

**“Vocês não imaginam o prazer que é estar de volta”:
convergências de narrativas melodramáticas
em telenovela e *reality show***

**“You can’t imagine what a pleasure it is to be back”:
convergences of melodramatic narratives in soap-opera and reality show**

**“No te imaginas el placer que es estar de vuelta”:
convergencias de narrativas melodramáticas en telenovela y *reality show***

Douglas Maia Colarés

Universidade Federal de Minas Gerais | douggmaia@outlook.com

Rejane de Mattos Moreira

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro | rejanemmoreira@ufrjr.com

Resumo: O artigo busca investigar tensões e apropriações em narrativas de telenovela e *reality show* a partir da análise de *O Outro Lado do Paraíso* e *Big Brother Brasil 18*, propondo entender como a linguagem do melodrama dialogou com o *Big Brother*. Para abraçar essa proposta, foi feito um estudo comparativo entre as narrativas de Clara Tavares e Gleici Damasceno. Foi identificado que a *Rede Globo*, como empresa de mídia, propôs estratégias para aumentar o entrelaçamento de seus produtos a partir de uma narrativa de revanche.

Palavras-chave: melodrama; telenovela; reality show; narrativa.

Abstract: The article seeks to investigate tensions and appropriations in narratives of soap opera and reality show based on the analysis of *O Outro Lado do Paraíso* and *Big Brother Brasil 18*, proposing to understand how the language of melodrama dialogued with *Big Brother*. To embrace this proposal, a comparative study was made between the narratives of Clara Tavares and Gleici Damasceno. It was identified that *Rede Globo*, as a media company, proposed strategies to increase the interweaving of its products from a rematch narrative.

Keywords: melodrama; soap-opera; reality show; narrative.

Resumen: El artículo busca investigar tensiones y apropiaciones en narrativas de telenovelas y *reality shows* a partir del análisis de *O Outro Lado do Paraíso* y *Big Brother 18*, proponiendo entender cómo el melodrama tuvo diálogo con *Big Brother*. Para apoyar esta propuesta, se realizó un estudio comparativo entre las narrativas de Clara Tavares y Gleici Damasceno. Se identificó que *Rede Globo*, como empresa de medios, propone estrategias para incrementar el entrelazamiento de sus productos a través de una narrativa de venganza.

Palabras clave: melodrama; telenovela; reality show; narrativa.

Introdução

De passagens bíblicas aos ditos populares, podemos encontrar rastros de narrativas. A narrativa ficcional foi moldada pela repetição e pelo fatiamento dos acontecimentos a partir de lendas e histórias, como *As mil e umas noites*, resultando, mais tarde, no folhetim (AZEVEDO; ROCHA, 2017). A telenovela – principal gênero televisivo do Brasil – experimentou uma trajetória singular e rápida no país. Somente 17 anos separaram a estreia da primeira telenovela produzida, *Sua Vida me Pertence* (1951), e *Beto Rockfeller* (1968), pioneira em retratar temas cotidianos e aproximar as personagens de tipos reais, aglutinando experiências públicas e privadas (LOPES, 2003). A referida obra sofreu com a censura e foi alvo de intervenções em recorrentes situações que apontavam a ocorrência de emulações de Beto Rockfeller, visto como um vagabundo (BALBINO, 2016).

Esse movimento identitário iniciado pela *TV Tupi* foi crucial para a consolidação da *Rede Globo*, anos mais tarde, como grande produtora de novelas. Ao perceber o sucesso de *Beto Rockfeller*, a emissora encomendou à autora Janete Clair uma novela moderna, fugindo das histórias de capa e espada que vigoravam até então. Desse desejo nasceu *Véu de Noiva* (1969): “Em que tudo acontece como na vida real. A novela-verdade”, promovia a chamada de estreia (FERREIRA; COELHO, 2003, p. 46). Assim, *Véu de Noiva* logrou mesclar recursos dramaturgicos arcaicos e novos, transitando entre uma essência melodramática e um movimento de inovação artístico-cultural. Ao passo que centrava a história no clichê da luta de duas mães por uma criança, transcendeu ao implementar as tramas paralelas; lançar o primeiro grande “Quem matou?” em teleficções; conceber o lançamento de discos de vinil com a trilha; e oxigenar as imagens com gravações externas. A grande ousadia, todavia, consistiu na quebra de códigos entre o real e o ficcional, ao recrutar um juiz de verdade para mediar o julgamento entre a mãe adotiva, Andréa (Regina Duarte), e a biológica, Flor (Myriam Pérsia). Ao final, coube ao magistrado a decisão, utilizando a sua experiência profissional para intervir na narrativa (MEMÓRIA GLOBO, [20--]).

Ao passo que a longevidade da telenovela permitiu sua consolidação como um produto soberano – sua trajetória se confunde com a da própria televisão brasileira –, os *reality shows* chegam ao país somente na virada para o século XXI. Trevizan (2011) aponta que há seis grandes áreas de *realities*: sobrevivência (como *No Limite*, o primeiro do gênero com êxito no país); confinamento (*Casa dos Artistas*, *A Fazenda* e *Big Brother Brasil*); disputa (*O Aprendiz* e *realities* de namoro, tal qual *The Bachelor*, entre outros); a vida como ela é (pessoas em cenários reais, geralmente sem premiação, como *Simple Life* e *Troca de Esposas*); ajuda de especialista (*Supernanny* e *Esquadrão da Moda*); e *talent show* (os inúmeros formatos de música e culinária, como *The Voice* e *Masterchef*, respectivamente). Alguns outros formatos, como *Drag Race*, *Dr. Hollywood* e *Power Couple*, são híbridos. E ainda que a premissa básica do gênero envolva a dinâmica da realidade – em pessoas e cenários –, a parte do *show* é tão ou mais trabalhada que o *reality*.

Cinco décadas após os primeiros passos de experimentação da realidade na ficção, e quase 15 anos após a chegada vitoriosa dos *realities*, Walcyr Carrasco, autor de *Amor à Vida* (2013–2014), aproximou esses limites. Na referida obra, a personagem Valdirene (Tatá Werneck) realiza o sonho de participar do *BBB 14*. Ocorre, então, uma ação

crossmedia, customizando e possibilitando um diálogo entre uma personagem ficcional, feita por uma atriz, com os participantes de um produto de caráter “realístico”.

