

**Clarice Greco  
Greco**

Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestre pela mesma Instituição.

Pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN-USP) e do OBITEL. Bolsista FAPESP.

Nº. 2012/05000-6.

claricegreco@usp.br.

CV Lattes: [http://](http://lattes.cnpq.br/6496657677964286)

[lattes.cnpq.](http://lattes.cnpq.br/6496657677964286)

[br/6496657677964286](http://lattes.cnpq.br/6496657677964286)

**Memória nacional, produto  
global: remakes de  
telenovelas e o  
caso *Dancin' days***

**National memory, global  
product: remakes of  
telenovelas and the case  
of *Dancin' days***

**Memoria nacional, producto  
global: remakes de  
telenovelas y el  
caso *Dancin' days***

## RESUMO

O artigo busca relacionar o *remake* da ficção televisiva à alimentação de uma memória coletiva e à possibilidade de transnacionalização dos produtos culturais ibero-americanos, pensando o *remake* como um artifício de recuperação da memória e a telenovela como *narrativa da nação* (LOPES, 2003). A partir desses pensamentos, discute o caráter nacional da telenovela, a construção de uma memória afetiva e seu potencial de internacionalização. Com esse objetivo, o artigo usa como exemplo o *remake* de *Dancin' days*, uma coprodução entre a Globo do Brasil e a SIC Portugal.

Palavras-chave: Telenovela. Remakes. Memória. Internacionalização. *Dancin' Days*.

## ABSTRACT

This paper seeks to relate television remakes to a collective memory and the possibility of transnationalization of the Ibero-American cultural products. With that aim, it situates the remaking of fictional works as a device for memory retrieval and the soap opera as a *narrative of the nation* (LOPES, 2003). Based on these thoughts, the paper discusses the national character of soap operas, the construction of an affective memory and its potential for internationalization. To achieve such goal, it takes as an example the remaking of *Dancin' Days*, a co-production between the Brazilian Globo and the Portuguese SIC.

Keywords: Soap opera. Remakes. Memory. Internationalization. *Dancin' Days*.

## RESUMEN

El artículo pretende relacionar el *remake* de la ficción televisiva con la alimentación de una memoria colectiva y con la posibilidad de transnacionalización de los productos culturales de Iberoamérica. Para esto, piensa en la nueva versión como un dispositivo para la recuperación de la memoria y la telenovela como una *narrativa de la nación* (LOPES, 2003). A partir de estas reflexiones, el documento analiza el carácter nacional de la telenovela, la construcción de una memoria afectiva y su potencial de internacionalización. Utiliza como ejemplo el *remake* de *Dancin' Days*, una coproducción entre Globo de Brasil y SIC Portugal.

Palabras clave: Telenovelas. Remakes. Memoria. Internacionalización. *Dancin' Days*.

\* Este *paper* é uma adaptação do trabalho apresentado no DT17 – Estudos Cinematográficos e Audiovisuais do XIII Congresso Internacional Ibercom, em Santiago de Compostela, em maio de 2013.

## Introdução

Este artigo pretende relacionar o artifício do *re-make* da ficção televisiva à alimentação de uma memória coletiva e à possibilidade de transnacionalização dos produtos culturais ibero-americanos. A primeira parte discorre sobre a estratégia de regravação de um produto audiovisual, muito comum no cinema, que representa a recuperação e atualização de uma produção que tenha feito sucesso ou marcado a sociedade de alguma forma. Apesar de certas críticas cinematográficas que tomam os *remakes* por mera imitação de um roteiro original, é possível pensar a estratégia como uma recuperação da memória audiovisual e sua readaptação ao contexto atual.

Em seguida, o artigo discute a telenovela brasileira a partir de suas especificidades, como a característica de basear-se fortemente em questões de agenda nacional, sendo considerada uma *narrativa da nação* (LOPES, 2003). Justamente por isso, ela afeta o País de forma intimista e torna-se arquivo da memória audiovisual brasileira. Ainda assim, sua produção é considerada referência internacional e apresenta altos índices de exportação de suas ficções.

A partir desses pensamentos, a terceira parte do artigo visa situar dois pontos da telenovela brasileira – seu caráter nacional e a construção de uma memória

afetiva – a exemplo do *remake* de *Dancin' days*, uma coprodução entre a Globo do Brasil e a SIC Portugal. Esse produto permite pensar o *remake* como artifício de recuperação de memória, ao mesmo tempo em que caracteriza a transnacionalização do formato e a tendência a coproduções de ficções televisivas entre países ibero-americanos.

