



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Cibercultura:
Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial
Online — 20 e 21/06/2024

O imaginário do Sagrado, na construção da imagem da telenovela *Pantanal*^{1 2}.

André Luiz da Silva CAMELO³

Mauricio RIBEIRO DA SILVA⁴

Universidade Paulista

Partindo do pressuposto de que a indústria televisiva existe à base de financiamento publicitário e que, neste contexto, a audiência é um fator extremamente relevante para subsidiar a televisão no Brasil, este trabalho busca trazer, a partir da perspectiva cultural, elementos para a complexificação da compreensão do sucesso na audiência da novela *Pantanal*, produzida e transmitida pela Rede Globo de televisão durante o ano de 2022.

É sabido que em razão da pandemia associada ao vírus Covid-19 o ano de 2020 trouxe muitas transformações e desafios, tanto para o mundo e quanto a sociedade brasileira. No contexto da produção audiovisual, neste ano e em 2021, praticamente todas as produções televisivas e ou cinematográficas ficaram suspensas devido aos protocolos de segurança sanitária e à necessidade de prevenção da propagação do coronavírus. Deste modo, a produção da telenovela *Pantanal* 2022 se tornou um marco da retomada na produção de teledramaturgia com conteúdo inédito.

É importante considerar que por ser o tipo de produto que mais capta anunciantes no contexto da indústria televisiva, a telenovela produzida para o horário das 21hs (considerado pertinente à faixa nobre) tinha tanto o desafio de conquistar um público cansado de reprises quanto anunciantes para investirem em um projeto novo.

¹ Trabalho apresentado no GT 2- Estratégias de comunicação em ambientes digitais. do IV Encontro Virtual da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Realização UNIFAE, nos dias 20 e 21 de junho de 2024.

² O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001

³ Mestrando em Comunicação, PPG Stricto Sensu em Comunicação – UNIP. E-mail: camelofotografold@gmail.com

⁴ Doutor em Comunicação e Semiótica. Docente do PPG Stricto Sensu em Comunicação – UNIP. E-mail: silva.mrib@gmail.com



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Cibercultura:
Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial
Online — 20 e 21/06/2024

Diversos autores apontam para o fato de que a principal característica da telenovela brasileira é ser uma obra seriada que permite a criação de hábito de consumo deste tipo de produto audiovisual. Ela também se caracteriza por ser uma espécie de “obra aberta”, que sofre alterações em seu percurso narrativo em resposta ao comportamento da audiência ou reação do público, ressaltando que em tempos de redes sociais, este tipo de resposta tende fundamentalmente a ocorrer em tempo real.

De acordo com Svartman (2023), no fim do primeiro mês de uma telenovela da TV Globo, o autor e o diretor são convidados a participarem de um grupo de discussão onde analisam uma pesquisa qualitativa com o público e, assim, apresenta-se a possibilidade de alteração nos rumos de uma trama. No mesmo contexto também se destacam as impressões do público acerca do caráter estético, com observações sobre figurino, cenário e fotografia.

Tal característica permitiu à telenovela se constituir em uma espécie de “espelho da sociedade”, tanto refletindo os valores sociais e culturais daquele tempo quanto afetando e sendo afetada por ela. Nesse sentido, Grecco (2010, pg. 80) aponta que “A Telenovela foi capaz de se infiltrar no espaço público brasileiro a ponto de atualizar e questionar a identidade nacional em um período de profunda e aceleradas transformações”.

Por ser uma narrativa seriada, seja com uma única trama ou constituindo várias histórias entrelaçadas e paralelas que se sucedem linearmente ao longo de todos os capítulos, a teledramaturgia, desde seu surgimento, logra efeito em constituir adesão de seus telespectadores. Segundo Machado (2009), um dos motivos de seu sucesso da foi o fato de ser fundamentada no diálogo que mantém com a sociedade, retroalimentando suas histórias e enredos.

Pantanal (2022) assim como em sua primeira versão, foi dividida em duas fases: a primeira contando a história do desaparecimento misterioso de *Joventino* e da paixão de avassaladora de *José Leôncio* com uma garota mimada da cidade grande, *Madeleine*, mãe de seu filho, *Jove*.