A primeira ação de *cross content* entre uma telenovela e o reality show consiste no aproveitamento simultâneo da personagem da atriz Tatá Werneck nos dois conteúdos da grade da TV Globo [...]. No início do ano, de forma a promover a incursão da mesma ao reality show, a telenovela reproduz de forma ficcional a casa de vidro, quadro produzido na edição de 2013. Já em *Big Brother Brasil*, a personagem é aproveitada nos momentos finais do segundo episódio, quando entra em meio à festa promovida pelo reality show, e no dia seguinte, com o terceiro episódio, recuperando os melhores momentos da festa (SOUSA, 2015, p. 62).

A participação mencionada foi exclusivamente da personagem, não tendo a atriz em nenhum momento se colocado em cena. Os integrantes do *BBB*, todavia, deviam interagir conforme esse código.

Para dar conta do material analisado aqui, acionamos a análise de conteúdo (AC) como método. Com base nas contribuições de Bardin (1977), entendemos a AC como uma técnica de investigação que visa à descrição objetiva, sistemática e quantitativa de determinado conteúdo de comunicação. A análise de conteúdo se apresenta como

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p. 42).

A autora propõe alguns passos para operar a análise de conteúdo: uma pré-análise do material, para elaboração de objetivo e hipóteses; a exploração do material, momento em que são aplicadas técnicas específicas; e tratamento de análises e resultados. Seguiremos, portanto, a partir da análise de conteúdo, um modelo comparativo entre cenas, videoteipes (VTs) – entendidos como vídeos com pequenas narrativas organizadas pela equipe de edição – e chamadas dos referidos objetos. A técnica é vista como elemento revelador dessas apropriações e que demonstra do que esses produtos falam e como falam. Será a ferramenta que nos ajudará a apontar entrelaçamentos quanto aos objetos.

As histórias de *O Outro Lado do Paraíso*

O Outro Lado do Paraíso foi a 87ª produção da faixa das 20h/21h da *Rede Globo*. Escrita por Walcyr Carrasco e dirigida por Mauro Mendonça Filho, teve 172 capítulos, exibidos de 23 de outubro de 2017 a 11 de maio de 2018.

As primeiras informações sobre *O Outro Lado do Paraíso* revelavam que trataria de duas questões centrais. No campo social, a obra levantaria debate sobre a violência doméstica na relação de Clara (Bianca Bin), a vítima, com Gael (Sergio Guizé), o agressor. De recurso melodramático, a narrativa teria como norte o anseio de Clara por justiça.

Você acredita na máxima: aqui se faz, aqui se paga? Pois a lei do retorno e a crença de que, mais cedo ou mais tarde, a justiça chega para todos, são alguns dos temas abordados em *O Outro Lado do Paraíso* [...] Ambientada no Tocantins, a história da trama se desenvolve em dois períodos. No primeiro, conhecemos Clara (Bianca Bin), uma jovem inocente quando se trata de assuntos amorosos, que vive ao lado do avô, Josafá (Lima Duarte), no Jalapão. Ela conhece Gael (Sergio Guizé) [...] A atração entre os dois é imediata e Clara logo se entrega a essa paixão – mal sabe ela que esse amor a levará do céu ao inferno! [...] (GSHOW, 2017, online).

Após padecer em um casamento violento, Clara é internada por dez anos em uma clínica psiquiátrica, por meio de um plano da ambiciosa Sophia (Marieta Severo), sua sogra. Essa mescla de melodrama e denúncia social vai ao encontro da carpintaria semi-estruturada do gênero, que recicla temas universais, operando alterações pontuais em sua construção, e propondo, por vezes, algumas inovações. A partir da virada da personagem, que ganha uma grande fortuna, a narrativa se revigora, e o êxito é celebrado pela frase: “Vocês não imaginam o prazer que é estar de volta”.

O grande irmão: as inspirações para o *Big Brother*

O *Big Brother* surge na iminência da virada do século, em 1999, criado por John de Mol, e logo se converte em um fenômeno mundial, com números que giram em torno de 75 versões. Segundo Santos (2010), a inspiração para criar o projeto foi um experimento científico denominado “A Biosfera 2”, que, entre 1991 e 1993, confinou oito cientistas em uma cúpula de cristal, com o intuito de construir uma espécie de miniplaneta. Já o título da franquia advém do famoso livro distópico *1984*, no qual um “grande irmão” vigia todos – crítica do autor, George Orwell (1974), aos regimes totalitaristas. Várias influências do *best-seller* podem ser observadas no programa *Big Brother*. O “grande irmão”, aquele que tudo vê, mas nunca é visto, torna-se uma alusão ao público, que tem o poder de observar, analisar, interferir e “vaporizar” (no livro de Orwell, a expressão diz respeito aos assassinados pelo regime; no programa, referência ao ato de eliminação). As teletelas, equipamentos que captam imagem e sons e emitem mensagens à sociedade descrita em *1984*, equivalem às câmeras, aos microfones e aos telões do programa de TV.

Sempre os olhos fitando o indivíduo, a voz a envolvê-lo. Adormecido ou desperto, trabalhando ou comendo, dentro e fora de casa, no banheiro ou na cama – não havia fuga. Nada pertencia ao indivíduo, com exceção de alguns centímetros cúbicos dentro do crânio (ORWELL, 1974, p. 29).

No Brasil, o *reality show* estreou em 2002¹, contando com mais de meio milhão de inscritos e atingindo médias de 59 pontos de audiência na final, segundo o Ibope. Um

¹ Antes do *BBB*, *A Casa dos Artistas*, produzida pelo SBT, obteve um sucesso tamanho que a atração atingiu uma das maiores audiências da história do canal, com mais de 50 pontos de pico na final. O êxito incomodou a Rede Globo, que, já detentora do *Big Brother*, e por meio da criadora Endemol, processou a rival por plágio, em um dos maiores imbróglis jurídicos da história da televisão brasileira.

motivo para tal sucesso é ideia de soberania do público. Há nele o estímulo de que a audiência detém o poder máximo, fazendo-a ficar atenta ao show, já que somente analisando a evolução dos participantes é obtido um julgamento justo (SANTOS, 2010).

O *know-how* adquirido pelos produtores com o passar dos anos permitiu que a atração fosse formatada de modo a criar atritos e promover catarses. Se, na primeira edição do *BBB*, os conflitos gerados eram corriqueiros e até mesmo mais genuínos, o programa tratou de criar mecanismos para dramatizar e dicotomizar as ações. Já que o realismo puro não dá audiência, a realidade se torna recorte dela mesma.