A telenovela *Dancin' days*, escrita por Gilberto Braga, foi produzida e exibida pela primeira vez no Brasil nos anos 1978 e 1979. Em Portugal, foi exibida pela RTP, em 1979. Em 2013 – 34 anos depois – a SIC exibiu o *remake* adaptado para os portugueses, deixando a ficção mais adequada a seu público e época. A opção pela regravação de um título brasileiro, a ser exibido apenas em Portugal, origina-se da transnacionalização de sua primeira versão. Apesar de brasileira, a versão original impactou o público lusófono, demonstrando e reforçando o histórico da proximidade geolinguística entre esses países e o papel que a ficção televisiva exerce nessa relação, especialmente quando envolve a memória afetiva da nação.

## Remake como artifício de memória

A telenovela, por representar o imaginário coletivo, torna-se parte do cotidiano. Após anos de convivência diária e duradoura, as ficções televisivas passam a integrar a memória afetiva dos telespectadores, tornando-se forte representação de lembranças pessoais. Essa afetividade, no caso da televisão, adquire proporções coletivas. Os mesmos programas, cultuados por milhares de telespectadores, permanecem vivos, cada um à sua maneira, na memória de quem os assistiu. Assim, relembrar uma telenovela é também relembrar uma época da vida.

Segundo Nora (1993), enquanto a história é a representação do passado, a memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente. Quando a memória renasce em figura coletiva, isso só acontece porque uma consciência individual tomou a decisão de fazê-lo. O autor ressalta, ainda, que, antes de tudo, "é preciso ter vontade de memória" (1993, p. 22). Essa vontade de memória é cristalizada pelas emissoras de televisão por meio de duas principais formas: as reprises e os *remakes*.

As reprises e as regravações de uma ficção televisiva, ou *remakes*, são artifícios utilizados por algumas emissoras de TV para angariar audiência por meio da recuperação de uma produção que obteve sucesso. No entanto, diferentemente das reprises, que são a retransmissão direta de um programa original já exibido, os *remakes* são uma atualização da ficção. Nas palavras de Balogh e Mungiolli, "não trata de apresentar o mesmo do mesmo, mas sim de atualizar e tornar mais palatável o produto dentro do gosto da contemporaneidade" (2009, p. 343). Algumas características atualizam a ficção, como atores recentes, com os quais o público jovem está mais familiarizado, ao contrário de rever uma telenovela antiga em que atores já mais velhos são reconhecidos em rostos jovens e com cortes de cabelo antiquados. A regravação também pode mudar personagens de acordo com as demandas da época.

Conforme alertam Motter e Mungiolli (2006), esse tipo de ficção é comumente apontado com desprestígio, como significado de falta de criatividade e busca por lucro fácil. Há também a crítica à audiência, que supostamente aceita tudo que lhe é ofertado, mesmo que já tenha sido transmitido. De fato, é um recurso vantajoso para a emissora, que investe em uma narrativa já existente com grande probabilidade

de repetição do sucesso. Entretanto, as autoras afirmam que o público não só recebe bem as repetições como muitas vezes espera por elas. Isso porque a repetição e, por consequência o *remake*, representam um retorno à memória ficcional e afetiva dos telespectadores, de maneira coletiva.

Ferro (1976) defende a ideia de que as mídias proporcionam um retorno ao passado e alimentam um repertório de histórias e memórias coletivas nas quais bebem os sujeitos para alimentar suas memórias individuais. Halbwachs (2006) associa a memória do indivíduo à memória do grupo, e esta à memória coletiva de sua sociedade. Segundo o sociólogo, que estuda os quadros sociais da memória, as lembranças não ficam restritas a um mundo individual. Elas são moldadas pelo grupo. É como o indivíduo que busca no YouTube as cenas inesquecíveis de seus filmes ou telenovelas prediletos, episódios jornalísticos marcantes ou gols irrepetíveis. As cenas fazem parte de um arquivo ao mesmo tempo pessoal e coletivo, e, como tal, são retratadas e reproduzidas pela mídia a fim de eternizá-las. Conforme definido por Nora, "a história é a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais. A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; a história, uma representação do passado" (1993, p. 9). Se é assim, o elo entre a história e a memória está exatamente na *reconstrução incompleta do que não existe mais*, sendo revivida no eterno presente – hoje, com a ajuda imperativa da mídia.

Na medida em que surgem novos *remakes*, a versão original das telenovelas retorna à pauta cotidiana, surgem vídeos de cenas antigas e comparações entre as representações do mesmo personagem por atores diferentes. Assim, alimenta-se um repertório ficcional

coletivo que faz dialogar o presente e o passado vívido na memória e na história de vida do telespectador.