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Cibercultura:
Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial
Online — 20 e 21/06/2024

A segunda fase apresenta a trama vinte anos depois, quando *Jove*, que até então pensava que o pai estava morto, procura *José Leôncio* no *Pantanal*. A partir dessa relação, do conflito de gerações, de culturais e de costumes, a trama passa a abordar outros temas relevantes a sociedade atual (a emancipação da mulher, o preconceito contra pessoas LGBTQIAP+, queimadas e aquecimento global, agronegócio etc.).

Além desses temas, a história apresenta personagens folclórico associados ao imaginário regional, seres místicos ligados à natureza como as mulheres-onça *Maria* e *Juma Marruá* e o *Velho do Rio*, uma entidade protetora da natureza capaz de se transformar em sucuri, além do violeiro *Trindade* que possui um pacto com o Diabo e por isso apresenta poderes para prever o futuro.

Observando comentários presentes na mídia especializada, percebe-se que características vinculadas à qualidade da fotografia, o apuro cenográfico e de figurino, o entrosamento do elenco e o esforço logístico da produção visando garantir o mais alto resultado, além de um roteiro reconhecidamente bem-organizado por parte dos autores, Benedito Ruy Barbosa e Bruno Luperi, representam alguns dos traços destacados como capazes de captar em essência elementos da *alma brasileira* e, por isso, serem responsáveis pelo sucesso do produto.

A telenovela *Pantanal*, independentemente da versão observada (1990 ou 2022), é um exemplo do quanto a cultura representa e reverbera valores de uma sociedade, traduzindo-se em adesão de expectadores: em ambos os momentos históricos, o produto foi capaz de produzir forte incremento nos números de audiência. Com as adaptações promovidas para a inclusão de pautas sociais inexistentes na primeira versão, para além de nostalgia, os autores buscaram criar um roteiro no qual uma trama ao mesmo tempo rural e globalizada, que apresenta questões relevantes para a sociedade contemporânea se associa a elementos puramente fundados no imaginário popular regional para conquistar o público.

Diante deste quadro, este trabalho propõe investigar o papel dos personagens (protagonistas, associados às pautas sociais contemporâneas e constituídos a partir do folclore e do imaginário popular) na constituição da adesão entre a novela e o público de modo a trazer elementos para a compreensão de quais trilhas narrativas foram preponderantes na adaptação do texto para o ambiente cultural de 2022.

Para tanto utilizamos a ferramenta de análise de tendências Google Trends de modo a dimensionar o comportamento de interesse do público manifesto na busca por informações associadas aos principais personagens da novela, durante seu período de exibição (entre 28/03 e 07/10 de 2022), uma vez que os dados obtidos representam o comportamento de interesse manifesto pela própria sociedade brasileira.

Nesta pesquisa desenvolvemos uma metodologia própria, baseada na análise quantitativa do tempo de exposição dos personagens a partir da decupagem da novela em três períodos distintos. Tais dados, que apontam o tempo de exposição de cada personagem, foram contrastados com o interesse do público relativo a cada um deles, por meio dos dados obtidos no portal Google Trends de modo a buscar compreender tanto o tempo despendido pelo emissor para cada conjunto narrativo (como dito, protagonistas, pautas sociais e imaginário popular) quanto a resposta em termos de interesse do público. Compreende-se que a lógica da visibilidade, além de um valor relevante para a sociedade contemporânea, é importante para o negócio televisão. Nesse sentido, despertar interesse do público significa monetizar, gerar ganho econômico, de votos ou, mesmo, de contratos.

Com a finalidade de confirmação de tal interesse, eliminando eventuais vieses associados à pesquisa, também foram levantados dados relacionados ao comportamento de interesse referente aos atores que atuaram na representação de tais personagens, buscando dimensionar a efetiva visibilidade dos personagens no enredo.

A análise dos dados trouxe à tona elementos que contradizem a lógica de ser a adesão do público diretamente relacionada ao tempo de exposição da imagem: personagens como



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Ciberultura:
Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial
Online — 20 e 21/06/2024

José Leôncio, que protagoniza a história e apresenta o maior tempo de exposição, ou *Jove*, seu filho que ao mesmo tempo participa da narrativa principal em processos de disputas com o pai além de conduzir um ramo próprio a partir de sua relação com *Juma Marruá*, apresentam comportamento de interesse significativamente inferior a outros personagens cuja exposição é bastante menor, seja com relação ao tempo efetivo em tela ou na frequência de participação em cenas, tais como *Maria Bruaca* (pauta da emancipação feminina) ou o *Velho do Rio* e *Maria Marruá* (personagens originados no imaginário popular).