A montagem do “Big Brother Brasil” retoma uma estrutura narrativa no reality show que o ficionaliza. Os brothers são literalmente transformados em personagens, e o público revisita, numa nova roupagem, o herói ou protagonista, o vilão ou antagonista, os amigos do herói, os comparsas do vilão [...] Os coadjuvantes, os personagens secundários podem não obter a recompensa para si, mas podem colaborar para que o protagonista ou o antagonista conquiste-a (ROCHA apud SANTOS, 2010, p. 25).

Lançando olhares para o *BBB 18*, identifica-se que a edição contou com os chamados *plots twists*, como confinar uma família antes dos demais participantes para que o público escolhesse quais, entre seus membros, entrariam na casa. Também chamou atenção por ter, entre os participantes, um refugiado sírio, Kaysar Dadour – um dos favoritos ao prêmio. Quanto a Gleici Damasceno, Sousa e Valente Junior (2019, p. 2) apontam que, sendo pobre e vinda de periferia, houve identificação pela sua trajetória, refletida em grande parte da população: “Apesar de não ter proximidade física com essas pessoas, como geralmente são considerados os líderes de opinião locais, ela possuía a proximidade de vivências”.

Durante a formação do sexto paredão, o apresentador Tiago Leifert anunciou aos telespectadores a saída de dois jogadores: a costureira da semana e uma eliminação falsa. O menos votado pelo público gozaria do privilégio de subir ao quarto secreto e de poder observar os demais participantes. O artifício criou uma forma de observação da observação, já que os telespectadores podiam assistir à Gleici vendo e analisando os demais jogadores. Gleici, espectadora assídua de *O Outro Lado do Paraíso* antes de entrar no programa, decidiu, então, voltar ao jogo com a mesma frase proferida por Clara em seu retorno a Palmas: “Vocês não imaginam o prazer que é estar de volta”. Em seguida, a participante indicou Patrícia, sua maior adversária, ao paredão.

A popularidade de Gleici disparou, tendo levado o prêmio máximo, na final. Sousa e Junior (2019, p. 2-3) evidenciam que, além dos atributos de conquista da participante, pesou o fato de ela ter sofrido ataques de ordem social, sobre sua origem e a respeito de sua aparência, o que também gerou empatia nos telespectadores. Para os autores, a dinâmica do jogo é: “preciso comunicar a mensagem da melhor forma para ser campeão. Gleici Damasceno acabou tornando-se uma líder de opinião local, por ter um discurso comum a grande parte da população”.

O *Big Brother* conforma características da chamada *reality TV* – ou *telerealidade*, a qual consiste na transposição do “real” para dentro da tela. Rocha (2009, p. 2) salienta que, embora os *shows*, assim como o *BBB*, sejam os mais conhecidos modelos de *reality TV*,

outros programas populares flertam com a categoria ao propor um espaço em que a televisão traz uma noção de realidade como grande chamariz, pois “transporta, para a programação em geral, estilos e técnicas que visam tornar seus textos mais e mais *reais*”. Dessa forma, a telerrealidade contempla a necessidade de mostrar pessoas de verdade, mesmo que, ao se mostrarem falhas, algumas personas sejam severamente julgadas.

Vislumbra-se nessa relação de antagonismos o reflexo de uma sociedade de vigilância e punição, descrita por Foucault (1972) no livro *Vigiar e punir*. Segundo o autor, o inquérito da Idade Média deu lugar a uma penalidade moderna: o indivíduo disciplinar. Sai o retalhamento do corpo, e entra o inquérito constante, a observação minuciosa. A ascensão dos *realities* e a utilização das redes como canal de engajamento e vigilância permitiram que conceitos, como o *panóptico*, entrassem novamente em voga.

O panóptico funciona como uma espécie de laboratório de poder. Graças a seus mecanismos de observação [...] Ele é [...] ressaltadas as modificações necessárias] aplicável a todos os estabelecimentos onde, nos limites de um espaço que não é muito extenso, é preciso manter sob vigilância um certo número de pessoas (FOUCAULT, 1972, p. 170).

O panóptico é a expressão máxima da televigilância. No *Big Brother*, a vigilância é o mote central. Mas a punição vai além da simples eliminação: também é atribuída nas formas de rechaço, zombaria (participantes se tornam *memes* devido a alguma atitude ou ação) e aplicação de castigos, por meio de enquetes criadas pelo programa. Se a prisão *remete* a um espetáculo popular (FOUCAULT, 1972), o *BBB* trata-se de um.

O papel do popular e das identidades

Martín-Barbero (2003, p. 61-62) dirá que criar um país é, de certa forma, teatralizá-lo. Essa alegação vem de encontro ao papel que os veículos de massa tiveram na atenção voltada ao popular:

A denominação do popular fica assim atribuída à cultura de massa, operando como um dispositivo de mistificação histórica, mas também propondo pela primeira vez a possibilidade de pensar em positivo o que se passa culturalmente com as massas. E isto constitui um desafio lançado aos “críticos” em duas direções: a necessidade de incluir no estudo do popular não só aquilo que culturalmente produzem as massas, mas também o que consomem, aquilo de que se alimentam; e a de pensar o popular na cultura não como algo limitado ao que se relaciona com seu passado – e um passado rural –, mas também e principalmente o popular ligado à modernidade, à mestiçagem e à complexidade do urbano.

Na cultura de massa, na qual o massivo é atravessado por novos desdobramentos da vida em sociedade, em destaque pela multiplicidade de matrizes culturais, o popular vai encontrar uma importante ferramenta para sua manutenção: o melodrama. Entendemos o melodrama como uma matriz cultural, estética e narrativa a partir de Martín-Barbero

(2003, p. 159), que defende forte ligação do melodrama com a narração. Para ele, o melodrama está “situado no vértice mesmo do processo que leva do popular ao massivo: lugar de chegada de uma memória narrativa e gestual e lugar de emergência de uma cena de massa”. O melodrama operará, entre outros, com o exagero, o sentimentalismo, a polarização moral, o suspense e o sensacionalismo.