A partir dessas premissas, e tomando-se a ficção televisiva como *narrativa da nação* (LOPES, 2003) por pautar-se na realidade e na proximidade cultural brasileira, chega-se ao que Nora chamou de *perda da memória nacional*, uma vez que acredita que a nação “não é mais o quadro unitário que encerrava a consciência da coletividade [...] a nação não é mais um combate, mas um dado; a história tornou-se uma ciência social; e a memória, um fenômeno puramente privado” (1993, p. 12). As ficções televisivas confrontam essa visão pessimista, uma vez que a audiência reunida em torno da TV pode constituir um *quadro unitário que encerra a consciência da coletividade*. A ficção, ao renovar aspectos da memória, é responsável por torná-la novamente um fenômeno coletivo. Essa visão vai ao encontro aos dizeres de Morettin (1993), ao afirmar que o fio condutor que agrupa os elementos que compõem o cinema é a ideia de que “se constrói uma nacionalidade a partir da experiência cinematográfica” (1993, p. 249). O mesmo efeito pode ser resultado da ficção e da experiência do telespectador. Assim, o *remake* é um artifício de memória, pois traz elementos de memória afetiva, memória coletiva (HALBWACHS, 2006) e dos lugares entre memória e história (NORA, 1993).

### *Remakes* brasileiros

Desde 1990, a televisão brasileira produziu *remakes* de 34 telenovelas: 14<sup>1</sup> na década de 1990, 10

---

<sup>1</sup> No Quadro 1, os títulos aparecem na coluna da década da última regravação. No caso de *Dona Xepa*, a novela foi regravada em 1990 com o nome de *Lua cheia de amor* e em 2013 novamente. Portanto, aparecem 13 telenovelas na coluna de 1990, mas foram realizados 14 *remakes*.

na década de 2000 e, no primeiro terço da década de 2010 esse número já alcança 11 regravações. Confirma-se, assim, a longevidade desse recurso e uma possível tendência de aumento.

**Quadro 1** - Relação de telenovelas e seus remakes no período de 1990 a 2013

1990 -1999	2000-2009	2010-2013
<i>Eu compro essa mulher*</i> (1965/1990)	<i>O direito de nascer</i> (1964/1978/2001)	<i>Vende-se um véu de noiva</i> (1969/2010)
<i>Mulheres de areia</i> (1973/1993)	<i>Vale tudo*</i> (1988/2002)	<i>Uma rosa com amor</i> (1972/2010)
<i>As pupilas do senhor reitor</i> (1970/1994)	<i>A escrava Isaura</i> (1976/2004)	<i>O clone*</i> (2001/2010)
<i>Éramos seis</i> (1958/1967/1977/1994)	<i>Cabocla</i> (1979/2004)	<i>Ti ti ti</i> (1985/2010)
<i>A viagem</i> (1975/1994)	<i>Bicho do mato</i> (1972/2006)	<i>Louco amor</i> (1983/2010)
<i>Sangue do meu sangue</i> (1969/1995)	<i>O profeta</i> (1977/2006)	<i>O astro</i> (1977/2011)
<i>Irmãos Coragem</i> (1970/1995)	<i>Sinhá moça</i> (1986/2006)	<i>Dancin' days*</i> (1978/2012)
<i>Razão de viver</i> (1984/1996)	<i>Ciranda de pedra</i> (1981/2008)	<i>Guerra dos sexos</i> (1983/2012)
<i>Ossos do barão</i> (1973/1997)	<i>Paraíso</i> (1982/2009)	<i>Gabriela</i> (1960/1975 e 2012)
<i>Anjo mau</i> (1976/1997)		<i>Saramandaia</i> (1976/2013)
<i>Pecado capital</i> (1976/1998)		<i>Dona Xepa</i> (1977/1990/2013)
<i>Meu pé de laranja lima</i> (1970/1980/1998)		
<i>25499-ocupado/louca paixão</i> (1963/1999)		
<b>13</b>	<b>10</b>	<b>11</b>

Fonte: Blog Super TV Mais – dez 2012 (atualizado pela autora)

\*Remakes de telenovelas brasileiras produzidos por outros países.

Dos 30 títulos cujos *remakes* foram produzidos, 17 são de telenovelas que fizeram sucesso nos anos 1970. O dado reafirma a importância da década, marcada por mudanças políticas e culturais retratadas nas telenovelas. Os aparelhos televisores invadiam as casas, o “horário da novela” foi fixado e a ficção começava a fazer parte do cotidiano da família brasileira.

