexandre Domingos Reigada, Luciano Martiniano, Paulo Roberto Miranda, Eduardo de Freitas, André Luís da Silva, Alan Vargas, José Luiz da Silva

Produção de Arte

Jussara Xavier

Produtor de Arte Assistente

Aline Esteves

Equipe de Apoio a arte

Ricardo Cerqueira

Pintura do Painel

Clécio Regis

Equipe Clécio Regis

Cleber Regis, Cássio Murilo, Bruno Costa, Paulo Maurício

Artista Plástico

Raimundo Rodrigues

Equipe do ateliê

Orlando Brasil, Tarcisio Ribeiro, Ofeliano, Mauricio Santos, Helder Araújo, Dida Nascimento

Produção de elenco

Nelson Fonseca

Coreografia

Denise Stutz

Preparação corporal

Tiche Vianna, Ésio Magalhães

Preparação de atores

Maria Clara Fernandez

Preparação vocal

Agnez Moço

Produção musical

Tim Rescala

Direção musical

Mariozinho Rocha

Caracterização

Vavá Torres

Equipe de apoio à caracterização

Pina Junior, Glória Maria, Mário Crivelli (máscaras e perucas), Jadilson Cruz, Susete Duarte

Edição

Carlos Thadeu, Pedro Duran, Paulo Leite

Sonoplastia

Iraumir Mendes, Irla Leite

Efeitos visuais

Toni Cid, Eduardo Halfen, Carlos Gonçalves, Alexandre Areal, Rafael Ambrósio

Direção de animação

César Coelho

Animação

Pedro Iuá, Luciano do Amaral, Aída Queiroz, Alessandro Monnerat, Bruno Edde, Bernardo Mendes

Efeitos especiais

Marcos Soares, Marco Paula

Câmeras

Murilo Azevedo, Sebastião de Oliveira

Equipe de apoio à operação de câmera
Luiz Bravo, Arismar Ferreira

Equipe de vídeo
João Norton, Tiorbe de Souza

Equipe de áudio
Carlos Roberto Moreira, Rogério Vasconcelos, Arione Nazário

Gerente de Projetos
Douglas Araújo

Equipe de cenotécnica
Docacildo Viana, Edir Correia

Supervisão de contra-regra
Ronaldo Buiú

Pesquisa
Íris Gomes da Costa, Edna Palatnik

Continuidade
Lucia Fernanda

Assistentes de direção
Wanessa Machado, Mariana Pinheiro

Produção de Engenharia
Ilton Caruso

Equipe de produção
Luciana Vinco, Margareth Azevedo, Aderson Diniz, Marcos Pereira, Bárbara Duffles

Coordenação de produção
Guilherme Maia

Gerência de produção
Maristela Velloso

Direção de produção
César Lino

Direção de núcleo
Luiz Fernando Carvalho

(Cfe. Abreu, Carvalho, 2005:586-588)

Ficha catalográfica

C268m Cardoso Filho, Ronnie
As minisséries nos processos da TV: o caso Hoje é dia
de Maria / por Ronie Cardoso Filho. – 2009.
256 f. : il.

Tese (doutorado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos,
Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2009.
“Orientação: Prof. Dr. José Luiz Braga, Ciências da
Comunicação”.

1. Minisséries - Programa televisual. 2. Formatos televisuais -
Minisséries. 3. Gêneros televisuais - Minisséries. I. Título.

Catálogo na Publicação:
Bibliotecária Carla Inês Costa dos Santos - CRB 10/973