Essa matriz cultural forte no melodrama se comporta como um agente de memória: flertando com o novo e o velho, o progressismo e o arcaico, a audiência vai encontrar no melodrama uma consciência de familiaridade em sentido polissêmico. É nela que o espectador vê reconhecida a família, os vizinhos, e a partir dela faz conexões entre personagens e sua vida; é também no melodrama que encontrará rastros de uma herança de oralidade – a narração remete a contos e lendas, teatro do absurdo, músicas e cordel. O sujeito se reconhece a partir dos dramas de reconhecimento nele contidos:

Do filho pelo pai ou da mãe pelo filho, o que move o enredo é sempre o desconhecimento de uma identidade e luta contra as injustiças, as aparências, contra tudo o que se oculta e se disfarça: uma luta por se fazer reconhecer (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 317).

Alguns desses pastiches são reflexos tanto da predominância do gênero no Brasil como da própria matriz cultural do melodrama na América Latina. Filhos perdidos, identidades falsas, ascensão social por meio de heranças, entre outros aspectos, fundem-se com repertórios atuais (LOPES, 2003). Um exemplo: a vingança – elemento constantemente pastichado em narrativas – é o que Martín-Barbero (2003, p. 185), citando Gramsci, defende ser o motor narrativo da literatura romântica. Quem a consome convive com a experiência de violência e dor, por meio das personagens, acompanhada pela “esperança de revanche, como ressentimento e sede de vingança”.

O reconhecimento e a busca de identidade são o que permitem que a TV fale sobre o outro e sobre si. O público se vê na obra e estabelece comparações entre situações e pessoas próximas com aqueles outros sujeitos presentes no mundo. É importante destacar que esse processo é potencializado, pois o melodrama se consolida, entre outros, pela necessidade de criar uma nova ferramenta moralizante². A ruptura entre Estado e Igreja possibilitou novas articulações morais que não só a religiosa (PIMENTEL, 2005). Para Mogadouro (2007), na telenovela isso fica evidente quando é apresentada uma mensagem conservadora, na qual problemas familiares e de ordem afetiva dão o tom da obra. A formação de arquétipos no melodrama – o bom e o mau, ferramentas importantes para o registro dessa mensagem conservadora – é visível na narrativa de *O Outro Lado do Paraíso*; vislumbra-se a fórmula clássica da vilã contra a mocinha. Por sua vez, no *Big Brother Brasil*, a redução de diversas condições humanas em arquétipos facilita a assimilação da trama e das personagens pelo público, conforme Pimentel defende quanto às narrativas. Em *realities*, a escolha do *casting* (também nomeado elenco) cumpre essa função, propondo papéis de galãs, mocinhas e pícaros.

² Embora se deva considerar que bem antes, já na *Poética* de Aristóteles, no século IV a.C., o efeito moralizante já podia ser percebido.

Compreendemos os arquétipos a partir das contribuições de Jung – citado por Campbell (1995) –, que os define como imagens primordiais que formam o inconsciente coletivo. Na narratologia, Campbell têm pensado os arquétipos para desbravar os mitos e os heróis. Em *O herói de mil faces*, ele trabalha com alguns *tipos* como essas representações do inconsciente: a *sombra* e, principalmente, o *herói*. Sobre a figura deste último, aponta:

Seja o herói ridículo ou sublime, grego ou bárbaro, gentio ou judeu, sua jornada sofre poucas variações no plano essencial. Os contos populares representam a ação heroica do ponto de vista físico; as religiões mais elevadas a apresentam do ponto de vista moral. Não obstante, serão encontradas variações surpreendentemente pequenas na morfologia da aventura, nos papéis envolvidos, nas vitórias obtidas. Caso um ou outro dos elementos básicos do padrão arquetípico seja omitido de um conto de fadas, uma lenda, um ritual ou um mito particulares, é provável que esteja, de uma ou de outra maneira, implícito e a própria omissão pode dizer muito sobre a história e a patologia do exemplo, como o veremos (CAMPBELL, 2005, p. 21).

Martín-Barbero (2003), por sua vez, vai elencar quatro *tipos* que conduzem as emoções básicas do melodrama (o medo, a dor, o entusiasmo e o riso): a vítima, o traidor, o justiceiro e o bobo. Essa relação fica mais estreita em temáticas de vingança, quando a própria vítima é posta de justiceira, e, por vezes, o traidor se torna o bobo.

Assim como nos folhetins e nosso dia a dia, onde a bondade e o altruísmo são qualidades a serem recompensadas, na realidade construída dentro do Big Brother, o ato de jogar, que muitas vezes implica brincar e até mesmo ferir os sentimentos alheios, costumava ser digno de nada mais do que a punição (SANTOS, 2010, p. 36).

Já Lopes (2003, p. 18) discorre sobre noções de identidade ao cunhar o termo *repertório comum* para esmiuçar o impacto da televisão em “alimentar um repertório comum, por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexo, raça e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas às outras”. Quanto a isso, ela propõe que a televisão traça um diálogo entre os indivíduos a partir da propagação de informações acessíveis a todos os públicos, permitindo sintetizar o imaginário de uma nação –, ou como ela se refere, uma *nação imaginada*. Essa ideia de nação imaginada se dá porque reúne diversos públicos heterogêneos em um pacto discursivo. O público se faz pertencente àquele universo, mesmo que esse mesmo universo, fora das telas, esteja muito longe de si. Isto é observável nas identidades lidas pelo público a partir da figura de Gleici e Clara: há nelas a empatia como figuras representantes de uma “universalidade”. Clara é uma mãe do interior que tem o filho roubado; todas as mães, diante da TV, se sentem também desamparadas. Gleici é inferiorizada por sua origem; todos os que já sofreram alguma forma de opressão de classe são atingidos e buscam vingá-la, como se o ataque fosse pessoal.

A ideia de nação, que outrora remetia ao progresso nacional, agora se refere às “grandes migrações contemporâneas puderam trazer uma reatualização desse conceito, a

partir de recriações culturais e sentimentos de ‘nostalgias culturais’, novas ‘etnicidades’, novos movimentos sociais, etc.” (MOGADOURO, 2007, p. 93). Nesse cenário, nas últimas décadas, a mídia passou a ser convocada a destacar cada vez mais essas novas identidades em suas vitrines. A crescente escalada de representações LGBTQIAP+ nas novelas é o exemplo mais evidente. O espaço dado ao Tocantins, em *O Outro Lado do Paraíso*, ou à vivência de Gleici, oriunda do Acre – dois territórios, portanto, geralmente negligenciados pela mídia –, reforça esse movimento. Essas identidades também dão pistas sobre como Clara e Gleici foram intertextualizadas³ – em uma interligação de identidades ampliadas, percepção essa difundida por autores como Hall (2014) e hooks (2019).