Da relação apresentada, destacam-se três telenovelas cujos *remakes* não foram produzidos para exibição no Brasil, mas, sim, no exterior: *Vale tudo*, *O clone* e *Dancin' days*. O fato é marcante, pois, apesar de a principal marca das telenovelas brasileiras ser a “brasilidade”, é conhecido seu sucesso no exterior. As ficções brasileiras são campeãs de exportação para inúmeros países, principalmente em sua versão original, dublada pelo país comprador. Porém, nesses três casos, os países investiram em regravações das telenovelas para adaptação local, com supervisão da Globo.

O primeiro exemplo foi *Vale tudo* (2002), regravação de *Vale tudo*, de Yves Dumont (Globo, 1988) coproduzida pela Globo e pela Telemundo, braço da NBC norte-americana voltado ao público hispânico. Foi a primeira parceria de coprodução entre a TV Globo e a Telemundo. A produção foi rodada nos estúdios do Projac Rede Globo e não obteve grande audiência. O elenco reuniu atores mexicanos, peruanos, brasileiros, argentinos, cubanos, colombianos e venezuelanos. A trilha sonora apresentou a mesma sorte de compositores, tornando a narrativa descontextualizada, sem traços de nacionalidade.

A segunda parceria entre Globo e Telemundo foi para a produção da colombiana *El clon* (2010), regravação de *O clone* (2001), de Glória Perez. Foi

gravada em Miami e Marrocos, onde se passava a trama, e foi exibida com legendas em inglês. A autora e o diretor Jayme Monjardim participaram da regravação, que já foi vendida para mais de cinquenta países (CASTRO, 2012). De acordo com Marcos Santana, presidente da *Telemundo Internacional*, a razão da escolha de *O clone* para esse projeto foi o potencial de receptividade da novela no mercado hispânico norte-americano. A versão original, exibida pela *Telemundo* em 2002, foi o maior sucesso de audiência de todos os tempos do canal no horário das 22h, e também um dos maiores sucessos nacionais e internacionais da TV Globo, vendida para mais de noventa países (MEMÓRIA GLOBO, s.d.b).

A terceira regravação internacional de uma telenovela brasileira, ainda em curso, é *Dancin' days*, que será analisada mais à frente, por ser o atual exemplo de coprodução internacional, consequência da intensa internacionalização das produções culturais brasileiras, que têm a telenovela como seu principal produto.

### A telenovela brasileira: nacionalidade e internacionalização

A telenovela é o produto audiovisual brasileiro de maior exportação. Mas essa é apenas uma das faces da internacionalização. As coproduções entre países para a gravação de telenovelas têm crescido nos últimos anos e, entre elas, está a produção conjunta de telenovelas originais brasileiras. São os *remakes* aos quais nos referimos. Todas essas formas de presença do audiovisual no cenário mundial reforçam a intensa transnacionalização da ficção televisiva.

Há alguns anos, a exportação de produtos culturais e audiovisuais ganhou espaço nas arenas de

debate da comunicação. Desde que se fala em globalização, nota-se o fluxo contínuo de trocas culturais. Nas trocas culturais, as práticas de deslocamento de pessoas e de ideias demandam um olhar mais atento aos modos como a dinâmica da importação-exportação intercultural afeta a construção e reconstrução das culturas. Nesse contexto, as telenovelas ocupam um papel central, já que, cada vez mais, aumentam os fluxos de importação-exportação de ficção televisiva doméstica de um país a outro. Segundo Lopes, "a *comunicação intercultural* tem na teleficção seu gênero por excelência" (2004, p. 128) (grifo do autor).

O processo de globalização, ao mesmo tempo, confunde o campo de competência dos territórios-nações e introduz um elemento de fragilidade nas marcas de identidade cultural que neles se. A diferença cultural é submetida à tensão pela competitividade introduzida no mercado de bens culturais e pela forte tendência da conquista de um público externo (LOPES, 2004). Portanto, as coproduções de *remakes* tentam sanar a tensão entre as diferenças culturais por meio da adaptação para outro contexto, internacional. A telenovela, antes de ser um produto de exportação, é um produto da identidade nacional.

As telenovelas são, sem dúvida, as principais responsáveis pela especificidade da televisão brasileira. Estruturada no Brasil e na América Latina, nos anos 1960 e 1970, a telenovela foi determinante na criação de uma capacidade televisiva nacional que se projetou, não só em extensiva produção, como também em uma particular apropriação do gênero, isto é, sua nacionalização. A telenovela conta com a vantagem de um longo processo de identificação massiva e popular, colocada em movimento desde

os anos 1940 e 1950, resultando do que se poderia chamar de um processo de integração sentimental dos países latino-americanos – uma standardização de modos de sentir e de expressar, de gestos e sons, ritmos de dança e de cadências narrativas – possibilitada pelas indústrias culturais do rádio e do cinema (MARTÍN-BARBERO; REY, 1999).