Tais dados permitem indicar que mesmo considerando a atualidade das discussões associadas às toxidades nas relações nas quais a mulher está sujeita ao poder do marido (caso de *Bruaca*), os personagens com maior desempenho são, justamente, aqueles que relativamente tem menor volume relativo de aparições – *Velho do Rio* e *Maria Marruá* –, mas que apresentam em sua constituição caracteres mágicos, míticos ou sobrenaturais.

Para Sodré (2010), uma das formas que a televisão conseguiu conquistar a audiência foi adicionando aspectos “arcaico” da vida nacional, em especial traços simbólicos ainda remanescentes mesmo após transcrito forte processo de urbanização.

Considerando-se que “O mito é uma história contada na linguagem específica que os seres humanos inventaram para si mesmos.” (Campbel e Keleman, 1991, p.27), a observação dos dados aponta para o fato de que os personagens fundados em narrativas imaginárias apresentam forte grau de adesão do público manifesto tanto por meio do interesse pelo personagem em si quanto com relação aos atores que assumem a tarefa de representá-los, conforme é possível observar por meio do Google Trends.

Esta outra forma narrativa, diferentemente do que aponta o senso comum indicado na mídia especializada em telenovelas, constituiu na novela *Pantanal* (2022) forte processo de adesão do público, sendo – conforme apontam os dados – um dos principais aspectos associados à audiência.



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Cibercultura:
Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial
Online — 20 e 21/06/2024

Diante deste achado, discutimos o papel do imaginário na constituição dos vínculos comunicacionais, trazendo à tona elementos associados à constituição da cultura brasileira no âmbito de crenças neste tipo de personagem, frequentes no âmbito do folclore e, mesmo da religiosidade. Conclui-se, a partir dos dados e da discussão, que o imaginário cultural constitui potente elemento na formação de vínculos comunicacionais, devendo ser observado este fenômeno em outras manifestações midiáticas.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura midiática; Imaginário; Audiência; Telenovela Pantanal; Google Trends.

REFERÊNCIAS

SILVA, Mauricio Ribeiro da. **Na órbita do imaginário: comunicação, imagem e os espaços da vida**. São José do Rio Preto, SP: Bluecom; UNIP, 2012. Disponível em:

<https://www.midiaeimaginario.org/_files/ugd/3acc69_ce223e6aa7674765918b05795304d18a.pdf>. Acesso em 05 nov. 2022.

SILVA, Mauricio Ribeiro da; BAITELLO JUNIOR, Norval. **Vínculos hipnógenos e vínculos culturais nos ambientes da cultura e da comunicação humana**. In: ANAIS DO 22º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS 2013, Salvador, 2013. Disponível em:

<<https://proceedings.science/compos/compos-2013/papers/vinculos-hipnogenos-e-vinculos-culturais-nos-ambientes-da-cultura-e-da-comunicacao-humana>>. Acesso em: 05 nov. 2022.

CONTRERA, Malena Segura. **Vínculo Comunicativo**. In: MARCONDES FILHO, Ciro. (Org.). Dicionário da Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009, p. 458-459.

Contrera, Malena Segura; **O mito na mídia: A presença de conteúdos arcaicos na comunicação** / Malena Segura Contrera; São Paulo: Annablume, 1996. – (Selo Universidade: 45)

Sodré, Muniz; **O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil**. Petrópolis : Vozes, 8 ed. 2010.

Machado, Arlindo; **A televisão levada a sério** / Arlindo Machado, - São Paulo: Editora Senac: São Paulo, 2000.

Câmara, Ricardo Pieretti; **Os contadores de causos e a poética dos pantanais** / Ricardo Pieretti Câmara - Campo Grande, MS: FCMS/ Life editora, 2012.



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Cibercultura:
Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial
Online — 20 e 21/06/2024

Svartman, Rosane, 1969- **A telenovela e o futuro da televisão brasileira** / Rosane Svartman
, 1-ed. Rio de Janeiro, 2023, Cobogó

Alves, Clarice Grecco; **Qualidade na ficção televisiva brasileira: as críticas especializada e popular**; Dissertação de mestrado; USP; 2011

Campbell, Joseph; Keleman, Stanley; **Mito e Corpo** / Stanley Keleman, 1999 – São Paulo, SP, Summus editorial.