Tudo o que você faz um dia volta para você: aproximações possíveis entre revanches

Para demonstrar como nossos objetos apresentam constâncias a partir de uma estrutura melodramática, separamos os momentos, categorizando-os em atos, ou passos de uma jornada, conforme Campbell (2005) e, posteriormente, Vogler (2006) – ainda que optemos por não seguir todos os passos preconizados pelos autores. Consideramos as fases que nomeamos como *apresentação*, *complicação* (também entendido por *provação*), *desenvolvimento*, *clímax* e *desenlace*⁴.

Em *O Outro Lado do Paraíso*, quando Clara se recusa a explorar a propriedade na região do Jalapão, no Tocantins, Sophia cria um plano para separar o primogênito da jovem e, fingindo-se de amiga, convencê-la a passar as terras para o filho que teve com o Gael, Tomaz (posteriormente interpretado por Vitor Figueiredo). Esse prólogo serve para delimitar os tipos principais: Clara é a grande heroína, e Sophia, a grande vilã. Nessa fase, são dadas as principais características de uma narrativa: o espaço, o tempo, o conflito e as personagens principais – heróis, vilões e aliados. O desenrolar do novelo mostra Sophia – aliada à filha Livia (Grazi Massafera), que inveja Clara e deseja a guarda de Tomaz – orquestrando um plano de transformar a moça em louca perante todos, tornando-a legalmente incapaz, ao ponto de perder a guarda do filho.

Sophia: Já que você se enfiou na casa da Clara, tem agora que ser útil pra toda a família, e também pra você [...]. Você tem que pegar essas duas

³ Acrescentamos a encruzilhada que nos deparamos nesse ponto. Aprofundar a discussão de identidade das duas mulheres seria deveras complexo e necessitaria de um artigo próprio. Todavia, este texto não poderia deixar essa grande lacuna. Portanto, optamos por não aprofundar essa discussão, mas cabe salientar que alguns autores, como Hall (2014), defendem que as velhas identidades estão em declínio e que surgem novas identidades fragmentadas, como pode ser observado na paisagem audiovisual. Também é na questão racial que as personagens, ainda que aproximadas, se diferem: além de tratarmos de uma vivência real *versus* uma ficcional, a trajetória de Gleici como mulher negra revela diversas camadas que igualmente não conseguiríamos abarcar aqui. As rupturas interseccionais entre mulher, nortista e negra são o que autoras como hooks (2019) chamam de *sistemas interligados de dominação*. A obra de hooks traz fortes contribuições para esse debate.

⁴ Tanto a divisão em atos quanto as características da narrativa foram amplamente discutidas a partir das mais diversas perspectivas teóricas. Porém, dada a amplitude do tema, optamos por não aprofundar essa discussão. A própria contribuição de Campbell, que mais tarde foi reatualizada por Vogler (2006), no livro *A jornada do escritor*, demonstra como essa discussão não é estática e segue sendo investigada.

drogas aqui, ó, combinadas... E tem que dar pra Clara sem ela perceber. Você abre e tem um pozinho dentro. Você coloca numa bebida, tá?!

Lívia: O que vai acontecer?

Sophia: A Clara, pobrezinha, ela vai perder a noção dela mesma. Ela vai ficar louca! E com a Clara louca, vai ser muito mais fácil a gente se livrar dela. Nosso caminho vai ficar livre!

A cena demonstra o prenúncio do conflito dessa primeira fase: Clara prestes a perder o filho, a liberdade e as terras. Os acontecimentos deflagram artifícios típicos do melodrama, como já esmiuçado por Lopes (2003). É visível o uso de recursos como sogras cruéis, fortunas inesperadas, roubos de bebês.

No *Big Brother*, as estruturas dos *plots* se dão de maneiras menos rígidas, tendo em vista que, ao entrarem na casa, todos os participantes têm, em tese, o mesmo peso como personagens (embora saibamos que a própria seleção de elenco avalie profundamente o potencial dos participantes e os organize considerando possíveis tipos que possam ser os favoritos ou os vilões). Todavia, buscaremos compreender a utilização da estrutura exposta a partir de um protagonismo por Gleici.

Ainda que, a princípio, sua participação tenha sido bastante tímida, o episódio 42 reservou mudanças no papel desempenhado por ela no jogo. Nesse momento, Patrícia torna-se a líder, confabulando para conseguir influir nas demais posições de emparedados. Patrícia emulava o papel de mentora de estratégias para o paredão. Embora não tenha indicado Gleici, ela teve papel decisivo na berlinda.

Kaysar: Ela sabe?

Patrícia: Quem?

Kaysar: Gleici... Que vai ser votada?

Patrícia: Não! Não vou falar, não adianta. Pra quê?

Kaysar: Então, meu voto pra ela não vai ter importância, sim?!

Patrícia: Vai, sim. Porque você, Diego e Jéssica somam três. Tem que ter seu voto. Tem que ter! Se não tiver, o Diego vai.

Para a torcida de Gleici, Patrícia se coloca como a grande vilã do jogo, tanto por ser a opositora direta quanto por angariar outros rivais (Diego, Kaysar e Jéssica) para a acarena. Ficam perceptíveis os fatores conflito e a emulação de heróis e vilões. Assim, ainda que num contexto “real”, o *BBB* passa a ser delineado melodramaticamente.

Passando para a *complicação*, Clara é enganada por Sophia e levada a um hospício. O lugar fica em uma ilha, próximo a um penhasco, banhado pelo mar, incomunicável. É nesse cenário emblemático que Clara jura vingança, no capítulo 28:

Clara: Pela lua, pelas estrelas, pelo sol, pelo raio, o relâmpago e o trovão, por esse mar, pelas pedras, pela terra... eu juro que vou sair desse lugar e vou me vingar de todo mundo que me fez mal. De um por um! Eu vou me vingar do delegado, do juiz, do psiquiatra. Agora é olho por olho e dente por dente. E vou me vingar também da mentirosa que me chamava de querida. Eu vou destruir você, Sophia! Mas mais que tudo isso, eu vou recuperar meu filho!