No século XXI, além do sucesso nacional, a telenovela assumiu o posto de maior produto cultural de exportação, especialmente, da Rede Globo de Televisão, como ressaltam Lopes (2004) e Martín-Barbero:

Diante da incapacidade de governos e agentes culturais de fazer com que o cinema latino-americano viaje pelo mundo, ou ao menos por nossos países, a telenovela é o único texto televisivo que viaja de ponta a ponta da América Latina e pelo resto do mundo nas mais variadas direções, dando significado ao que é viajar do Sul ao Norte! (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 24).

Isto quer dizer que, como marco nesta dinâmica de integração – os países em sua pluralidade nacional e diversidade cultural –, a telenovela é também o lugar de intervenção da dinâmica da globalização do mercado mundial. A internacionalização da telenovela responde ao movimento de ativação e reconhecimento do que é especificamente latino-americano em um gênero televisivo que começa a exportar sucessos nacionais (MARTÍN-BARBERO; REY, 1999, p. 6). Esse processo iniciou-se em finais de 1970 e início da década de 1980; os mercados de exportação na América Latina foram favorecidos em sua expansão a partir do conceito de região geolinguística (SINCLAIR, 2009), uma região definida, não por contornos geográficos, mas por fronteiras e metáforas de nações que compartilham o mesmo idioma.

O início do processo de exportação, no Brasil, é marcado pela venda de *O bem-amado* para o Uruguai, em 1973, e *Gabriela* para Portugal, em 1976. O sucesso das novelas nesses países incentivou a Globo a comprar a Telemontecarlo, em 1985. Inicialmente, as telenovelas transmitidas no País eram reaproveitadas e exportadas sem alterações, mas, ao longo do tempo, a emissora começou a investir em escritórios no exterior e a adaptar suas novelas para os novos mercados de exportação. A parceria com a Telemontecarlo não foi rentável e o próximo passo da Rede Globo foi uma participação acordada na SIC, canal português. A consolidação deste mercado deu-se em 1999, com o surgimento da Globo Internacional.

A entrada das telenovelas latino-americanas no mercado audiovisual mundial certamente mostra o nível de desenvolvimento atingido pela indústria da televisão nesses países e também significa, em alguma medida, o rompimento da linha demarcatória entre o Norte e Sul, entre países destinados a serem produtores e países destinados a serem exclusivamente consumidores (BUONANNO, 1999).

Em agosto de 2013, *Avenida Brasil* tornou-se a telenovela da Globo mais vendida no exterior. A obra teve seus direitos de exibição adquiridos por 106 países e foi dublada em 14 línguas, como espanhol, inglês, russo, grego, polonês e francês. Até 2009, a produção mais licenciada foi *Da cor do pecado* comprada por cem países. Em abril, foi divulgada a lista das dez telenovelas brasileiras mais exportadas, conforme tabela a seguir.

**Quadro 2** – As dez telenovelas brasileiras mais exportadas

	<b>TELENOVELA</b>	<b>PAÍSES</b>
1º	<i>Avenida Brasil</i>	106 <sup>2</sup>
2º	<i>Da cor do pecado</i>	100
3º	<i>Terra nostra</i>	95
4º	<i>O clone</i>	91
5º	<i>Caminho das Índias</i>	90
6º	<i>Escrava Isaura</i>	79
7º	<i>Laços de família</i>	77
8º	<i>Mulheres de areia</i>	67
9º	<i>Anjo mau</i>	67
10º	<i>Sinhá moça (1986)</i>	60

Fonte: Ribeiro (2009) e Avenida Brasil (2013)

A marca de mais de cem países a comprarem uma telenovela estrangeira demonstra o poder deste gênero televisivo brasileiro no cenário internacional. Destaca-se, também, que as dez novelas mais exportadas do Brasil são todas da Rede Globo. Dois fatores são centrais na análise deste quadro. O primeiro deles é a importância da Globo e do Brasil como país produtor de telenovelas reconhecidas mundialmente. Esta posição foi ocupada em razão de diversos fatores, que envolvem incentivo estatal ou privado à produção deste mercado cultural no País, política externa, identificação sociocultural com os temas tratados, contexto de produção etc. Segundo Canclini (1997), o sentido das vantagens ou inconvenientes da desterritorialização não deve ser reduzido aos movimentos de ideias ou códigos culturais. Seu sentido

<sup>2</sup> Até agosto de 2013.

constrói-se, também, em conexão com as práticas sociais e econômicas, nas disputas pelo poder local, na competição para aproveitar as alianças com poderes externos.