Defendemos que a ação demonstra dois artifícios importantes para a manutenção de uma narrativa ficcional: a motivação (o objetivo que leva a personagem a algum lugar) e a repetição (rememoração da jornada). A motivação age como ponto nevrálgico do melodrama: o herói precisa ter uma justificação forte para retornar e para que as pessoas torçam por esse momento, e a revanche, desde os tempos das tragédias gregas (e até antes, nas passagens bíblicas), constitui-se como importante agente causal. Já a repetição atua como um fortalecedor desses discursos. Clara utiliza do solilóquio como forma de rememorar os sofrimentos e os inimigos e de dar eloquência ao seu desejo de vingança. E as dramatizações de juramentos associadas a fenômenos naturais enfatizam, por parte da direção artística, a força daquela jura, implacável como a natureza.

A grande complicação sofrida por Gleici é estar no paredão com dois grandes amigos; ao crer ter sido eliminada no episódio 44, todavia, a complicação se torna um ponto de virada. Tiago Leifert anuncia a saída da participante – o que, no contexto do jogo, equivale ao maior sofrimento da jornada. Há a ideia de afastar, levar alguém para o longe. Se, na novela, esse lócus atende pelo hospício, a equivalência no programa é o lado de fora da casa. Nas duas situações (o hospício e a eliminação), há uma ideia de partida sentida, dimensionada por dor e lágrimas. Tal esquema melodramático é um recurso de suma importância para suscitar expectativa do público para o retorno revigorado. Esse desejo das audiências só cresce quando o herói passa por dilemas. Durante os dias no quarto, Gleici elege Diego e Patrícia como mentores de sua “saída” e ensaia um discurso parecido com o de Clara:

Gleici: Quem cava uma cova para o inimigo, cai nela [...]. Eu não quero vingança, eu quero justiça. Eu quero justiça! Vocês acham que eu saí, acham que eu morri... Como é horrível ver as pessoas falando da gente como se a gente tivesse morrido...

A ausência de Gleici é regada por alguns luxos: um quarto só para ela, equipado com uma tela para observar os demais participantes; comida de melhor qualidade; móveis confortáveis; bebida para comemoração. A conquista denota um processo de ascensão. Esses “privilégios” empoderam, e ajudam Gleici a preparar sua volta. Já Clara consegue fugir do hospício e se apodera de uma herança deixada por Beatriz (Nathalia Timberg), sua mentora. Historicamente, a ascensão pelo dinheiro é um dos recursos mais utilizados no melodrama, seja por meio da conquista por trabalho árduo ou por heranças inesperadas. De modo igual, em *realities*, o prêmio milionário é a grande recompensa para a jornada do participante lido como injustiçado dentro do jogo ou socialmente. Mais especificamente, em um país tão desigual, é entendível que o público torça pelo êxito financeiro daqueles que julgam à margem.

Como resultado dessa aproximação, houve a conquista de recorde de audiência no retorno de Gleici – tal qual ocorrera no de Clara –, momento celebrado por constantes comparações entre ambas, além repercutir em sites de entretenimento⁵.

⁵ O site *UOL* também propôs semelhanças entre os dois produtos, situando o público prioritariamente da internet sobre os rumos da atração da TV. Como exemplo, destacamos uma fotomontagem criada pelo portal correlacionando a novela e o programa. A imagem criada pelo veículo substituiu o rosto dos algozes de Clara por participantes do *BBB*, propondo uma equivalência.

Figura 1. Retorno das vingativas (Clara e Gleici)



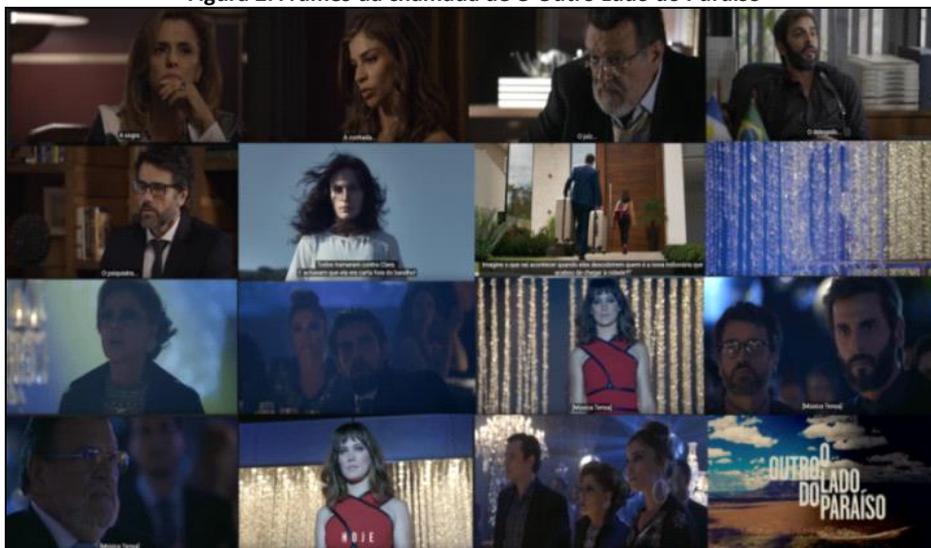
Fonte: Reprodução.

Intertextualidades fabricadas entre Clara e Gleici

É necessário propor a função da *Rede Globo* nesse processo dialógico. Em dezembro de 2017, a emissora veiculou uma chamada que exaltava o retorno de Clara.

Observando o clamor do público com o futuro retorno de Gleici, cristalizado na *hashtag* #GleicidoRetorno⁶ – em proximidade ao #ClaraIsBack, usada na volta da personagem de Bianca Bin –, a equipe do programa criou uma chamada fazendo uma alusão ao retorno da participante ao confinamento.

Figura 2. Frames da chamada de *O Outro Lado do Paraíso*



Fonte: Reprodução.

A chamada – a qual ressalta que “a sogra, a cunhada, o juiz, o delegado e o psiquiatra” teriam uma grande surpresa – serviu para, posteriormente, aproximar os *tipos* da

⁶ Autores como Jenkins (2009) têm ampliado as percepções sobre a chamada “cultura da convergência” e sobre o papel do público na reverberação de conteúdos.

novela com os vistos no *BBB*. Patrícia, por exemplo, foi equiparada à sogra Sophia, a rival-mor e principal articuladora contra Gleici. Essa separação entre heróis e vilões – acentuada pela comparação com a telenovela – foi fundamental para potencializar rivalidades e votações por parte do grupo de fãs das participantes.