De acordo com Lopes (2004), a modernidade de cada país é construída a partir do movimento de secularização dos mundos simbólicos e de *fragmentação, especialização* da produção cultural. É mediante esse processo que nossas culturas nacionais são inseridas no mercado mundial.

Nessa perspectiva, a ficção televisiva é um elemento decisivo, pois diz respeito ao modo como as indústrias culturais estão reorganizando as identidades coletivas e as formas de diferenciação simbólica, ao produzir novas hibridações que fragilizam as demarcações entre o culto e o popular, o tradicional e o moderno, o próprio e o alheio. (LOPES, 2004, p. 127).

Straubhaar (2004) completa, afirmando que a hibridização dos gêneros permite a criação de formas televisivas que podem ser exportadas para uma variedade sempre maior de países. Dentro das possibilidades de trocas culturais, atualmente, é central o surgimento de coproduções por meio de parcerias formadas para mediar o processo de movimentação dos elementos simbólicos e culturais de um país para outro. Destacam-se, portanto, as coproduções de *remakes* de sucesso, representando a *transgressão de universos simbólicos* (LOPES, 2004) por meio da recuperação da *memória social e afetiva* (HALBWACHS, 2006).

### *Remake, internacionalização e Dancin' days*

Nessa arena de produção internacional, marcada pelas adaptações de telenovelas de sucesso, te-

mos a emergência das coproduções da Globo com a SIC Portugal. A parceria iniciou-se com a coprodução da telenovela *Laços de sangue*. Em 2011, a telenovela, exibida apenas em Portugal, conquistou o Emmy internacional de melhor telenovela. A experiência bem-sucedida deu origem à segunda coprodução entre as emissoras, desta vez para o *remake* de *Dancin' days*, exibida de 4 de junho a 20 de setembro de 2013.

A telenovela *Dancin' days*, escrita por Gilberto Braga, foi produzida e exibida pela Globo de 1978 a 1979, em um contexto de grandes transformações econômicas e culturais. A década de 1970 marcou o início de uma fase de deslocamento de valores que se consolidou nos anos 1980, formada por um novo padrão cultural que repercutiu internacionalmente, baseado no consumo e no luxo, ostentação da riqueza e culto ao individualismo (WAJMAN; MARINHO, 2006). Segundo as autoras, *Dancin' days* refletiu essas transformações a partir da reorientação estética, de luzes, cores e estilo de moda, criada pela telenovela. Essa vertente visual mostrava-se em sintonia com a crescente internacionalização das metrópoles brasileiras no período, quando discotecas, *shopping centers*, supermercados e objetos de moda ganharam impulso no Brasil. Outra marca da influência estrangeira foi a trilha sonora internacional da telenovela, que vendeu quase um milhão de cópias (MEMÓRIA GLOBO, s.d.a).

A telenovela trouxe elementos de *Os embalos de sábado à noite*, filme de John Badham, com John Travolta. O filme foi sucesso de bilheteria e impulsionou a emergência das discotecas em todo o mundo. As referências do cinema dão ar a uma estética *cult*, de cunho popular, mas que ganhou a simpatia

das classes mais intelectualizadas, interessadas na influência da telenovela nos hábitos de consumo dos telespectadores. O assunto foi tema de reportagem em diversos periódicos, incluindo a revista americana *Newsweek*. A telenovela criou ícones de uma geração, como polainas, calças justas coloridas, meias de lurex e sandálias de salto fino. Foi a telenovela que marcou o estilo das narrativas de Gilberto Braga, pela discussão dos valores da classe média e das elites urbanas.

Essas razões marcaram a telenovela, uma das mais assistidas na história da Globo, colaborando para a escolha do primeiro *remake* em parceria. Porém algumas mudanças foram necessárias, possibilitadas pela função da regravação, que é, justamente, adaptar a trama a outro contexto.

As diferenças variam da estrutura à narrativa. Em relação ao formato, ele tornou-se mais longo. A telenovela brasileira teve 174 capítulos, enquanto a versão portuguesa terá 322. Quanto à narrativa, uma das principais mudanças está no nome das irmãs: no Brasil, Júlia e Yolanda, em Portugal viraram Júlia e Raquel. A filha de Júlia, na versão brasileira, chamava-se Marisa, entregue para adoção com 4 anos, enquanto na versão lusa chama-se Mariana e foi entregue recém-nascida. Os nomes são responsáveis pela familiaridade com as personagens, tendo, portanto grande importância para a identificação nacional da trama<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Outras alterações de nome: Cacá (Antônio Fagundes na versão brasileira) passa a ser Duarte (Albano Jerónimo), Celina (Beatriz Segall) é Teresa (Cristina Homem de Mello), Franklin (Cláudio Corrêa e Castro) é Francisco (Júlio César) e Marisa (Glória Pires), Mariana (Joana Ribeiro).