Percebendo esse cenário mobilizador, a *Rede Globo* providenciou uma chamada dialogando o momento clímax do *reality* com o arco dramático experimentado por Clara, meses antes. A chamada tensionou diretamente a ficção e o melodrama, ao anunciar que naquele episódio haveria “um retorno digno de novela”. A peça publicitária foi produzida no momento em que Gleici manifestou ser expectadora assídua da telenovela, bem como o seu desejo de voltar à casa tal qual a protagonista da trama ficcional. A referida chamada rememora a “eliminação” de Gleici seguida de sua entrada no quarto secreto, invadida por gritos eufóricos. Nesse instante, aparece a figura de Clara Tavares retornando ao Tocantins em uma festa com a presença dos poderosos de Palmas. A trilha muda para o instrumental da novela. Segue-se com um *off* da participante comentando como seria se algum jogador saísse e voltasse. O narrador do programa então declara “Hoje, tem um retorno digno de novela no *Big Brother Brasil*”. A sequência finda em Gleici declarando: “Vocês não sabem o prazer que é estar de volta”, seguida da logo do *reality*.

Figura 3. Frames da chamada de *Big Brother Brasil*



Fonte: Reprodução.

Ainda que as manifestações das redes fossem espontâneas e inerentes ao espaço interativo da *web*, a postura da *Rede Globo*, ponto-chave dessa dinâmica, foi fundamentalmente parcial – dando um destaque absoluto à participante em detrimento dos demais. No dia da eliminação de Patrícia, a emissora exibiu um VT resumindo o retorno de Gleici à

casa, pontuado pela discussão entre ela e Patrícia, com direito à trilha *Blaze Of Glory*, de Bon Jovi. O VT, nomeado “O Outro Lado do Paredão”, desnuda a posição adotada pela empresa, conforme verificável em fala do apresentador.

Leifert: No programa de hoje, a gente encerra uma história muito importante, que certamente marcou a nossa temporada: o retorno da Gleici. Vocês se apropriaram dessa história, compararam com a novela. A gente também entrou na brincadeira. Então, pra vocês guardarem de recordação, aqui vai o *mashup*, a mistura, entre o *BBB* e *O Outro Lado do Paraíso*...

Diego (fala dita durante o confinamento): Não é uma novela, como tu diz?! Então pronto! Alguns protagonizam certos enredos da trama e os demais vão como figuração.

Inicia-se uma abertura emulando a original da novela e surge a logo na tela. Em seguida, as imagens alternam entre cenas da novela e do *reality*.

Figura 4. Logotipo de peça criada pelo *Big Brother Brasil*



Fonte: Reprodução.

Assim como Clara, Gleici aparece descendo uma escada. Os participantes tidos como rivais são enfocados um a um, e suas reações são mescladas com momentos em que eles “prejudicaram” a participante. Novamente, a música de Bon Jovi é acionada. Ao final, participantes aliados também encontram seus equivalentes na novela: um *frame* da personagem Raquel (Erika Januza) é alternado com um da Família Lima, participante daquela edição do BBB. O VT termina com Patrícia dizendo: “Toda novela é assim... altos e baixos”.

Nesse episódio, Patrícia é eliminada com 94% dos votos, uma das maiores rejeições da história do programa. Sai como a vilã derrotada, papel atribuído pelo público e pela edição proposta pelo *BBB*. É o fim da primeira “vingança” de Gleici. A partir disso, dá-se início ao *desenlace* da trajetória da participante.

No episódio 88, como triunfo máximo, Gleici vence Kaysar e se torna a nova milionária do Brasil. A despeito do final melodramático, com a exaltação de heróis e derrota de vilões, o discurso feito por Leifert para Gleici evidencia preciosas noções de identidade de um povo e de um imaginário de nação. Após uma linha narrativa pautada na ficção, a fala dele é uma forte demonstração da *telerealidade* que o *BBB* propõe.

Leifert: E a Gleici, hein?! Ah, mas a Gleici é muito marrentinha. E ela é. É fada! Toda doce, nossa fada. Mas tem uma onça aí. Brinca com a cama dela aí dentro pra você ver. Brinca com as coisas dela. Ninguém parou para perguntar... acho que só o Wagner sentou um dia e falou: “Tá, por quê?”. Porque tudo na vida da Gleici, e ela também não contou nem 10% pra vocês, foi no grito! Foi na unha. Foi na raça. E ela não quer que ninguém tenha pena dela, não. Porque ela foi pra cima de verdade, ela acreditou. Devia ter mais gente igual você, Gleici.

O texto do apresentador demonstra a potência das identidades interseccionadas que Gleici representa: mulher, negra, pobre, vinda do norte do Brasil. Dessa forma, se outrora tanto as telenovelas quanto os *realities* baseavam suas narrativas nas lutas dicotômicas – o bom e o mau, o rico e o pobre, etc. – e na identificação do público por esses aspectos, hoje somente esse dispositivo não abarca as representações.

O prêmio milionário tensiona tanto com o final feliz típico das narrativas melodramáticas quanto com uma reparação histórica e com a revanche de grupos minoritários na sociedade atual. Igualmente punitivo, o desfecho de *O Outro Lado do Paraíso*, no capítulo 172, destaca Sophia condenada a viver no mesmo hospício onde antes prendera a nora.

Clara: Agora você vai ter o que você merece. Você vai passar pelo que eu passei [...]. Você perdeu, Sophia. Eu venci!

Sophia: Eu vou acabar com você. Vou acabar com a sua raça. Eu vou voltar. Eu vou voltar pra te pegar. Eu acabo com você, maldita.

Clara: Eu não tenho medo de você.

Sophia: Eu acabo contigo.

Clara: Acaba nada!

Se, no início da trama, o papel de Clara equivalia ao da mocinha, ali é transportado para a figura de justiceira. Todavia, mesmo que sutilmente, ela termina como a vilã da história, ao tramar para que Sophia, mesmo sã, passe os dias em um sanatório. Termina ali sua vingança. A protagonista, agora convertida em uma justiceira, termina a trama atingindo seu grande objetivo: conquistar o amor do filho.