Segundo o diretor executivo de produção internacional da Globo, Guilherme Bokel, “a barreira cultural é muito importante, afinal, por mais que a temática seja universal, temos que entender quem é que está do outro lado da tela” (CASTRO, 2012). Assim, a parceria permite que os autores alterem personagens, trilha sonora, figurino e até a época em que se passa a trama. Outra diferença importante está no gênero. Segundo Bokel (*apud* CASTRO, 2012), a versão original é mais dramática, enquanto os portugueses preferem o humor, especialmente em tempos de crise. A equipe repassa todo o texto da adaptação, assinada por Pedro Lopes – mas apenas se passar pelo crivo brasileiro.

Outra adaptação interessante é a classe social da vilã (Yolanda), que na versão brasileira era milionária. Já na versão portuguesa, a personagem Raquel, a “irmã má”, pertence à classe média. Isso demonstra um avanço no enredo da ficção, em que, não apenas o rico pode ser malvado e os pobres, bons. Rompe com o estereótipo e atualiza a narrativa. O Quadro 3, a seguir, resume algumas das principais diferenças na adaptação.

**Quadro 3** - Principais diferenças entre a produção original e o *remake*

	<b>Dancin' Days Brasil</b>	<b>Dancin' Days Portugal</b>
<b>Capítulos</b>	174	335
<b>Nomes</b>	Irmãs - Júlia e Yolanda Filha - Marisa	Irmãs - Júlia e Raquel Filha - Mariana
<b>Criança dada em adoção</b>	4 anos	Recém-nascida
<b>Gênero</b>	Mais drama	Mais humor
<b>Classe social</b>	Irmã má é milionária	Irmã má não é rica

Essas diferenças reforçam a importância da *nacionalidade* da narrativa, para que cause identificação e familiaridade com o público, principal razão de sua fidelização. A internacionalização, nesse caso, existe sobre o palimpsesto da nacionalidade da ficção, aquela que pulsa por *vontade de memória*.

Assim, a telenovela provoca em seus espectadores uma atração que não é apenas fruto da busca por entretenimento, mas abarca também um envolvimento físico e emocional. Poderia, inclusive, ser associada à noção de obra *cult*, termo derivado de um processo de *culto* por sua audiência. A longevidade cultural das obras *cult* é alimentada pelos espectadores, que mantêm contato entre si e formam verdadeiras comunidades, responsáveis pelo não desaparecimento das produções. No Brasil, a telenovela, como *narrativa da nação* (LOPES, 2003), consegue criar tais comunidades, que assistem juntas ao programa e comentam-no. Se, há alguns anos, amigos e familiares reuniam-se na sala de estar para assistirem juntos à TV, hoje também se reúnem nas redes sociais para comentar o que passa na tela. No caso de *Dancin' days*, a versão de Portugal teve *site*, perfil no Twitter e página oficial no Facebook, curtida por mais de 49 mil pessoas, com quase três mil falando a respeito, além de duas páginas no Facebook criadas por telespectadores (não oficiais). Há, ainda, uma página na rede social para a ficção brasileira, curtida por mais de cinco mil pessoas.

É por isso que, de certa forma, a ficção *cult* adquire um público que a cultua, que reflete sobre ela em uma esfera emocional e de memória afetiva. No caso da telenovela, por muito tempo ela não pôde ser revista após a transmissão.. Apenas em 2011 a

Globo passou a disponibilizar os capítulos de suas telenovelas na internet. Antes disso, as cenas tinham seu lugar apenas na memória – individual e coletiva. Com isso, sua raridade concedia ainda mais valor de culto, pois era um culto pessoal, afetivo, mais do que *olhar* a obra. Até ela ser *reexibida*. É nesse momento da reexibição, após sua consolidação como artefato da memória nacional afetiva, que ela adquire um valor “aurático” e pode tornar-se um *cult*, ou, ao menos, uma obra símbolo da memória audiovisual nacional.

### Considerações finais

Com base no exposto, podemos compartilhar da ideia de Ferro (1976) de que as mídias proporcionam um retorno ao passado e alimentam um repertório de história e memória coletivas, nas quais bebem os sujeitos para alimentar suas memórias individuais. O *remake* de uma telenovela traz elementos de memória afetiva, memória coletiva (HALBWACHS, 2006) e de lugares entre memória e história (NORA, 1993). Esses elementos auxiliam a criação de um valor de culto à ficção e dão abertura a um novo gênero híbrido que coleciona fatores relevantes da nossa memória e da história nacional.

Se, para Benjamin (1969), a partir do momento em que a reprodução técnica amplia a facilidade de acesso à obra, esta perde valor de exposição, podemos contrapor que, no caso das telenovelas, elas adquirem um valor de *reexibição*. Esse valor está ligado à memória social e afetiva que as ficções criam no Brasil e nos países ibero-americanos, que possuem identificação com os produtos audiovisuais por sua região geolinguística. Ainda assim, as adaptações apresentam maior força de adesão ao público por

representarem o país em um novo contexto. Reforça-se, então, a internacionalização da telenovela sem romper com o elemento fundamental do formato: a nacionalidade.

## Referências

AVENIDA BRASIL é a novela mais vendida da Globo no exterior. **Portal Globo.com**. 02 jul. 2013. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/novelas/noticia/2013/07/avenida-brasil-e-novela-mais-vendida-da-globo-no-exterior.html>. Acesso em: 07 abr. 2014.

BALOGH, A. M.; e MUNGIOLI, M. C. Adaptações e remakes: entrando no jardim dos caminhos que se cruzam. In: LOPES, M. I. V. (Org.). **Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo Universidade, 2009.

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. Tradução de José Lino Grünewald. In: GRÜNEWALD, J. L. (Org.). **A idéia do cinema**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1969.

BUONANNO, M. **El drama televisivo**. Barcelona: Gedisa, 1999.

CANCLINI, N. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1997.

CASTRO, N. Sucessos nacionais como *Dancin' days* e *Fina estampa* ganham remakes no exterior. **O Globo**. 09 set. 2012. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/sucessos-nacionais-como-dancin-days-fina-estampa-ganham-remakes-no-exterior-6020789>. Acesso em: 29 abr. 2013.

DANCIN' Days. Criador: Gilberto Braga. Direção: Daniel Filho. Intérpretes: Sonia Braga; Joana Fomm; Antonio Fagundes; Pepita Rodrigues e outros. Rio de Janeiro: Rede Globo, 1978-1979. 174 episódios.

FERRO, M. O filme: uma contra-análise da sociedade? In: LE GOFF, J.; NORA, P. (Orgs.). **História: novos objetos**. Tradução de Terezinha Marinho. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.

LOPES, M. I. V. A telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 26, jan.-abr. 2003.

LOPES, M. I. V. Para uma revisão das identidades coletivas em tempo

de globalização. In: LOPES, M. I. V. (Org.). **Telenovela: Internacionalização e Interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTIN-BARBERO, J. Viagens da telenovela: os muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. In: LOPES, M. I. V. (Org.). **Telenovela: Internacionalização e Interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTIN-BARBERO, J.; REY, G. **Los ejercicios del ver**. Barcelona: Gedis, 1999.

MEMÓRIA GLOBO. Dancin' Days. **Globo.tv**. s.d.a. Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/dancin'-days-1978/2192408/>. Acesso em: 30/04/2015.

MEMÓRIA GLOBO. O clone. **Globo.tv**. s.d.b. Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/o-clone-2001/2198854/>. Acesso em: 30/04/2015.

MORETTIN, Eduardo Victorio. A Representação da História no Cinema Brasileiro. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*. V.1, 1993.

MOTTER, Maria de Lourdes; MUNGIOLI, Maria Cristina. Ficção Seriada: o Prazer de Re-conhecer e Pré-ver. *Anais da Intercom*. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília: UnB, 2006

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares.

**Projeto História**: Revista do Programa de Estudos Pós-graduados em História e do Departamento de História, São Paulo, n. 10, dez. 1993.

RIBEIRO, D. Conheça as 10 novelas brasileiras mais vendidas no mundo. **RD1**. 14 abr. 2009. Disponível em: <http://rd1.ig.com.br/conheca-as-10-novelas-brasileiras-mais-vendidas-no-mundo/>. Acesso em: 07 abr. 2014.

STRAUBHAAR, J. As múltiplas proximidades das telenovelas e das audiências. In: LOPES, M. I. V. (Org.). **Telenovela: Internacionalização e Interculturalidade**. São Paulo: Loyola: 2004.

SINCLAIR, John. O descentramento de fluxos culturais, de públicos e seu acesso à televisão. *MATRIZES*, ano 3, n. 1, p. 49-64, ago/dez, 2009.

WAJNMAN, S.; MARINHO, M. G. Visualidade, consumo e materialidade: uma análise em perspectiva histórica da telenovela *Dancin' Days* (1978). **Contemporânea**: Revista de Comunicação e Cultura da UFBA, período 1, 2006.