A última cena da telenovela concentra a ação em Mercedes (Fernanda Montenegro) narrando diretamente para o público que a história de Clara é como muitas outras que acontecem no Brasil – texto dito enquanto o cenário da telenovela vai sendo desmontado pela equipe de produção, descortinando a ilusão proposta pela ficção⁷.

⁷ Destaque-se que *O Outro Lado do Paraíso* fez o caminho inverso e também se apropriou de discursos da realidade por meio dos *merchandisings* sociais, componente-chave na *reality TV*. A obra lançou um olhar para temáticas de interesse público, sobretudo quanto à discussão da violência doméstica. Em contrapartida às cenas explícitas de agressão física e verbal (e dado o receio que os temas fossem vistos de maneira irresponsável), o canal exibiu, ao fim de alguns capítulos, *banners* com informações de denúncia, como a página *Saiba Mais Pra Você*, do site de responsabilidade social da *Rede Globo*. Disponível em: <<https://acortar.link/qQRkR8>>.

O outro lado das aproximações

A aproximação entre Clara e Gleici foi tão potente que a acreana foi convidada a participar do capítulo final de *O Outro Lado do Paraíso*. Afrouxando novamente fronteiras entre a realidade e a ficção, na cena, há a reunião de celebridades reais e personagens ficcionais. Ademais, elas acompanham o desfile de uma marca fictícia, mas exibida em um desfile real, o São Paulo Fashion Week.

Figura 5. Participação de Gleici e de Ana Furtado no último capítulo de *O Outro Lado do Paraíso*



Fonte: Reprodução.

Acerca disso, se a apropriação do texto da novela pelo *BBB* apontou lógicas de mercado, é notável também que a participação de Gleici, mesmo em uma cena mínima, teve, entre outras, a finalidade de atrair o público admirador da participante para o desfecho da novela, retroalimentando essa relação.

Considerações finais

O *Big Brother Brasil* usou da narrativa ficcional da telenovela para criar uma dramaturgia melodramática que causasse interesse junto ao público, que se via instigado a acompanhar o “próximo capítulo” da história. Para isso, além de questões de edição sonora e visual (trilha, chamadas), usou da noção de arquétipos e identidades (femininas, pobres e nortistas) entre Gleici e Clara. Nesse sentido, identifica-se que a *Globo*, como empresa de mídia, cria mecanismos para repercutir programas e consolidar sua grade de programação, arquitetando estratégias de marketing para promover metalinguagem ou entrelaçamento entre seus produtos, a partir da identificação do público com uma narrativa de revanche (que justapõe o desejo inerente de se sentir representado na figura do outro e de ver o oprimido triunfar). A estratégia foi fundamental para o crescimento da audiência do *reality show* e para que parte do público da novela permanecesse sintonizada no programa.

Noções de realidade e ficção se fundem, ao passo que o público – a partir da narrativa melodramática – vê a vida como um drama e encontra no drama resquícios da sua vida, tal como preconizado por Martín-Barbero (2003). Três anos após o referido caso, outra obra de Walcyr Carrasco serviu de paralelo para o programa: a participante Juliette (também campeã), do *BBB 21*, foi associada à personagem Ana Francisca (Mariana Ximenes), da

novela *Chocolate com Pimenta* (2003-2004), em uma chamada veiculada na plataforma *Globalplay*. Assim, o público anseia por saber o que há além de sua rotina, no outro lado do paraíso, e por ser onipresente como o “grande irmão” – algo que tem sido comercial e estrategicamente atendido pela emissora.

Referências

AZEVEDO, Patrícia Adélia Rêgo Oliveira; ROCHA, Larissa Leda F. Repetição e inovação: os modos de contar das narrativas ficcionais seriadas contemporâneas. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 19., 2017, Fortaleza. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2017.

BALBINO, Jéfferson. Telenovela e sociedade: a questão do merchandising social na tele-dramaturgia brasileira. In: ENCONTRO ESTADUAL DE HISTÓRIA, 23., 2016, Assis. *Anais...* São Paulo: Anpuh, Unesp, 2016.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. 10. ed. São Paulo: Cultrix, Pensamento, 2005.

FERREIRA, Mauro; COELHO, Cleodon. *Nossa Senhora das Oito: Janete Clair e a evolução da telenovela no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1977.

GSHOW. ‘O Outro Lado do Paraíso’: conheça a história da próxima novela das 9. *Gshow*, 11 ago. 2017. Disponível em: <<https://acortar.link/IAZYqp>>. Acesso: 30 ago. 2021.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

HOOKS, bell. *Erguer a voz: pensar como feminista, pensar como negra*. São Paulo: Elefante, 2019.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, São Paulo, ano 9, n. 26, p. 17-34, jan./abr. 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MEMÓRIA GLOBO. Veu de Noiva. *Memória Globo*, [20--]. Disponível em: <<https://acortar.link/Q1SkXv>>. Acesso em: 10 mar. 2021.

MOGADOURO, Claudia. A telenovela brasileira: uma nação imaginada. *Revista Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 85-95, jul./dez. 2007.

ORWELL, George. 1984. 7. ed. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1974.

PIMENTEL, Márcia Cristina. O grotesco e o melodrama na obra de adaptação do real *Ciberlegenda*, Niterói, n. 15, n.p, 2005.

ROCHA, Debora. Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão. *E-Compós*, Brasília, v. 12, n. 3, p. 1-16, set./dez. 2009.

SANTOS, Arcângela Rocha Mota. *Oito anos de Big Brother Brasil*: um olhar sobre a estrutura e as mudanças na dinâmica do reality show. 61 f. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

SOUSA, Lucas de Paula; VALENTE JUNIOR Francisco Moura. “Olha ela!”: sociedade do espetáculo e a construção do favoritismo de Ana Paula Renault na 16ª edição do Big Brother Brasil. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 42., 2019, São Luís. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2019.

SOUSA, Ricardo Barbosa Fernandes de. *As estratégias transmídia em Big Brother Brasil*. 121 f. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

TREVIZAN, Karina. *Almanaque dos reality shows no Brasil*. São Paulo: Panda Books, 2011.

VOGLER, Christopher. *A jornada do escritor: estrutura mítica para escritores*. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2006.

Douglas Maia Colarés

Mestrando em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Rejane de Mattos Moreira

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Professora do Departamento de Letras e Comunicação da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ).