



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

A COMICIDADE NA TELENOVELA PORTUGUESA, O CRESCIMENTO
E A RESPOSTA DA AUDIÊNCIA
– COM ESTUDO DE CASO DE *FESTA É FESTA*

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação, na
especialidade de Media e Entretenimento

Por

João Pedro Santos Soares

Faculdade de Ciências Humanas

Março de 2024



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

A COMICIDADE NA TELENOVELA PORTUGUESA, O CRESCIMENTO
E A RESPOSTA DA AUDIÊNCIA
– COM ESTUDO DE CASO DE FESTA É FESTA

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação, na
especialidade de Media e Entretenimento

Por

João Pedro Santos Soares

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação de Eduardo Cintra Torres

Março de 2024

Resumo

A telenovela é um produto televisivo já consumado e garantido como o maior género ficcional português, desde a primeira telenovela portuguesa estreada na RTP em 1982 até aos dias de hoje. Tornou-se um produto agregador de audiências, e um mercado próprio, quando em 2000 José Eduardo Moniz confirmou a propensão dos portugueses para a telenovela, criando um mercado de telenovelas portuguesas. A partir daí o mercado cresceu, profissionalizou-se, conquistou audiência própria e adquiriu características originais, adequadas à sua audiência.

O humor está presente em praticamente todas telenovelas portuguesas, e, por isso, entendeu-se ser necessário estudar a importância da comicidade nas telenovelas portuguesas e quais foram os motivos para a criação de *Festa É Festa*, a primeira telenovela portuguesa totalmente cómica. Esta investigação propõe-se analisar a comédia nas telenovelas feitas em Portugal e explicar a aceitação pela audiência de *Festa É Festa*. A metodologia da investigação centrou-se no levantamento e interpretação da comédia usada nas telenovelas portuguesas de 2010 a abril de 2023; em entrevistas aos decisores e produtores de *Festa É Festa* e em entrevistas de contraste; numa análise de audiências, em observação participante e numa análise aos recursos humorísticos utilizados nesta telenovela com base na teoria levantada no estado da arte.

Os resultados dos dados obtidos através da metodologia escolhida, permitiram responder às questões de investigação da tese, ou seja, saber a importância da comicidade na telenovela portuguesa e as razões do sucesso de *Festa É Festa*. A metodologia indicada permitiu verificar a propensão grande das audiências para o produto cómico e para a inserção da comédia na telenovela portuguesa, explicando que a audiência tenha aceitado uma novela totalmente cómica em 2021. A isso juntou-se o facto de o humor em tempos de pandemia ter sido muito relevante, o que se provou quando *Festa É Festa* veio permitir ao espectador desanuviar do ambiente tenso que vivia.

Palavras-chave: Telenovela; Ficção portuguesa; Núcleos cómicos; Comédia; Humor; Recursos Humorísticos; Audiência

Abstract

The telenovela is a television product that is already consummate and guaranteed to be the biggest Portuguese fictional genre, from the first Portuguese telenovela premiered on RTP in 1982 to the present day. It became an audience-generating product, and a market of its own, when in 2000 José Eduardo Moniz confirmed the Portuguese penchant for telenovelas, creating a market for Portuguese telenovelas. Since then, the market has grown, become more professional, gained its own audience, and acquired original characteristics suited to its audience.

Humor is present in practically all Portuguese telenovelas, which is why it was considered necessary to study the importance of comedy in Portuguese telenovelas and the reasons for the creation of *Festa É Festa*, the first fully comedic Portuguese telenovela. This research aims to analyze comedy in telenovelas made in Portugal and to explain the audience's acceptance of *Festa É Festa*. The research methodology focused on surveying and interpreting the comedy used in Portuguese telenovelas from 2010 to April 2023; interviews with the decision-makers and producers of *Festa É Festa* and contrast interviews; an analysis of audiences, participant observation and an analysis of the humorous resources used in this telenovela based on the theory found in the state of the art.

The results of the data obtained through the chosen methodology have made it possible to answer the research questions of the thesis, i.e. to find out the importance of comedy in Portuguese telenovela and the reasons for the success of *Festa É Festa*. The methodology indicated made it possible to verify the audience's great propensity for comedic product and for the insertion of comedy in Portuguese telenovela, explaining why the audience accepted a totally comedic soap opera in 2021. Added to this was the fact that humor in times of pandemic was very relevant, which was proven when *Festa É Festa* allowed viewers to unwind from the tense atmosphere they were experiencing.

Keywords: Telenovela; Portuguese fiction; Comic nuclei; Comedy; Humor; Humorous resources; Audience

Agradecimentos

Na vida na se faz sozinho e esta tese é prova disso mesmo, por isso, é justo e honesto abrir este trabalho com diversos agradecimentos. O primeiro é aos meus pais que foram os apoiantes, incentivadores e concelheiros de todo o meu percurso académico e da minha vida. O meu agradecimento alarga-se para além dos meus pais, deixando também aqui espaço para agradecer ao amigo e colega Miguel Barreiros, com ele fiz lado a lado o meu caminho no mestrado, com ele desafiei-me e partilhei as minhas aprendizagens académicas.

Não seria nem justo, nem humilde não estender o agradecimento ao meu orientador, o professor Eduardo Cintra Torres, que foi absolutamente essencial para a conclusão deste trabalho. Dedicado, atento, preocupado, motivador e desbloqueador de todas as dificuldades que foram surgindo. O professor Eduardo Cintra Torres foi muito importante para mim, não só como professor da cadeira de Estudos de Televisão, mas como grande ajuda para orientação desta tese de mestrado, garantindo a capacidade para resolver os problemas que foram surgindo e escolher as melhores metodologias para responder às questões que a tese decidiu levantar.

Índice

Capítulo 1 - O Contexto Histórico da Telenovela e a Evolução do Género	10
1.1. O género do melodrama: do folhetim à telenovela do século XXI.....	10
1.2 Desenvolvimento da produção e consumo da telenovela	15
1.3 Como o mercado latino da telenovela se desenvolveu, construiu e influenciou as telenovelas portuguesas	19
Capítulo 2 - Construção do Género Telenovela e Subgéneros do Formato	25
2.1. Géneros em televisão: telenovela como género televisivo e subgénero do melodrama ...	25
2.2 Apropriação das matrizes do melodrama pela telenovela: como se constrói a narrativa e estética de uma telenovela	30
2.3 Diferenças na telenovela e adaptação do género ao mercado português	34
Capítulo 3 - O Humor e a Utilização da Comédia na Televisão	38
3.1. A psicossociologia do riso e a história do humor e da comédia	38
3.2. O que faz rir: as características e os recursos do humor	45
3.3 a <i>sitcom</i> e a presença da comicidade na telenovela	50
Capítulo 4 - Apresentação da problemática em estudo	58
4.1 Objetivos de investigação e questões de investigação	58
4.3 Limites da investigação.....	59
Capítulo 5 - Metodologia	61
Capítulo 6: Apresentação e Discussão dos Dados Empíricos	63
6.1. Análise de audiência	63
6.2. Observação.....	65
6.3. Análise ao levantamento da utilização cômica nas telenovelas portuguesas de 2010 a 2023.....	66
6.4. Recursos humorísticos usados em <i>festa é festa</i>	68
6.5. Análise às entrevistas sobre a importância da comicidade na telenovela e as razões do sucesso de <i>Festa É Festa</i>	69
Conclusão	74

Bibliografia.....	78
Anexos.....	81
a) Audiência média das temporadas de <i>Festa É Festa</i>	82
b) Personificação da audiência por demografia.....	82
c) Personificação da audiência por género	82
d) Personificação da audiência por classe social	82
e) Personificação da audiência por faixa etária	83
Anexo B: Audiências das telenovelas de 2012 a 2023.....	84
Anexo C: Grelha de análise aos recursos humorísticos usados em <i>Festa É Festa</i>	93
Anexo D: Grelha de análise aos recursos humorísticos usados em <i>Festa É Festa</i>	118
Anexo E: Guião de entrevistas	119
Anexo F: Entrevistas	147
Anexo H: Guião e resumo da observação	237

Índice de Tabelas

Tabela 1- Média das audiências das temporadas em análise	82
Tabela 2- Audiência de FÉF por regiões do país	82
Tabela 3- Audiência de FÉF por género	82
Tabela 4 - Audiência de FÉF por classe social	83
Tabela 5 - Audiência de FÉF por faixa etária	83
Tabela 6 - Levantamento de audiências de 2012 a 2015 (Fonte: CAEM/MediaMonitor	84
Tabela 7- Levantamento de audiência 2016 a 2023 (Fonte: CAEM/MediaMonitor)	86
Tabela 8 - Levantamento da comicidade usada nas telenovelas portuguesas de 2010 a 2023	93
Tabela 9 - Recursos cômicos de FÉF em comparação com outros produtos.....	118

Introdução

A presente dissertação é uma análise e observação do género de maior produção televisiva nacional, a telenovela portuguesa, e, em concreto, a forma como este género televisivo se apropriou de um macrogénero: a comédia. Esta tese foi elaborada sob uma investigação que se dividiu em dois campos: a análise da importância do uso da comédia na telenovela portuguesa e das razões que fizeram de *Festa É Festa* um sucesso de audiências.

Enquanto consumidor de televisão, nomeadamente a televisão tradicional, chamada *free-to air*, sempre me cruzei com as telenovelas e a forma como este género foi evoluindo de 2000, ano em que começa a produção em massa deste formato nacional, mas também ano que marca o meu nascimento. Este acompanhamento criou uma memória, inevitável, por, desde o início da década de 2000, terem passado a ser as novelas a maior oferta de produção nacional da SIC e a TVI. Então o que ficou marcado? Ficaram marcadas algumas cenas, algumas vilãs, alguns dramas bem ao estilo mexicano e algumas personagens que até hoje, pelo menos para mim, continuam no imaginário. Mas há duas memórias, diviso essa que permite explicar a escolha do tema desta investigação e posterior necessidade em analisá-lo. Quando recorro ao exercício de memória e tento lembrar de momentos ou personagens das telenovelas mais antigas, aquilo que o meu armazém cerebral me dá são os vilões míticos de algumas novelas, ou momentos de tensão e de absoluto drama. Momentos que marcaram a memória que carrego até ao dia que escrevo esta tese, como na telenovela da TVI, *Ninguém Como Tu*, e a mítica questão de “quem matou o António”, e a vilã que era vilã em qualquer minuto da telenovela. Mas eu disse que a memória se dividia em duas e a razão é que quando vou avançando na cronologia das memórias das novelas que vi ou que me lembro ter passado por elas, deixo de guardar estes momentos de drama e começo a lembrar-me momentos ou personagens cómicos, por exemplo, se for a 2010, a primeira recordação vai para as duas personagens cómicas interpretadas por Custódia Galhego e João Ricardo em *Laços De Sangue*, com as personagens de Gi e Armando, personagens que foram tão marcantes que depois se estenderam a outros produtos, a outros momentos. Mas a comédia começa a ser cada vez mais presente do que os típicos “dramalhões”, seja a viúva em *Remédio Santo*, o Tristão em *Doce Tentação*, a Fátima de *Sol de Inverno*, ou então, e a maior expressão do sucesso dos cómicos nas telenovelas, que foi a Liliane Marise de *Destinos Cruzados*. Foi a partir daqui que se começam a formar questões que chegaram ao tema de estudo desta tese. Como foi possível uma personagem cómica ter monopolizado a novela ao ponto de

se ter transformado um produto extra telenovela e ter ficado na memória de todos os que viram *Destinos Cruzados*?

Esta análise que percorrida pelas telenovelas fez crer que o humor tinha uma importância assinalável na telenovela e parecia estar em crescendo. A isto que queria estudar junta-se a maior interrogação de todas, essa interrogação chama-se *Festa É Festa*, novela totalmente cômica e que conquistou audiências desde o dia em que começou, até ao dia que esta tese fechou a sua investigação. Assim, aquilo que esta dissertação se propôs investigar e questionar é qual é a importância da comédia na telenovela portuguesa e quais são as razões para o sucesso e a aceitação da audiência ao produto cultural *Festa É Festa*?

Para a obtenção das respostas a estes dois eixos que sustentam a tese de mestrado verificou-se desde logo a necessidade de definir uma metodologia que se pudesse ligar e dar respostas entre si, mas também que respondesse a questões que se entendeu como pertinentes e úteis à investigação. Essa necessidade foi suprida com a criação de cinco opções metodológicas, desde o levantamento das novelas feitas entre 2010 a 2023, e a verificação da existência de humor/comédia, de entrevistar o mercado e produção de telenovelas e entender as razões para a importância da comédia, motivações e razões de sucesso de *Festa É Festa*, à observação da forma como se produz e grava a novela em estudo, até à análise da audiência e dos recursos humorísticos usados em *Festa É Festa* e que explicam o facto de o público se rir e gostar desta telenovela. A investigação apresentada nos dados empíricos obtidos não se fechou, apenas, nos estudos realizados. Foi determinante para a compreensão deste tema a abordagem teórica obtida através da bibliografia presente nos primeiros três capítulos desta tese. O levantamento do estado da arte foi essencial não só para a obtenção de informação e conhecimento, mas também para a elaboração das questões e metodologias abordadas.

Em suma, esta dissertação está dividida em três partes: a teórica; a técnica, com a explicação das opções e caminhos metodológicos, e a empírica no capítulo sexto, respondendo a todas as questões levantadas e que apresenta também as conclusões às questões, em parte já expostas nesta introdução.

Capítulo 1 - O Contexto Histórico da Telenovela e a Evolução do Género

1.1. O género do melodrama: do folhetim à telenovela do século XXI

De segunda a sexta e também aos fins de semana, podemos ver na tradicional televisão portuguesa, ou seja, nos canais generalistas chamados de *free to air* (FTA), de telenovelas, portuguesas ou de origem brasileira. Na SIC, na TVI, o produto telenovela acompanha o telespectador ao longo do dia, especialmente no horário nobre, tornando-se um dos produtos basilares do fluxo televisivo.

A televisão generalista privada, SIC e TVI, tem na sua composição de grelha linear a telenovela como uma das chaves principais da programação, registando em abril de 2024, as duas estações em conjunto, onze telenovelas em exibição. A TVI abre espaço à telenovela com uma reposição às 14 horas com a *Única Mulher*, e exhibe depois três novelas no horário nobre: *Festa É Festa*, *Quero É Viver* e, por fim, *Para Sempre*. A estação fecha a sua emissão diária com outras duas telenovelas de reposição. A primeira, já depois da uma da manhã, *Louco Amor* e, posteriormente, *Queridas Feras*. A SIC acompanha uma estratégia semelhante. Contudo, na estação de Paço de Arcos, das seis novelas em exibição, apenas uma é reposição e, deste total, metade é telenovelas brasileiras. A primeira novela a entrar para o ar na SIC em abril de 2024 é *Cheias de Charme*, novela da TV Globo. Seguidamente, abre o horário nobre com *Flor Sem Tempo*, exibindo, até de madrugada, *Sangue Oculto*, *Por Ti*, *Um lugar ao Sol* e, por último, *Pantanal*. A emissora generalista estatal, RTP1, regressou à exibição de telenovelas em 2023 com *Topíssima*.

A evolução da telenovela como um produto de televisão teve várias mutações. Essas mutações podem ter tido origem cultural ou técnica, importa, neste capítulo, fazer um roteiro histórico do surgimento desta fórmula de literatura e de entretenimento, pois “conhecer a telenovela passa por conhecer os seus antepassados, em especial o folhetim de imprensa, mas também os folhetins radiofónicos e cinematográficos” (Torres, 2012:1).

O folhetim é o responsável pelo surgimento deste novo elemento de ficção, a novela, que faz escola até aos dias de hoje. Se dermos por adquirido que a telenovela é apenas um produto televisivo, dada a sua expressão naquele meio, Eduardo Cintra Torres, no artigo *Folhetim, uma História Sem Fim*, começa por desmitificar essa ideia e justifica a atual telenovela como um processo que começou no folhetim literário, depois passou para a rádio com o nascimento da

soap opera e, ainda neste modelo, diferente da telenovela latina e portuguesa, chegou à televisão onde se mantém até aos dias de hoje, seja a *soap opera*, que originou séries, ou a telenovela.

O “nascimento da telenovela ficou destinado no dia 19 de junho de 1842 cerca de um século antes de aparecer a televisão” (Torres, 2012:1). A justificação deve-se ao facto de ter sido o dia em que o jornal *Débats de Paris* publicou aquele que viria a ser o primeiro grande sucesso do género. O folhetim lançado pelo jornal chamou-se *Mistérios de Paris* e veio dar origem a muitos outros folhetins noutros países e jornais, marcando o início da disseminação do melodrama nas culturas de massa. (Torres, 2012)

Os folhetins publicados nos jornais tornaram-se de enorme importância para o desenvolvimento dos jornais, mas também para uma certa democratização da cultura, pois ricos e pobres liam ou ouviam estes folhetins, o que fez com que várias classes se conhecessem. Os ricos e a classe média descobriram a forma de ser e estar dos pobres através do folhetim e vice-versa. Tal foi possível porque as personagens eram arquétipos de gente, dos muito bons aos muito maus. Assim, criou-se um fenómeno que teve êxito nos seus 147 episódios, até à última publicação de *Mistérios de Paris*, a 15 de outubro de 1843. Esta característica da duração do folhetim, que pode ser longa ou quase infinita, é muito relevante para percebermos as características das *soap operas* e das telenovelas, como se verá mais à frente.

O êxito do folhetim criou para o mundo esta nova fórmula de literatura, inclusive em Portugal, onde Camilo Castelo Branco foi o autor de *Mistérios da Província* em 1854. Um folhetim de melodrama que se desmultiplicava em episódios “mutantes”. Como princípio desta nova narrativa do melodrama até às telenovelas, Eduardo Cintra Torres conclui que este processo, para além de um conceito político nas suas formas iniciais, representou uma democratização do folhetim.

A função democrática do folhetim estava inscrita no próprio género porque para obter o maior impacto público, e, portanto, de vendas, devia acomodar a existência do popular e o seu encontro com as classes mais altas no mundo em convulsão do nascimento do capitalismo industrial (Torres, 2012: 3).

Conclui-se que, uma vez democratizado, o género acabou por conseguir chegar a todos os públicos do folhetim literário até aos seus sucessores, ou seja, a *soap opera*, rádio novela, séries e telenovelas, permitindo, deste modo, responder às exigências dos que leem, ouvem ou veem,

tornando-se um dos primeiros exemplos da indústria cultural. Desta forma, considerando a importância do folhetim como o início do caminho até à telenovela, importa entender que

o formato literário do folhetim era constituído por parcelas diárias segundo determinado ritmo narrativo, que mostrou desde o início alguma porosidade quanto ao *médium* não perdendo a capacidade mobilizadora de leitores quando editado em livro (...) O processo industrial do fluxo folhetinesco favorecia o romance pela sua divulgação em massa (Torres, 2012: 5).

Na linha histórica que se levanta para o folhetim e que deu origem à telenovela, importa contextualizar historicamente vários factos. Um deles é que em França e em Inglaterra já existiam folhetins literários, publicados na imprensa em capítulos, mas a diferença para o *Mistérios* é que não se destinavam a tal. O início dos folhetins escritos com o propósito de serem incluídos em jornais, onde o melodrama era publicado em episódios com ideia de fluxo e totalmente adaptado ao público que os lia, marcou a diferença ao que existia à data, até porque, com a entrada de um jornal de cariz popular e totalmente destinado às massas em França, em 1836, desenvolveu-se a publicidade na imprensa, conseguindo-se baixar o custo do jornal. Tal fez com que lentamente esta literatura fosse entrando na imprensa e começasse a seguir o conjunto de regras do melodrama folhetinesco.

No mesmo artigo, Cintra Torres o autor descreve as características destes primeiros folhetins de imprensa e prova no seu texto que as características aí presentes ainda hoje são as que vemos nas novelas. Para o autor, folhetins como os *Mistérios de Paris*, eram escritos

ao serviço do leitor e da atualidade (...) com lágrimas de sangue, ganchos criando o suspense para o dia seguinte, cenas longas, repetição de narrativas, *flashbacks*, reconhecimento de filhos extraviados e de pais perdidos, com pobres e ricos cruzando-se num amor talvez não impossível ou num ódio talvez imbatível, desencontros de gémeos, um rico, outro pobre, separado da nascença até quase ao último episódio (Torres, 2012: 6,7).

A descrição de como se construía a narrativa do melodrama folhetinesco é a prova do que ainda hoje vemos na televisão. Numa comparação simples de todas estas características, à data que esta tese foi escrita, estava em exibição na SIC uma telenovela de horário nobre, que em toda a sua narrativa consegue juntar quase todas estas características de que fala o autor. Em síntese, a novela *Sangue Oculto* (SIC), conta a história de duas gémeas separadas à nascença, Carolina e Benedita, raptadas pela vilã de toda a trama, Vanda. Por trás desta separação está um crime e uma vingança devidos a um amor impossível. As gémeas raptadas são filhas de Teresa,

empregada doméstica que trabalhava na casa de Vanda e seu marido, que se apaixonou por este homem, acabando por ficar grávida dele, numa relação de amor entre ricos e pobres. O folhetim assenta sobre o pilar do melodrama, elemento que está também presente na *soap opera* de rádio, nas *soap operas* televisivas e nas telenovelas como as conhecemos, sejam portuguesas, brasileiras ou o *culebrón*.

Em Portugal nasceu o folhetim *Maria, Não Me Matas que Sou Tua Mãe*, escrito por Camilo Castelo Branco em 1848. Um melodrama em factos reais, onde se junta ficção com realidade, devendo este género “realçar-se como a ficção popular seguia a realidade, ficando a seu cargo a criação de mitos em episódios” (Torres, 2012:10).

Da evolução do melodrama nos folhetins dos jornais, que passou pelo teatro e também pelo cinema, onde se criaram os folhetins visuais, com o início das séries cinematográficas até à rádio, onde o folhetim se transpôs para um novo meio, passaram décadas e foi nos anos 30, que nasceram os folhetins radiofónicos que hoje vemos como o início da *soap opera*. O melodrama presente do folhetim à *soap opera* é “uma narrativa ficcional tradicionalmente aristotélica, enquadrado nos dois géneros típicos, lírico e dramático, de onde derivam subgéneros típicos (policial, épico, histórico, etc.)” (Costa, 2002:109).

O nome deste género que se estende à televisão e ao sucesso nos EUA com famosas *soap operas* televisivas, traduz-se à letra por “fábricas de sabão”, o que indica, desde logo, que o produto tinha uma origem propagandista de marcas comerciais ligadas a limpeza e higiene. A *soap opera* foi de facto originalmente concebida como veículo de propaganda das fábricas de sabão, visando aumentar o volume de vendas de produtos de limpeza e higiene, comprados principalmente por um público feminino (Lopes, 2016). Assim, surgiam os folhetins radiofónicos como uma extensão dos originais folhetins. No fundo, era uma adaptação técnica para um novo meio, a rádio:

No princípio dos anos 30, o diretor de uma rádio, propôs a uma agência de publicidade a ideia de desenvolver um seriado diurno, para atrair as mulheres, principal audiência antes do jantar, e os anunciantes. Assim, nasceu, em outubro de 1930, *Sonhos Pintados*, um folhetim radiofónico de 11 minutos diários (Torres, 2012: 12).

As radionovelas surgiram em Portugal por volta dos anos 50, um dos primeiros grandes êxitos deste género estreou no ano de 1955 foi a radionovela *Força do Destino*. Esta *soap opera* tinha

as mesmas características das que eram apresentadas à época a nível internacional. A história era patrocinada por uma marca, pelo que também Portugal começou esta indústria com o mesmo intuito publicitário. *Força do Destino*, transmitida na Rádio Graça, ficou conhecida como a “*Coxinha do Tide*”, identificando a protagonista, devido ao patrocínio da radionovela pela marca de produtos de limpeza *Tide*, (Torres, 2012).

Na evolução do género, a radionovela foi-se adaptando e conquistando novos públicos, deixando gradualmente o estilo da *soap opera* que era destinado ao patrocínio de produtos muito ligados ao género feminino. Chegou ao Brasil em 1940, já depois da estreia no mercado dos EUA e em alguns países da América Latina, igualmente com o objetivo publicitário e para fidelizar especialmente donas de casa, contribuindo para a ideia de que as telenovelas são tendencialmente um produto de mulheres donas de casa (Lopes, 2016: 64). A *soap opera* americana origina as *soap operas* televisivas feitas no Brasil entre 1951 e 1954, igualmente, a expansão do modelo patrocinado que se fazia também na rádio brasileira (Ortiz, 2001: 74).

O surgimento da televisão fez cair o êxito do folhetim e gradualmente foi aparecendo a versão audiovisual do folhetim, a telenovela (Torres, 2012). A *soap opera* televisiva nos Estados Unidos da América, que surge nos anos 40. O início do processo industrial da telenovela que se desenvolveu pelo Ocidente, com grande ênfase na América do Sul. Em contraposição com o género *soap opera* dos EUA, a telenovela latina surge com adaptações, mutações, novas técnicas e abordagens feitas por cada época ou país, “a *soap opera* televisiva veio a revelar-se como um género excecional, mantendo esta designação desde os anos 20, até aos nossos dias” (Costa, 2002: 105). A *soap opera* norte americana e a telenovela, são para Jorge Paixão da Costa “primas”. Ambas os géneros partiram da mesma “filosofia de produção”, a introdução publicitária no produto (Costa, 2002).

As teorias de semelhança, mesmo com características diferentes entre os formatos, demonstram também que a *soap opera*, a “prima” que dá origem à telenovela, manteve as características, pois de acordo com Cintra Torres e citando outro autor,

as principais características da *soap opera* mantiveram-se até hoje: um elenco permanente de autores, uma continuidade da intriga, ênfase no diálogo em vez da ação, um ritmo mais lento do que a vida e um tratamento marcadamente sentimental ou melodramático (Torres, 2012:13; From, 2006).

1.2 Desenvolvimento da produção e consumo da telenovela

Na história de como se desenvolveu o produto da telenovela, a bibliografia levantada dá-nos pistas sobre a forma como o produto se disseminou, quais as evoluções que foi tendo em diversos mercados como o latino e português, e permite também perceber como é feita a sua produção e como foi sendo consumida nestes mercados. Os elementos levantados ajudam a explicar como Portugal é hoje um país com forte aptidão para o consumo de telenovelas e as características do seu estilo noveleiro na televisão portuguesa. O guionista José Pinto Carneiro, responsável por telenovelas como *Terra Brava* (SIC) e o *remake* de *Vila Faia* (RTP), considerou a telenovela um produto fundamental na indústria criativa da televisão portuguesa, sem comparação com nenhum outro país da Europa:

Portugal é o único país da Europa que tem o horário nobre [preenchido] com telenovelas, tal como acontece na América Latina e em alguns países de Leste. Portanto, se queremos chegar ao público e se queremos escrever para televisão com alguma frequência e com algum retorno financeiro, temos de escrever telenovelas (Carneiro, 2020).

Este subcapítulo tenta explicar as eventuais razões sobre a influência que existiu no mercado nacional para termos este produto como *coqueluche* da programação televisiva. Os sucessos das telenovelas portuguesas devem-se ao facto de existir uma forte capacidade de produzir estes conteúdos com baixos custos, mas ao mesmo tempo ter qualidade no género, com histórias fortes e cenários nacionais, criando uma relação entre a telenovela e a audiência (Merino, 2017).

Tendo Portugal uma grande ligação cultural à produção de telenovelas com o Brasil, importa conhecer melhor o mercado brasileiro de telenovelas, que é o país que maior interesse e consumo demonstrou a este produto de entretenimento televisivo (Lopes, 2015). Jenara Miranda Lopes demonstra a evolução do mercado e sobretudo do produto telenovela, abordando os primórdios da sua origem e a forma como chegou ao Brasil e a toda a América Latina. A telenovela brasileira terá características próprias, que sintetizam a cultura do país, no entanto a sua matriz não é muito diferente, nomeadamente as telenovelas portuguesas. (Lopes, 2016).

No processo de evolução da telenovela exibida em Portugal, importa em primeiro conhecer a evolução do formato no Brasil e a apropriação do género na América Latina. No Brasil, a partir de 1954, as telenovelas passaram a adaptar textos estrangeiros da literatura popular, distanciando-se do melodrama e retomando o folhetim, outro dos processos históricos para o

desenvolvimento do produto novela televisiva. A inspiração foi trazida por países como a Argentina, o México e a Venezuela, onde o gênero estava mais desenvolvido, tal como Portugal se vem a inspirar no Brasil para vir a produzir as suas primeiras novelas. Hoje, a telenovela é um produto televisivo legitimado e com grande comercialização e que se transformou no grande produto de entretenimento da televisão e, para ela convergiram todas as atenções. (Ortiz, 2001: 35).

A telenovela tem várias características na sua estrutura que são essenciais entender para o desenvolvimento desta investigação, pois esta tese estuda a possível transformação do gênero através de *Festa É Festa*. Assim, na telenovela, uma das características é a presença de naturalismo é colocada nas telenovelas a partir de 1970 e, apesar de todas as evoluções e presença da realidade no produto de ficção para que o espectador sentisse a sua representação, “ao longo dos anos pouco mudou em relação à estrutura básica de uma novela, mantendo ainda hoje traços do melodrama” (Lopes, 2016: 66). Todavia, jamais a telenovela seria um produto de massas como é se não tivesse sido começada pela ideia de patrocínio (Lopes, 2016).

Tecnicamente, a telenovela tem características essenciais à sua base, mesmo com as diferenças tendo em conta aspetos de mercado e culturais. Ela é a extensão literária de outras formas de contar uma história. A diferença está na forma como se constrói a narrativa e as técnicas de escrita de uma telenovela, que outras obras não têm.

Uma coisa é um romance, um livro. Você lê. Outra coisa é um filme ou uma obra de TV, que você vê. Um romance é um trabalho artesanal, uma obra de televisão é industrial. Quando eu faço romance, sou eu que arranco aquilo da minha cabeça...Para fazer telenovela tenho o produtor, o diretor [realizador], o diretor de atores, o operador e não sei quantos autores (Amado, 1994),

Na escrita de telenovela existem evidentes diferenças na evolução que ocorreu desde o folhetim até às telenovelas do século XXI. Nesse sentido, a opinião do espectador é cada vez mais decisiva para a construção da estória. Foi através da interação dos leitores que se produziu o folhetim e, daí à atualidade, é através da presença dos telespectadores que também se podem contruir as telenovelas, onde a atenção ao *share* de cada episódio pode ditar o fim ou o início de muitas coisas de cada novela (Rodrigues, 2015).

A escrita de telenovela, embora ainda com a estrutura das suas origens, entrou depois numa industrialização, não só pelo mercado, mas pela forma de fazer, pois para construir uma cena

ou uma ação era como se fosse um *Lego*, ou seja, sendo preciso encaixar várias peças e passar por várias pessoas que também vão ser autores, ou dar uma interpretação diferente ao texto. Neste processo, os realizadores transformam a escrita do autor empírico num roteiro técnico e os autores, por sua vez, procuram individualmente chegar a um processo de construção dos seus personagens (Costa, 2002).

Pelos personagens, vinculam-se valores morais, éticos, comportamentais, que podem ser incorporados coletivamente pela sociedade. A persuasão do telespectador pode acontecer pela identificação com os personagens, neste caso atores, que na maioria das vezes, podem ser cópias convenientes de personagens da vida real. Embora um produto de entretenimento e de ficção, as novelas cruzam realidade com ficção e desempenham papel ativo em mensagens e representações sociais. O que deve ser desde logo uma preocupação para os autores de telenovela, que ao contrário de outros géneros, sabem para que faixa horária estão a escrever e que público vão atingir, segundo as autoras deste artigo, o objetivo é atingir o “telespectador-modelo. (Brizola; Mattes, 2015: 66)

A telenovela obedece a regras televisivas; como explica um guionista português, “as telenovelas são um produto muito fechado, muito regrado; não há grande liberdade para sermos nós próprios. Há muitas regras a que obedecer” (Carneiro, 2020). A importância do género de telenovela deve-se às características técnicas e de linguagem da televisão. Sendo a televisão um *medium* onde a ideia de fluxo está presente em toda a sua conceção, três elementos destacam a importância da telenovela no encaixe perfeito da aplicação de fluxo. O primeiro elemento é a “fragmentação”, responsável pela unidade textual do discurso e que transforma cada programa numa unidade de texto. Assim, a narrativa e o discurso viriam a ser fragmentados pela publicidade. O segundo fator é a “auto-notoriedade pública” que se caracteriza como o constante anúncio das produções, vulgo, autopromoções, que os canais fazem dos seus produtos. Esta ideia permite o fluxo e, segundo Jorge Paixão da Costa, tem como finalidade sustentar a audiência envolvendo-a com o produto. “A interrupção aumentaria o suspense e reforçaria a proposta de criação de desejo: o desejo de conhecer a trama”. O terceiro e último aspeto do desenvolvimento da telenovela na televisão é o “constante apelo à mulher”, da mesma forma que a *soap opera* foi criada com narrativa de propaganda ao público feminino, o autor encontra essa extensão na televisão e, diz, foram os publicitários que determinaram a integração do género na televisão e criaram “uma clarificação relativamente aos géneros televisivos que iriam definir os gostos, preferências e desejos das audiências televisivas” (Costa, 2002: 104,105).

Pode dizer-se que, do emprego e da consciência dos efeitos intelectíveis da *soap opera*, desde os dias da rádio até aos nossos dias, a telenovela constitui-se como o conteúdo mais universal da história da televisão, sujeita nos diversos países à mesma proveniência e aos mesmos estímulos que permitiram e fomentaram o seu desenvolvimento (Costa, 2002: 106).

Na evolução da produção e criação de um mercado da indústria de telenovela, Portugal também entra neste campo, pois a telenovela chega a Portugal através da América Latina, da TV Globo, em 1977. Assim continuou esse domínio até ao ano de 2000, quando um dos *players*, a TVI, veio contribuir para o desenvolvimento sustentado das produções totalmente nacionais. Tal circunstância originou um mercado tecnicamente evoluído, face ao que havia, pois aumentou a concorrência na produção do género a nível nacional. Esta evolução no mercado tornou o género mais bem conseguido visual e narrativamente e capaz de competir a nível internacional com os grandes produtores de telenovelas, que eram à data os países americanos de língua castelhana (Burnay; Torres, 2014). A contribuir para a grande presença dos produtos ficcionais de origem brasileira estão a RTP e a SIC como os grandes impulsionadores da presença de novelas do Brasil em Portugal (Ferreira, 2015).

O Brasil foi o país que mais forneceu novelas a Portugal entre 1993 e 2012. A presença de produtos de ficção brasileira em Portugal teve grande impacto no consumo de telenovelas nas estações portuguesas. O estudo aqui citado expõe a evolução no mercado de telenovela nacional, influente até ao presente. Em Portugal, até à criação de um mercado com prevalência nacional, o Brasil representava 57% da exibição de telenovelas, enquanto o género português, até 2012, apenas ocupava um espaço de 29% na exibição do género, deixando ainda um espaço de alguma relevância nos anos iniciais para novelas da América Latina, que representaram 14% das emitidas em Portugal entre 1993 e 2012 (Burnay e Torres, 2014: 130). Pelo menos até 2012, a exibição total de telenovelas em Portugal ainda era dominada pelo Brasil, mas a contagem obriga a uma interpretação cuidada, pois o valor apresentado está, em muito, inflacionado pelos primeiros anos de exibição do género, primeiro na RTP e depois, a partir de 1992, com o nascimento da SIC. O ano 2000 representa viragem na produção de telenovelas e o mercado nacional torna-se esmagador em audiências e em número de horas no ar, ao contrário das novelas brasileiras que, em abril de 2024 estavam em antena, só tinham espaço em antena na SIC e na RTP, mas nunca como apostas de horário principal. Esta mudança foi importante para os canais privados, pois “o desenvolvimento de um núcleo industrial português da telenovela

veio permitir uma internacionalização de conteúdos televisivos nacionais nunca observada, assim como uma maior sustentabilidade à sua produção” (Burnay e Torres, 2014: 133).

Por fim, na evolução do género desde as mutações feitas da *soap opera* à telenovela e do *culebrón* à teledramaturgia portuguesa, existiu um desenvolvimento técnico, narrativo e cultural que permitiu ao formato ser sustentável em cada país que o produz com grande sucesso até aos dias de hoje e em Portugal fez com que a televisão como indústria cultural ficasse dependente da telenovela (Burnay e Torres., 2014). No entanto, e mesmo tendo em conta todas estas evoluções e transformações, a telenovela, embora nos mercados latinos e portugueses tenha presença em *prime time*, conseguindo chegar a todo o tipo de público, ainda é vista, de uma forma generalizada, como um produto menor. Esta ideia de senso comum já vem desde os folhetins que marcaram o início da indústria e da rádio novela. (Burnay, 2005). O entendimento de ser um produto de segunda categoria também pode estar ligado ao facto de, originalmente, a novela ser um meio de publicidade a donas de casa, e culturalmente poder haver uma relação de algum preconceito.

Esta alteração estratégica resultou da opção pela produção própria ou encomenda em Portugal, gerando uma pequena indústria audiovisual, dependente da telenovela, e permitindo o seu desenvolvimento e a expansão para mercados externos, quer pela sua exportação. Depois de um período inicial com exportação esporádica, a internacionalização afirmou-se pelo aumento gradual de exportações e pelo crescimento da transmissão em canais internacionais. Além disso, surgiram mais coproduções na área da lusofonia, fazendo do mercado de língua portuguesa um factor de atração e diminuída a distância entre Portugal e o Brasil como partes da mesma especialização na produção do género de grande consumo em grande parte do mundo (Burnay e Torres, 2014: 135).

1.3 Como o mercado latino da telenovela se desenvolveu, construiu e influenciou as telenovelas portuguesas

A memória descritiva da ficção de telenovelas tem no seu senso comum a ideia de tramas dramáticas, onde ricos e pobres se cruzam numa história habitualmente pouco complexa, porque nos lembramos do relacionamento entre o filho de um poderoso homem rico e uma jovem empregada da moradia luxuosa de uma família de altas tradições, mas lembramo-nos também dos romances com avanços e recuos e de dramas de doenças incuráveis, de irmãos desavindos e de personagens que descobrem que, na verdade, a sua tia é a sua verdadeira mãe. As descrições dos clichés narrativos das telenovelas, na verdade, não são muito diferentes de

mercado para mercado. A realidade é que em todo o mercado latino, onde o formato cresceu e amadureceu, existem diferenças na construção das suas histórias e essas diferenças são essenciais para o entendimento do género televisivo em estudo nesta tese e também para perceber como Portugal adaptou os estilos de telenovela sul americanos, sobretudo do Brasil.

A provar a relação cultural entre Portugal e Brasil e a que a narrativa da telenovela brasileira é a que melhor se encaixa na cultura portuguesa e que por isso, acabou por influenciar as telenovelas nacionais, Paixão da Costa afirma que a razão está no facto das telenovelas brasileiras “incluírem na sua produção elementos que nos são familiares e com um fundo referencial comum, nomeadamente a mesma língua, menos melodrama e mais moderna nos temas e nos registos de representação” (Costa, 2001:111).

O mesmo autor explica o mercado e o modelo de novela num dos mercados mais importantes para o desenvolvimento deste género, pois é na América Latina, com destaque para o Brasil, que mais se desenvolveu a telenovela e também onde mais se se distanciou da *soap opera* original dos Estados Unidos da América. A razão para esse distanciamento deve-se essencialmente ao distanciamento da ideia de publicidade, pois, enquanto nos Estados Unidos da América a *soap opera* manteve aquele espaço dominado pelas agências e marcas de publicidade, por exemplo, no Brasil, com apoio político e institucional permitiu-se dar um maior sustento a modificações na produção deste género, e essas modificações acabaram por ter também efeito no conteúdo da telenovela. (Costa, 2002) É relevante para esta tese o levantamento teórico sobre o género telenovela, isto porque, a investigação tenta perceber se *Festa É Festa* representa uma alteração ao género. O género telenovela que se adapta às diferentes culturas, como já verificado anteriormente, assim, é inevitável existir uma cultura da telenovela portuguesa, da telenovela brasileira ou o *culubéron*, o termo calão para as telenovelas latinas.

No mercado latino de telenovelas, o Brasil, a Argentina, a Venezuela, Chile e também o México, o produto massificou-se e criou as suas próprias bases, ou seja, depois da influência e da original *soap opera* norte-Americana, este mercado amadureceu e criou as suas próprias características de narrativa da teledramaturgia (Costa, 2002).

Importa aqui clarificar semelhanças e diferenças no mercado latino de telenovela, onde, segundo o autor citado, “as características da telenovela mexicana, que para os países de língua castelhana acabou por adquirir o nome de *culebrón*, são particularmente no campo da narrativa

e em termos estruturais, diferentes da telenovela brasileira” (Costa, 2002: 107). A diferença não é tanto na narrativa ou no discurso, mas sim no “domínio genealógico da história”, onde a telenovela se distancia mais do *culebrón* e da *soap opera*.

Pegando ainda na *soap opera* como modelo de inspiração para as telenovelas latinas, encontramos na sua construção elementos dramatizados. O herói que se cruza com o antagonista e o vilão, as histórias fortes com as fracas, doenças ou crises, são estes os ganchos adotados pelas telenovelas e que têm características universais, pois são familiares ao público que as consome, e “é graças a essas características que encontramos no discurso narrativo que estabelecemos esta familiaridade e proximidade entre os géneros *soap opera* e telenovela” (Costa, 2002: 108).

Depois da aceitação do público do mercado latino ao formato e à criação das suas próprias novelas, ocorreram diferenças que mostram como o género de telenovela produzida, seja no Brasil ou os chamados *culebrones*, se construíram e se tornaram um formato importante para a televisão. “As novelas são, em alguns países, particularmente nos países que as produzem, produtos de *prime time*, enquanto as *soap operas* americanas foram e são produzidas particularmente para horários diurnos que ocupam as horas típicas de expediente” (Costa, 2002: 108). Esta diferença entre os EUA, o mercado latino e também Portugal, fez com que a telenovela passasse a ser um produto nobre que chegava a um público que não passava só por mulheres e domésticas. Isto representa um alargamento da audiência a toda a família e que leva também a um impacto sociocultural muito maior que as *soap operas*, neste caso as que são emitidas para a audiência dos Estados Unidos da América.

Na justificação do sucesso do género da telenovela na América Latina e nas evoluções que se fizeram no formato, uma das diferenças no mercado latino, segundo Eduardo Cintra Torres e que vai ao encontro também Jorge Paixão da Costa, está no facto de as telenovelas se demarcarem da “indiferenciação horária do género, tanto ocupando o *prime time* como os horários de maior audiência” (Torres, 2012: 18).

Na compreensão deste formato e na forma como se construiu na América Latina, fica claro que as *soap operas*, os *culebrones* e as telenovelas não são iguais nem retratam os mesmos aspetos na sua história. A exemplo, as *soap operas* são normalmente indefinidas no tempo, ao contrário de uma novela, que tem um período de oito meses em média, especialmente no Brasil. Ambas

têm uma exibição diária, mas a *soap opera* não tem um fim previsto. Pode ter anos de exibição (Costa, 2002). Também se podem observar diferenças entre o subgênero latino da telenovela e a *soap opera*, no sentido que na telenovela latina existe sempre um aproximar com o quotidiano do mundo real nos episódios, essa realidade familiar está presente em cada episódio, enquanto na *soap opera* o quotidiano é sempre realizado do ponto de vista das personagens, ou seja, não existe a mesma presença da realidade (Torres, 2012; Ferreira, 2015).

Na análise das diferenças, o artigo sobre a origem e a evolução da telenovela de Jorge Paixão da Costa demonstra ainda que no mercado latino a evolução fez com que existisse uma representação maior de estratos sociais, dos hábitos e rotinas, e isso é também uma forma de identificação do público com a telenovela, ao contrário da *soap opera*. Dentro do mercado latino existem diferenças assinaláveis, mas também pontos em comum que derivam de uma base teórica da dramaturgia.

O *culebrón* apresenta, tal como a *soap opera* e a telenovela em geral, uma narrativa aristotélica, enquanto nos dois géneros paradigmáticos (lírico e dramático), donde derivam subgéneros típicos (policial, épico, histórico, etc.) assim como um discurso sincopado, embora bastante menos fracionado que no discurso que se encontra na telenovela brasileira (Costa, 2002: 109).

Se marcarmos dois países onde este género tem uma importância grande neste mercado destacamos o Brasil e o México. Nestes existem diferenças; as novelas mexicanas são tendencialmente mais simples que as brasileiras. Uma das principais diferenças está na rutura entre os géneros e no facto de a telenovela brasileira ter uma “intriga principal e uma história dramática que se desenvolve ao longo de todos os episódios; várias sub-intrigas que vão abrindo e fechando à medida que a estória avança, fazendo com que a novela multiplique as suas intrigas secundárias e as estórias dentro das estórias” (Costa, 2002: 110). Este modelo e esta citação são essenciais para o desenvolvimento desta tese, pois representam um dos assuntos a ser estudado, que é o papel de sub-intrigas dentro do género.

Como verificado, no Brasil as telenovelas têm características mais complexas quando comparadas com as telenovelas faladas em castelhano, pois novelas como, por exemplo, as mexicanas desenvolvem-se, por norma, numa só intriga e onde toda a estória se desenvolve dentro dela. Neste aspeto, os *culebrones* mantiveram mais os traços da origem da *soap opera*. Em conclusão, cada uma das características mencionadas apresentam diferenças, mas para autores como Paixão da Costa, fica claro que esta evolução nas tradicionais *soap operas* faz

hoje deste género uma das fatias mais importantes do mercado de televisão mundial, onde Portugal também não fica de fora.

Portugal junta-se ao Brasil, México, Argentina, Chile, Colômbia e até à Turquia como país com uma aposta forte na produção do folhetim televisivo. A razão para o sucesso do género nestes países já foi justificada anteriormente, mas a ligação a Portugal com formatos destes países, em especial com o Brasil, com o qual criou uma forte ligação cultural nas telenovelas, deve-se a um conjunto de questões, sobretudo, culturais. No caso de Portugal e Brasil, a ligação deve-se não só a uma questão de mercado e estratégia de internacionalização do produto, mas também a questões culturais, pois as relações das ex-colónias beneficiam esta transação cultural.

Tendo em atenção as movimentações internas e externas da produção ficcional portuguesa, a telenovela funciona como conteúdo, mas também como meio, para a constituição de um espaço lusófono com uma dinâmica própria de consumo (Burnay e Torres, 2014: 128).

A prova de como ainda hoje existe forte influência do mercado latino na telenovela portuguesa, para além da forte presença dos produtos importados no início da exibição de telenovelas em Portugal, que começa numa concorrência entre televisão pública e privada, existe ainda hoje uma apropriação das histórias latinas nas telenovelas portuguesas. Desde a produção em massa de telenovelas em português europeu, ou seja, desde 2000 que a SIC e a TVI adaptam as histórias latinas ao mercado português, Desde 2000, SIC e TVI já adaptaram mais de vinte telenovelas latino-americanas. Um dos maiores sucessos de audiência dos últimos 30 anos de televisão foi uma das primeiras novelas da TVI, feita em 2001, a telenovela *Anjo Selvagem*. Trata-se de uma adaptação de um formato argentino que tem como título original *Muneca Brava*. A esta seguiram-se outras adaptações de novelas cujas histórias tiveram sucesso em Portugal como *Tudo Por Amor* (Colômbia); *Doce Fugitiva* (Argentina); *Baía das Mulheres* (Argentina); *Nunca Digas Adeus* (México); *Floribela* (Argentina); *Último Beijo* (Argentina); *Vingança* (Argentina); *Jura* (Chile); *Amar Depois de Amar* (Argentina); *Santa Barbara* (México); *Quero é Viver* (Chile); *Quero o Destino* (Chile); *Belmonte* (Chile); *Mulheres* (Colômbia) e *Queridos Papas* (Chile). A entrada da SIC e da TVI fez com que a concorrência aumentasse ainda mais e, por consequência, fosse introduzindo mais o género melodramático da telenovela (Cunha, 2001). Em vez de se importar versões latinas, sobretudo do Brasil, a partir de 2000 criou-se uma indústria em série de telenovelas portuguesas.

Nesta tese, o objetivo é estudar a comicidade na telenovela portuguesa e perceber a sua importância na narrativa e se é um elemento decisivo para o espectador português na hora de ver a telenovela. Partindo de *Festa É Festa*, da TVI, uma novela apoiada só no género cómico e de narrativa leve, podemos tirar duas conclusões através da bibliografia apresentada. A primeira é que, com *nuances* na narrativa, a estrutura da telenovela como género se manteve-se idêntica ao seu modelo original do folhetim e da *soap opera* e a segunda conclusão é que este género é uma peça fundamental para o mercado português de televisão, assim, os estudos sobre a narrativa da telenovela demonstram-se essenciais para o entendimento deste negócio. Esta tese propõe estudar a comicidade na telenovela portuguesa, e, por isso, o levantamento do estado da arte leva esta investigação no caminho de entender o género e quais as suas características, o que será apresentado no próximo capítulo, para que depois se entendam as mutações que *Festa É Festa* fizeram no género da novela portuguesa.

Capítulo 2 - Construção do Género Telenovela e Subgéneros do Formato

2.1. Géneros em televisão: telenovela como género televisivo e subgénero do melodrama

No mundo, quando olhamos à nossa volta, caracterizamos tudo o que vemos, como se de uma necessidade se tratasse. O ser humano categoriza não só o que vê, mas também o que ouve e sente. No fundo, é uma forma de dar significado ao que o rodeia. Esta característica é denominada como “pensamento associativo”, a capacidade cognitiva dos seres humanos em associar memórias e interligá-las uns com os outros (Vygotsky, 2007).

Esta introdução revela-se essencial para o entendimento do que é uma telenovela, pois a necessidade de caracterizar o meio que envolve o ser humano trespassa também para as indústrias culturais. Para o público é claro que uma peça de cinema é cinema e não televisão, ou seja, passando a redundância inicial, quando estamos a ver um filme caracterizamo-lo como tal devido às especificidades que a peça de cinema aporta, mas essa caracterização ou sentido que damos, continua a ser válida mesmo que vejamos o filme em casa ou em qualquer outro meio que não a sala de cinema.

A necessidade de categorização e de classificação pode ser exemplificada mostrando que dentro do próprio cinema os filmes são posteriormente segmentados de acordo com o seu estilo, tema, faixa etária ou valor, permitindo distinguir uma comédia de um romance. Esta segmentação, aqui dada como exemplo, estende-se posteriormente a outros *media* como a televisão e isto cria géneros, conceitos relevantes para explicar a telenovela.

A televisão desde cedo se apropriou de diversos géneros devido às suas características históricas. Esta propensão levou a uma clareza destes termos para uma construção de uma grelha clara e também à criação do próprio género televisivo como género próprio. A televisão, embora seja um *medium* com alguma maturidade, nutre-se ainda de uma jovialidade em relação a outros meios como a literatura, imprensa ou a rádio. Criou, porém, em cerca de um século de existência, o seu próprio estilo, o estilo televisivo, onde o reconhecimento se deve à “cultura de programas” e à definição que os espectadores dão ao que consomem via televisão (Fechine, 2001: p.20).

A transição do conceito de género para a televisão como um meio de classificação dos conteúdos esteve intocável até aos anos 50, sendo entendidos os géneros como “discursos

institucionalizados através do qual se busca organizar o consumo da vasta produção televisiva” (Fechine, 2001).

(...) uma força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, uma certa forma de organizar ideias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade de produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras. Num certo sentido, é o género que orienta todo o uso da linguagem no âmbito de um determinado meio, pois é nele que se manifestam as tendências expressivas mais estáveis e organizadas na evolução de um meio, acumuladas ao longo de várias gerações de enunciadores (Machado, 1999, p.15).

A ideia de um género ser o uso de linguagem e tendências expressivas permite caracterizá-lo como o tom de um conteúdo televisivo, a figura ou a configuração de um programa. No do objeto de estudo no presente trabalho, a telenovela é um género televisivo que se caracteriza por ser um seriado ficcional de longa duração, sendo o melodrama um dos géneros predominantes em que se insere. Podendo ter outros macrogénero associados, como a comédia, caso do objeto de estudo, a telenovela “*Festa É Festa*”.

A telenovela caracteriza-se como um género televisivo que ganhou espaço no *medium* depois da derivação do folhetim literário. A descrição das características deste género permite, de forma objetiva, atribuir ao mercado a sua definição, que se caracteriza como:

(...) aquele que é baseado nas narrativas seriadas dos folhetins (histórias de costumes, cotidiano, intrigas, amor etc.), marcadas pela regularidade na exibição de episódios que são interrelacionais e, completa ou relativamente, autónomos. Exemplos: telenovelas, seriados e minisséries em geral (Fechine, 2001, p.20)

Em Portugal e em países da América do Sul, sobretudo no Brasil, a produção de telenovela como um dos géneros do melodrama televisivo tem permanecido intocável na sua importância na televisão e socioculturalmente, importância que nesses países, leva a descrever-se a telenovela como um dos géneros televisivos mais populares mundialmente (Barker, 1997; Paixão da Costa, 2001).

Enquanto género, e a telenovela recebeu influência do melodrama, podendo também interpretar a teledramaturgia como um subgénero da dramaturgia representada noutras expressões como a radionovela ou o folhetim, da mesma forma que o género televisivo da telenovela é um género

pertencente a um formato que acolhe a *teleficção*, seja em *soap operas*, seriados, séries, entre outros.

A estética da telenovela recebeu fortes influências dos estilos do melodrama e da literatura realista. Desidério sublinha as influências decisivas do melodrama para a construção da telenovela, pois o melodrama é uma forma do drama baseada nas características literárias do drama, da lírica e da epopeia. O realismo também foi decisivo para a construção da matriz da teledramaturgia, pois permitiu dar às telenovelas a verosimilhança (Desidério, 2015).

A teoria da importância de verosimilhança na telenovela é abordada por outros autores como Martín Barbero e Rey que afirmam que este gênero televisivo é composto por convenções e símbolos que procuram a verosimilhança, fazendo-o corresponder sempre às expectativas dos espectadores, mais do que tentar surpreendê-los (Barbero & Rey, 1999). Para a conquista dos espectadores, a telenovela aposta na repetição e na realidade, garantindo que a ficção não supere a realidade, pelo contrário, procurando dar sempre maior proximidade com o real e com o que as audiências conhecem e esperam que aconteça na narrativa. Esta teoria permite explicar a razão pela qual as telenovelas são produtos de ficção muito próprios e que, por mais novelas que se façam, os princípios são sempre iguais, ou seja, repetitivos, tentando procurar mais a realidade do que a ficção, aproximando o produto dos gostos dos telespectadores e da realidade de cada mercado.

A aproximação da realidade ocorre mediante a inserção de elementos não ficcionais na narrativa teleficcional e a abordagem de assuntos sociais. As telenovelas procuram debater pedagogicamente temas de interesse público como saúde, violência doméstica, dependência química, a vida de pessoas portadoras de necessidades especiais, etc. Dito isto, analisar o limite entre a ficção e não ficção na telenovela atual – isto é, no real no ficcional – é uma discussão não só sobre o estilo do gênero telenovela, mas também sobre outros gêneros da teledramaturgia, da dramaturgia e da literatura (Desidério, 2015, p.3).

Importa ainda acrescentar que há bibliografia corroborando a ideia de que o melodrama não tem em si apenas uma característica ou influência, pois representa uma “hibridação” de gêneros distintos (Mercer & Shingler, 2004).

Tendo este trabalho monográfico como objeto de análise a comicidade na telenovela e a forma como a comédia pode originar um subgênero do gênero telenovela, mostra-se necessário neste levantamento saber o que é uma telenovela, seja do ponto de vista técnico, discursivo ou

narrativo. Assim, uma categorização clara do género permite-nos investigar a abordagem cômica na telenovela e estudar os seus impactos e influências.

A definição de telenovela é abordada por diversos autores; no levantamento observam-se características que importam realçar, pois cruzam-se com o senso comum de um espectador que assiste a novela e reconhece o produto. Assim, numa primeira definição, a telenovela é uma novela escrita com adaptações de outros géneros literários, ou de artes como o teatro, para a televisão (Costa, 2008). A conclusão resultante é que se trata de um subgénero da novela, que como outras foi adaptada a diversos meios, caso do folhetim, da fotonovela ou da radionovela. O termo popularmente usado de “novela” para a descrição do produto televisivo pode ser considerado correto se entendermos a novela como género primário, mantendo todas as suas derivações os mesmos *cânones*. Para o caso, a novela designa a narrativa sentimental e melancólica advindo do melodrama seriado (Rosado, 2022).

A novela foi adaptando as suas características ao meio que foi usando na sua difusão e, no caso da televisão não foi exceção, tendo por isso elementos na sua produção ligados à imagem e à forma como se foram construindo, afastando-se do folhetim ou da radionovela. Em suma, a telenovela é definida por alguns autores (Pallottini, 1998 e Pignatari, 1984), como uma história contada através de imagens, com presença de ação e diálogo.

Por ser veiculado na televisão, esse género assume características do seu dispositivo físico, ou suporte, na sua organização, diferenciando-se dos seus congéneres. Deste modo, a imagem tem uma importância na significação da história, porém não da mesma forma que os filmes narrativos, embora a televisão tenha incorporado a gramática audiovisual hollywoodiana clássica... na qual prevalece o texto imagético, disfarçando os recursos narrativos. Contudo, entre esses dois géneros há uma diferença, por exemplo, na utilização dos planos... bem como na constituição dos personagens... nas telenovelas os personagens são trabalhados mais pela sua exterioridade – conduta, figurino, hábitos de linguagem e títulos.” (Rosado, 2022, p.7).

A telenovela tornou-se um género televisivo quase inquestionável em Portugal e à semelhança de outros países latinos, este produto afirmou-se usando não só a sua técnica, as suas inspirações e a sua narrativa, como a capacidade de ser um género que procura a verosimilhança. Esta última característica faz da telenovela um produto televisivo com um grande apelo à realidade e à sensibilidade social, tratando questões prementes à discussão da sociedade. A capacidade de a telenovela ser um meio de disseminação de temas e discussões sociais é um dos aspetos

mais importantes da sua construção técnica e narrativa, pois a partir desta preocupação países como o Brasil e Portugal construíram este produto com o intuito desta ser também um instrumento social, o que fez com que na definição do que é a telenovela e quais são as suas características este elemento esteja presente.

Tendo a telenovela, em particular a telenovela portuguesa e brasileira, uma propensão para a consciência social, este género televisivo está construído num ciclo de episódios que se repete ao longo de meses e cuja estrutura está projetada para que o espectador veja os capítulos em sequência (Torres, 2008, p.68). Esta estruturação lógica da telenovela é uma técnica usada em função da garantia da repetição de estereótipos agregados ao melodrama. Concretizando, esta estrutura oferece uma sensação de familiaridade ao espectador e isto permite que a telenovela funcione como um espelho do público, reconhecendo-se na narrativa, mas também sentindo que os temas que são nela abordados lhe são familiares.

A telenovela tem como primeira missão para os responsáveis das televisões responder às necessidades e gostos das audiências, pelo que toda a sua construção é baseada nas características sociais do país visado, garantindo, deste modo, que a novela funcione como espelho da sociedade e crie uma consciencialização coletiva (Burnay, 2005). Paralelamente ao seu papel de refletor de temas sociais, a telenovela, tal como ela está definida em mercados quase gémeos (Brasil e Portugal), é um género que abarca vários públicos, uma vez que alguns autores definiram nas suas obras que a telenovela está construída em função da preocupação em ser espelho social e representação de diversas classes sociais. Em resumo, este género melodramático retratará diversas classes e grupos sociais, desde os maioritários até aos minoritários. É por isso que se pode identificar este género televisivo como um fenómeno de massas.

(...) as histórias de muitas telenovelas retratam a realidade vivida, sobretudo, pelos integrantes da classe média alta das grandes capitais brasileiras, engendrando padrões hegemónicos que representam segmentos maioritários em termos de género, etnia, sexualidade, classe social, entre outros, ao mesmo tempo estereotipando segmentos que não fazem parte desse padrão. (Rosado, 2022, pp.9,10).

A telenovela é, pois, um produto com “capacidade para captar a atenção de um público diversificado, aberto a uma nova experiência da realidade como mecanismo de fuga da vida quotidiana” (Burnay, 2005, p.108), conseguindo garantir essa atenção através da forma como

“os temas sociais são tratados, recriados e a designação de ficção surge imbricada na designação de real, deixando de haver uma linha concreta de separação entre estes dois domínios” (Burnay, 2005, p.108).

Uma das conclusões a retirar da bibliografia levantada sobre as características deste género televisivo está no facto de ele conseguir representar as audiências e que o faz através da representação social que tem delas. Desta forma, para se interpretar o papel de uma telenovela e para se analisar a sua construção técnica, deve ter-se em conta como se construiu este género e que influências recebeu da dramaturgia e da evolução técnica dos meios, bem como ter em atenção o papel social que o género desempenha na sociedade.

2.2 Apropriação das matrizes do melodrama pela telenovela: como se constrói a narrativa e estética de uma telenovela

Sendo a telenovela um género que absorveu as suas características a partir do melodrama, as características melodramáticas são, ainda hoje, matrizes presentes neste produto televisivo. O conhecimento da estrutura, do estilo, da forma linguística e da narrativa, permite perceber como a telenovela ainda mantém os traços-chave do melodrama e de como estes são fatores para o sucesso do conteúdo, existente há mais de meio século.

O melodrama sofreu influências da tragédia, comédia e drama e, a partir destes macrogénero, criou a sua base de estruturação. Esta mantém-se até aos dias de hoje, tendo sido transportada para a telenovela, pois a composição que está presente no melodrama é considerada altamente completa e motivadora de emoções. O entusiasmo, o medo, o riso e a piedade são características presentes no argumento melodramático e fazem dele um sucesso junto do público, uma vez que permitem criar secções. Estes quatro pilares definidores do argumento resultam nas influências anteriormente descritas, ou seja, garantem o mistério, a comédia, o drama e o épico (Barbero, 1993, p.116).

Respondendo à pergunta chave deste capítulo: O que é uma telenovela? A resposta é dada por vários autores e de forma praticamente igual. Para Filho, Menezes e Júnior este género televisivo

(...) desde o seu início caracteriza-se por ser um produto mediático destinado a um público muito diversificado, pertencente a todas as classes sociais, de várias faixas etárias e para todos os géneros (Filho et al., 2012, p.7).

No mesmo artigo salienta-se que a telenovela se caracteriza por contar histórias de vida através das personagens presentes no argumento, reproduzindo factos e acontecimentos reais da vida de pessoas, de forma que o público, além de acompanhar o desenrolar dos argumentos, se identifique com a história. Esta característica da telenovela passa para a narrativa textual, fazendo com que a história “simule imagens do quotidiano, definindo uma pauta que regula algumas interações entre vida pública e vida privada e transmitindo, por outro lado, a noção do que é ser contemporâneo” (Filho et al., 2012, p.9).

A bibliografia levantada permite afirmar que a telenovela desenvolveu ao longo dos anos a sua própria forma, tornando-se num dos maiores géneros televisivos da televisão nos países em que é produzida. A construção da sua forma, pelas características sociais que a telenovela absorve, faz com que o desenvolvimento do produto não seja único a todos os mercados “telenoveleiros”, ancorando temas, normas, características e particularidades da ficção local de cada país. Quando se analisa uma telenovela, uma das características principais da sua estrutura é o facto de ser uma história com narrativa episódica e em que se vai adiando a decisão final da trama. Esta característica é partilhada desde o folhetim e na televisão a telenovela também é contada em episódios e a trama tem a duração média de seis meses, só que com uma estrutura adaptada ao meio e aos factos locais (Barbero, 1995).

Quando se descreve e analisa as características de uma telenovela e, por consequência, se levantam para discussão as suas narrativas, é necessário ter em conta, como mencionado anteriormente, o facto de ser um produto com uma estrutura adaptada aos meios e factos locais. Assim, faz-se a ressalva que as narrativas das telenovelas da América do Sul faladas em castelhano são forçosamente diferentes das telenovelas portuguesas e brasileiras. Neste sentido, pode-se afirmar que as telenovelas brasileiras e também as portuguesas, têm uma característica mais complexa quando comparadas com as telenovelas faladas em castelhano, pois estas últimas tendem a desenvolver a sua história numa só intriga (Costa, 2002). Costa clarifica que no Brasil e Portugal

a telenovela tem uma intriga principal, uma história dramática que se desenvolve ao longo dos episódios; várias sub-intrigas que se vão abrindo e fechando à medida que a história avança, fazendo com que a novela multiplique as suas intrigas secundárias e histórias dentro da história (Costa, 2002, p.110).

Outros autores referem aspetos da sua narrativa que foram evoluindo com o tempo. Em suma, garantindo a matriz do padrão narrativo da telenovela, o género tem sofrido algumas evoluções que se justificam também pelas mudanças no meio, na sociedade e na forma como se produz. Nas últimas décadas tem acontecido um conjunto significativo de mudanças que representam o desenvolvimento e que contribuem para, de uma forma fluida, ocorrerem evoluções de narratologia dos conteúdos (Martinez, 2005).

Citada por Lopes (2015), Maria Kehl refere que a evolução da narrativa “*telenovelesca*” apresenta duas fases distintas. Primeiro introduziram-se temas realistas e depois deu-se à novela toda uma estética naturalista. Nesta evolução narrativa e estética estão enquadradas as evoluções que a televisão como *medium* foi fazendo. No entanto, mesmo assumindo a evolução de narrativa e estética, corroborada por outros autores, a telenovela não perdeu a sua essência e os seus aspetos mais básicos, mantendo ainda a estrutura matriz vinda do melodrama.

Existem, para além das características textuais e organizativas deste género televisivo, já descritas neste enquadramento teórico, outros elementos a ter em conta na avaliação do que é a telenovela, como a música, a organização de cenas, as características dos personagens, os cenários, a realização ou os *clichês* deste género melodramático. Para se conseguir caracterizar e segmentar os géneros, eles têm um conjunto de características que os definem. Desta forma, quando juntamos todos os elementos e pormenores da telenovela como a música, a cenografia, o texto, entre outros, o público consegue ter a perceção de que aquele produto que encontra em *zapping* na televisão é uma telenovela.

Neste capítulo, através de bibliografia, já se mostraram as características textuais e narrativas da telenovela, mas existe um elemento que também é decisivo na construção deste produto, que é a música. Diversos géneros ficcionais como o cinema, as séries ou os telefilmes têm uma banda sonora, com o objetivo de acrescentar ou contribuir para a narrativa da história. Neste sentido, todas as novelas são construídas em torno de imagem e som, nomeadamente nas cenas que verdadeiramente contam a história de um argumento. Existem planos e transições que

preenchem a narrativa através de imagens sem texto e que estão sonorizadas com música. A utilização da música tem, na telenovela, um papel importante, definido como linguagem não verbal (Landy, 1991, p. 15):

a música serve de sustentação para as imagens, isto é, dá-lhes vida. Geralmente é dela que depende a emoção e o clima de uma cena. Dessa maneira, para cada tipo de cena gravada, seja ela de suspense, ação, terror, humor, romance, drama, é utilizado um tipo de música diferente. E algumas delas dependem principalmente da música para passar a mensagem desejada... (Lopez, 2009, p.2).

Em 1937, criou-se a primeira música em específico para a telenovela. Na verdade, até se criou mais do que um tema musical. A telenovela era *Véu de Noiva* e a TV Globo criou dois temas que identificavam a estória e também as personagens, nomeadamente *Gente Humilde*, que servia como banda sonora para o núcleo que representava a pobreza. A partir deste projeto começou a utilização da música como elemento da narrativa e que pretendia também gerar sentimentos e emoções no público, duas ações que a telenovela pretende sempre gerar na sua audiência (Lopez, 2009).

Poderíamos muitas vezes nomear a telenovela como um “tritador de emoções”, visto que em grande parte das suas características técnicas tem este objetivo. A par com a música também a forma como as personagens são criadas tem esse intuito, uma vez que as personagens movem os espectadores através da empatia ou até do ódio. Por isso, e transitando das características do melodrama, a telenovela é quase sempre composta por vilões e por heróis. Na criação do seu argumento, parte muitas vezes do inevitável *cliché*, por isso é que o tipo de personagens é sempre muito idêntico de novela para novela. A ideia de personagens boas e más advém também da apropriação das características do melodrama, existindo na trama um costumado e característico confronto entre o vilão, que carrega em si todas as maldades da estória, e o herói que é sempre sua vítima. No entanto, o herói trespassa para o público como o grande herói da estória. O melodrama tem um conceito chamado situação que representa os momentos chave que marcam as mudanças na estória através de narrativas que fazem aumentar a tensão dramática, tornando este conceito um dos mais relevantes (Singer, 2001, p.41) também para a telenovela.

No Brasil, existiu um conjunto de alterações e inovações importantes na narrativa, nomeadamente na questão cenográfica. A introdução de gravações exteriores permitiu dar à telenovela uma maior proximidade com a realidade. A juntar a esta mudança técnica da

telenovela, também a cenografia introduzida tentou criar o mundo o mais real possível. A novela televisiva é elaborada com base nestes contextos, mas também com base na audiência que a vê. A telenovela tem uma abordagem local, logo, adaptada aos gostos da audiência e, nesse sentido, o produto é de fácil absorção e entendimento. Pelo facto de ter uma narrativa em seriado, com uma estrutura episódica, a telenovela é um género repetitivo (Torres, 2008), não só para clarificar o público, mas também para facilitar a produção. Por isso, a repetição não só tem o objetivo de facilitar o entendimento pelo público, como a produção, podendo ser usada como ferramenta para aumentar características de rentabilidade do produto, que nada tem a ver com a forma estética.

Referidas as características da narrativa de telenovela, a noção do que são as matrizes da sua produção também é importante para esta tese, no sentido de estudar as abordagens que a telenovela tem e como uma mudança às abordagens tradicionais pode representar um desafio em todo o processo de criação, seja da parte teórica seja da parte prática. A produção deste género televisivo é composta por três partes: a definição da ideia e a sua aprovação; pré-produção e produção. Posteriormente, durante a produção da telenovela, esta divide-se noutras quatro partes: escrita; gravação; edição e pós-produção. Todo este processo é, pois, uma forte máquina de produção que liga todas as matrizes anteriormente descritas com os interesses da estação de televisão e do espectador. Para que o produto funcione, tem de existir uma produção coletiva e uma sinergia de centenas de profissionais.

2.3 Diferenças na telenovela e adaptação do género ao mercado português

Muitos estudiosos sobre o género telenovela identificam a telenovela brasileira como um subgénero dentro do próprio género televisivo. A razão deve-se à força que este mercado gerou e às alterações que também fez, criando um modelo narrativo que transitou para outros produtores de telenovela, nomeadamente os portugueses. Como já descrito neste e também no primeiro capítulo, a telenovela introduziu elementos na narrativa que se distanciaram do folhetim, da radionovela e de outras telenovelas como as novelas da América Latina. Segundo Martinez, a telenovela brasileira pode ser considerada como aquela que maior dinamismo causou ao mercado de telenovelas, mas também à eficácia que deu à produção do género (Martinez, 2005). Por esta consideração se pôde definir a telenovela brasileira como um subgénero.

A telenovela é um produto televisivo que está muito presente no mercado latino. Na Europa não existe a difusão e produção deste género, exceto em Portugal, que se tornou num país consumidor e produtor. Assim, Portugal torna-se figura ímpar na Europa ao assumir este género televisivo com uma das suas mais importantes produções.

A razão para a disseminação e a produção da telenovela na televisão portuguesa é relevante para entender o funcionamento desta máquina. Antes da apropriação do género, a entrada deste produto televisivo esteve na origem de uma transformação decisiva para a televisão em Portugal. Burnay considera que “a transmissão de *Gabriela, Cravo e Canela*, pela RTP, conseguiu com que os portugueses alterassem os seus comportamentos e rotinas” (Burnay, 2005, p.97).

A forte presença da telenovela brasileira em Portugal permitiu desenvolver este género de forma autónoma e altamente profissional. Se não tivesse existido uma influência da telenovela brasileira, primeiro cativando as audiências para este género e depois influenciando a narrativa e produção das telenovelas portuguesas, não haveria a possibilidade de o desenvolver.

Para diversos autores, a telenovela portuguesa define-se muito pela presença brasileira de telenovelas em Portugal e uma das justificações para a importante entrada da novela brasileira no mercado, tem a ver com questões linguísticas e culturais, que facilitaram a sua disseminação pela audiência (Costa, 2003). Esta presença brasileira levou a que, mais tarde, os portugueses não só fossem já apreciadores do género, como estivessem familiarizados com a narrativa importada do Brasil, seja no seu modelo de produção, como na estrutura definida em episódios, regras de formatação, escrita e temas que por norma se abordam. Fica claro desta influência que as normas gerais de definição da telenovela portuguesa se cruzam com as regras da telenovela brasileira, e, assim, quando avaliamos o género e tentamos interpretar as suas características temos uma clara ideia de que ele pode ser diferente em diversos mercados, partilhando, no entanto, características comuns que não invalidam uma adaptação ao meio, matriz essencial à telenovela, como já descrito neste enquadramento.

A telenovela portuguesa, embora herdeira da telenovela brasileira, adaptou-se também ao seu meio, criando os seus produtos com uma visão mais portuguesa, especialmente nos temas. A juntar a Paixão da Costa, que explica com clareza as similitudes e as diferenças entre a telenovela portuguesa e brasileira na matriz base do produto, Cintra Torres faz a mesma

reflexão. Para Cintra Torres, ao adaptar o género ao público local, o caminho passava por criar uma identidade semelhante ao que se fez no Brasil com a brasilidade presente nas telenovelas, fazendo aparecer nos produtos feitos em Portugal uma produção própria com características portuguesas, culturais ou sociais (Torres, 2008). Assim, em mimética, a telenovela portuguesa seguiu os mesmos passos da telenovela brasileira, mas criou a sua própria narrativa, ou seja, tem um modelo onde cria estórias que são mais familiares à audiência portuguesa. De ressaltar, no entanto, que a telenovela portuguesa segue um modelo estratégico que apresenta diferenças em relação à brasileira, que passam pela estratégia de segmentação e de conteúdos. A primeira diferenciação são os seus horários de exibição. Enquanto no Brasil a telenovela se divide em três blocos, as novelas das 19h, das 20h e das 22h, em Portugal a telenovela tem exibição, sobretudo, em horário nobre, pelas 21h.

A telenovela brasileira está muito bem definida na forma como segmenta o seu público nas mais diversas franjas horárias do produto noveleiro, sendo, por exemplo, o horário das 19h aquele que, por norma, é dirigido a um público mais jovem, com temas mais leves e uma telenovela com uma grande representação humorística. Esta caracterização da típica novela das 19h não deixa de ser de assinalar para análise nesta tese, uma vez que, mantendo todos os seus traços matrizes, a telenovela nesta faixa horária tem uma narrativa muito mais virada para a comédia. Realço este ponto devido ao tema estudado no presente trabalho e à telenovela objeto de estudo de caso para o tema em investigação, *Festa É Festa*. As características gerais daquilo que é a rotineira novela às 19 horas do Brasil, em específico da Globo, passaram para o horário de grande consumo em Portugal, onde se adaptou com *Festa É Festa* o estilo mais leve e cómico que a telenovela pode ter. Em suma, conclui-se que esta característica, adaptação ou diferenciação se tornam relevantes para tentar perceber mais à frente nesta investigação.

No desenvolvimento do género de telenovela portuguesa, existiram ainda influências ou apropriações brasileiras para além daquelas que aqui já foram descritas. O mercado nacional sentiu a necessidade, face ao interesse por parte da audiência, de criar a sua própria produção de telenovelas, profissionalizando-se e contando as suas próprias estórias. No entanto, continuava a olhar para a produção brasileira e reconhecia alguns atributos de produção que poderiam fazer a novela portuguesa aumentar em escala. No ano de 2005, a TVI trouxe para Portugal um cargo de produção que estava enraizado no Brasil, o gestor de projeto, que tinha como função adaptar a estória ao financiamento existente, mas também definir toda a arte que o projeto iria ter. Este cargo tinha a pretensão de tornar a novela portuguesa tão profissional

como a brasileira e depois de contar as suas tramas de forma que se familiarizassem com as audiências. Esta adaptação tinha a preocupação de que a linha de montagem fosse rigorosa e desse atenção a aspetos como os cenários e outros elementos.

Corroborando a ideia de igualar o Brasil na forma de produzir a telenovela com a importação deste cargo já existente no mercado falado com sotaque do português do Brasil, num estudo realizado por Catarina Burnay sobre a forma como a audiência se relaciona com este produto feito em Portugal, os inquiridos dão bastante relevância aos aspetos técnicos duma telenovela, obrigando, deste modo, os produtores do género a criarem produtos excelentes tecnicamente e o mais representativos possível da realidade, bem como se tornassem tão profissionais como as novelas da Globo. Na investigação sobre a importância dos aspetos técnicos aos olhos do consumidor português, conclui-se que:

De acordo com a generalidade dos entrevistados, há uma preocupação com os aspetos técnicos das telenovelas, tais como a representação, cenários, iluminação e figurinos. As telenovelas encontram-se já a um nível ligeiramente superior à média, em termos técnicos. (Burnay, 2005, p.105)

A telenovela portuguesa é, pois, um produto que tem as mesmas matrizes das novelas de outros mercados, ou seja, toda a expressão melodramática, a intenção do que pretende causar no público, a forma como se organiza e constrói, mas também aspetos linguísticos e de estilo que já não são gerais a todos os mercados de telenovela, mas mais idênticos ao mercado brasileiro. Deste modo, quando avaliamos uma telenovela, nomeadamente a lusitana, ela é mais uma forma de representar o melodrama, que está dividida em capítulos e conta a sua estória numa compilação de imagens e som, além de procurar passar a realidade para a ficção, mostrar ao público ambientes conhecidos e com os quais sente familiaridade, transformar temas sociais em narrativas da estória e lançar discussões em torno de uma mensagem que quer passar para as massas, ou, então, ser apenas um mecanismo de entretenimento que procura dar às audiências um seriado em episódios de fácil compreensão e digestão, não obrigando a um forte exercício mental para procurar uns minutos de entretenimento.

O que esta tese procura analisar no estudo de *Festa É Festa* e no estudo da comicidade presente nas telenovelas portuguesas é qual a importância desta narrativa no género e qual a aceitação por parte das audiências. A utilização de bibliografia que demonstre a importância do género, mas também as suas características permitem entender como *Festa É Festa* pode ser considerada uma alteração ao género telenovela portuguesa.

Capítulo 3 - O Humor e a Utilização da Comédia na Televisão

3.1. A psicossociologia do riso e a história do humor e da comédia

Se definirmos o riso como consequência de um ato, então podemos dizer que o humor, como narrativa, e a comédia, como macrogênero, são a chave para fazer rir o Homem, o único ser com essa capacidade, o que desde logo nos diferencia de qualquer outro. Para entender o humor e, posteriormente a comédia, é necessário definir alguns princípios úteis, nomeadamente, a psicologia do riso. Saber o porquê de rirmos é para este trabalho matéria decisiva, pois na interpretação do sucesso duma telenovela cômica estão as razões pelas quais as pessoas riem e gostam das piadas do fenómeno em estudo.

Rir com uma anedota, com um trejeito, com uma queda ou com uma consequência de algo ou de alguém é inato e fazemo-lo não raras vezes com total inércia, ou seja, rimos porque sim, não parecendo haver grande razão. Por exemplo, veja-se as ou os sorrisos esporádicos e, sem motivo aparente, dos recém-nascidos, aquilo que se verifica não é um ato involuntário, mas sim um reflexo involuntário. No entanto, logo nos primeiros meses de vida, os pequenos sorrisos dão lugar a gargalhadas longas e bastante espontâneas. Mas se os bebés não estão ainda munidos de consciência intelectual, riem-se do quê? É na resposta a esta pergunta que começamos a entender a psicologia do riso e o motivo pelo qual o humor pode ser uma arma muito útil para conquistar as pessoas, logo é considerada uma fórmula quase sempre de sucesso para a televisão.

Segundo várias pesquisas da neuropsiquiatria ou da psicologia, o riso simples ou uma gargalhada de um bebé, mesmo que ainda sem o desenvolvimento intelectual, representa um importante passo para a sociabilização e diz muito sobre o que o riso representa socialmente. Na pesquisa ao estado da arte sobre esta matéria observaram-se algumas teorias em que se considera que os bebés riem não só por uma questão involuntária, mas como uma necessidade de criar sociabilização com o meio que os rodeia, conseguindo ser o ato de rir um mecanismo de reação e ligação para com os outros. Esta teoria reveste-se de grande importância para a sociabilidade do riso e a forma como rir pode representar um traço sociológico muito relevante. Assim, questionamos sobre quantas vezes, nós, adultos não sociabilizamos através do humor. Ou seja, desde cedo que o riso é um mecanismo social para a interação humana e utilizado seja nas relações pessoais, seja como arte.

O que este capítulo tenta expor, além do conhecimento do riso, da história do humor e da forma como a comédia se realiza como arte é, sobretudo, explorar qual foi e é o papel da comédia na televisão e na telenovela. Desta forma, os critérios para a análise de uma telenovela cômica partirão também destas teorias levantadas. A telenovela da TVI *Festa É Festa* é uma novela televisiva com características cômicas, eliminando muitos dos *clichês* da telenovela tradicional para utilizar a narrativa humorística. Esta característica adotada pela novela obriga a um conhecimento sobre o riso, humor e comédia, recorrendo a diversos autores com uma visão da necessidade do riso nos seres humanos. No artigo *Humor e Riso na Cultura Mediática*, Roberto Elísio dos Santos faz um levantamento sobre diversas perspectivas do riso e do humor, uma delas é o conceito de humor para Freud, que considera o humor relacionado com o subconsciente e que quando rimos libertamos emoções que estariam reprimidas, assim, para o psicanalista, a comicidade é também um mecanismo de defesa dos homens (Santos, 2012)

A teoria sobre o humor mudou ao longo dos séculos, pois a relação com o riso também foi evoluindo e merece ser analisada, o que nos permite encontrar pistas sobre como se trabalha hoje o humor e o papel que a comédia tem de ocupar numa telenovela para ter sucesso. A palavra *humor* tem origem na Grécia antiga; segundo Hipócrates implicava uma ligação a fluidos corporais, os *humores*. Acreditava-se que, uma descompensação entre vários líquidos que compunham o organismo humano, causava doença, da mesma forma que quando os elementos fluidos, os *humores*, estavam nas melhores e mais equilibradas condições, a pessoa estaria saudável, ou seja, de “*bom humor*” resultando que o ato de rir é algo positivo e saudável (Pincelli & Américo, 2019).

Tal como etimologicamente a palavra *humor* implica relevância, o seu conhecimento histórico também é relevante para nós no que se liga à dramaturgia. A palavra *comédia* significava festa e designava um subgénero dramático oposto à tragédia, provocando o riso. A etimologia da palavra vem de uma homenagem feita a Dionísio ou Baco e é estudada pela primeira vez por Aristóteles na *Poética*. Para Aristóteles, a comédia representava as pessoas piores do que aquilo que elas são, dando destaque às suas características negativas (Pincelli & Américo, 2019).

Na evolução da história do humor e da comédia como género dramático que se dissocia do drama, existem aspetos que nos permitem compreender a evolução do humor e como se transformou hoje a arte de fazer rir, também presente nas telenovelas, nomeadamente nas de matriz cômica. Depois da origem da palavra humor com cariz científico e medicinal, a

sociedade foi evoluindo e a palavra também. No século XVI, em Inglaterra, a palavra ganhou um novo entendimento, ligando-se a um estado de espírito associado a uma nova utilização que seria prestada no teatro de Shakespeare havendo, a partir daí, uma separação entre o que era cómico e o que era trágico (Santos, 2012). O humor foi sofrendo alterações na sua génese interpretativa e, ao longo dos séculos, foram vários os teóricos que lhe foram dando interpretações e características. Santos enumera diversas evoluções teorizadas por vários pensadores, como o princípio do humor no Renascimento, retratando o humor como situações “inesperadas” e “prazerosas”. No entanto, ainda no século XVII, pensadores como Thomas Hobbes entendiam o riso como uma demonstração de desprezo e/ou fraqueza. Só no século XIX e XX é que o humor, tal como o riso e a comédia foram estudados teoricamente, sendo que, para Henri Bergson, o riso era uma ação social, tinha sempre um significado social. O riso passaria a ser entendido como algo capaz de exercer controlo de valores sobre aquilo que seria aceitável ou fugia da norma social e, este autor começa a identificar o humor em características que vão ser úteis nesta teoria e em saber o que faz rir as pessoas. Bergson encontrava motivos para o riso nos gestos, nos movimentos corporais, na repetição e no inusitado (Santos, 2012). Esta última teoria de Bergson é o início da ideia da comicidade e o que desponta o riso, estudada posteriormente por outros pensadores e que nos dá respostas sobre o que faz rir.

A evolução do humor até aos dias de hoje não foi pacífica, pois se hoje entendemos o humor como uma atitude normal e aceitável e a comédia como uma expressão artística consagrada, na Idade Média a Igreja via o riso como pecado. Assim, afastou o humor da cultura oficial e trouxe-o até à cultura do povo, vulgo cultura popular. Foi nesta época que a cultura popular começou a explorar a comicidade e a fazer da comédia um elemento de festa e arte, a exemplo, a festividade do Carnaval. Como conclusão, talvez venha desse início um preconceito em entender a comédia como um género artístico menor, em relação a outros.

A evolução da comédia como género também retrata uma outra mutação: a mutação do riso e o que ele retratava. O riso moderno, vulgo riso iluminista, estava ligado à razão com a tónica na crítica social. Já o atual riso relaciona-se com o tipo de meios de comunicação e veste-se de um sentido vazio e que procura o consumo. Esta crítica ao atual riso representa, segundo vários autores, nomeadamente Lipovetsky e Minois, autor citado por Acselrad e Facó, uma sociedade que se define como sociedade do humor. Assim, o que se entende desta leitura é que a atual sociedade use o riso como um mecanismo de consumo por ser um género facilmente apreciado

e que faz de inúmeros momentos e isso “banalizou” o humor por ser tão difundido nos meios de comunicação (Acselrad; Facó, 2010).

A ideia da banalização do humor e do seu caminho para uma maior agressividade e sentido de consumo representa uma crítica de vários teóricos do humor, mas que revela a importância do humor para a sociedade, a forma como com facilidade conquistou e conquista audiências, sendo facilmente apreciado e, por isso, amplamente disseminado nos meios de comunicação como um género útil para chamar massas aos seus produtos. Esta ideia, não de banalização do humor, mas sim da relevância do humor junto das pessoas explica o sucesso quase imediato do género humorístico nos *media*. Já no século XX, este género artístico que procura o riso e a boa disposição era entendido por Minois como o “ópio do século XX”. Este autor, teórico da ideia de banalização do humor e da conotação do humor como algo agressivo e vazio, justifica a argumentação com o facto de, no século passado, existir humor em tudo e em todo o lado. Segundo o autor, existiria humor em quase tudo na sociedade, sendo em crescendo um género extremamente popular (Minois, 2003). De salientar ainda que o século XX ficou marcado por grandes conflitos, crises, guerras e depressões de enorme complexidade económica e social, o que deixa Breton fundamentar o sucesso do humor e a sua cada vez mais excessiva utilização com a necessidade de aliviar os momentos difíceis de ultrapassar, mas também como um mecanismo de sarcasmo e sátira ao sucedido (Breton, 2003).

O riso foi acompanhando evoluções sociais que influenciaram o humor como género e posteriormente tiveram na comédia uma influência decisiva para o caminho feito até hoje. A evolução histórica da comédia parece-nos um ponto pertinente. A *Poética* de Aristóteles representa, até aos dias de hoje, uma importante obra sobre o género cómico, mas a análise da evolução da comédia é mais complexa e importante para uma conclusão do género atualmente, nomeadamente para se conhecerem as razões para se entender este género como algo “menor” em relação a outros, concretamente em comparação com o trágico.

Na evolução da comédia, encontramos na *Poética* de Aristóteles algumas características dadas a este género e que se mostram relevantes para a sua definição, assim como as razões para a sua menorização. Segundo Aristóteles, a origem da comédia estaria nos cantos fálicos e que os dórios (povo indo-europeu responsável pela criação pelo desenvolvimento da cultura grega) seria o seu criador (Santos; Alves, 2012). Santos e Alves, escrevendo sobre a transformação da

comédia, socorrem-se da teoria de Aristóteles e de outros autores para descrever a evolução, e deixam claro o facto de que se deve ter em conta a comédia como um género menor, pois:

desde o seu surgimento, a comédia obteve menor atenção se comparada à tragédia. Uma das justificativas recorrentes a esse respeito é que tal condição decorre do facto de que tem como objeto justamente os aspetos ridículos do humano, isto é, não trata daquilo que orgulha, senão do que envergonha, do que rebaixa (Santos; Alves, 2012, pp3).

O facto de a comédia se fazer valer pelas menoridades começa por explicar a sua desvalorização como género. Porém, esse entendimento não é consensual entre os diversos autores, pois nem todos consideram que, para se valorizar e impor, a comédia tem de mostrar o ridículo da humanidade. Importa mostrar que, neste levantamento teórico sobre os pressupostos da comédia, existem opiniões e escolas diferentes. Para Aristóteles, Bakhtin, Bergson e Propp, os pressupostos cómicos e as suas origens têm entendimentos que importam ser salientados. Na teoria Aristotélica o cómico tem a capacidade e a motivação para ridicularizar; já para Bakhtin, a comédia tem a capacidade de ridicularizar e um aspeto de carácter festivo muito forte. As autoras supracitadas chamam a esta característica de Bakhtin ambivalência, pois “é a capacidade de construir e desconstruir a um só tempo, rebaixar e soerguer, em apontar para o início que sucede ao fim (...) negar e afirmar por meio de um riso em que expostos não se excluem; ao revés se complementam” (Santos; Alves, 2010, pp12). Mas, se para Bakhtin a comédia se faz de ambivalência, existem novas divergências, agora entre Bakhtin e Bergson, pois para este último o riso era só a forma de corrigir “desvios” do comportamento humano. Este autor acusa Bakhtin de olhar para o riso com o pensamento da comédia moderna. A comédia não se podia ver apenas como o humor sarcástico negativo e o riso que apenas destina a rir sem consequência. Assim, para Bergson, o “cómico caracteriza-se como um traço específico do Homem, pois somente o Homem é capaz de rir e fazer rir e se ri de outra coisa ou espécie. É pela semelhança que a mesma possui com relação às características humanas”, esta representa então uma nova visão do riso e que, por justa medida se entender, pode ter também um tom e papel social. Por fim, as discordâncias completam-se com Propp, que tem sobre a comédia uma ideia oposta de Bergson, no sentido em que para Propp a evolução é uma certeza e consequência de cada povo e época, enquanto para o autor anterior isso não é claro quanto à sua concordância. Neste último, destaco que considera na comédia um estilo plural, pois tem em si vários tipos de riso, seja o riso bom, maldoso, alegre ou de gozo, que para Vladimir Propp era o que mais se encontrava na expressão artística da comédia (Silva; Alves, 2010). Conclui-

se, portanto, que a comédia é feita de diversas mutações e várias teorias foram discutindo entre si a sua importância, mas também os seus recursos para que as pessoas se riam, mesmo que o riso esteja ligado a fatores psicossociais e culturais. A humanidade sempre arranhou as suas formas de rir e fazer rir dando significado cultural a este processo.

A comédia Antiga surge em 486 a.C., já com o género tragédia disseminado. Esta evolução deve-se a outra, a evolução democrática. Apenas foi possível criar e disseminar o género com força com uma total cultura livre. A comédia implica uma liberdade para satirizar e criticar, cresce enquanto género após o fortalecimento da democracia ateniense. O seu crescimento continuaria a ser aprofundado ainda no estado ateniense mesmo com o fim da democracia ateniense e com um período de transição a que os teóricos chamam de Comédia Média, até ao início de uma nova época com a criação da Comédia Nova. A Comédia Nova representou um marco significativo, num novo contexto histórico e social, colocando a família no centro da sociedade, criando uma classe média que muda o paradigma social e, por consequência, a forma como se faz comédia, pois aquilo que eram as atenções e adorações mudaram, deixando de ser os Deuses e passando a ser a família (Santos; Alves, 2010).

As evoluções da Comédia Nova fizeram mudanças no tom e no estilo, não deixando de preservar alguns elementos da natureza cômica como o uso de máscara e cenário cômico. No entanto, trouxe mudanças significativas na representação da avareza, onde deixavam de interessar as personagens, mas sim a representação de avareza que se fazia ver em qualquer indivíduo. Esta época cômica apresentava “um tom burguês e caracterizava-se pelo trato de questões do âmbito particular, diferentemente da Comédia Antiga, na qual figuravam questões de ordem política” (Santos; Alves, 2010, pp6).

A evolução do cômico foi sofrendo várias alterações devido ao contexto de cada época. A comédia teve no período medieval um momento de grande relevância. Segundo Bakhtin, o cômico neste contexto histórico estava presente não só nos rituais carnavalescos da história, mas também em todas as festas religiosas. Para o estudioso, foi na Idade Média que o cômico se institucionalizou, afirmou-se através das festividades e fugiu ao “sério” da Igreja, o que fez com que criasse um espaço seu devido ao “seu carácter concreto e sensível (...) elas estão mais relacionadas às formas artísticas e animadas por imagens, ou seja, às formas do espetáculo teatral” (Bakhtin, 1999, p.6).

As festividades estiveram ligadas aos tempos de crise, existindo a necessidade de criar festividades carnavalescas nas praças, em espaço público, e criar não só um escape, mas

assumem especial importância, no período romântico, a loucura, que passa a retratar o isolamento do indivíduo, e a máscara, que remete à dissimulação e ao engano. Tais elementos, presentes no cômico, em geral, são transformados na ótica romântica de forma que perdem muito do seu carácter regenerador – que consistia em possibilitar a visão o mundo sob outra perspectiva. No caso da loucura; e negação da identidade e multiplicidade de rostos, no caso da máscara (Silva; Alves, 2010, p.12).

também uma igualdade perante todos (Batkhin, 1999). Esta conclusão revela-se importante para o presente trabalho de investigação, pois fica expresso que já na Idade Média a comédia poderia ser considerada um escape importante para os momentos associados à crise e isso ajuda a explicar o seu contínuo sucesso no tempo. Nesta tese, uma das questões que se levantou com maior veemência foi a possibilidade de explicar o sucesso de uma novela cômica com a sua criação num período difícil e de crise, ou seja, nos anos de pandemia.

Feita a transição entre a Comédia Antiga, para a Comédia Moderna e a Idade Média, o Romantismo marcou também o roteiro da evolução do género, uma vez que se verificam novas alterações. Nesta fase, a comédia, uma vez mais, adapta-se às características do indivíduo. Segundo as autoras citadas, “a nova segmentação decorre principalmente da fragmentação da identidade a que este indivíduo moderno está exposto” (Santos e Alves, 2010, p.12). Esta mudança social faz com que a comédia durante o Romantismo tivesse um cunho menos jocoso, optando por uma narrativa mais sarcástica e recorre à ironia como uma forma de fazer rir. No romantismo, a comédia “reduz o seu aspeto regenerador”. A comédia foi sofrendo alterações ao longo da evolução dos séculos até aos dias de hoje, adaptando-se às novas culturas e ambientes sociais, o que, para Propp, prova a naturalidade do aspeto evolutivo da comédia e a normalidade de cada época ter os seus próprios recursos cômicos e as suas características de como fazer rir, pois, “cada época e cada povo tem o seu próprio sentido de humor e de cômico que, por vezes, é incompreensível e até inacessível a outras épocas” (Propp, 1922, p.32). Assim, conclui-se que a evolução é natural, que os seus aspetos históricos influenciam o decurso da comédia como género e a sociedade adapta sempre o seu humor ao momento que vive, por isso, a comédia foi sendo sempre mutável nas suas técnicas e inspirações.

Terminando este périplo pela origem do humor, pela criação e significação da comédia, pelo seu desenvolvimento, e por fim, pela sua evolução, retrato uma última prova de que a comédia não é um elemento estático, mas sim mutável tanto como o indivíduo e a tecnologia mudaram e evoluíram. Num programa televisivo que fazia o roteiro sobre a comédia em Portugal, emitido no canal de cabo SIC Radical, mostrava-se a forma como se fez humor na televisão portuguesa, desde o *Tal Canal* até à *Loja do Camilo*. O programa tinha o nome de *Como Isto Anda* e, no episódio aqui referenciado, um dos entrevistados era Guilherme Leite, ator e autor de uma das *sitcoms* de maior sucesso em Portugal, *Os Malucos do Riso* (SIC). Na entrevista, explicava o sucesso da série e recordava o facto de *Os Malucos Do Riso* terem tido um enorme sucesso, sendo o programa que dava em qualquer café ou tasca do país. Na conversa, concluem entrevistador e entrevistado, que existia um ser social e que o humor era coletivo, ou seja, ele via-se em grupo. Hoje, o humor já não tem essa característica e vê-se o humor sozinho, o que para Guilherme Leite obriga a uma mudança na forma como se escreve comédia (Leite, 2020). Esta última prova, vem não só dar razão a alguns dos autores acima citados, mas, sobretudo à ideia de evolução constante que a comédia faz também por força da evolução tecnológica a que assistimos todos os dias.

3.2. O que faz rir: as características e os recursos do humor

Roberto Santos socorre-se de outros pensadores para caracterizar o que é o riso e qual a sua função social, bem como quais são os pressupostos que nos fazem rir. Tendo por base Peter Berger, sociólogo e teólogo, discorre sobre a sociologia do riso, defendendo algumas teorias interessantes assinaladas por Santos. Peter Berger seguia cinco teorias: a teoria aristotélica; a teoria semiótica; a teoria da incongruência; a teoria da política do humor e teoria psicanalítica. Na prática, aquilo que Berger defende é que sociologicamente o humor compreende-se através da teoria aristotélica, ou seja, o humor é a imitação de atitudes que estão ligadas ao poder. A teoria da semiótica prova que o humor é tão mais compreendido enquanto comunicação para a sua interpretação e avaliação, assim dizendo, o humor faz-se de significados e seus entendimentos. Esta mesma teoria pode ser vista como conceptual (Pincelli & Américo, 2019) que defende que o humor é tão mais e mais bem compreendido a partir da melhor análise do paradoxo que se cria. A teoria da incongruência é o desfasamento entre aquilo que se está à espera e aquilo que se recebe. A teoria psicanalítica é a ideia de gratificação e, por fim, a teoria da política do humor é, segundo o autor citado, a necessidade de questionar e analisar quem está a rir e quem é o objeto do riso (*apud* Santos, 2012).

Assim, o autor defende que, independentemente dos caminhos, o que é válido é o riso final, não sendo relevante a forma como é feito, pois existem diversas formas de motivar o riso. Existem, no entanto, outras teorias sobre o recurso ao humor, acrescentando-se às cinco já mencionadas: a teoria do alívio, da superioridade, da violação e a teoria conceptual, que, de resto, é uma teoria idêntica ou familiar à teoria semiótica levantada por Berger.

A teoria da superioridade é a ideia de “desprezo e rebaixamento” a que Aristóteles se refere dizendo que as pessoas são sempre retratadas pior do que elas são, por isso, esta teoria é originária da filosofia grega e indica que é risível o facto de se fazerem notar os pontos fracos ou inferiores das pessoas, bem como as desgraças alheias, sendo que, para serem risíveis, eles não deviam ser excessivamente dolorosos, mas sim um traço relevante para se tornar risível; teoria do alívio é outra das teorias aqui levantada e considera-se que se baseia na relação entre a filosofia e psicologia, pois caracteriza o alívio como um processo cognitivo que associa o riso a um sinal de alívio, e assim através do riso amenizam-se contrariedades ou restrições. O artigo de Pincelli e Américo explica esta teoria através dum simples processo de interpretação, mas também pela satisfação em interpretar o humor:

através das informações contraditórias presentes num texto de humor, a nossa mente busca conciliar as interpretações possíveis. Como essa conciliação exige esforço mental, sentimo-nos recompensados quando alcançamos. Quando aceitamos a ambiguidade do humor, sentimos prazer e expressamos isso por meio do riso (Pincelli & Américo, 2019, p.4221).

A teoria da violação representa a ideia de que uma piada é boa quando viola um conjunto de normas e princípios que muitas vezes estão relacionadas com crenças ou culturas. Esta teoria está relacionada com a teoria da superioridade e da validação, uma vez que o autor explica que, quando uma piada rompe uma barreira de princípios, o seu recetor sente-se superior pelo entendimento de que, à partida, não é politicamente correta, bem como pela noção do risível que, em princípio, é proibitivo (Pincelli & Américo, 2019). Assim, este somar de teorias dá a compreender os motivos do humor e explica o que faz rir a generalidade dos seres humanos, bem como estabelece regras para se fazer rir, garantindo, deste modo, que o recetor tem sempre um papel importante neste processo. Para uma graça, uma piada ou uma anedota funcionar tem de existir sempre uma relação, tanto mais forte quanto a compreensão das mesmas. A compreensão legitima o riso e o entendimento da piada, não deixando de parte a possibilidade de, nesta relação, poder uma piada ser considerada uma ofensa.

O humor apresenta diversos tipos de recursos para que a comédia possa fazer rir. Depois de vistas todas as mutações e evoluções da comédia, vários teóricos elaboraram uma lista com várias características e recursos que a comédia deve ter para atingir o seu propósito de fazer rir. Feito um levantamento, este enquadramento teórico recorreu a diversos artigos que expõem os recursos necessários à criação de um produto de comédia, entendendo-se que para fazer rir seja necessário recorrer a fórmulas bem conhecidas como a ironia, a reversão da expectativa, a paródia, a sátira ou o exagero.

Para uma posterior análise textual como elemento metodológico deste estudo, esta tese procura enquadrar os elementos que se caracterizam como recursos da comédia para fazer rir, obtendo respostas e conclusões sobre a utilização da comicidade na telenovela portuguesa em particular em *Festa É Festa*. Vários estudiosos sobre o riso e a comédia foram definindo os *cânones* deste género e ao que era necessário recorrer para fazer rir, assim, apresenta esta tese um resumo da teoria levantada em diversos artigos que explicam e expõem os recursos da comédia que alguns autores definiram.

Os recursos são necessários para a interpretação dos géneros da comédia, pois consideram-se:

... recursos de humor as figuras de linguagem ou retórica que geralmente estão presentes em textos humorísticos e são indispensáveis ao seu pleno funcionamento. São elas a sátira (e/ou paródia), a ironia, o sarcasmo, a alegoria, o exagero (ou hipérbole), o absurdo, a incoerência, o estereótipo, a pantomima (ou humor mecânico) e a digressão (Pincelli; Américo, 2010, p.4222)

Como já verificado neste capítulo, o género humorístico da comédia recorre a diversas características do Homem e da sociedade para fazer rir e verifica-se a possibilidade de tudo ser passível de riso, pois “com o exagero de certas particularidades individuais é possível parodiar tudo: os movimentos e as ações de uma pessoa, os seus gestos, o andar, a fala, os hábitos e os jargões profissionais” (Pincelli; Américo, 2010, p.20). O exagero torna-se assim um dos recursos utilizados pela comicidade. Exagero como recurso cómico também pode ser denominado como hipérbole e demonstra-se ser um recurso com forte utilização; caracteriza-se pela utilização exagerada de alguns elementos, dando ênfase a características que podem tornar o momento risível. A hipérbole é um recurso bastante utilizado no humor, nomeadamente em textos humorísticos com cunho sátiro e irónico (Pincelli; Américo, 2010). A hipérbole não

se confunde, segundo Propp, com o grotesco, pois para este autor a hipérbole é um recurso cômico que releva as características negativas (Propp, 1992).

O absurdo é outra das técnicas usadas como recurso cômico em muitos textos humorísticos. Parte do segredo da comédia está em fugir à regra e aos *cânones* esperados, por isso é que as comédias que usam elementos incomuns para o senso da “normalidade” fazem rir. O absurdo mostra coisas sem sentido; de tão diferentes mostram-se absurdas, recurso irônico que não respeita leis ou regras previamente estabelecidas (Pincelli; Américo, 2010).

Pincelli e Américo apresentam um conjunto de recursos sobre o humor, nomeadamente a incongruência, que existe quando se introduz uma informação diferente, sem correlação ao já existente. Na comédia, a incoerência faz-se representar por desencontros de falas ou ações, como quando se diz a expressão popular “confundir alhos com bugalhos”. A ideia deste recurso é fazer rir através da confusão, criando “sentidos inesperados, absurdos, gerando, portanto, um efeito de humor” (Pincelli; Américo, 2010, p.4225). Outros autores chamam a este recurso Reversão de Expectativas. Skinner explica este conceito como “algo natural”, pois para nos rirmos de alguém ou algo, deve haver uma novidade ou uma surpresa.

A ironia é um dos recursos mais usados no humor e desdobra-se em vários tipos: “ironia dramática, oral, situacional e cósmica”. Estes tipos apresentam diferenças entre si enquanto recurso individual, pois considera-se que a ironia oral dá a entender uma situação sem a expressar na totalidade; a ironia dramática é um recurso dramático, pois todos entendem o significado exceto a personagem intérprete; na ironia situacional acontece o oposto do que é desejado e a ironia cósmica retrata a disparidade entre os desejos e a realidade, ou seja, torna-se risível a diferença e/ou impossibilidade do desejo de uma pessoa em relação à realidade que demonstra que tal sonho nunca vai acontecer. Estes diferentes tipos de ironia, ou técnicas de ironia, estão constantemente presentes num outro recurso que é o sarcasmo. Segundo Pincelli e Américo está também presente na antífrase (Pincelli; Américo, 2010, p.4224). O recurso da ironia representa uma fina camada de humor, pois permite, de forma subtil, passar de forma indireta mensagens que de forma direta poderiam passar a ideia de má educação, sendo que na antífrase a ironia representa-se de forma mais literal. A ironia está relacionada também com ideias como a superioridade, a intelectualidade, a agressividade e o intelecto, pois o cômico, quando usa a ironia como recurso, exprime o contrário do que está a dizer (Santos, 2012).

A paródia ou sátira apresentam conceitos chave para a comicidade e a sua origem está relacionada com o período do teatro romano. Nessa época, a sátira era usada com o objetivo de “denunciar a moral social ou para a autodepreciação do autor”. Esta razão continua a ser o objetivo da sátira social até aos dias de hoje e a sátira resume-se à capacidade de “representar os defeitos dos homens, especialmente os de carácter moral, como a inveja, o servilismo e o egoísmo” (Pincelli; Araújo, 2010, p.4223). Na paródia ou sátira o texto humorístico é alterado, ou melhor, é intrincado de forma que o recetor da piada pense e entenda a mensagem. A sátira obriga a uma crítica através da estratégia de utilização de metáforas. Segundo Propp, a sátira é um exagero que provoca o riso; no entanto, nem toda a paródia precisa de exagero, pois os acontecimentos negativos também podem ser alvo de sátira, uma vez que está ligado a uma crítica, existindo uma tentativa de combater falhas sociais. O autor também entende que a sátira está, em muito, relacionada com a atitude do gozo (Propp, 1992).

Um dos recursos usados pela comédia para suscitar humor é a pantomima, referida em diversos textos, representada pelo termo humor ou representação mecânica. Como o próprio nome indica, usa meios do corpo para fazer rir. Uma queda intencional ou não é passível de suscitar o riso. Define-se este recurso como “a representação de sentimentos exclusivamente por meio de gestos feitos com mãos, braços e a face” (Pincelli; Araujo, 2010, p.4226).

Existem, entretanto, outros recursos relevantes para este estudo. O sarcasmo é um deles, pela sua capacidade de criticar de forma indireta, cumprindo um dos pressupostos da comédia. Esta capacidade de crítica do sarcasmo é muito semelhante à ironia, mas apresenta-se mais “mordaz”, quem satiriza tem um discurso mais agressivo do que o irónico, que tende a ser um humor mais volátil. Relevante é também relacionar os recursos com as teorias do humor. Neste caso, o sarcasmo liga-se à teoria da superioridade e da incongruência (Pincelli; Araújo, 2010). Estes autores também destacam a alegoria como recurso cómico, por representar algo de forma indireta, fazendo-se passar por outra, recorrendo à metáfora. São exemplos as fábulas e a sua utilização de animais para dar um duplo sentido a um texto.

Consideram-se também recursos de humor na comédia o estereótipo e a digressão. O primeiro é hoje, quando usado, alvo de críticas devido ao politicamente correto, contudo, a utilização de estereótipos é, segundo teóricos, um forte atrativo para o riso, pois aproxima o recetor das piadas que pode partilhar os mesmos preconceitos dum estereótipo. “O humor é abundante em piadas com estereótipos (definidos como construções intencionalmente exageradas), como as

loiras burras, gays...”. Esta utilização em tempos do politicamente correto pode ser um entrave em textos cômicos, o que obriga autores, atores ou intervenientes nas piadas a terem uma constante atenção a este recurso humorístico. Por fim, a digressão é o último recurso a ser apresentado. Este resume-se a fazer um desentendimento, um “desvio de rumo na narrativa”. É bastante utilizado em *sitcoms*, quando as personagens apresentam constante confusão e desentendimento (Pincelli; Araújo, 2010, p.4226).

Os recursos representam deste modo, os pilares basilares para a criação de comédia e juntamente com estes recursos que estão fundamentados de forma teórica existem outros que passo a enunciar: eufemismo; linguagem; associação da obra original; caracterização; versão; surpresa; novidade; caricatura; hipérbole; grotesco; acompanhamento musical; imitação; repetição; acontecimento; cômico de situações; efeito de bola de neve; superioridade; pessimismo; um acontecimento; moralidade; gozo e sátira social. A sua utilização ajuda a cumprir o objetivo da comédia, fazer rir.

Dois dos autores fundamentais na caracterização da comédia e nos recursos que existem são Bergson e Propp. A forma como eles olham para a forma de fazer rir demonstra-se útil para interpretar o humor em telenovelas, o que será feito não só como método para esta tese bem como descrito em pormenor no capítulo sobre a utilização de humor nas telenovelas, pois as teorias dos autores ajudam a interpretar as telenovelas cômicas já feitas, como *Éta Mundo Bom* e já foi analisada na forma como usa os recursos cômicos.

3.3 a *sitcom* e a presença da comicidade na telenovela

A televisão brasileira começou a recorrer à comédia desde cedo. A TV Tupi, uma histórica emissora do Brasil, recorreu no início à comédia como forma de entretenimento e ainda hoje é lembrada por isso. Na lembrança emocional dos espectadores da TV Tupi estão os bordões, as personagens e as “tiradas”, que são agora expressões recorrentes. No entanto, esse exemplo ocorre na Europa, com provas dadas de sucesso em Espanha, França, Alemanha e Portugal. Na jovem televisão portuguesa, estreada em 1957, hou comédia em programas chamados “variedades”. Foi muito popular o programa *Zip Zip*, um *talk-show* que contava com a apresentação e a participação cômica do ator Raul Solnado.

Os programas de humor televisivo são, em grande parte, as chamadas *sitcoms*, mas a extensão cômica em televisão é mais extensível do que isso, pois está presente noutros programas de entretenimento, séries e até telenovelas. No entanto, coloca-se a questão de refletir sobre as características do humor na televisão, diferenciando dos demais *media* que também recorrem ao humor. Sobre o humor na televisão brasileira, Rosa (2004) faz um roteiro e uma análise das algumas evoluções necessárias para entender as razões do seu sucesso. Segundo a autora, a televisão brasileira comprovadamente usa o humor desde cedo, e, pelo menos até aos anos 80, as personagens destes programas eram altamente caricatas e representativas da sociedade. Tinham forte capacidade de representação social, por isso, a razão de sucesso em audiência, conseguindo passar esse espelho social. A observação da autora casa, não só com a dos outros autores que demonstram a necessidade de representação no humor, mas também que tudo o que fuja à realidade se torna risível. Considera que, quanto mais a comédia for próxima de representatividade, mais consegue captar audiência. Assim, uma das primeiras conclusões, relativa às telenovelas, é que, na maioria das vezes, o núcleo cômico é mais próximo ao típico público da telenovela do que a outros núcleos.

Considerou-se relevante olhar para a *sitcom* e entender a sua utilização, para partirmos de uma base teórica sólida sobre a comédia e o seu desenvolvimento até à utilização nas telenovelas, até porque, como já visto no enquadramento desta tese, a televisão foi apropriando outros formatos ao longo da sua evolução, nomeadamente o teatro e parte da história da comédia na televisão também passa por essa evolução. *Sitcom* é uma expressão originária do inglês para reduzir o termo *situation comedy*, ou seja, comédia de situação, em tradução para português (Messa, 2006). Este género cômico foi desenvolvido nos EUA, mas está hoje disseminado em muitos países, existindo não só adaptações como localizações de formatos. É um género televisivo puramente cômico, tal como indica a sua etimologia e a sua formulação técnica é básica, pois trata-se de um texto cômico em que toda a narrativa gira em volta de um núcleo e todas as personagens giram em torno desse mesmo núcleo. Para se transformar em comédia, segundo Messa, as personagens são estereotipadas devido a fatores como a necessidade de se criar uma identificação com o espetador quase imediata. Este género de série cômica se distancia do seriado devido ao facto de, por norma, cada episódio abrir e encerrar a sua narrativa. Tal como as telenovelas, a *sitcom* é um produto televisivo com forte referências sociais, em que se podem abordar temas de relevância social (Messa, 2004, p.1). Corroborando a ideia desta autora, Marc reforça que este género serve para levantar temas sociais, mas

também para aproximar pessoas, criando uma harmonia entre as personagens e as audiências que nelas se reconhecem (Marc, 1989).

A abordagem social da *sitcom* é, por vezes, complicada devido às características da comédia, como o exagero e a utilização do estereótipo. No entanto, essa abordagem social é matéria para muitas *sitcoms* e é assumidamente o motor para história de algumas das mais relevantes séries cómicas feitas no mundo, como duas séries, inspirada uma na outra, que abordam assuntos considerados relevantes e com atualidade de forma leve e corajosa para fazer humor (Furquim 1999). Referimo-nos à *sitcom* britânica *Yes, Minister* e a sua adaptação portuguesa pela RTP, *A Mulher do Senhor Ministro*, inspiradas na atualidade política, utilizando a forma de sátira para caricaturar a sociedade. *A Mulher do Senhor Ministro* usou para além da sátira, o estereótipo através das personagens.

A televisão apropriou-se deste género cómico, tornando-o seu e dos mais relevantes géneros televisivos. Aquando do início do desenvolvimento do *medium*, a *sitcom* foi repescada da rádio, uma vez que nos anos 20 a *sitcom* era um conteúdo radiofónico conhecido como *Situation Comedy* e serviu como inspiração para o início das séries cómicas de televisão nos EUA nos anos 40, juntando-se-lhe apenas a imagem. Dez anos após o início da *sitcom* nas televisões, nos anos 50, os principais canais americanos (ABC, NBC e CBS) já tinham realizado cerca de uma dezena de *sitcoms*, tornando o género um sucesso televisivo e um dos programas mais produzidos, garantindo, além do agrado da audiência, a internacionalização americana, vendendo muitas séries cómicas para o resto do mundo.

Registada a evolução teórica e a importância que a origem da *sitcom* teve para a evolução cómica na televisão e na apropriação da comédia pela telenovela existem algumas características que se considera úteis expor, pois a forma como teoricamente uma *sitcom* se compõe para fazer rir, cruza-se com a forma que uma telenovela constrói a sua comédia para ter graça e provocar riso na audiência. Bonaut e Grandío definem algumas das principais características das *sitcoms* e observam que este conteúdo televisivo deve ter 22 minutos, a sua estrutura por norma dividida em três atos, construída em volta de uma personagem principal, com uma trama principal e uma trama satélite. Para estes autores, o humor constrói-se através de piadas feitas em diálogo e com as técnicas dos recursos humorísticos. A principal distinção está no facto de os atores terem um maior destaque para a presença oral do que física, uma vez que a *sitcom* dá maior destaque aos diálogos. A presença de público é um dos pilares basilares

deste género cómico, uma vez que motiva a audiência a sentir identificação com o grupo, ou seja, cria uma claqué que legitima o riso (*apud* Mills, 2009). Esta justificação para a necessidade de público em estúdio vai ao encontro das características do humor já referidas neste capítulo.

Verifica-se também na *sitcom* como a comédia influenciou o crescimento de géneros que se apropriam dela na televisão, por conseguir ser forte a familiarizar as audiências com as personagens. Permite algo essencial neste *medium* que é a fidelização do público através de reconhecimento das personagens retratadas na comédia, ou seja, o espectador considera uma situação caricata engraçada e transpõe para si mesmo as peripécias. Essa consequência fez da *sitcom* um dos formatos televisivos com maior sucesso em mercados como o americano, mas também latinos e no português, apesar da preponderância da telenovela (Mills, 2009).

A comédia televisiva na *sitcom* ou noutros tipos de programas “vai utilizar um novo código para atrair o telespectador, como a caricatura do *nonsense*” (Brandão, 2010). Esta ideia de *nonsense* é muito relevante nos diversos tipos de comédia e fez escola em Inglaterra, como por exemplo em Monty Python.

Portugal manteve até hoje uma forte tradição de comédia na televisão. Desde os anos 50 que se fizeram diversos tipos de programas humorísticos ou com a presença de comédia. A presença da comédia na televisão nacional deve-se à mesma razão já verificada na televisão global, o sucesso que a comédia traz agarrado a si. Assim, verificamos que, ao longo da história da televisão portuguesa, várias vezes surgiram programas de sucesso: como foi o caso de *Gente Fina é outra coisa* (1982); *Nico d'Obra* (1993); *A Mulher do Senhor Ministro* (1994); *A Loja do Camilo* (2000); *As Lições do Tonecas* (1996); *Prédio do Vasco* (2004); *Camilo e Filho* (1995); *Malucos do Riso* (1996); *Aqui Não Há Quem Viva* (2006). Estes programas são apenas algumas das mais mediáticas *sitcoms* do entretenimento televisivo em Portugal, mas destacam-se outros de cariz humorístico com grande sucesso que recorreram a histórias cómicas, fazendo. Destacam-se programas de Herman José como *O Tal Canal* e *Herman Enciclopédia*; assim como *Gato Fedorento*; *Estado de Graça* e *Donos Disto Tudo*.

Nos anos 2000 o mercado de produção nacional de televisão encontrou nas telenovelas um filão de audiências quase garantidas, reconhecendo vontade na generalidade dos espectadores portugueses em estar não só predispostos para a comédia, mas também para o género

“*melancolicotrágico*” de uma telenovela. Começou-se a partir daí, a explorar a comédia não só nos formatos assumidamente humorísticos, mas também na telenovela que chamava a si momentos de humor geralmente representados por núcleos cômicos, quase sempre presentes na tradicional narrativa da telenovela, desvirtuando o ambiente e tom melancólico de uma novela e trazendo leveza, para deixar o espectador bem-disposto pela consequência do riso que esse núcleo lhe provoca em comparação ao demais núcleos.

Não seria possível discorrer sobre a teoria que compõe *Festa É Festa* sem olhar para um outro produto cômico, as séries que, pegando na telenovela, fazem uma sátira do próprio formato. *Festa É Festa* é a primeira telenovela assumidamente cômica a ser feita em Portugal, retirando todos os clichês da narrativa e usando os princípios e pressupostos da comédia, podendo aqui gerar-se a grande dúvida desta investigação, que é saber se a telenovela da TVI continua a ser uma telenovela ou se transformou numa *sitcom*. No levantamento teórico realizado, rapidamente se encontraram exemplos não só de novelas cômicas, o que pode provar que a telenovela cômica já se assumiu um subgénero da telenovela, mas também de conteúdos cômicos que vivem só da sátira, ou seja, faz de conta que é novela, mas usa só a narrativa para gozar com o produto. Em Portugal é inevitável não referir *Pôr do Sol* e entender como este produto cômico satiriza a telenovela, mas não se compara a *Festa É Festa*, um produto cômico. A ideia de fazer gozo da telenovela não é uma inovação portuguesa, pois no Brasil este género já faz escola há vários anos, nomeadamente a TV Globo escolheu para si uma estratégia de casar o formato telenovela com este, pois estas séries de sátira à telenovela começam logo depois do final de um episódio da novela satirizada; um dos sucessos foi a sátira à telenovela *Laços de Família* que, na versão humorística, passou a ser *Esculachos de Família* (Brandão, 2010). Este formato ganhou um grande sucesso e o seu objetivo recair na “inversão de todos os signos da telenovela... É uma continua produção de ambiguidades cuja estratégia é uma leitura que leve ao riso” (Brandão, 2010, pp13). No artigo aqui referenciado, a autora explica que esta sátira é também uma forma de homenagear a telenovela através de algumas características como:

...jogos de cena; contorções e caretas, elementos burlescos, uma maneira lúdica de conduzir o diálogo. As reproduções dos figurinos das personagens também são elementos da caracterização jocosa das mesmas. Perucas loiras ou morenas, roupas coloridas com estamparias, joias, bijutarias – todos esses elementos ajudam na composição caricatural e buscam uma semelhança com o físico e a estilo visual da personagem que será imitada – todo esse conjunto é uma fantasia cômica (Brandão, 2010, pp13)

A alteração à estrutura e narrativa feita a *Festa É Festa* pode cair na confusão de formatos, podendo deixar o espectador baralhado sobre o formato que está a ver, ou seja, se se trata de novela, devido à constante comédia e utilização do *nonsense*, que não se compara a algo como *Pôr do Sol*, ou a uma *sitcom*. Este género é, assumidamente, uma série que usa os recursos acima descritos para gozar com as telenovelas produzidas nos canais de televisão privados em Portugal. Feita a distinção neste capítulo, ficou expressa a ideia de que a telenovela se apropriou da comédia para compor a trama melodramática e isso também é alvo de diversas teorias interpretadas nesta tese, pois a perceção de como é utilizada a comédia na telenovela ajuda a desbloquear caminhos na criação deste subgénero.

A telenovela portuguesa adotou características muito semelhantes à telenovela brasileira, como evidenciado através da literatura, e essa adoção também trouxe a apropriação da comédia a este género melodramático. A utilização do humor na telenovela é um recurso usado praticamente desde o início deste género e está presente de várias formas, desde a piada feita de sarcasmo, ironia ou duplicidade de sentido, as personagens totalmente cómicas pertencentes a um núcleo cujo texto é humorístico e que destoa das restantes personagens, a utilização de jargões que se popularizam junto do público e remetem ao humor, até à utilização de recursos como a sonoplastia. Desde logo, quando se fala em comicidade na telenovela e jargões que ficaram para a história, uma das novelas que se deve referenciar é *Roque Santeiro*, um dos maiores sucessos da TV Globo e que utilizou bastante a comédia. Estreou no Brasil em 1985 e também em Portugal fez sucesso sendo emitida na RTP em 1988. Para a memória fica o jargão do personagem Sinhozinho Malta que caiu em graça junto do público: “Tô certou ou tô errado”. Este exemplo explora a forma como, muito cedo, a telenovela percebeu a relevância da comédia nas audiências e como utilizou cada um dos recursos necessários para fazer rir. O Brasil juntou a *Roque Santeiro* outras telenovelas bastante cómicas como *Vamp*; *O cravo e a Rosa*; *Perigosas Peruas*; *Guerra dos Sexos*; *Ti-ti-ti*; *As Filhas da Mãe* entre outras que marcaram pelo recurso ao humor. As novelas referidas foram, muitas delas, transmitidas no *slot* das 19 horas no Brasil, porque neste mercado as telenovelas transmitidas neste horário já representam um subgénero próprio, tendo histórias mais leves e tendencialmente cómicas, como é o caso de uma novela essencial para o levantamento teórico desta tese, *Êta Mundo Bom*, da TV Globo. Deste modo, criou-se no Brasil um subgénero da telenovela cómico e de narrativa leve.

Autores como Wuo e Coelho expõem a teoria de que existem dois estilos de telenovela, a mais tradicional, baseada no melodrama em que a história se apoia num elemento trágico, muito

comum nas telenovelas mexicanas, e o estilo da telenovela moderna que fez escola no Brasil. Este estilo trouxe proximidade e realismo cotidiano à novela televisiva, assim como forte presença de regionalismos e de temáticas variadas que podem ir de classes ao gênero (Wuo e Coelho, 2018). O Brasil explorou novas alternativas ao melodrama e trouxe às suas tramas maior leveza e menos tensão dramática; prova disso é uma das maiores formas de comicidade presente na telenovela, que é a utilização dos jargões cômicos. O jargão, ou bordão, foi largamente teorizado por Costa Junior e Sá, que explicitam a importância do jargão e qual o seu significado. O jargão é, segundo os autores, um meio que se começou a usar nas telenovelas e onde se reflete fortemente o cariz cultural, bem como a identificação entre o público e o produto. O bordão é um elemento textual que pode usar o duplo sentido ou então a espontaneidade. Estes autores mostram a forma como numa telenovela se popularizou uma frase que ganhou carisma popular. Na telenovela *O Clone*, numa ação em específico, trocou o bordão “não é brincadeira não”, por “nê brinquedo não”. Este bordão mostra a forma como são utilizados, dando intimidade, verosimilhança e identificação à linguagem da audiência e à história que se quer próxima dela. O segredo do jargão está na forma como se popularizou junto das massas e ganhou vida própria na linguagem comum (Sá; Junior, 2006). As telenovelas brasileiras foram pioneiras neste recurso de linguagem, mas Portugal tem também exemplos de frases que passaram da novela para a boca do público, como o popular “*trinca-espinhas, o caraças*”, na telenovela *Anjo Selvagem*. Para a história ficam imensos sucessos deste recurso. Desde *Roque Santeiro* até *Êta Mundo Bom*, são vários os exemplos, como: “*Vamos deixar os entretantos e partir para os finalmente*” (*Bem Amado*); “*Tô certo ou tô errado*” (*Roque Santeiro*); “*Nos trinquês*” (*Tieta*); “*Stop salgadinho*” (*Explode Coração*); “*Oxente, my god*” (*A Indomada*); “*Deite que eu vou lhe usar*” (*Gabriela, Cravo e Canela*).

Já referido nesta tese, no Brasil, o horário das 19 horas assumiu o palco da comicidade como elemento central na narrativa destes produtos, por isso, revela-se interessante olhar para estas novelas e perceber como estão construídas. Coelho e Wuo expõem os conceitos da comédia na telenovela e exemplificam como se pode transformar a comédia num produto de telenovela. No caso de *Êta Mundo Bom*, transmitida às 19 horas no Brasil e em horário semelhante em Portugal, foi através de recursos como “a repetição, o travestimento, associação com animais, inocência, duplicação de personagens e muita confusão por nada”. Esta telenovela tornou-se bastante cômica porque fez uso de várias técnicas de comédia, sobretudo com a utilização de humor textual onde constantemente se recorre ao duplo sentido, como é o caso dos jargões muito repetidos, como a “*respiração boca a boca*”, o “*canto do galo e cegonho*”, ou a

personagem *Cunegundes* corrigindo sistematicamente o seu nome, fazendo uma pausa depois de “cu”, “cu-negundes”, Estes jargões trouxeram repetição e eram sempre sinónimos de intenções ou ações sexuais. Esta telenovela utiliza diversos recursos cômicos teorizados por Propp (1992) e Bergson (2001) nas mais diversas personagens e ações, como a utilização de confusão, expressões de relação ou comparação animal ou até certa ingenuidade das personagens, que cria riso. Adaptação de um filme de 1954, esta novela, mostra através da comédia a “ingenuidade, a pureza, a esperteza, a curiosidade, a inteligência, a alegria do povo caipira e, por conseguinte, do ser humano. Uma história de esperança contada de forma cômica” (Coelho; Wuo, 2018, p. 153- 154),

Em resumo, a comédia na telenovela assumiu um papel de destaque com fortes exemplos de ajuste da teoria da comédia num género marcado pelo melodrama, existindo já a ideia sólida de que a novela cômica é um subgénero, pois mantendo a matriz de telenovela tradicional, o texto e demais elementos presentes tornam-se passíveis de ser humorísticos usando técnicas e recursos estudados na teoria, ajudando a entender o sucesso de *Festa É Festa*.

Capítulo 4 - Apresentação da problemática em estudo

A problemática em estudo analisa a telenovela da TVI *Festa É Festa* e pretende concluir e interpretar as razões do seu sucesso, analisando as alterações estruturais que trouxe à sua matriz. Esta investigação também pretende observar e analisar com maior pormenor a comicidade na telenovela portuguesa e concluir a sua importância neste género e junto da audiência, verificando o que a comédia pode aportar de positivo à telenovela portuguesa.

Este estudo sustenta-se em diversos trabalhos científicos que demonstram que a comédia como género pode ter uma importância decisiva na audiência de uma telenovela. Num estudo de 2005 analisou-se o crescimento de mercado português de produção de telenovelas e a relação que o público mantinha com este formato, observando-se preferências dos espectadores da telenovela portuguesa. Concluía-se que um dos fatores preferidos dos entrevistados no inquérito recaía na comédia. O gosto pela comédia manifestou-se nos entrevistados com idades compreendidas entre os 14 e os 22 anos, um público jovem, e no público com mais de 45 anos. No entanto, esta faixa etária revelava um gosto mais abrangente (Burnay, 2005).

Este estudo serviu de impulso para a problemática em análise, pois juntando o facto de a comédia ser regra em todas as telenovelas feitas em Portugal ao sucesso de audiência que representa *Festa É Festa* tendo só uma narrativa cómica, concluiu que os espectadores de novelas têm uma propensão muito forte para a comédia. Daí resulta a necessidade de estudarmos as razões para a importância da comicidade na novela portuguesa e que concretização ela tem tido nos últimos 13 anos, assim como a importância deste macrogénero no género novela, através do caso de sucesso que foi *Festa É Festa* até abril de 2024.

4.1 Objetivos de investigação e questões de investigação

A comédia é um género ficcional como outros presentes na telenovela, o que já apresentámos no capítulo terceiro do enquadramento teórico. Desta forma, a comédia ganha relevância em ser estudada separadamente, sendo objetivo de investigação desta tese saber a importância da comicidade na telenovela portuguesa e de que forma/efeito uma novela adequou a narrativa cómica em toda a sua trama. Espera-se, neste trabalho de investigação, concluir, com a metodologia adotada, vários fatores: como pode ser a comicidade nas telenovelas portuguesas um fator de fidelização da audiência; se este género tem vindo a aumentar nas produções de

telenovelas nacionais nos últimos anos 13 anos em Portugal, a ponto de ser fulcral para uma equipa de direção de um canal tomar a decisão de criar uma telenovela totalmente cómica; perceber quais são as razões para o êxito de audiência da novela da TVI e se existe uma tendência, ou não, na apresentação cómica da telenovela em Portugal.

Com a definição da problemática em estudo e dos objetivos que eles pretendem ver concluídos, desenvolveram-se questões de investigação que orientaram todo o trabalho. Desta forma, garantiram que a metodologia usada e a bibliografia levantada para o enquadramento teórico desta tese pudessem contribuir para as conclusões a que se propõe. Por conseguinte, e procurando perceber a importância da comicidade na telenovela e o que este género representa para a audiência, bem como quais as razões para o resultado do sucesso de *Festa É Festa*, definiram-se para esta investigação duas questões:

1. Qual a importância da comicidade nos guiões das telenovelas portuguesas e qual a resposta da audiência?
2. Que alterações *Festa É Festa* pode ter implementado no mercado de telenovela portuguesa e quais as razões para o seu êxito de audiência?

Os objetivos e as questões de investigação permitiram desenvolver uma estratégia de metodologia mista que alberga vários métodos, procurando ser um elemento futuro para a discussão sobre a telenovela portuguesa e a comicidade neste género.

4.3 Limites da investigação

Como qualquer estudo de carácter científico verificaram-se limites de investigação que importam expor antes da apresentação da metodologia escolhida e da apresentação dos dados empíricos levantados. Esta investigação decorreu ao longo do ano de 2023 e todas as suas tarefas metodológicas tiveram por base os limites que se poderiam vir a encontrar ao longo da elaboração desta tese. Uma das limitações a esta dissertação de mestrado tem a ver com a capacidade de previsibilidade do futuro da novela, ou seja, qualquer alteração no decorrer da investigação poderia pôr em causa algumas decisões metodológicas. Exemplificando, uma mudança no rumo da telenovela, da direção ou estratégia da estação, podia pôr em causa as decisões definidas no início. Foi também estabelecido que para este estudo poder chegar a uma conclusão, deveria existir uma data para levantamento de dados ou pesquisa de informação,

fazendo a análise entre a estreia da novela até abril de 2024, sendo apenas esse o espaço temporal que interessava estudar.

Não foram nunca abordados limites de investigação por parte do canal de televisão e da produtora que produzem *Festa É Festa*, tendo existido carta branca para a elaboração de todo o estudo e de todas as abordagens metodológicas. O estudo foi realizado, por isso, com total liberdade e os limites foram apenas definidos por mim e pela orientação, com o objetivo de não extrapolar o sentido da investigação proposta.

Capítulo 5 - Metodologia

Apresenta-se neste capítulo a sugestão metodológica tendo como objetivo responder às questões levantadas para a investigação sobre a comicidade na telenovela portuguesa e quais são as razões para a criação de *Festa É Festa*, bem como quais serão as razões de êxito de audiência desta telenovela. A justificação das escolhas metodológicas reflete uma abordagem já validada por vários autores, que consideram que a escolha metodológica e a escolha das técnicas utilizadas são tomadas em função da natureza da investigação e, por isso, dependem dos objetivos do estudo e das questões da investigação (Carmo & Ferreira, 2008; Cohen, Marion, & Morrison, 2007; Gonçalves, 2004).

Para a abordagem a esta investigação, optou-se por uma estratégia metodológica mista. A metodologia complementa cinco métodos: a entrevista semiestruturada; análise quantitativa da presença cômica das telenovelas portuguesas de 2010 a abril de 2023; análise dos recursos humorísticos usados em *Festa É Festa*; análise de audiência; e uma participação observante em gravações da telenovela em estudo. Esta abordagem metodológica contempla uma fase exploratória e prática, sendo a exploratória uma leitura teórica sobre o tema investigado e a fase prática a elaboração dos guiões de entrevista e do grupo de foco e depois as suas respetivas realizações e análise, foram, por isso, essenciais obras de: Eduardo Cintra Torres; Catarina Duff Burnay; Jorge Paixão da Costa; John Mercer e Martin Shingler; Peter Berger e Vladimir Propp.

Feito o levantamento teórico, o segundo passo desta metodologia passa pela análise a uma recolha de dados das telenovelas portuguesas emitidas por RTP, SIC e TVI, entre 2010 e abril de 2023. Este levantamento representa a observação das telenovelas portuguesas analisando a sua composição antes da estreia de *Festa É Festa* e depois de *Festa é Festa* até abril de 2023. A recolha estuda quantos títulos foram exibidos pelas estações televisivas naqueles 13 anos, quem as produziu, quantos episódios tiveram, quantos atores, qual foi a audiência média e se tinha presença cômica e núcleos exclusivamente cômicos. Esta análise permite responder à pergunta sobre a presença cômica na telenovela e se, após a exibição de *Festa É Festa*, houve um aumento de comicidade nos títulos que a seguiram, ou se houve alguma alteração que mereça destaque ou justificação. Esta opção metodológica é uma técnica que procura viabilizar o caso em estudo e permite a verificação empírica (Pardal & Lopes, 2011, p.70).

O segundo elemento metodológico é composto por entrevistas realizadas a agentes do mercado de telenovela e a intervenientes responsáveis pela produção de *Festa É Festa*. As entrevistas foram divididas em dois grupos. No primeiro, entrevistou-se um responsável da direção de programas da TVI, o autor da telenovela e o diretor de atores da telenovela em causa. O objetivo deste grupo de entrevistas foi entender as razões para a criação desta telenovela cómica e quais as razões para ela o seu sucesso de audiências. O segundo grupo constitui-se de entrevistas de contraste, nome que se deve ao facto de ter o objetivo de entrevistar elementos do mercado concorrentes da TVI/Plural que pudessem prestar uma análise crítica à presença de comicidade na telenovela e em *Festa É Festa*. As entrevistas realizadas ao Dr. Pedro Canais, ao Dr. Pedro Lopes, ao autor Roberto Pereira ao diretor Joaquim Nicolau e ao Dr. João Patrício cumpriram no seu guião quatro temáticas e quatro variáveis com o objetivo de obter as respostas essenciais à conclusão da investigação. Assim, todas as entrevistas tiveram como variáveis para a elaboração de perguntas: a forma e técnica do género telenovela; o género e mercado de telenovela portuguesa e qual a sua representação; a comédia e o humor como género linguístico e a sua utilização na telenovela; análise ao formato *Festa É Festa* e análise técnica, linguística e estratégica da novela. A escolha desta técnica explica-se pelo facto de a entrevista ser um método associado a estudos interpretativos e qualitativos na recolha de dados, informações ou análise. (Sá; Costa; Moreira, 2021)

A terceira opção metodológica é uma análise textual aos recursos humorísticos usados na telenovela *Festa É Festa*. Este método pretende ajudar a provar a existência da comicidade da telenovela como elemento central da narrativa, bem como que tipo de recursos humorísticos a telenovela da TVI utilizou para fazer rir as audiências e posteriormente fidelizá-las ao produto através da comédia. A opção analisa não só os recursos presentes em *Festa É Festa*, mas também compara a telenovela cómica com géneros assumidamente cómicos (*Camilo & Filho* da SIC e *Aí a Minha Vida* da TVI) e a outro seriado constantemente comparado a *Festa É Festa*, a série da RTP *Bem-Vindo a Beirais*. A grelha teve em conta os recursos do humor com base em Bergson e Propp, expostos atrás, no capítulo três. Assim, definimos seis recursos: Reversão da expectativa; exagero; ironia; representação mecânica; paródia e sátira. A juntar a estes recursos, a análise procura a utilização de elementos como a hipérbole, o grotesco, a repetição, o acompanhamento musical, a sátira social, a linguagem, a antífrase, sarcasmo e eufemismo, a repetição, a imitação, a pantomima e a caricatura.

A junção dos métodos apresentados será apresentada e discutida no capítulo VI e as respostas obtidas através deste desenho de investigação servirão de conclusão ao tema estudado na tese.

Capítulo 6: Apresentação e Discussão dos Dados Empíricos

Definida a metodologia para esta tese, assente em cinco opções, apresenta este capítulo os dados obtidos que permitem responder e clarificar as questões de partida da investigação. Optou-se por apresentar os dados de forma separada na sua generalidade, criando, porém, relações e primeiras conclusões com os dados empíricos obtidos, pois os métodos complementam-se e permitem dar respostas uns aos outros. Essa foi, de resto, uma das motivações, pois permite confirmar informações ou formular questões para que se obtenham dados úteis e se prove a importância e a utilização significativa da comédia na telenovela portuguesa, bem como quais os motivos empíricos para a aceitação da audiência a *Festa É Festa*.

6.1. Análise de audiência

A observação da audiência é uma das formas de poder analisar a telenovela *Festa É Festa* e quem o seu público e as suas características. A telenovela *Festa É Festa* estreou em abril de 2021 e contou até ao final de 2023 com oito temporadas. Para a interpretação e análise nesta tese apenas foram contabilizadas seis temporadas emitidas de 26 de abril de 2021 a 29 de abril de 2023. O que se propôs interpretar foi quem foi e como se comportou a sua audiência da telenovela. Verificamos resumidamente que, nesse período, *Festa É Festa* foi vista em média por 963,485 espectadores, sendo a maioria mulheres (60,1%), da zona norte do país (39,4%), da classe social D (40,5%) e com idades entre os 55 e mais 57 anos.

Pelos dados disponibilizados pela *MediaMonitor* verifica-se que, da primeira temporada de *Festa É Festa* até 29 de abril de 2023, a telenovela perdeu 2,7% de audiência e 4,5% de *share*, mas estes números tornam-se relevantes quando personificamos esta audiência, pois, existem pequenas flutuações nas características do público que ressaltamos neste estudo, especialmente quando o comparamos com algum conhecimento teórico sobre o comportamento das audiências tipo de novelas em Portugal. A televisão generalista portuguesa é vista em especial por pessoas da faixa etária mais velha, com menos escolaridade e menos poder económico e tem maior incidência nas zonas do Norte e do interior do país; vários estudos indicam que são as mulheres quem mais consome televisão durante o dia e em horário nobre, sendo que neste a televisão tende a tornar-se mais generalista no seu consumo (2008). As telenovelas são mais vistas por mulheres, por pessoas com mais de 65 anos, classe social baixa tendo maior audiência na zona Norte ou interior. Sousa e Morais realizaram um inquérito que visava conhecer as audiências

das telenovelas e concluíram que, em 2012, a novela mais vista tinha uma média de 30%, (menos 10% do que terá *Festa É Festa*), e a telenovela representava um “fenómeno dicotómico”, pois a maioria dos inquiridos espectadores via telenovelas, com maior destaque para as mulheres (70%) em comparação com os homens (51%). O público de telenovela não só assistia a mais do que uma novela por dia, como era um público que tinha idades compreendidas entre 55 anos e 65 anos, sendo que a maior audiência, segundo os inquiridos, recaía em pessoas com mais 65 anos (66.7%). Por fim, é uma audiência que se representa como sendo menos letrada, pois 10,5% tinha a primeira classe e 55,6 % o ensino básico (Sousa e Morais, 2012). De notar, por último, um outro dado que ajuda a entender as audiências de telenovela para posteriormente se fazer uma melhor análise a *Festa É Festa*. Em 2015, um estudo feito pela Obercom ajudou a entender o comportamento dos espectadores com TDT. Estas são audiências mais envelhecidas e com menor poder económico. A seguir à informação as telenovelas são o produto mais consumido por espectadores com TDT (65,4%) e o número é superior quando comparado com pessoas que possuem mais canais, pois o valor de visionamento de telenovelas é de 58% a quem tem TV por cabo. Estes dados merecem relevância, pois ajudam a tipificar a audiência da telenovela.

Demonstrado que está o tipo de público de telenovelas, partimos agora para uma análise e avaliação ao perfil de audiências de *Festa É Festa* para se concluir se esta telenovela trouxe alguma novidade relevante neste âmbito. Quando estreada em 2021, *Festa É Festa* começou por concorrer contra a telenovela da SIC *Amor Amor* e, em comparação, para além da coincidência de terem uma anáfora no título, obtiveram nas suas primeiras temporadas valores muito semelhantes. *Festa É Festa* da TVI estreou depois, levou uma vantagem menor, mas quando avaliadas em conjunto a novela da SIC teve 12,8% de *rating* e 24,5% de *share*, em comparação com os 11,3% de *rating* e 21,5% de *share* de *Festa É Festa*. A primeira possível conclusão está na possibilidade de *Festa É Festa* ter ido buscar no seu início espectadores que não seriam espectadores tipo de telenovela e isso justifique os números de ambos canais, dado que não houve uma fuga de espectadores de *Amor Amor* para *Festa É Festa*, conclusão que também é retirada através das entrevistas realizadas.

De facto, segundo os dados da *MediaMonitor* a telenovela, nas suas fases de maior audiência, captou maior percentagem de espectadores da zona centro do país e de Lisboa, contrariando o domínio tradicional da zona Norte, mas também foi no período de maior audiência que captou um público de classes sociais mais diversas e de menor faixa etária. À medida que a audiência

foi caindo, cresceu o tipo de audiência-padrão das telenovelas portuguesas; este facto pode justificar uma das primeiras teorias desta investigação, que é sobre a possibilidade de a novela da TVI, devido à sua diferenciação no género, ter conquistado novas audiências ou ter reconquistado público que deixara de ver novelas.

6.2. Observação

Para diversificar a investigação e obter respostas sólidas recorremos a um dia de participação observante, para conhecer os processos de produção de *Festa É Festa* e as mecânicas da equipa, mas também verificar se existem diferenças na criação desta telenovela que expliquem ou ajudem a explicar o fenómeno. A participação ocorreu no dia 24 de setembro de 2023, o último dia de gravações antes da primeira longa pausa de gravações da temporada 8. Nos estúdios da empresa produtora da novela em Bucelas, o dia de gravações arrancou às 08h30 e o núcleo de gravação observado foi o das personagens Bino, Florinda e Carlos. As gravações diziam respeito à temporada 8 de *Festa É Festa* e ao 184º dia de gravações. O dia teve 16 cenas para gravar e a participação observou sete cenas, a par com os bastidores e toda a preparação técnica.

O ambiente observado foi de clara cumplicidade e grande entrosamento de trabalho e hábitos, as conversas e contactos foram sempre informais e a linguagem leve, ou até mesmo, de forte vernáculo popular. Observaram-se características interessantes da produção, nomeadamente o facto de a Plural estar a gravar a quinta temporada de *Festa É Festa*, mas a TVI (canal emissor), fazer uma gestão autónoma e diferente das temporadas. Falando com alguns elementos da equipa esse aspeto é justificado como uma questão de estratégia de concorrência, tal como me foi reportado com a telenovela *Para Sempre*, que segundo um elemento da equipa da Plural me diz que a TVI à data estava a emitir apenas três episódios da novela por semana, sendo que a emissão para o público era de segunda a sexta, ou seja, cinco episódios semanais.

Do ponto de vista técnico, a telenovela apresenta características comuns às demais concorrentes feitas em Portugal, como em entrevista informal a um dos realizadores da novela se esclarece. Pedro Brandão explicou os processos de execução desta novela e a forma como foi montada, para que mesmo com total presença de humor não deixasse de ser uma novela. O realizador relata alguma dificuldade inicial devido à inovação do produto, pois teve de existir por parte da equipa técnica e autoral bastante simplificação para que a fosse toda feita em quatro meses, o tempo previsto para a gravação. O realizador relatou também aspetos que para ele são decisivos,

como a estética que se manteve muito fiel ao tradicional no género telenovela. Segundo Brandão, se todos estes aspetos técnicos falharem ou forem alterados o espectador poderia sentir que não estava a ver uma telenovela e isso mataria o produto. Assim, mesmo com necessidades diferentes, como os tempos e espaços de comédia serem maiores, a grande preocupação de quem fez esta telenovela foi manter-se o mais próximo possível ao género, sendo o texto a única diferença visível em *Festa É Festa*, que era assumidamente cómico. A mesma certeza de que *Festa É Festa* é totalmente uma novela está presente em todos os entrevistados da TVI e da Plural, seja em observação ou nas entrevistas, mas esta ideia foi contrariada numa entrevista de contraste a Pedro Canais.

A entrevista ao realizador revelou-se elementar para entender a forma como se criou a novela e, desde logo, do ponto vista técnico e de produção afasta os críticos de *Festa É Festa* que dizem que esta telenovela da TVI não é isso mesmo, ou seja, uma telenovela, mas sim uma *sitcom*. Com um ambiente muito idêntico ao que se vive em bastidores de televisão e com todas as técnicas de produção de uma telenovela, o que se verificou na participação observante foi uma vasta equipa com a consciência de estar a fazer uma telenovela e tendo um alto cuidado em garantir que é isso que passa para o público, o que de resto, é visto num aspeto muito relevante observado e que conclui esta análise à observação, verificou-se uma preocupação assinalável com o texto e a sua interpretação, seja da parte do realizador em cena como do diretor de atores, ambos pedindo maior normalidade no texto, modificando o mesmo muitas vezes para que a interpretação conseguisse chegar a uma maior identificação com o público, de resto, um dos princípios da telenovela e da comédia, a constante procura pela identificação com a história e o público. Em conclusão, na entrevista feita ao realizador, fica clara a posição de Pedro Brandão que considera esta telenovela mais difícil de fazer, porque o próprio género comédia é mais trabalhoso e difícil de elaborar do que outros géneros.

6.3. Análise ao levantamento da utilização cômica nas telenovelas portuguesas de 2010 a 2023

Na observação às telenovelas portuguesas emitidas entre 2010 e abril de 2023, permitem-se fazer algumas conclusões sobre o mercado de forma generalizada, mas também concluir a importância da comédia/humor nas telenovelas portuguesas que são emitidas nos três canais generalistas nacionais. Numa avaliação global, em Portugal fizeram-se 58 telenovelas, a maioria da TVI. No entanto, regista-se uma maior aposta de produções da SIC depois da estreia

de *Festa É Festa* quando, de 2021 a 2023, a estação pôs a concorrer com a telenovela da TVI cinco telenovelas. Não tendo nenhuma destas conseguido roubar a liderança a *Festa É Festa*, desde logo conclui-se a dificuldade da SIC em responder ao sucesso de audiência revelado pela novela da estação de Queluz de Baixo.

A análise mais global sobre a produção de telenovelas dá conta de aspetos como o número médio de atores de cada título e conclui-se que a média não se alterou muito, pois as novelas contam sempre com 30 a 40 atores, exceção feita às da TVI, que, após a estreia de *Festa É Festa*, começou a apresentar menor número de atores nos elencos. A juntar a esta variável em análise, a audiência das telenovelas em estudo também foi tida em conta e pode-se concluir que, embora exista uma queda de público ao longo da década, a audiência manteve-se mais ou menos estável, de notar, no entanto, que à medida que se vai avançando nos anos, mais difícil fica a encontrar uma telenovela que passe a média de um milhão de espectadores.

As audiências são um estudo de mercado que permite avaliar do que se não quantas pessoas veem um produto televisivo e quem são, ou seja, para se obterem outras conclusões, nomeadamente a razão para a escolha das audiências gostarem de determinados géneros, os gráficos e grelhas de audiência não nos permitem explicar essas razões. No entanto, a grelha que observa a utilização de humor e de núcleos cómicos de 2010 a 2023, apresenta algumas características que são úteis e até relevantes para esta investigação. Duas das novelas de maior audiência durante o espaço temporal estudado foram *Mar Salgado* da SIC e *A Herdeira* da TVI. Nestas, a novela da SIC teve claramente uma maior utilização da comédia que *A Herdeira*, sendo até, uma das novelas onde o núcleo cómico se torna bastante popular junto da audiência. Por sua vez, alguns dos títulos com menor audiência da SIC e da TVI podem estar ligados a uma menor utilização cómica, uma vez que através da análise que se fez, observando as sinopses, vendo os *trailers*, promoções ou visualizando alguns episódios das telenovelas em causa, verifica-se que são telenovelas muito mais dramáticas, carregadas de suspense, no caso da TVI destaco *A Teia*; *O Jogo Duplo*; *Prisioneira*; *Amar Depois de Amar* e *Na Corda Bamba*, no caso da SIC verifico características mais dramáticas e de suspense em *Poderosas*; *Espelho D'água* e *Vidas Opostas*. De ressaltar, no entanto, que a telenovela portuguesa nunca abdica da utilização do humor, motivo que é explicado através de entrevistas feitas aos agentes do mercado nesta tese. Nas novelas onde não se observou a criação de um núcleo cómico, existe sempre o humor introduzido em vários aspetos textuais e por várias personagens. Por fim, sobre a audiência, destaco também a telenovela da RTP, *Nossos Dias*, que tinha uma grande utilização

cômica e teve bons resultados de audiência no horário emitido, o que uma vez mais, liga a comédia a um interesse assinalável pela audiência de telenovelas.

Depois da estreia de *Festa É Festa* acentuou-se a presença da comicidade em novelas pois a SIC apostou em dois títulos onde se verifica muito humor, as novelas *Amor Amor* e *Lua De Mel*, mas também a TVI tornou as suas telenovelas mais leves, com maior espaço para texto humorístico, como foi o caso de *Quero É Viver* e *Queridos Papás*.

6.4. Recursos humorísticos usados em *festa é festa*

Como verificado no capítulo III, a comédia e o humor usam recursos para chegarem ao seu maior objetivo, ou seja, fazer rir. Os recursos são diversos e teorizados por vários autores, nomeadamente por Renato Pincelli, Marcos Américo, Vladimir Propp ou Roberto Elísio dos Santos. A partir da teoria, a nossa investigação construiu uma grelha que procura identificar os recursos usados por *Festa É Festa*, e assim, justificar a sua boa audiência, ou seja, cumprindo os recursos que fazem rir, a novela faz rir e por isso atrai e agrada as audiências.

A grelha, exposta no anexo 3, compara *Festa É Festa* com outros géneros também com presença cômica, nomeadamente séries e *sitcoms* de vários canais. Nesta análise, colocou-se em avaliação todos os recursos apresentados pelos autores aqui referenciados. Pretendeu-se saber se *Festa É Festa* usou a ironia, o exagero, a paródia, a reversão da expectativa, a representação mecânica e a sátira, bem como, os elementos técnicos que cada recurso utiliza para fazer humor. Numa avaliação com base na observação da novela, verificou-se que *Festa É Festa* usa estes seis recursos e na narrativa estão presentes elementos muito relevantes como: o sarcasmo; a gíria e o bordão; eufemismo; hipérbole; grotesco; caricatura; contrariar a realidade ou o ideal de realidade; pantomima; o acompanhamento musical; sátira e gozo, etc. Existem em *Festa É Festa* inúmeros momentos que provam a utilização destes recursos, como a personagem *Carteiro Paulo*, que se faz acompanhar de sonoplastia em qualquer gesto que faça; a sátira social quando se brinca com características e preconceitos dos emigrantes portugueses, o que acontece nas personagens *Nando* e *São*; os bordões quando a *Centenária Corcovada* usa repetidamente o bordão “*show de bola*”; romper com moralidade quando o *Presidente da Junta, Bino*, é um trifulha e faz tudo o contrário do que se espera de um político; a contradição do ideal da realidade quando *Bino* sugere que se enterre as pessoas na vertical e não na horizontal por já não haver espaço no cemitério; exagero quando as personagens principais vão

em protesto às instalações da TVI ou quando *Nando* reage a qualquer situação de conflito com humor físico; imitação quando a personagem *António* decidiu imitar *Fábio Patrick*, outra personagem estereotipada; a repetição quando textualmente numa discussão *Aida* fala e *Tomé* repete amedrontado o que a mulher diz, etc. Estes são alguns dos exemplos da forma como se verificou a utilização dos recursos humorísticos em *Festa É Festa*.

Quando comparado com *sitcoms*, analisadas na grelha, verifica-se que *Festa É Festa* usou todos, ou quase todos os recursos que produtos totalmente cómicos. A utilização massiva destes recursos cómicos, quando comparado com séries cómicas, deixa claro que *Festa É Festa* é claramente um produto cómico, ou seja, uma novela que transformou textualmente o seu género no género cómico e que pode ser confundido com uma *sitcom*, como é referenciado nas entrevistas feitas nesta investigação.

6.5. Análise às entrevistas sobre a importância da comicidade na telenovela e as razões do sucesso de *Festa É Festa*

De todas as metodologias abordadas nesta investigação, desde cedo, ficou clara a relevância da realização de entrevistas para responder com clareza às questões de investigação. As entrevistas a elementos de produção e decisão dos canais de televisão emissores das telenovelas permitiram respostas sobre a necessidade de comédia na telenovela, a importância que a comédia/humor tem na novela portuguesa, bem como quais foram e são as motivações e razões da aceitação pela audiência de *Festa É Festa*. Procurámos respostas para cinco questões, verificando-se, por parte de todos os entrevistados, seja da SIC/SP seja da TVI/PLURAL, um consenso sobre a importância da comédia na telenovela e como ao longo dos anos se foi tornando cada vez mais importante para a audiência. Quanto a estas, será um facto já há muito estudado pelos canais *FTA*. Na entrevista, Pedro Canais, *script supervisor* da SIC, disse-nos de forma taxativa que, anteriormente, em estudos de mercado, as audiências manifestaram sempre um grande apelo e necessidade pela comédia na telenovela: “em alguns desses inquéritos o humor ficava em primeiro lugar com mais de 40% e todas as outras questões que as pessoas gostariam de ver, vinham para a ordem dos 10, 12, 13, 6, 7%, enquanto o humor estava lá em cima.” Este tipo de estudos permite avaliar as razões que levaram a TVI a criar *Festa É Festa*, mas também a justificar a presença cómica na telenovela portuguesa, que se apresentam em crescimento, segundo todos os entrevistados. Segundo o diretor de conteúdos da SP, a SIC já por várias vezes antes de *Festa É Festa*, apresentou telenovelas com um núcleo central com a narrativa

tradicional, mas praticamente todos os outros núcleos secundários eram em tom de comédia. Como autor, Pedro Lopes, relembra que a sua primeira telenovela com estas características foi *Perfeito Coração*, que estreou na SIC em 2009. Roberto Pereira, autor de *Festa É Festa* e de outras telenovelas, também deixa claro que a comédia “alavancou muito a telenovela”. Destaco ainda outros dois fatores provando a importância do uso cómico para a telenovela. Para o subdiretor de ficção e entretenimento da TVI, a comédia “fideliza o público”, mais do que o drama. O autor de *Festa É Festa* corrobora, dizendo que com a comédia as pessoas, no dia a seguir, têm maior facilidade em replicar a fala cómica ou a piada do que uma cena altamente dramática de um vilão.

Parte da justificação da importância da comédia para as audiências reside na cultura portuguesa, do teatro à televisão, onde a comicidade sempre fez parte das tradições e gostos, assim interpretam os entrevistados. Mas outro fator de necessidade de humor ou núcleos cómicos nas telenovelas tradicionais portuguesas está no a que Joaquim Nicolau, diretor de atores de *Festa É Festa* e também ator, chama de “válvula de escape”, servindo a comédia na telenovela para o espectador desanuviar dos momentos tensos típicos da melodramaturgia e, recebendo momentos cómicos, estar mais predisposto a um momento dramático a seguir.

Na abordagem às entrevistas, as respostas, como as referidas, quase que explicam o caminho ou as motivações para a criação da primeira telenovela cómica portuguesa, mas há um fator que explica a criação de *Festa É Festa*, e, depois, o seu posterior êxito de audiências: esse fator chama-se pandemia. Quando questionados, sobre as possíveis motivações e razões para a aceitação da audiência ao produto estudado, por quatro vezes os entrevistados disseram a palavra pandemia, todos referiram que a comédia em tempos de crise é sempre uma fórmula de sucesso. Diretor da TVI, autor e diretor de atores não deixaram dúvidas, dizendo que a pandemia foi determinante para o sucesso da novela, pois o ambiente era tenso e pesado, não só em geral na sociedade, como na oferta televisiva em horário nobre. Desta forma, a telenovela trouxe ao público um momento de descompressão e de desanuviamento através do humor. Os responsáveis das telenovelas da SIC corroboram a necessidade de o público ter uma oferta mais leve perante o que se viveu na pandemia.

Festa É Festa, desde o dia da estreia, tornou-se líder em média em horário nobre, sendo, na esmagadora maioria das vezes (durante o período estudado nesta tese), a telenovela mais vista da televisão. Por ter ganho mais vezes audiência do que aquelas que perdeu e conseguido

ultrapassar consecutivamente as telenovelas da SIC, questionámos os entrevistados sobre quais seriam as razões para a aceitação da audiência e as respostas também foram consensuais. Uma vez mais, o tempo pandémico e suas consequências foram para os entrevistados uma forte razão para o sucesso, mas para o subdiretor da TVI houve outros fatores como a duração de cada episódio. Para João Patrício, um dos grandes segredos está em serem episódios curtos: “o sucesso fez-se muito pelo tempo, porque se mantivéssemos o tempo das outras novelas seria interpretado como uma novela mais vocacional, com linha cómica, mas era mais uma novela como as outras”. A telenovela pretendeu ser um *shot* de humor que o público precisa no final do dia.

Quando definido o período a estudar nesta tese, ainda não havia estreado a novela da SIC, *Papel Principal*, que se aproximou muito do estilo de comicidade e de grande presença de humor, mas a repetição da fórmula não resultou. João Patrício comparou os dois casos., concluindo que a novela da TVI tem muito a ver com o *ADN* da estação, conseguindo ser um produto muito popular porque vai ao encontro do público-alvo da TVI. Mas *Festa É Festa* agradou apenas ao público já existente da TVI ou conquistou novas audiências? Os entrevistados fazem uma interpretação das audiências e dos *feedbacks* que foram recebendo e dizem que o facto de esta novela não se assemelhar a uma telenovela tradicional terá permitido buscar outros públicos. Quando juntamos a análise de audiências às respostas dos entrevistados, pode retirar-se a mesma ideia, pois quando estreia *Festa É Festa* a novela da SIC em antena, também bastante cómica, não perde de forma significativa audiências, ou seja, não há o efeito de comando de televisão, os espectadores não passaram do três para o quatro.

Com uma visão menos *Excel* e mais *Word* há para o autor de *Festa É Festa* mais dois aspetos que garantiram o sucesso. Primeiro, a novela trouxe uma realidade e uma identificação do público com o ambiente de aldeia e as personagens, que, por serem estereotipadas, “são reconhecidas por toda a gente”. Este aspeto é um dos mais importantes para o sucesso da telenovela e da comédia, como vimos nas entrevistas e na bibliografia usada no Capítulo III. O segundo fator de sucesso deve-se, segundo o autor, ao facto de *Festa É Festa* ter trazido atores mais velhos para os seus núcleos, pois “está provado que as pessoas, o grande público que vê novelas, gosta de ver aqueles atores que sempre viram”, mais velhos e no imaginário do principal público desta novela. pessoas entre os 55 e 75 anos de idade.

A investigação pretendeu também procurar na mudança de género, linguagem ou técnica razões para o sucesso de *Festa É Festa*. Na abordagem metodológica, por via das entrevistas, este

campo foi aquele em que se obtiveram maiores divergências. Se para quem decidiu editorialmente criar *Festa É Festa*, escreveu, dirigiu e produziu, a telenovela é claramente telenovela, ou seja, “tem todas as regras de uma novela melodramática”, como deixaram claro João Patrício, e também um dos realizadores. Cruzando os métodos, na observação participante às gravações, Pedro Brandão garantiu que tecnicamente esta novela é igual às outras. A divergência surge quando se confronta o *script supervisor da SIC*: “*Festa É Festa* é algo mais próximo de uma *sitcom*... porque ela não tem os arcos de uma novela, não tem aquilo que é o elemento central de uma novela, que está sempre ancorada no tom *love story*”. Esta afirmação permite entender que dentro do mercado não existe um entendimento sobre a definição de *Festa É Festa* enquanto telenovela, não nas questões técnicas, mas sim de texto. Pesa embora, não deixa de ser relevante lembrar bibliografia dos capítulos teóricos desta tese, onde se clarifica que o subgénero telenovela cómica é uma realidade no Brasil.

Festa É Festa trouxe outras alterações ao mercado importantes de ressaltar, desde logo, o tom em que se apresenta o seu texto. Nas entrevistas fica claro que houve objetivo em fazer parecer uma *sitcom*, mas que ao mesmo tempo tivesse todos os elementos duma novela.

Portugal destoa também de outros mercados no número médio de episódios das telenovelas, o que se prende a questões financeiras. *Festa É Festa* fez-se de forma que facilmente fosse uma novela do “género estendido”, ou seja, de autor e sem prazo para terminar. A direção da TVI justifica esta característica para que facilmente se pudesse estender sem causar dano na história. Verifica-se que *Festa É Festa* se adapta ao calendário, e, assim, consegue manter uma narrativa lógica mesmo com introdução de mais episódios.

Na grelha de levantamento das telenovelas feitas em Portugal entre 2010 e abril de 2023, constata-se que o humor e a presença cómica, seja, em texto ou em núcleos é prática e regra na generalidade. Assim foi até *Festa É Festa*, mas seria necessário entender se a telenovela da TVI trouxe mudanças no uso da comédia, ou seja, se a comicidade aumentou nas telenovelas produzidas posteriormente a abril de 2021, a estreia da novela cómica.

O levantamento indica que houve um aumento de humor depois de *Festa É Festa*. Mas são os entrevistados que esclarecem esse facto, pois, há duas visões. Do lado da TVI/PLURAL entende-se que a comédia aumentou devido ao efeito *Festa É Festa*. O diretor de atores aponta o facto de “*Amor Amor* ter ganhado contornos da linha do *nonsense* e do absurdo” e o autor de *Festa É Festa* reconhece que depois desta tudo ficou mais “descomprimido e leve”. Do lado da

SIC/SP há o entendimento de que não se mudou de estratégia devido à existência da novela cómica. No entanto, os entrevistados de contraste, os que nada têm que ver com *Festa É Festa*, admitem que houve um aumento, mas que já vinha em crescendo. O que entendem todos os entrevistados é que esta fórmula funciona, e, por isso, as televisões dão o que os espectadores querem, pelo que não há por parte de nenhum entrevistado a certeza que seja possível existir mais uma novela totalmente cómica como esta.

A comicidade é, para Pedro Canais, essencial para o futuro das telenovelas: “se quisermos ser eficazes e continuarmos com o género, temos de agregar muito humor”. O que de resto, a TVI começou a fazer depois, produzindo outra novela cómica, *Rua das Flores*, e duas novelas leves e com bastante humor que foram *Quero É Viver* e *Queridos Papás*, estas fizeram a ponte para o clássico melodrama que entra ao fim da noite.

A abordagem dos diferentes métodos e a ligação entre si permitiu que ligando todos os dados se respondesse às questões levantadas e que motivaram esta investigação.

Conclusão

A comédia é um género que anda de braço dado com a telenovela, o que se justifica pelo facto de a novela ser um produto de massas, um produto generalista, que, embora sustentado pelo melodrama, sempre se fez compor por outros géneros. A telenovela portuguesa, os seus textos, a sua história, os seus arcos e os seus guiões, sempre teve drama, o elemento policial, a ação; o romance e a comédia. Assim, a comédia, ou o humor, sempre esteve presente nas telenovelas portuguesas, mas é claro o crescimento que foi tendo, pois passámos de um momento ou episódio, um texto que puxa um sorriso, para uma personagem cómica, depois duas, a seguir para a criação de um núcleo, depois para a criação de um núcleo cómico e momentos de humor noutras personagens, para um núcleo central tradicional sendo os restantes núcleos cómicos e mais leves, até chegarmos à estreia em 26 de abril de 2021 na *TVI* da primeira telenovela cómica portuguesa *Festa É Festa*.

Como observado no levantamento empírico, a comédia, quando analisada de 2010 a 2023, esteve presente em todas as novelas, fosse com núcleos ou personagens ou em novelas com momentos de humor que podiam ser criados por quaisquer personagens, especialmente as secundárias. Na grelha de análise ao uso da comédia faço ressaltar alguns títulos com bastante presença de humor, ou de personagens marcantes que pertenciam ao lado cómico da história, nomeadamente *Laços de Sangue*; *Mar Salgado*; *Destinos Cruzados* e *Quer o Destino*. E o que tiveram em comum? Tiveram todos ótimos resultados de audiência ou foram líderes no seu horário. As audiências não permitem provar uma relação, como explicado na apresentação dos dados empíricos, mas essa grelha permite constatar que a comédia é presença constante e a explicação torna-se compreensível quando falamos em televisão comercial, ou seja, a audiência quer comicidade nas suas telenovelas.

Conclui esta investigação, através das entrevistas realizadas, que a comédia é muito importante para o consumidor, pelo que em estudos de mercado a comédia é o elemento mais pedido pelos inquiridos, mas também que a comicidade representa uma fórmula técnica e estratégica para a telenovela. Sendo a novela um género melodramático, são necessários momentos de humor nos episódios, para que depois, o espectador consiga receber melhor os típicos momentos de tensão. Para além desta estratégia técnica, conclui-se que a maior introdução de comédia nas telenovelas não só alavancou o produto, como é um agente de fidelização de audiências. Esta fidelização à comédia e o apreço da audiência por este género também se explicam pela história

da cultura e da televisão portuguesas. Portugal, embora o país do fado, da saudade e da melancolia, também soube ser o país do riso e da comédia, como já o apontava o facto de os filmes mais lembrados e com maior assistência história do passado serem comédias e o facto de a revista à portuguesa ter sido um género teatral com êxito nos palcos desde o século XIX até ao século XX. Na televisão, a comédia é presença assídua desde 1957, quando a RTP começa as suas emissões regulares, confirmando-se depois com êxitos como *ZipZip*, *Sabadabadu*, *Tal Canal*, *Herman SIC*, *Camilo & Filho*, *Malucos do Riso*, *Prédio do Vasco*, *Batanetes* e por aí. Há e sempre houve uma propensão dos portugueses a receberem comédia e por isso é natural que depois queiram o mesmo na telenovela, ao ponto de aceitarem uma novela cómica.

Chegados à conclusão da importância da comédia para a telenovela portuguesa e para a audiência deste programa, conclui-se agora quais foram as motivações para a criação de *Festa É Festa* e quais as razões para a aceitação e sucesso da audiência. As entrevistas como elemento metodológico desfizeram dúvidas sobre as razões para se ter criado esta telenovela cómica. A comédia em tempos de crise funciona, ficou provado, não só através de ampla bibliografia, mas também através das entrevistas. Ela é a principal razão para o sucesso de *Festa É Festa*, novela lançada durante a pandemia e naquele que foi um momento tenso, difícil e negro deste século. A oferta televisiva em *prime time* condizia com o momento que os portugueses viviam em 2021, por isso *Festa É Festa* trouxe ao mercado uma opção diferenciadora e que permitiu rir num momento em que era necessário desanuviar do ambiente que a pandemia trouxera. Esta é, sem dúvida, a principal conclusão para a criação de *Festa É Festa*, naturalmente, quando junta ao já descrito nesta conclusão, criou-se um produto muito apetecível para as audiências. E que audiências? Por ser uma telenovela, mas não parecer uma telenovela, *Festa É Festa* poderá ter conquistado novas audiências que não eram espectadoras do género, ou que tinham deixado de o ser.

Verificaram-se, para além da questão central da pandemia, outras razões justificando a aceitação da audiência. Esta telenovela, para além de ter fugido aos tradicionais arcos do folhetim melodramático, construiu-se de forma a ser como um *shot* de entretenimento, dispondo bem o espectador que, ao fim do dia, quer assistir a um conteúdo rápido que o faça esquecer os problemas. Foi, por isso, uma telenovela que encurtou os tempos de exibição diária, tendo pouco mais de 30 minutos. Isto permitiu-lhe também ser uma novela vista em família, cruzando-se com o horário rotineiro do fim de jantar e de deitar das crianças. Além desta razão,

concluíram-se ainda outros três aspetos: *Festa É Festa* cumpre a esmagadora maioria dos recursos humorísticos usados pela comédia para fazer rir; criou identificação e realismo, ou seja, mesmo estereotipados, as pessoas reconhecem aquelas personagens, aquela aldeia e algumas características mais populares da história e, por fim, trouxe um leque de atores mais velhos, atores que pertencem ao imaginário de quem principalmente vê telenovela, ou seja, o público de classe mais baixa e mais envelhecida.

Gostar da comédia, adornar *Festa É Festa* com recursos, técnicas e estratégias que permitiram o seu sucesso fizeram dela a telenovela mais longa da história de televisão portuguesa até 2024. Mas, por ter eliminado os arcos típicos de narrativa melodramática da telenovela faz de *Festa É Festa* uma *sitcom* e não uma novela? Aqui não existe consenso através da metodologia, mas concluiu esta tese que *Festa É Festa* cumpriu todos os pressupostos duma telenovela, desde a produção, como verificado na observação participante, até à forma como foi estruturada. A única diferença está na história, mas isso não significa que seja uma *sitcom*, pois se para Portugal uma telenovela cómica é uma novidade, para o Brasil não é.

Por fim, cabe responder a uma última questão, que se centra num possível aumento da comicidade na telenovela portuguesa depois de *Festa É Festa*. Há uma clara e evidente tentativa de concorrer com *Festa É Festa* através de mais comédia, pois observando as telenovelas da SIC, encontrámos produtos que procuraram mais comédia, como *Papel Principal*, que embora com drama, quase assentou por completo na narrativa cómica. Esta tendência também foi acompanhada pela TVI, que procurou fazer outra novela cómica, *Rua da Flores*, e as duas novelas que estreou imediatamente a seguir a *Festa É Festa* foram assumidamente mais leves, menos dramáticas e com muito recurso ao humor. Podemos arriscar que é através deste maior equilíbrio entre o drama e a comédia, que estará o futuro próximo das telenovelas portuguesas, pois parece que para o público se tornou um hábito preferir ficção leve em que ninguém é mau desde que se levanta até que se deita e ninguém é doido todos os dias.

Cabe, por fim, deixar pistas sobre possíveis investigações futuras. Tendo em conta a necessidade e gosto histórico dos portugueses pela comédia, pode ser útil à telenovela perceber quais são os “estados de humor” dos espectadores em relação ao humor que os faz rir atualmente e que precisam de ver dentro de uma telenovela, cada vez mais próxima da realidade, ao reconhecimento e identificação que são necessários a este género, que continua a ser apetecível em termos financeiros e que, tendo em conta o decrescente investimento na televisão

generalista, pode ser a única forma de ela continuar a ter audiência significativa, tendo em conta o dinheiro que tem, ou não tem.

Bibliografia

- Acselrad, Márcio & Facó, Macedo, “Quem ri por último ri melhor? Uma análise do humor na hipermodernidade a partir do programa Custe o que Custar”. *Revista Famecos*. Porto Alegre, v.17, n.1.-*Aprendizagem (2.a Edição)*. Universidade Aberta.
- Bakhtin, Mikhail, (1999), *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento*, Tradução de Yara Frateschi Vieira, V.4, São Paulo.
- Bamcoski, Marines; Mattes, Marlene (2016), “O Que é o Autor de Telenovela?”, *Comunicação & Educação*, ano XXI, N°2.
- Brandão, Maria (2010), “O discurso de efeito cômico que zomba da telenovela”, *Intercom*, Universidade Federal Juiz de Fora.
- Breton, André, (2003), *O Riso, revolta superior do riso*. In: Minois, G. “História do Riso e Escárnio”. São Paulo: Editora UNESP.
- Burnay, Catarina, (2005), “A Telenovela e o Público: uma relação escondida”, *Media & Jornalismo*. Coimbra.
- Burnay, Catarina; Torres, Eduardo, (2014). “A Telenovela em Portugal: Estreias, importação e exportação”, in *Interfaces da Lusofonia*, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
- Cardoso, Gustavo; Mendonça, Sandro ; Lima, Tiago; Paisana, Miguel, (2015), “Prospetivas para os Media: Pontos chave extraídos do Relatório anual Barómetro Media e Comunicação e Inquérito Consumo de Notícias em Portugal”, *Obercom*.
- Sousa, João Lopes; Morais, Ricardo (2012). O Consumo de ficção nacional na televisão portuguesa: uma análise crítica. *Em Questão*, V.18, n. °2.
- Carmo, Hermano & Ferreira, Manuela, (2008). *Metodologia da Investigação - Guia para Auto-aprendizagem*.
- Coelho, Thiago & Wu, Ana, (2018), A Construção da Comicidade na Telenovela *Eta Mundo Bom*. *Rascunhos*. V.5, nº12.
- Cohen, Louis, Manion, Lawrence & Morrison, Keith, (2007), “*Research Methods in Education* “In: *Routledge* (6.a Edição).
- Costa, Jorge, (2001), *Telenovela-Origem e Evolução de um Modo de Produção: O caso português*.
- Costa, Roberto, (2008). *Dicionário de gêneros textuais*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.
- Cunha, Isabel, (2003), “A Telenovela brasileira em Portugal: indicadores de aceitação e mudança”, *Trajectos: Revista de Comunicação, Cultura e Educação* 3.

- Cunha, Isabel Ferin (2011), “Memórias da Telenovela: Programas de Recepção, Lisboa”: *Livros do Horizonte*.
- Desidério, Pablo, (2015), “A telenovela como forma cultural: gêneros e estilos literários na teleficcionalidade”, *Revista de História e Estudos Culturais*. Vol.12. ano XII. Nº1.
- Fechine, Yvana, (2001), “Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos”, *Revista Symposium*. Ano 5, nº1.
- Ferreira, Raquel (2015). “Telenovelas Brasileiras e Portuguesas: Padrões de audiência e consumo”, Aracaju: Edise.
- Furquim, F. (1999). *Sitcom: definição e história*. Porto Alegre: FCF editora.
- Gonçalves, Albertino, (2004). *Métodos e Técnicas de Investigação Social I – Programa*.
- Gonçalves, Ana, (2008). “A Televisão em Portugal: a partir dos dados do anuário da comunicação 2007-2008”, Obercom,
- Landy, Marcia, (1991), *Imitations of Life: A Reader on Film & Television Melodrama Detroit*, Michigan. Wayne State University Press.
- Lopes, Jenara, (2015), Telenovela: Origens, evolução e aspetos comerciais, *Sessões do Imaginário*, Vol.20, Nº40.
- Lopes, M. (2015). Telenovelas: origens, evolução e aspetos comerciais. *Sessões do Imaginário*, 20.
- Lopez, Debora, (2009). “Trilha Sonora: o papel da música na telenovela brasileira”, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Blumenau
- Machado, Arlindo, (1999), “Pode-se falar em gêneros na televisão?”, *Revista Famecos*, 6 (10),
- Mark, David, (1989), *Comic Vision: Television Comedy and American Culture*. New York: Blackwell.
- Martín, J & Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Espanha: Editorial Gedisa
- Martín, Barbero, (1993), “Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations. London”, *SAGE Publications Ltd*.
- Martin-Barbero, & Allen, R. (1995). *Memory and form in the Latin American soap opera*. University of North Carolina Press.
- Martínez, Ibsen, (2005). *Romancing the globe*. Foreign Policy
- Mazzioti, Nova; Frey-Vor, Gerlinde, (1996), *Telenovela e Soap Opera*, Comunicação & Educação, nº6.
- Mercer, J & Shingler, (2004), *Melodrama. Genre, Style, Sensibility*, London: Wallflower Press.

- Merlino, Francisco (2017). *Television in Portugal (2000-2016): the curious case of portuguese fiction*, *Comunicación & Medios*, nº35.
- Messa, Marcia, (2006), *A cultura Desconectada: Sitcoms e Séries Norte-Americanas no*
- Mills, B. *The Sitcom*. Londres. Edinburg University Press, 2009.
- Minois, Georges, (2003), *A História do Riso e do Escárnio*. São Paulo:Ed UNESP.
- Ortiz, Renato, (2001), *A Moderna Tradição Brasileira*, São Paulo: Brasiliense.
- Costa, Jorge, (2001). *Telenovela-Origem e Evolução de um Modo de Produção: O caso português*.
- Pallottini, Renata, (1989), *Dramaturgia: A construção do personagem*. São Paulo: Editoria Ática S.A.
- Pardal, Luis., & Lopes, Eugénia. (2011). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Areal
- Pincelli, Renato & Américo, Marcos, (2019), *Apontamentos Teóricos Sobre o Humor e Seus Recursos*. Doi Foundation.
- Propp, Vladimir. *Comicidade e riso*. São Paulo: Ática, 1992.
- Rodrigues, Ernesto (2015). *Mágico Folhetim*, Assis, Vol.18.
- Rosado, Leonardo, (2022), “Afinal, o que é telenovela? Em busca da configuração do género situacional”, *Revista Investigações*, V.35. nº2
- Sá, Patrícia; Costa, Pedro & Moreira, António, (2021), *Reflexões em Torno de Metodologias de Investigação: Recolha de dados*, V.2. Universidade de Aveiro.
- Santos, Roberto, (2012). *Humor e Riso na Cultura Mediática*. São Paulo: Paulinas.
- Santos, Maricélia & Alves, Lourdes, (2012), “Formas da Comédia e do cômico: Estudo da transformação do género”, *Revista de História e Estudos Culturais*. V.9. nº1.
- Singer, B. (2001). *Melodrama and Modernity*. New York. Columbia University Press
- Torres, Eduardo (2012), “Folhetim, uma história sem fim: dos primeiros jornais de massas à interne”, *Lumina*. vol.6, nº2.
- Vygotsky, Lev, (2007), *Pensamento e Linguagem*. Antidodo 1979

Anexos

Anexo A: Audiências de *Festa É Festa*

a) Audiência média das temporadas de *Festa É Festa*

Tabela 1- Média das audiências das temporadas em análise

Universo: 9.550.200 Indivíduos

Canal	Descrição	Inserções	Primeira Data	Última Data	rat%	rat#	shr%
TVI	FESTA E FESTA	129	26/04/2021	25/09/2021	11,9	1124,3	23,6
TVI	FESTA E FESTA II	95	27/09/2021	06/01/2022	10,4	987,5	21,5
TVI	FESTA E FESTA III	123	07/01/2022	27/05/2022	10,4	980,7	20,8
TVI	FESTA E FESTA III - CRUZEIRO	11	21/04/2022	03/05/2022	10,7	1013,3	21,9
TVI	FESTA E FESTA IV - VERA0	102	30/05/2022	10/09/2022	9,4	886,1	20,6
TVI	FESTA E FESTA V	112	12/09/2022	07/01/2023	9,3	879,4	19,8
TVI	FESTA E FESTA VI	104	09/01/2023	29/04/2023	9,2	873,1	19,1
audiências com visionamento em directo e gravações visionadas no próprio dia					10,18571	963,4857	21,0
					MÉDIAS		

Fonte: CAEM/MediaMonitor
dados retirados da YUMI Analytics Desktop

b) Personificação da audiência por demografia

Tabela 2- Audiência de *FÉF* por regiões do país

Região	Região				
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
	38,4	25,6	25,6	6,2	4,1
	37,9	27,2	24,7	6,6	3,7
	39,1	26,5	24,6	6,4	3,4
	38,9	24,7	26,8	6,1	3,5
	39,8	27,1	24,0	4,7	4,4
	41,3	26,8	22,3	4,8	4,8
	40,6	24,3	23,1	6,5	5,5
	39,4	26,0	24,4	5,9	4,2
	MÉDIAS				

c) Personificação da audiência por género

Tabela 3- Audiência de *FÉF* por género

Género	Género	
	Masculino	Feminino
	41,2	58,8
	40,7	59,3
	40,1	59,9
	41,2	58,8
	39,1	60,9
	38,7	61,3
	38,1	61,9
	39,9	60,1
	MÉDIAS	

d) Personificação da audiência por classe social

Tabela 4 - Audiência de FÉF por classe social

Status A/B	Status Social			
	Status C	Status D	Status E	
	8,2	15,4	44,3	32,0
	8,0	15,2	42,6	34,2
	8,9	16,1	39,4	35,6
	9,9	16,6	39,1	34,5
	9,1	15,4	39,6	35,9
	11,2	17,9	38,7	32,2
	11,2	16,7	39,8	32,4
	9,5	16,2	40,5	33,8
	MÉDIAS			

e) Personificação da audiência por faixa etária

Tabela 5 - Audiência de FÉF por faixa etária

Idade									
Idade 4-14 anos	Idade 15-24 anos	Idade 25-34 anos	Idade 35-44 anos	Idade 45-54 anos	Idade 55-64 anos	Idade 65-74 anos	Idade +75 anos		
5,6	7,7	8,6	9,1	12,3	20,8	19,1	16,9		
4,9	7,8	7,9	8,3	12,1	20,9	20,5	17,6		
4,3	6,4	7,7	8,7	13,1	20,6	20,4	18,7		
4,7	5,8	6,4	9,3	14,2	21,5	19,9	18,2		
4,2	4,4	6,4	8,5	12,6	20,3	22,6	21,0		
3,9	4,8	5,9	8,2	14,2	19,3	22,0	21,6		
2,9	4,6	5,3	8,1	13,1	21,3	22,5	22,1		
4,4	5,9	6,9	8,6	13,1	20,7	21,0	19,4		
			MÉDIAS						

Anexo B: Audiências das telenovelas de 2012 a 2023

Tabela 6 - Levantamento de audiências de 2012 a 2015 (Fonte: CAEM/MediaMonitor)

<i>Audiências de 2012 de telenovelas de 2012 a 2015</i>					
			Universo		
	Primeira Data	Última Data	rat%	rat#	shr%
ANJO MEU	01-03-2012	05-05-2012	7,1	672,9	26,5
ANJO MEU (R)	07-05-2012	07-05-2012	6,0	565,8	17,4
BELMONTE	22-09-2013	05-09-2014	12,1	173,8 ¹	28,6
BELMONTE (R)	23-09-2013	08-09-2014	6,0	584,4	21,9
CORAÇÃO D'OURO	07-09-2015	31-12-2015	13,5	310,6 ¹	28,2
CORAÇÃO D'OURO (R)	08-09-2015	08-09-2015	4,9	469,8	16,8
CORRIDA DE TOUROS	07-09-2012	07-09-2012	4,6	438,5	13,8
DANCIN' DAYS	04-06-2012	27-09-2013	15,7	503,5 ¹	32,2
DANCIN' DAYS (R)	19-10-2015	30-12-2015	2,8	267,6	16,5
DANCIN' DAYS: EMOÇÕES FINAIS	06-10-2013	06-10-2013	3,2	312,1	14,9
DESTINOS CRUZADOS	27-01-2013	01-02-2014	12,4	199,7 ¹	28,2
DESTINOS CRUZADOS (R)	03-02-2014	03-02-2014	8,7	843,4	19,8
DOCE TENTAÇÃO	01-03-2012	09-03-2013	10,2	966,4	28,0
DOIDA POR TI	24-10-2012	14-03-2014	7,8	744,6	21,3
JARDINS PROIBIDOS	08-09-2014	02-10-2015	11,1	076,0 ¹	28,0
JARDINS PROIBIDOS (R)	01-03-2012	03-10-2015	1,1	102,8	15,7
LOUCO AMOR	06-05-2012	12-04-2013	12,9	218,1 ¹	29,4

LOUCO AMOR (R)	15-04-2013	15-04-2013	6,1	592,2	23,6
MAR SALGADO	15-09-2014	18-09-2015	15,2	471,5 ¹	31,5
MAR SALGADO (PRIMEIRAS EMOÇÕES)	20-09-2014	20-09-2014	5,8	559,0	17,7
MAR SALGADO (R)	19-09-2015	19-09-2015	4,5	431,5	16,0
MULHERES	01-06-2014	26-09-2015	7,2	701,4	24,9
MUNDO AO CONTRÁRIO	14-04-2013	08-10-2013	8,5	822,2	26,8
O BEIJO DO ESCORPIAO	02-02-2014	04-10-2014	12,9	250,6 ¹	27,2
O BEIJO DO ESCORPIAO (R)	04-02-2014	06-10-2014	6,9	668,9	20,1
OS NOSSOS DIAS	16-09-2013	30-12-2015	3,6	345,6	17,8
OS NOSSOS DIAS (R)	15-09-2015	31-12-2015	0,2	23,4	5,3
PODEROSAS	18-05-2015	30-12-2015	8,7	844,0	21,6
PODEROSAS (R)	19-05-2015	20-05-2015	4,6	448,6	14,7
REMEDIO SANTO	01-03-2012	15-09-2012	9,2	866,8	27,7
ROSA FOGO	01-03-2012	30-06-2012	10,8	018,4 ¹	27,7
ROSA FOGO (R)	02-07-2012	02-01-2014	2,2	215,3	12,7
SANTA BARBARA	28-09-2015	30-12-2015	9,8	945,2	26,3
SANTA BARBARA (R)	29-09-2015	29-09-2015	4,2	409,7	14,1
SOL DE INVERNO	16-09-2013	21-09-2014	14,0	353,2 ¹	28,5
SOL DE INVERNO (R)	22-09-2014	22-09-2014	5,0	480,3	16,4
SOMOS PORTUGAL: FESTA NOSSA SENHORA DA ESPERANÇA	27-04-2014	27-04-2014	7,8	758,4	27,2
VERAO TOTAL	06-09-2013	11-08-2015	2,4	235,6	13,8

audiências com visionamento em directo

Tabela 7- Levantamento de audiência 2016 a 2023 (Fonte: CAEM/MediaMonitor)

Audiências de 2012 de telenovelas de 2016 a 2023					
	Primeira Data	Última Data	Universo		
			rat%	rat#	shr%
A HERDEIRA	24-09-2017	11-02-2018	14,0	1 359,2	29,4
A HERDEIRA II	12-02-2018	29-09-2018	12,7	1 229,6	27,6
A HERDEIRA II (R)	30-09-2018	30-09-2018	5,4	527,0	19,7
A IMPOSTORA	04-09-2016	28-01-2017	12,3	1 195,1	27,0
A IMPOSTORA (R)	05-09-2016	30-01-2017	2,9	277,8	19,5
A IMPOSTORA II	30-01-2017	30-11-2017	8,9	859,7	24,8
A IMPOSTORA II (R)	01-12-2017	01-12-2017	5,9	573,6	20,3
A SERRA	22-02-2021	29-04-2022	9,9	936,3	25,0
A SERRA (R)	30-04-2022	30-04-2022	0,5	44,2	7,2
ALMA E CORAÇÃO	17-09-2018	11-10-2019	9,2	889,7	21,2
AMAR DEMAIS	14-09-2020	24-09-2021	8,6	815,5	21,1
AMAR DEPOIS DE AMAR	17-06-2019	13-09-2019	8,8	833,2	18,4
AMOR MAIOR	12-09-2016	30-09-2017	12,7	1 234,1	26,8
AMOR MAIOR (R)	01-04-2019	07-09-2020	3,4	324,8	15,6
AMOR, AMOR	04-01-2021	02-10-2021	12,9	1 224,5	24,5

AMOR, AMOR VOL. 2	04-10-2021	05-06-2022	9,2	874,4	21,4
AMOR, AMOR VOL. 2: ANTES DO FIM	03-06-2022	03-06-2022	5,2	496,0	18,4
AMOR, AMOR: A HISTORIA DE ANGELA	12-05-2021	12-05-2021	2,5	238,9	12,7
AMOR, AMOR: A HISTORIA DE LINDA	11-05-2021	11-05-2021	2,9	277,7	14,9
AMOR, AMOR: A HISTORIA DE MEL	14-05-2021	14-05-2021	3,1	296,5	14,2
AMOR, AMOR: A HISTORIA DE ROMEU	10-05-2021	10-05-2021	3,4	318,6	18,8
AMOR, AMOR: A HISTORIA DE VANESSA	13-05-2021	13-05-2021	3,0	286,3	15,6
ANJO MEU (R)	05-01-2018	27-12-2018	0,6	56,0	10,4
BELMONTE (R)	08-04-2019	27-03-2020	2,5	240,3	13,1
BEM ME QUER	26-10-2020	12-11-2021	10,9	1027,9	22,1
CINEMA A PORTUGUESA	30-05-2020	28-01-2023	0,2	21,2	0,8
CORAÇÃO D'OURO	02-01-2016	24-09-2016	13,8	1336,2	28,2
CORAÇÃO D'OURO (R)	18-06-2018	04-01-2019	1,9	185,2	10,9
CORRIDA DE TOUROS	19-07-2019	19-07-2019	4,6	435,6	15,4
DANCIN' DAYS (R)	04-01-2016	21-10-2016	3,5	336,9	18,4
DESTINOS CRUZADOS (R)	30-03-2020	19-02-2021	3,7	349,5	14,2
DOCE TENTAÇÃO (R)	03-01-2019	02-05-2022	0,7	63,8	10,3

DOIS AS 10	26-04-2023	26-04-2023	3,8	363,8		23,4
ESPECIAL ANIVERSARIO FESTA E FESTA	26-04-2023	26-04-2023	6,5	616,0		16,1
ESPELHO D'AGUA	01-05-2017	21-04-2018	8,6	828,8		23,3
ESPIRITO INDOMAVEL (R)	03-04-2017	02-11-2018	3,6	349,2		20,3
ESPIRITO INDOMAVEL - A SERIE	18-05-2020	12-09-2020	7,1	668,7		18,3
FESTA E FESTA	26-04-2021	25-09-2021	11,9	1 ¹ 124,3		23,6
FESTA E FESTA (R)	27-04-2021	27-04-2021	4,9	463,3		15,5
FESTA E FESTA II	27-09-2021	06-01-2022	10,4	987,5		21,5
FESTA E FESTA III	07-01-2022	27-05-2022	10,4	980,7		20,8
FESTA E FESTA III - CRUZEIRO	21-04-2022	03-05-2022	10,7	1 ¹ 013,3		21,9
FESTA E FESTA IV - VERA0	30-05-2022	10-09-2022	9,4	886,1		20,6
FESTA E FESTA V	12-09-2022	07-01-2023	9,3	879,4		19,8
FESTA E FESTA VI	09-01-2023	29-04-2023	9,2	873,1		19,1
FILME	17-06-2016	17-06-2016	0,3	25,6		0,9
FILME DE DOMINGO I	26-03-2017	30-10-2017	1,4	132,5		13,3
FLOR SEM TEMPO	30-01-2023	28-04-2023	6,1	585,3		17,9
GOLPE DE SORTE	27-05-2019	28-06-2019	11,5	1 ¹ 112,6		25,1
GOLPE DE SORTE (R)	27-05-2019	30-05-2019	1,1	109,2		15,4
GOLPE DE SORTE - A	12-09-2020	12-09-2020	3,2	307,0		14,6

HISTORIA DE MARIA DO CEU					
GOLPE DE SORTE II	01-07-2019	09-09-2019	11,7	1 109,4	24,5
GOLPE DE SORTE IV	14-09-2020	20-02-2021	7,5	707,4	21,4
GOLPE DE SORTE: A CAMINHO DO FIM	16-01-2021	16-01-2021	4,1	390,7	15,4
GOLPE DE SORTE: EDIÇÃO ESPECIAL	15-05-2021	08-10-2021	1,6	154,9	12,2
GOLPE DE SORTE: TEMPORADA FINAL	15-09-2019	10-11-2019	12,8	1 216,0	28,6
GOUCHA	26-04-2023	26-04-2023	3,8	360,9	18,1
JA VI ESTE FILME	17-06-2016	17-06-2016	0,3	25,3	0,9
LAÇOS DE SANGUE (R)	10-10-2016	03-11-2017	3,1	300,5	17,4
LOUCO AMOR (R)	25-11-2019	05-04-2023	0,6	61,4	8,8
LUA DE MEL	06-06-2022	02-09-2022	7,7	732,9	17,1
LUA DE MEL - FINAL COMPLETO	02-12-2022	02-12-2022	1,6	155,6	12,4
LUA DE MEL - TEMPORADA FINAL	05-09-2022	28-11-2022	6,5	610,9	17,2
LUA DE MEL - ÚLTIMA SEMANA	18-11-2022	26-11-2022	1,1	99,5	11,4
MAR DE PAIXAO (R)	12-08-2017	23-09-2020	0,7	64,2	9,5
MAR SALGADO (R)	26-02-2018	01-05-2019	2,7	259,2	15,3

MULHERES (R)	22-03-2021	10-09-2021	3,5	335,7	16,5
MUNDO AO CONTRARIO (R)	25-11-2019	30-04-2023	0,8	75,1	8,5
NA CORDA BAMBA	15-09-2019	23-01-2020	7,6	724,0	15,7
NA CORDA BAMBA (R)	06-06-2022	11-09-2022	1,9	178,0	10,1
NA CORDA BAMBA II	23-01-2020	15-05-2020	7,5	707,7	16,2
NATAL SEMPRE ENCANTADO: CINEMA	24-12-2022	25-12-2022	2,0	193,3	12,5
NAZARE	09-09-2019	09-01-2021	14,3	¹ 350,8	27,1
NAZARE: ESPECIAL NATAL	21-12-2020	20-12-2021	7,1	676,5	20,3
O SABIO	02-01-2017	12-03-2021	1,5	145,7	11,6
OS NOSSOS DIAS	04-01-2016	19-08-2021	0,5	46,9	9,7
OS NOSSOS DIAS (R)	01-01-2016	28-04-2023	1,4	129,9	9,1
OURO VERDE	08-01-2017	08-05-2017	13,7	¹ 326,4	28,3
OURO VERDE (R)	09-01-2017	19-11-2022	1,9	177,2	11,8
OURO VERDE II	08-05-2017	03-10-2017	13,5	¹ 307,2	28,6
PAIXAO	18-09-2017	03-03-2018	11,6	¹ 125,6	24,1
PAIXAO II	05-03-2018	24-09-2018	10,6	¹ 029,7	23,5
PAIXAO II (R)	25-09-2018	25-09-2018	2,2	213,9	10,0
PARA SEMPRE	08-11-2021	28-04-2023	6,2	591,2	18,7
PJ 7	06-04-2023	06-04-2023	1,4	134,3	4,2
PODEROSAS	03-01-2016	20-05-2016	7,8	755,8	20,0
PODEROSAS (R)	22-05-2016	06-09-2018	0,4	38,2	6,8
POR TI	07-03-2022	09-03-2023	6,7	633,3	18,2

PRISIONEIRA	21-05-2019	10-09-2019	7,5	720,7	18,8
PRISIONEIRA (R)	22-05-2019	22-05-2019	2,9	277,5	11,0
PRISIONEIRA II	11-09-2019	22-02-2020	5,6	526,6	15,7
QUER O DESTINO	23-03-2020	26-10-2020	11,5	1 085,5	21,9
QUER O DESTINO AO VIVO	05-09-2020	05-09-2020	5,1	486,9	16,2
QUERIDOS PAPAS	13-03-2023	28-04-2023	7,1	677,1	17,4
QUERO E VIVER	03-01-2022	18-03-2023	7,7	732,9	19,2
RAINHA DAS FLORES	09-05-2016	13-05-2017	8,9	857,9	23,4
RAINHA DAS FLORES (R)	15-05-2017	30-12-2020	3,3	313,6	14,4
REMEDIO SANTO (R)	05-11-2018	28-12-2019	1,0	100,4	12,0
ROSA FOGO (R)	23-08-2016	14-03-2017	0,4	40,8	8,2
RUA DAS FLORES	18-04-2022	10-09-2022	4,4	420,4	11,8
SANGUE OCULTO	19-09-2022	28-04-2023	8,2	777,6	18,6
SANTA BARBARA	01-01-2016	01-10-2016	10,8	1 050,5	29,4
SANTA BARBARA (R)	01-10-2016	06-03-2021	0,9	82,0	12,1
SANTA BARBARA - A SERIE	03-08-2020	07-11-2020	1,1	108,2	10,1
SEDUÇÃO (R)	06-11-2017	21-11-2018	3,4	329,4	19,0
SESSAO ESPECIAL I	28-04-2018	29-04-2018	0,9	88,0	10,1
SOL DE INVERNO (R)	18-09-2017	06-07-2018	2,5	239,2	14,7
SOMOS PORTUGAL	18-10-2020	25-10-2020	6,5	619,6	15,0

SOMOS PORTUGAL: FESTA NOSSA SENHORA DA ESPERANÇA	17-04-2016	17-04-2016	6,3	607,3	19,3
TERRA BRAVA	28-10-2019	13-03-2021	12,6	191,3	27,7
TERRA NOSSA	04-07-2020	04-07-2020	11,4	075,6	23,2
VALOR DA VIDA	30-09-2018	14-01-2019	11,2	081,4	24,3
VALOR DA VIDA II	14-01-2019	20-05-2019	11,2	087,8	24,0
VALOR DA VIDA II (R)	21-05-2019	21-05-2019	3,7	354,3	11,2
VIDAS OPOSTAS	09-04-2018	10-05-2019	7,3	705,6	20,4

audiencias com visionamento em directo e gravações visionadas no próprio dia

Anexo C: Grelha de análise aos recursos humorísticos usados em *Festa É Festa*

Tabela 8 - Levantamento da comicidade usada nas telenovelas portuguesas de 2010 a 2023

Levantamento Textual de Telenovelas Portuguesas de 2010 a 2023										
Novelas (Títulos)	Ano de Estréia	Ano Final de Exibição	Produtora	Autor	Número de Episódios	Audiência Média	Presença Cômica/Humorística no argumento	Núcleos Cômicos	Número de Atores Do Elenco Principal	Observações
TELENOVELAS RTP										
Os Nossos Dias	2013	2016	SP Televisão	Filipa Poppe; Filipe Santos; Luís Marques; Maria João Marques; Nuno Duarte; Vasco Monteiro	610	3,6	SIM	SIM	38	Duas temporadas; esta telenovela marca-se por ter uma narrativa muito leve e nota-se um claro afastamento do melodrama, pois o recurso ao

										humor é bastante notado
O Sábio	2017	2018	SP Televisão	Daniel Deusado	300	7,1		SIM	30	
TELENOVELAS SIC										
Laços de Sangue	2010	2011	SP Televisão (Co- produção Globo TV)	Pedro Lopes	322	Não foi dispo nibili zada a audiê ncia por parte da Medi aMo nitor	SIM	SIM	40	Vencedora de um Emmy Internacional
Rosa Fogo	2011	2012	SP Televisão	Patrícia Muller	225	10,8	SIM	SIM	30	

Dancin g Days	2012	2013	SP Televisão	Pedro Lopes	341	9,8	SIM	SIM	41	Adaptação do formato original da TV Globo; telenovela recupera liderança de prime-time para a SIC
Sol De Invern o	2013	2014	SP Televisão	Pedro Lopes	286	14	SIM	SIM	41	Destaque para o facto de ter sido uma das personagens do núcleo cómico que ganhou maior destaque na novala
Mar Salgad o	2014	2015	SP Televisão	Inês Gomes	317	15,2	SIM	SIM	42	Grande presença do núcleo cómico na história da novela

Poderosas	2015	2016	SP Televisão	Patrícia Muller	296	7,8	SIM	SIM	26	
Coração de Ouro	2015	2016	SP Televisão	Pedro Lopes	326	13,8	SIM	SIM	52	
Rainha das Flores	2016	2017	SP Televisão	Alexandre Castro	304	8,9	SIM	SIM	30	
Amor Maior	2016	2017	SP Televisão	Inês Gomes	333	12,7	SIM	SIM	47	Novela com algumas semelhanças ao estilo cómico de "Mar Salgado" e também um uso notório de humor
Espelho de Água	2017	2018	SP Televisão	Gonçalo Pereira	327	8,6	Não identificado	Não identificado	35	Nos conteúdos disponibilizados não se encontra um núcleo, mas há presença de texto humorístico

										e de personagens com mais texto cômico; Novela não se afirma nas audiências
Paixão	2017	2018	SP Televisão	Filipa Poppe; Joana Andrade	327	11,6	SIM	SIM	41	
Alma e Coração	2018	2019	SP Televisão	Pedro Lopes	318	9,2	SIM	Não identificado	35	Nos conteúdos disponibilizados não se encontra um núcleo, mas há presença de texto humorístico e de personagens com mais texto cômico; novela lidera horário
Vidas Opostas	2018	2019	SP Televisão	Alexandra Castro	313	7,3	Não identificado	Não identificado	33	Nos conteúdos disponibilizados não se encontra um núcleo, mas

										há presença de texto humorístico e de personagens com mais texto cômico; Novela não se afirma nas audiências
Golpe de Sorte	2019	2021	Coral Europa	Vera Sacramento	238	11,5	SIM	SIM	31	Quatro Temporadas e 1 Telefilme. A SIC identificou este título como série
Nazaré	2019	2021	SP Televisão	Sandra Santos	334	14,3	SIM	SIM	(33 T1) (27 T2)	Duas temporadas; estilo claramente melodramático, mas onde há muita comicidade na narrativa, desde logo as personagens principais têm o

										perfil típico dos núcleos cômicos; participação do autor de Festa É Festa
Terra Brava	2019	2021	SP Televisão	Inês Gomes	361	12,6	SIM	SIM	31	
NOVELAS EXIBIDAS DEPOIS DA ESTREIA DE FESTA É FESTA (SIC 2021-2023)										
Amor Amor	2021	2022	SP Televisão	Ana Casaca	376	12,9	SIM	SIM	(31 T1) (36 T2)	Duas temporadas; uma telenovela com forte texto humorístico e elenco cômico e nota-se um claro crescimento de humor depois da estreia de FÉF, onde as duas novelas disputaram o mesmo horário

A Serra	2021	2023	SP Televisão	Inês Gomes	303	9,9	SIM	SIM	34	
Por Ti	2022	2023	SP Televisão	Artur Ribeiro	260	6,7	SIM	SIM	31	
Lua de Mel	2022	2022	SP Televisão	Ana Casaca	123	7,7	SIM	SIM	20	Telenovela com muito texto humorístico
Sangue e Oculito	2022	2023	SP Televisão	Sandra Santos	283	8,2	SIM	SIM	20	
Flor Sem Tempo	2023	em exibição	SP Televisão	Jorge Queiroga	Ainda em exibição	6,1	SIM	SIM	35	
TELENOVELAS TVI										
Mar de Paixão	2010	2011	Plural Entertainment	Patrícia Muller	318	Não foi disponibilizada	SIM	SIM	32	

						audiência por parte da MediaMonitor				
Espírito Indomável	2010	2011	Plural Entertainment	Sandra Santos	303	Não foi disponibilizada a audiência por parte da Media	SIM	SIM	46	

						aMo nitor				
Seduçã o	2010	2011	Plural Entertainme nt	Rui Vilhena	242	Não foi dispo nibili zada a audiê ncia por parte da Medi aMo nitor	SIM	Não são identi ficad os núcle os, mas exist em perso nage ns e texto s cómi cos	37	Nos conteúdos disponibilizados não se encontra um núcleo, mas há presença de texto humorístico e de personagens com mais texto cómico

								gener aliza dos		
Anjo Meu	2011	2012	Plural Entertainme nt	Maria João Mira	337	7,1	SIM	SIM	46	Telenovela com muito texto humorístico; destaque para o facto de uma das personagens cómicas ter ganho grande destaque junto da audiência
Reméd io Santo	2011	2012	Plural Entertainme nt	António Barreira	369	9,2	SIM	SIM	49	

Doce Tentaç ão	2012	2013	Plural Entertainme nt	Sandra Santos	341	10,2	SIM	SIM	32	
Louco Amor	2012	2013	Plural Entertainme nt	Tozé Martinho	267	12,9	SIM	SIM	36	
Doida Por Ti	2012	2014	Plural Entertainme nt	Maria João Mira	252	7,8	SIM	SIM	28	
Destin os Cruzad os	2013	2014	Plural Entertainme nt	António Barreira	264	12,4	SIM	SIM	31	Telenovela que ficou marcada pelo aparecimento de uma personagem cómica que ganhou quase protagonismo na novela e se tornou um produto fora da telenovela devido

										ao seu sucesso junto da audiência
Mundo Ao Contrário	2013	2013	Plural Entertainment	João Matos	146	8,5	SIM	Não são identificados os núcleos, mas existem personagens e textos cómicos gener	39	Nos conteúdos disponibilizados não se encontra um núcleo, mas há presença de texto e personagens com muito recurso a ironia e texto mais leve ou que podem levar ao riso; Novela não se afirma nas audiências

								aliza dos		
Belmonte	2013	2013	Plural Entertainment	Artur Ribeiro	259	12,1	SIM	Não são identificados os núcleos, mas existem personagens e texto	37	Adaptação de um formato original chileno; A utilização humorística tem bastante presença, mesmo sem um núcleo definido, no entanto há claramente personagens com densidade mais cômica e leve que

								s cómicos generalizados		as restantes personagens.
Beijo do Escorpão	2014	2014	Plural Entertainment	António Barreira; João Matos	193	12,9	SIM	SIM	34	
Mulheres	2014	2015	Plural Entertainment	Raquel Palermo; Eduardo Laia	281	7,2	SIM	SIM	35	
Jardins Proibidos	2014	2015	Plural Entertainment	Manuel Arouca; Tomás Múrias	303	11,1	SIM	SIM	52	
A Única Mulher	2015	2017	Plural Entertainment	Maria João Mira; André Ramalho	561	Não foi disponibilizada	SIM	SIM	78 (total das 3 temporadas)	Três temporadas

						a audiê ncia por parte da Medi aMo nitor				
Santa Barbar a	2015	2016	Plural Entertainme nt	Artur Ribeiro	271	10,8	SIM	Não são identi ficad os núcle os, mas exist em perso nage	47	Adaptação de um formato original mexicano

								ns e texto s cómi cos gener aliza dos		
A Impost ora	2016	2017	Plural Entertainme nt	António Barreira	341	12,3	SIM	SIM	58	Duas temporadas e uma atriz desempenha duas personagens
Ouro Verde	2017	2017	Plural Entertainme nt	Maria João Costa	221	13,7	SIM	SIM	41	Vencedora de um Emmy Internacional
A Herdeira	2017	2018	Plural Entertainme nt	Maria João Costa	314	14	SIM	SIM	50	

O Jogo Duplo	2017	2018	Plural Entertainment	Artur Ribeiro	267	SIM	Não são identificados os núcleos, mas existem personagens e textos cômicos generalizados	44	Novela faz bons números e lidera horário
--------------	------	------	----------------------	---------------	-----	-----	--	----	--

Valor Da Vida	2018	2019	Plural Entertainment	Maria João Costa	203	11,2	SIM	SIM	33	Duas temporadas
A Teia	2018	2019	Plural Entertainment	André Ramalho	175	8,1	SIM	Não são identificados os núcleos, mas existem personagens e textos cómicos gener	41	Duas temporadas

								aliza dos		
Prisioneira	2019	2020	Plural Entertainme nt	Maria João Mira	219	7,5	SIM	SIM	48	Duas temporadas
Amar Depois de Amar	2019	2019	Plural Entertainme nt	Catarina Peixoto; Helena Amaral	68	8,8	SIM	NÃO	27	A TVI identificou este título como série; Não identifico um núcleo cómico, mas identifico personagens com maior texto humorístico; Novela não se

										afirma nas audiências
Na Corda Bamba	2019	2020	Plural Entertainment	Rui Vilhena	189	7,6	SIM	Não são identificados núcleos, mas existem personagens e textos cômicos gener	43	Duas temporadas; Não identifico um núcleo cômico, mas identifico personagens com maior texto humorístico; Novela não se afirma nas audiências

								aliza dos		
Quero o Destino	2020	2020	Plural Entertainment	Helena Amaral	182	11,5	SIM	SIM	32	Adaptação de um formato original chileno; a novela era dramática, mas tinha uma forte presença do núcleo cômico onde ganham depois ganhavam importância na trama central da novela

Amar Demais	2020	2021	Plural Entertainment	Maria João Costa	278	8,6	SIM	SIM	34	
Bem Me Quer	2020	2021	Plural Entertainment	Maria João Costa	298	10,9	SIM	SIM	32	
NOVELAS EXIBIDAS DEPOIS DA ESTREIA DE FESTA É FESTA (TVI 2021-2023)										
Para Sempre	2021	2023	Plural Entertainment	André Ramalho	465	6,2	SIM	SIM	30	
Quero É Viver	2022	2023	Plural Entertainment	Helena Amaral	322	7,7	SIM	Não são identificados núcleos, mas existem perso	36	Adaptação de um formato original chileno; ; primeira telenovela produzida depois de FÉF e a análise demonstra a não existência de núcleos cómicos, mas há

								nagens e textos cômicos generalizados		texto humorístico em quase todas as personagens, bem como não parece existir núcleos e todas as personagens se ligam na sua narrativa
Rua Das Flores	2022	2022	Plural Entertainment	Roberto Pereira; Eva Gonçalves	102	4,4	SIM	Novela Cômica	22	A novela foi emitida em horário de acesso a prime time e era de género totalmente cómico

Queridos Papas	2023	em exibição	Plural Entertainment	Maria João Mira	em exibição	7,1	SIM	29	Não são identificados núcleos, mas existem personagens e textos cômicos generalizados	Adaptação de um formato original chileno; telenovela muito semelhante na forma com "Quero é Viver" e a análise demonstra a não existência de núcleos cômicos, mas há texto humorístico em quase todas as personagens, bem como não parece existir núcleos e todas as personagens se ligam na sua narrativa
----------------	------	-------------	----------------------	-----------------	-------------	-----	-----	----	---	--

Anexo D: Grelha de análise aos recursos humorísticos usados em *Festa É Festa*

Tabela 9 - Recursos cômicos de FÉF em comparação com outros produtos

Recursos Humorísticos	Elementos usados para provocar o riso	Festa É Festa	Bem-vindo A Beirais	Camilo & Filho	Aí A Minha Vida
Ironia	Sarcasmo	x	x	x	x
	Utilização de gírias populares	x	x	x	x
	Bordões	x		x	x
	Pessimismo	x	x	x	x
	Antífrase	x	x	x	x
	Eufemismo	x	x	x	x
	Superioridade	x		x	x
Exagero	Hipérbole	x	x	x	x
	Grotesco	x		x	x
	Caricatura	x	x		x
Paródia	Imitação	x		x	x
	Exagero	x		x	x
	Diálogos novos criados de textos originais				
Reversão da Expectativa	Novidade	x	x	x	x
	Contradição do ideal e da realidade	x	x		
	Surpresa	x	x		x
Representação Mecânica	Pantomina	x	x	x	x
	Repetição	x			x
	Acompanhamento musical	x	x	x	x
Sátira	Sátira social	x	x	x	x
	Gozo	x	x	x	x
	Inflação de acontecimento	x	x	x	x
	Romper com a moralidade	x		x	x

Anexo E: Guião de entrevistas

GUIÃO DE ENTREVISTA

Guião de entrevista – (5) João Patrício: Subdiretor de entretenimento e ficção da TVI

Questões de investigação que são matriz para as questões de entrevista:

- Qual o papel da comicidade na telenovela portuguesa?
- O que motivou à criação de uma novela cómica?
- A telenovela Festa É Festa está a introduzir alterações ao formato tradicional da telenovela portuguesa?
- Festa É Festa é um caso isolado da preferência de uma telenovela totalmente cómica ou o formato representa um interesse crescente da comédia na ficção, podendo a comicidade ser um elemento fundamental para o argumento de uma telenovela?

Guião de perguntas para João Patrício:

Questão fundamental: Qual é a importância da comicidade no formato tradicional da telenovela portuguesa e como é que os agentes do mercado olham para a comédia e nas alterações que Festa É Festa pode estar a introduzir no mercado?		
Temática	Objetivo	Questões
<i>(GÉNERO TELENOVELA) A telenovela em Portugal, a construção do formato e aspetos técnicos que fazem a matriz do formato.</i>	Saber como é que tecnicamente se faz e identifica uma telenovela, bem como que características tem uma telenovela portuguesa.	Era consumidor de telenovelas antes de ser corresponsável pela produção de telenovelas da TVI? Quais são as características que na sua opinião permitem identificar o género de telenovela como tal?

		<p>Qual é o processo de criação para uma telenovela e como é que se compactua as exigências/necessidades da estação e o processo de criação da produtora?</p> <p>Qual é o papel da direção de programas no desenvolvimento da telenovela?</p> <p>Encontra diferenças nas telenovelas da TVI e da SIC? (narrativa; realização; estilo...)</p> <p>Quais são os maiores desafios da telenovela no atual contexto televisivo?</p> <p>Que importância tem este género televisivo (telenovela) no desenvolvimento da indústria cultural?</p> <p>Qual é a importância da telenovela na atual televisão como negócio e em particular na TVI?</p>
<p><i>(TELENOVELA PORTUGUESA) O mercado de ficção nacional em Portugal e o espaço que a telenovela</i></p>	<p>Perceção e conhecimento do mercado de televisão em Portugal com uma análise do entrevistado para o espaço que a</p>	<p>A telenovela tradicional ainda é um produto de televisão importante para os canais de televisão?</p>

<p><i>ocupa na televisão portuguesa.</i></p>	<p>telenovela ocupa e saber qual a importância deste género televisivo, sabendo se as suas mutações podem ser importantes para a sobrevivência da telenovela.</p>	<p>Como é que analisa a atual produção de telenovelas?</p> <p>Como analisa a forma como o público consome o produto telenovela?</p> <p>A narrativa tradicional e matriz de uma telenovela tem mudado ao longo dos anos?</p> <p>Acha que as audiências têm vindo a diminuir o interesse e fidelização ao produto telenovela? Quais são as razões?</p> <p>Quais poderão ser as razões para o desinteresse?</p> <p>Que análise faz às telenovelas da concorrência? Considera que a SIC tentou fazer uma aproximação ao género de FÉF, para superar o sucesso de Festa?</p>
<p><i>(COMÉDIA E HUMOR)</i> <i>A narrativa cómica e a presença/importância que a comédia tem na telenovela em Portugal.</i></p>	<p>A presença cómica no argumento das telenovelas e como se compõem os núcleos cómicos. Análise da importância da comicidade para os autores/diretor(s).</p>	<p>Que avaliação faz ao estilo humorístico usado nas telenovelas portuguesas?</p> <p>A presença de núcleos e/ou comédia nas telenovelas é um atrativo para a fidelização de audiências?</p> <p>No mercado brasileiro, as novelas cómicas ou com maior leveza</p>

		<p>representam um subgénero estando enraizadas no horário das 19h, quais são as razões para a existência deste subgénero e entende haver espaço para uma mimética no mercado nacional?</p> <p>As personagens cómicas têm capacidade para se tornarem personagens principais devido à aceitação por parte da audiência?</p> <p>Numa análise desta investigação, depois da estreia de FÉF, a TVI tem apostado em telenovelas com menos personagens e onde todos podem ter narrativas cómicas, não havendo em algumas telenovelas uma presença notória de um núcleo cómico. Num exercício crítico de interpretação como justifica esta possibilidade?</p> <p>A comédia em tempos de crise funciona? E isso pode provar-se pelo facto da novela cómica FÉF ter sido lançada num ano de restrições devido à pandemia?</p> <p>Porque não funcionou Rua das Flores?</p>
<p><i>(FESTA É FESTA) A criação do subgénero de</i></p>	<p>Quais são razões do êxito de audiências de Festa É</p>	<p>Como é que nasce a ideia de criar Festa É Festa e qual era o</p>

<p><i>comédia na telenovela (Festa É Festa).</i></p>	<p>Festa. (Visão crítica da concorrência)</p>	<p>objetivo da estação com este produto?</p> <p>A TVI teve acesso a estudos de mercado (inquéritos, grupos de foco...) Que revelem as opiniões do público a respeito da comicidade nas novelas?</p> <p>Como é que se pode considerar Festa É Festa uma novela se ela destruiu alguns pilares tradicionais, como os pares românticos, os vilões, o amor e obstáculo, etc.?</p> <p>Qual é a razão para o êxito de audiências e de prolongamento de FÉF?</p> <p>Sabe se Festa É Festa foi buscar um público que não era consumidor de telenovelas ou um público que tinha deixado de as ver?</p> <p>Verifica existência do aumento da comicidade nas telenovelas depois da estreia de FÉF?</p> <p>Considera ser possível a existência de uma telenovela igual a Festa É Festa ou o modelo não será repetível?</p>
--	---	--

		A telenovela Papel Principal, parece ir ao encontro da telenovela leve e bastante virada para o humor. Acha que há aqui uma tentativa de cópia da ideia de Festa É Festa?
--	--	---

GUIÃO DE ENTREVISTA

Guião de entrevista – (4) Joaquim Nicolau: Diretor de Atores da telenovela Festa É Festa

Questões de investigação que são matriz para as questões de entrevista:

- Qual o papel da comicidade na telenovela portuguesa?
- A telenovela Festa É Festa está a introduzir alterações ao formato tradicional da telenovela portuguesa?
- Festa É Festa é um caso isolado da preferência de uma telenovela totalmente cómica ou o formato representa um interesse crescente da ficção pela comédia, podendo a comicidade ser um elemento fundamental para o argumento de uma telenovela?

Guião de perguntas para Joaquim Nicolau:

Questão fundamental: Qual é a importância da comicidade no formato tradicional da telenovela portuguesa e como é que os agentes do mercado olham para a comédia e nas alterações que Festa É Festa pode estar a introduzir no mercado?		
Temática	Objetivo	Questões
<i>(GÉNERO TELENOVELA) A telenovela em Portugal, a construção do formato e</i>	Saber como é que tecnicamente se faz e identifica uma telenovela, bem como que	Antes de ser diretor de atores, o Joaquim é ator. Que diferença é que isto faz na sua interpretação dos papéis dos personagens?

<p><i>aspetos técnicos que fazem a matriz do formato.</i></p>	<p>características tem uma telenovela portuguesa.</p>	<p>Quais são as funções de um diretor de atores e que importância tem para o resultado?</p> <p>Como é compactua as exigências dos autores com o seu trabalho direção de atores?</p> <p>Quais foram os maiores desafios que encontrou na direção de atores do projeto?</p> <p>Quais são as características que na sua opinião permitem identificar o género de telenovela como tal?</p> <p>Que importância tem este género televisivo (telenovela) no desenvolvimento da indústria cultural?</p>
<p><i>(TELENOVELA PORTUGUESA) O mercado de ficção nacional em Portugal e o espaço que a telenovela ocupa na televisão portuguesa.</i></p>	<p>Perceção e conhecimento do mercado de televisão em Portugal com uma análise do entrevistado para o espaço que a telenovela ocupa e saber qual a importância deste género televisivo, sabendo se as suas mutações podem ser importantes para a</p>	<p>A telenovela tradicional ainda é um produto de televisão importante para os canais de televisão?</p> <p>Como é que analisa a atual produção de telenovelas?</p> <p>Como analisa a forma como o público as consome o produto telenovela?</p>

	sobrevivência da telenovela.	<p>A narrativa tradicional e matriz de uma telenovela tem mudado ao longo dos anos?</p> <p>Acha que as audiências têm vindo a diminuir o interesse e fidelização ao produto telenovela? Quais são as razões?</p> <p>Quais poderão ser as razões para o desinteresse?</p> <p>Já trabalhou para diversos canais, quais são as diferenças linguísticas e técnicas que encontra nas novelas de cada canal onde já trabalhou?</p> <p>Como é que analisa a concorrência a Festa É Festa?</p>
<p><i>(COMÉDIA E HUMOR)</i> <i>A narrativa cómica e a presença/importância que a comédia tem na telenovela em Portugal.</i></p>	<p>A presença cómica no argumento das telenovelas e como se compõem os núcleos cómicos. Análise da importância da comicidade para os autores/diretor(s).</p>	<p>Como ator, e com um trabalho muito ligado à comédia, que avaliação faz do estilo humorístico usado nas telenovelas portuguesas?</p> <p>A presença de núcleos e/ou comédia nas telenovelas é um atrativo para a fidelização de audiências?</p> <p>As personagens cómicas têm capacidade para se tornarem personagens principais devido à aceitação por parte da audiência?</p>

		<p>As personagens cómicas podem ficar mais tempo na memória dos espectadores pela proximidade ou verossimilhança que podem passar?</p> <p>Numa análise desta investigação, depois da estreia de FÉF, a TVI tem apostado em telenovelas com menos personagens e onde todos podem ter narrativas cómicas, não havendo em algumas telenovelas uma presença notória de um núcleo cómico. Num exercício crítico de interpretação como justifica esta possibilidade?</p> <p>A comédia em tempos de crise funciona? E isso pode provar-se pelo facto da novela cómica FÉF ter sido lançada num ano de restrições devido à pandemia?</p> <p>Que papel é que o humor pode ter na telenovela?</p> <p>Que avaliação faz da comédia/humor em Portugal?</p> <p>O que é que faz rir os portugueses?</p>
<p><i>(FESTA É FESTA) A criação do subgénero de</i></p>	<p>Quais são razões do êxito de audiências de Festa É</p>	<p>Qual é a diferença da direção desta novela para outras que já fez?</p>

<p><i>comédia na telenovela (Festa É Festa).</i></p>	<p>Festa. (Visão crítica da concorrência)</p>	<p>Como é que lhe foi apresentado o projeto Festa É Festa e que objetivos entendeu que a TVI tinha para a telenovela?</p> <p>Uma das características da telenovela é a verossimilhança, como é que FÉF casa essa característica com personagens muito fantasiadas?</p> <p>O segredo das personagens pode ser o facto de existirem mesmo na vida real, mas só que não juntos todos no mesmo espaço? Ou seja, existe mesmo uma Aida, um Tomé, um Bino...?</p> <p>Há o objetivo de sátira social em cada representação? (O estilo da Aida não será da típica portuguesa invejosa ou alcoviteira? O Bino o típico político que não leva as suas funções com seriedade? A mulher do Bino como aquela que se anula perante o marido e o trabalho e está toldada nas suas iniciativas pela fé católica?...)</p> <p>Ao fim de mais de dois anos de trabalho, como é o dia-a-dia de produção e redação de FÉF?</p>
--	---	---

		<p>Que mensagem chave é que considera que os autores querem passar?</p> <p>Qual é a razão para o êxito de audiências e de prolongamento de FÉF?</p> <p>Sabe se Festa É Festa foi buscar um público que não era consumidor de telenovelas ou um público que as tinha deixado de ver?</p> <p>Verifica existência do aumento da comicidade nas telenovelas depois da estreia de FÉF?</p>
--	--	---

GUIÃO DE ENTREVISTA

Guião de entrevista – (3) Roberto Pereira: Autor da telenovela Festa É Festa

Questões de investigação que são matriz para as questões de entrevista:

- Qual o papel da comicidade na telenovela portuguesa?
- A telenovela Festa É Festa está a introduzir alterações ao formato tradicional da telenovela portuguesa?
- Festa É Festa é um caso isolado da preferência de uma telenovela totalmente cómica ou o formato representa um interesse crescente da comédia na ficção, podendo a comicidade ser um elemento fundamental para o argumento de uma telenovela?

Guião de perguntas para Roberto Pereira:

Questão fundamental: Qual é a importância da comicidade no formato tradicional da telenovela portuguesa e como é que os agentes do mercado olham para a comédia e nas alterações que Festa É Festa pode estar a introduzir no mercado?

Temática	Objetivo	Questões
<p>(GÉNERO TELENOVELA) A telenovela em Portugal, a construção do formato e aspetos técnicos que fazem a matriz do formato.</p>	<p>Saber como é que tecnicamente se faz e identifica uma telenovela, bem como que características tem uma telenovela portuguesa.</p>	<p>Antes de autor de telenovela, o Roberto era consumidor deste género?</p> <p>Já tinha sido convidado para ser autor de uma telenovela?</p> <p>Tem um portfólio de trabalho muito ligado ao humor e a única telenovela que fez até hoje tem uma matriz cómica. Vê-se no futuro a escrever uma telenovela mais melodramática?</p> <p>Quais são as características que na sua opinião permitem identificar o género de telenovela como tal?</p> <p>De que forma é que a ideia do autor se compactua com as necessidades/exigências dos canais de televisão com quem colabora?</p> <p>Qual é a diferença da escrita de telenovela para outros produtos de televisão que já fez?</p>

		<p>Quais foram os maiores desafios que encontrou na escrita do projeto?</p> <p>Que importância tem este género televisivo (telenovela) no desenvolvimento da indústria cultural?</p>
<p><i>(TELENOVELA PORTUGUESA) O mercado de ficção nacional em Portugal e o espaço que a telenovela ocupa na televisão portuguesa.</i></p>	<p>Perceção e conhecimento do mercado de televisão em Portugal com uma análise do entrevistado para o espaço que a telenovela ocupa e saber qual a importância deste género televisivo, sabendo se as suas mutações podem ser importantes para a sobrevivência da telenovela.</p>	<p>A telenovela tradicional ainda é um produto de televisão importante para os canais de televisão?</p> <p>Como é que analisa a atual produção de telenovelas?</p> <p>Como analisa a forma como o público consome o produto telenovela?</p> <p>A narrativa tradicional e matriz de uma telenovela tem mudado ao longo dos anos?</p> <p>Acha que as audiências têm vindo a diminuir o interesse e fidelização ao produto telenovela? Quais são as razões?</p> <p>Quais poderão ser as razões para o desinteresse?</p> <p>Como autor de uma atual telenovela da TVI, quais são os</p>

		<p>aspectos técnicos e linguísticos que diferenciam a telenovela portuguesa das telenovelas de outros mercados?</p> <p>Que análise faz às novelas que concorrem no mesmo horário da novela que é autor?</p>
<p><i>(COMÉDIA E HUMOR)</i> <i>A narrativa cômica e a presença/importância que a comédia tem na telenovela em Portugal.</i></p>	<p>A presença cômica no argumento das telenovelas e como se compõem os núcleos cômicos. Análise da importância da comichidade para os autores/diretor(s).</p>	<p>Como autor de comédia, que avaliação faz ao estilo humorístico usado nas telenovelas portuguesas?</p> <p>A presença de núcleos e/ou comédia nas telenovelas é um atrativo para a fidelização de audiências?</p> <p>Antes de iniciar a escrita de Festa É Festa teve acesso a estudos de mercado que revelassem as opiniões do público a respeito da comichidade nas novelas?</p> <p>No mercado brasileiro, as novelas cômicas ou com maior leveza representam um subgênero estando enraizadas no horário das 19h, quais são as razões para a existência deste subgênero e entende haver espaço para uma mimética no mercado nacional?</p> <p>As personagens cômicas têm capacidade para se tornarem</p>

		<p>personagens principais devido à aceitação por parte da audiência?</p> <p>As personagens cómicas podem ficar mais tempo na memória dos espectadores pela proximidade ou verossimilhança que podem passar?</p> <p>Numa análise desta investigação, depois da estreia de FÉF, a TVI tem apostado em telenovelas com menos personagens e onde todos podem ter narrativas cómicas, não havendo em algumas telenovelas uma presença notória de um núcleo cómico. Num exercício crítico de interpretação como justifica esta possibilidade?</p> <p>A comédia em tempos de crise funciona? E isso pode provar-se pelo facto da novela cómica FÉF ter sido lançada num ano de restrições devido à pandemia?</p> <p>Porque não funcionou Rua das Flores?</p> <p>Foi o autor de Bem-Vindos a Beirais, qual foi o sucesso do formato?</p> <p>Há quem considere Festa É Festa uma cópia de Bem-Vindos a</p>
--	--	---

		Beirais. Quais são as diferenças destes dois formatos?
<i>(FESTA É FESTA) A criação do subgênero de comédia na telenovela (Festa É Festa).</i>	Quais são razões do êxito de audiências de Festa É Festa. (Visão crítica da concorrência)	<p>Como é que nasce a ideia de criar Festa É Festa e qual era o objetivo da estação com este produto?</p> <p>Como é que se pode considerar Festa É Festa uma novela se ela destruiu alguns pilares tradicionais, como os pares românticos, os vilões, o amor e obstáculo, etc.?</p> <p>De que forma se desenvolve a escrita desta novela?</p> <p>Ao fim de mais de dois anos de trabalho, como é o dia-a-dia de produção e redação de FÉF?</p> <p>Quais foram as inspirações para as personagens presentes na telenovela?</p> <p>O humor é muitas vezes veículo de mensagens e FÉF tem uma matriz quase na sua totalidade cômica. Qual é o papel social de FÉF e que mensagem quer passar?</p> <p>Qual é a razão para o êxito de audiências e de prolongamento de FÉF?</p>

		<p>Sabe se Festa É Festa foi buscar um público que não era consumidor de telenovelas ou um público que tinha deixado de as ver?</p> <p>A história que vai acabar em Festa É Festa ainda é a que tinha pensado, ou depois de várias encomendas para mais episódios o final já se desviou no destinado?</p> <p>Verifica existência do aumento da comicidade nas telenovelas depois da estreia de FÉF?</p>
--	--	---

GUIÃO DE ENTREVISTA

Guião de entrevista – (1) Pedro Lopes: Autor e diretor geral de conteúdos da SP Televisão

Questões de investigação que são matriz para as questões de entrevista:

- A telenovela Festa É Festa está a introduzir alterações ao formato tradicional da telenovela portuguesa?
- Festa É Festa é um caso isolado da preferência de uma telenovela totalmente cómica ou o formato representa um interesse crescente da comédia na ficção, podendo a comicidade ser um elemento fundamental para o argumento de uma telenovela?

Guião de perguntas para Pedro Lopes:

Questão fundamental: Qual é a importância da comicidade no formato tradicional da telenovela portuguesa e como é que os agentes do mercado olham para a comédia e nas alterações que Festa É Festa pode estar a introduzir no mercado?

Temática	Objetivo	Questões
<p><i>A telenovela em Portugal, a construção do formato e aspetos técnicos que fazem a matriz do formato.</i></p>	<p>Saber como é que tecnicamente se faz e identifica uma telenovela, bem como que características tem uma telenovela portuguesa.</p>	<p>Quais são as características que na sua opinião permitem identificar o género de telenovela como tal?</p> <p>Como é que se constrói a história de uma telenovela e quais são os principais processos para a criação?</p> <p>De que forma é que a ideia do autor se compactua com as necessidades/exigências dos canais de televisão com quem colabora?</p> <p>Quais são os aspetos técnicos e linguísticos que diferenciam a telenovela portuguesa das telenovelas de outros mercados?</p>
<p><i>O mercado de ficção nacional em Portugal e o espaço que a telenovela ocupa na televisão portuguesa.</i></p>	<p>Perceção e conhecimento do mercado de televisão em Portugal com uma análise do entrevistado para o espaço que a telenovela ocupa e saber</p>	<p>A telenovela tradicional ainda é um produto de televisão importante para os canais de televisão?</p> <p>Como é que analisa a atual produção de telenovelas e a</p>

	<p>qual a importância deste género televisivo, sabendo se as suas mutações podem ser importantes para a sobrevivência da telenovela.</p>	<p>forma como o público as consome?</p> <p>Fazendo uma retrospectiva das produções de teledramaturgia nacional de 2010 a 2023, que alterações entende que se foram fazendo?</p> <p>A narrativa tradicional e matriz de uma telenovela tem mudado ao longo dos anos?</p> <p>Sente que as audiências têm vindo a diminuir o interesse e fidelização ao produto telenovela? Quais são as razões?</p> <p>O que diferencia a produção “Laços de Sangue” que venceu um Emmy, com a última telenovela produzida pela SP?</p> <p>De 2010 a 2023, a TVI juntamente com a Plural teve mais vezes telenovelas líderes, O que diferencia as telenovelas das duas produtoras e quais podem ser as razões para os sucessos ou não de um produto de ficção?</p>
<p><i>A narrativa cômica e a presença/importância que a comédia tem na telenovela em Portugal.</i></p>	<p>A presença cômica no argumento das telenovelas e como se compõem os núcleos cômicos. Análise da</p>	<p>Sugeriu e controlou a parte da comicidade nos argumentos criados pela equipa de argumentistas que dirige?</p>

	<p>importância da comicidade para os autores/diretor(s).</p>	<p>Como são construídos os núcleos cómicos nas telenovelas e que importância têm para os autores que a escrevem?</p> <p>A presença de núcleos e/ou comédia nas telenovelas é um atrativo para a fidelização de audiências?</p> <p>Tem tido acesso a estudos de mercado (inquéritos, grupos de foco...) Que revelem as opiniões do público a respeito da comicidade nas novelas? Nalguma em particular?</p> <p>Os núcleos cómicos podem ser a âncora de uma telenovela, ou a forma para os diretores/autores conseguirem esticar os guiões e aumentar o número de episódios?</p> <p>A presença de comédia ou os núcleos cómicos nos últimos 13 anos tem aumentado, ou as novelas portuguesas não foram ao longo dos anos preenchendo mais os seus argumentos com comédia?</p>
--	--	--

		<p>No mercado brasileiro, as novelas cômicas ou com maior leveza representam um subgênero estando enraizadas no horário das 19h, quais são as razões para a existência deste subgênero e entende haver espaço para uma mimética no mercado nacional?</p> <p><i>Amor Amor e Lua de Mel</i> foram telenovelas que estrearam durante ou próximas à estreia de FÉF, existiu um aumento da comicidade nos guiões?</p> <p>A eventual presença da comicidade em novelas da SP é uma imposição da concorrência?</p> <p>As personagens cômicas têm capacidade para se tornarem personagens principais por via da sua aceitação por parte da audiência?</p> <p>No seu entender quais são as personagens que ficam na memória do espectador durante mais tempo depois do fim das telenovelas, os protagonistas, os antagonistas ou por exemplo as</p>
--	--	--

		<p>personagens que pertencem ao núcleo cômico?</p> <p>Numa análise desta investigação, depois da estreia de FÉF, a TVI tem apostado em telenovelas com menos personagens e onde todos podem ter narrativas cômicas, não havendo em algumas telenovelas uma presença notória de um núcleo cômico. Num exercício crítico de interpretação como justifica esta possibilidade?</p>
<p><i>A criação do subgénero de comédia na telenovela (Festa É Festa).</i></p>	<p>Quais são razões do êxito de audiências de Festa É Festa. (Visão crítica da concorrência)</p>	<p>Como autor qual é a análise da criação de telenovelas com total presença cômica nos seus guiões?</p> <p>Como analisa FÉF em termos técnicos e a forma como construiu a sua narrativa em volta dos núcleos cômicos?</p> <p>Qual é a razão para o êxito de audiências e de prolongamento de FÉF?</p> <p>Qual tem sido a estratégia da SP na escrita das suas novelas, para concorrer diretamente com FÉF?</p> <p>A eventual presença da comicidade em novelas da SP é uma imposição da concorrência?</p>

		<p>Verifica uma existência do aumento da comicidade nas telenovelas depois da estreia de FÉF?</p> <p>Acha que a comicidade na novela veio para ficar ou pode ser apenas uma "moda" a que o público poderá deixar de aderir da mesma maneira?</p>
--	--	--

Escreveu novelas com núcleos cómicos?

Sugeriu e controlou a parte da comicidade nos argumentos criados pela equipa de argumentistas que dirige?

Promove a escrita de núcleos cómicos?

Os núcleos cómicos já são parte da norma e não a exceção?

A eventual presença da comicidade em novelas da SP é uma imposição da concorrência?

Que contributos positivos dá a comicidade para o conteúdo duma telenovela?

Tem tido acesso a estudos de mercado (inquéritos, grupos de foco...) que revelem as opiniões do público a respeito da comicidade nas novelas? Nalguma em particular?

Que tipo de comicidade acha mais conveniente: o tom geral cómico? Ou mais centrado em graças/piadas concretas?

Acha que a comicidade na novela veio para ficar ou pode ser apenas uma "moda" a que o público poderá deixar de aderir da mesma maneira?

GUIÃO DE ENTREVISTA

Guião de entrevista – (1) Pedro Canais: Script supervisor da SIC

Questões de investigação que são matriz para as questões de entrevista:

- A telenovela *Festa É Festa* está a introduzir alterações ao formato tradicional da telenovela portuguesa?
- *Festa É Festa* é um caso isolado da preferência de uma telenovela totalmente cómica ou o formato representa um interesse crescente da comédia na ficção, podendo a comicidade ser um elemento fundamental para o argumento de uma telenovela?

Guião de perguntas para Pedro Canais:

Questão fundamental: Qual é a importância da comicidade no formato tradicional da telenovela portuguesa e como é que os agentes do mercado olham para a comédia e nas alterações que <i>Festa É Festa</i> pode estar a introduzir no mercado?		
Temática	Objetivo	Questões
<i>A telenovela em Portugal, a construção do formato e aspetos técnicos que fazem a matriz do formato.</i>	Saber como é que tecnicamente se faz e identifica uma telenovela, bem como que características tem uma telenovela portuguesa.	Quais são as características que na sua opinião permitem identificar o género de telenovela como tal? Como é que se constrói a história de uma telenovela e quais são os principais processos para a criação? Como é que uma estação de televisão constrói uma telenovela, com base nas necessidades/exigências das audiências? Quais são os aspetos técnicos e linguísticos que diferenciam a

		telenovela portuguesa das telenovelas de outros mercados?
<i>O mercado de ficção nacional em Portugal e o espaço que a telenovela ocupa na televisão portuguesa.</i>	Perceção e conhecimento do mercado de televisão em Portugal com uma análise do entrevistado para o espaço que a telenovela ocupa e saber qual a importância deste género televisivo, sabendo se as suas mutações podem ser importantes para a sobrevivência da telenovela.	<p>A telenovela tradicional ainda é um produto de televisão importante para os canais de televisão?</p> <p>Como é que analisa a atual produção de telenovelas e a forma como o público as consome?</p> <p>Fazendo uma retrospectiva das produções de teledramaturgia nacional de 2010 a 2023, que alterações entende que se foram fazendo?</p> <p>A narrativa tradicional e matriz de uma telenovela tem mudado ao longo dos anos?</p> <p>Sente que a audiências têm vindo a diminuir o interesse e fidelização ao produto telenovela? Quais são as razões?</p> <p>De 2010 a 2023, a TVI teve mais vezes telenovelas líderes, o que diferencia as telenovelas dos dois canais e quais podem ser as razões para os sucessos ou não de um produto de ficção?</p>

		<p>No seu entender existem diferenças no género de público de telenovelas da SIC e da TVI? E a existirem quais são?</p>
<p><i>A narrativa cómica e a presença/importância que a comédia tem na telenovela em Portugal.</i></p>	<p>A presença cómica no argumento das telenovelas e como se compõem os núcleos cómicos. Análise da importância da comicidade para os autores/diretor(s).</p>	<p>A presença de núcleos e/ou comédia nas telenovelas é um atrativo para a fidelização de audiências?</p> <p>Como Script supervisor da SIC qual é a importância que dá à comicidade numa telenovela? Seja do ponto vista técnico, ou estratégico.</p> <p>A presença de comédia ou os núcleos cómicos nos últimos 13 anos tem aumentado, ou as novelas portuguesas não foram ao longo dos anos preenchendo mais os seus argumentos com comédia?</p> <p>No mercado brasileiro, as novelas cómicas ou com maior leveza representam um subgénero estando enraizadas no horário das 19h, quais são as razões para a existência deste subgénero e entende haver espaço para uma mimética no mercado nacional?</p> <p><i>Amor Amor e Lua de Mel</i> foram telenovelas que estrearam durante</p>

		<p>ou próximas à estreia de FÉF, existiu um aumento da comicidade nos guiões? Se sim foi para responder diretamente a FÉF?</p> <p>As personagens cómicas têm capacidade para se tornarem personagens principais por via da aceitação da audiência?</p> <p>No seu entender quais são as personagens que ficam na memória do espectador durante mais tempo depois do fim das telenovelas, os protagonistas, os antagonistas ou por exemplo as personagens que pertencem ao núcleo cómico?</p> <p>Numa análise desta investigação, depois da estreia de FÉF, a TVI tem apostado em telenovelas com menos personagens e onde todos podem ter narrativas cómicas, não havendo em algumas telenovelas uma presença notória de um núcleo cómico. Num exercício crítico de interpretação como justifica esta possibilidade?</p>
<p><i>A criação do subgénero de comédia na telenovela (Festa É Festa).</i></p>	<p>Quais são razões do êxito de audiências de Festa É Festa. (Visão crítica da concorrência)</p>	<p>Como responsável de supervisão de escrita das telenovelas da SIC qual é a análise da criação de</p>

		<p>telenovelas com total presença cômica nos seus guiões?</p> <p>Como analisa FÉF em termos técnicos e a forma como construiu a sua narrativa em volta dos núcleos cômicos?</p> <p>Qual é a razão para o êxito de audiências e de prolongamento de FÉF?</p> <p>Qual tem sido a estratégia que entende estar a SIC a usar para combater FÉF?</p> <p>Verifica uma existência do aumento da comicidade nas telenovelas depois da estreia de FÉF?</p>
--	--	---

Anexo F: Entrevistas

Entrevista Semiestruturada: Joaquim Nicolau

(Diretor de Atores de Festa É Festa)

Entrevistador: Qual é a origem da comédia na telenovela?

Joaquim Nicolau: Na novela, os núcleos mais fortes nem eram a comédia. A comédia depois começou a ganhar alguma força, era realmente, mas era um elemento trágico e um elemento dramático, em que, por exemplo, havia sempre a questão da vingança, de repor a justiça, de repor a verdade, ou seja, a jovem que era humilhada, em que havia mentiras sobre ela, sobre a sua honestidade, em que o marido estava a enganá-la e etc., e o guião era essas características irem-se repondo com o tempo. As Novelas foram crescendo, não é? Portanto, tudo isto começou muito bem, evoluiu e a novela que nós temos, o modelo de novela, tem realmente vários núcleos, e um deles, geralmente, tende sempre a ser a parte cômica.

Aqui, no *Festa é Festa*, nós optamos em que, se houvesse algo que pudesse entrar como núcleo, era o núcleo dramático, que não resultou. No início havia uma personagem dramática que era a mãe do Jorge e não resultou. Não fomos por aí. Porquê? Porque o núcleo só resulta se for ele todo uma unidade cômica. Quando começámos a trabalhar, eu e o António Correia, ao lermos o texto em conjunto com o Roberto Pereira e a equipe dele, verificámos que a novela podia caminhar para um *nonsense*. Isto é um bocadinho a aldeia do Astérix. Nós percebemos que aqui tínhamos de encontrar, dentro da parte toda do grande globo cômico, tínhamos de encontrar depois fissuras dentro da comicidade para que nos dessem especificidades, ou seja, no nosso caso, que é um *nonsense* muito forte, o caso do absurdo não é propriamente um *nonsense*, é parecido. O absurdo também de ganhar bastante espaço, e isso funciona se estivermos todos de acordo, ou estivermos todos para lá a caminhar no mesmo sentido. Porque o grande perigo é nós estarmos a não caminhar, muitas das vezes, podemos ir mais longe, ou mais lentos, mas temos de ir caminhando, podemos ir talvez no mesmo passo, mas vamos no mesmo sentido. Ir no mesmo sentido é que é importante, porque se não formos é complicado. Então aí caminhamos para o desastre, do meu ponto de vista.

Esta novela começou a caminhar muito bem, toda no mesmo sentido. Muito bem, independentemente se estávamos todos à mesma velocidade ou não, se estávamos todos à esquerda ou à direita, mas estávamos no mesmo sentido. Na nossa estrada, o nosso caminho

estava numa direção e mesmo que houvesse fugas desse caminho, eram sempre na mesma direção. Havia um sentido. Isso começa logo a justificar depois o sucesso, a réplica do sucesso que depois começa a ter, quando vai para o ano.

Uma das coisas que nós começamos a perceber, foi que estas personagens, e isso eu alertei alguns atores para isso, que é, não tivessem a preocupação de fazer sempre o correto. Não se podiam

deixar contaminar pela realidade, ou seja, os aspetos da realidade, a realidade das novelas, não é a nossa realidade da vida, a realidade que as novelas arranjaram para elas próprias. Há uma realidade novelística. E a nossa preocupação foi, não vão por aí, nem se preocupem com isso. Estas personagens têm uma vida mesmo muito própria, porque elas estão num sítio muito próprio, que é só deles, esta aldeia é só deles.

Tudo o que ali aparece é contaminado por eles. Quem calha lá nesta aldeia é destruído. Foi o exemplo do El Capo, que era o perigoso bandido, mas chega lá e é engolido pela loucura. As novelas têm uma realidade própria, mas que se aproxima muito da realidade, da nossa realidade, da nossa vida. Aqui, a realidade só serve para estímulo. Eles têm um mundo muito próprio, têm cores próprias no vestimenta, eles vestem-se de uma maneira própria. A gente não pode dizer aí aquela roupa está errada porque ali agora uma pessoa da aldeia não é assim. Aqui não nos interessa isso. Eles são assim. Isto é o mundo diferente.

Isto é o mundo de que ou o aceitamos ou não o aceitamos. Isto é o mundo do... Ou seja, é como se eu não o aceitasse o José Carioca.

Isto podia se passar em Marte. Sim. Seriam iguais. Dava um cabo dos outros alienígenas todos ou isto era numa aldeia em França e era a mesma coisa.

O que interessa são as personalidades deles. E eles são assim. Por isso, é que nós raramente referenciamos Lisboa, raramente referenciamos Portugal, raramente referenciamos qualquer outra coisa. É a aldeia, é a cidade ao lado. Vivem numa bolha, numa bolha que eles estão sempre, quando não é em festa, até as discussões são festa.

Entrevistador: A ideia de novela cómica como subgénero é uma realidade no Brasil. Essa ideia partiu como inspiração para criar Festa É Festa, ou existiram estudos que dessem a indicação que o público queria comédia?

Joaquim Nicolau: Há várias novelas mais leves ou com muita comédia, como os Nossos Dias que eu fiz, mas vamos comparar algumas novelas como Olhos de Água ou os Jardins Proibidos,

havia uma componente dos jovens, que dava uma frescura, e havia a componente dramática, melodramática, mas o núcleo cómico era muito curto. Não sei se se lembra, mas era assim, era feito por um ator que já faleceu, que era o Manuel Bola e com o José Raposo, tinha ali uma coisita ou outra, mas não havia muito. Quando passamos para Os Olhos de Água, era drama. Um drama, uma tragédia, quando foi a menina que desaparece por causa da guerra colonial, e transforma-se num drama, das gêmeas e tal... e número cómico era curto também, lembro-me perfeitamente. Quando apareceu o Manuel Melo, que agora integra esta equipa tinha coisas muito pontuais, muito pequenas.

Depois, isto no universo, havia mais novelas fora disso, estou só a falar da época. Quando apareceu Anjo Selvagem, voltou com uma presença muito jovial, mas já havia ali uma componente mais cómica, em alguma parte. Quando nós passamos para Filha do Mar, também ainda pouco, havia muito pouco, nós não tínhamos muito cómico. Mas, quando passamos aos Os Bons Vizinhos, que não teve assim tanto sucesso como se esperava, esta novela já tinham um núcleo muito mais cómico, mas também se passava também numa aldeia, que era o José Raposo, que era a Maria João Abreu, tínhamos personagens, tínhamos o Heitor Lourenço, ou seja, havia ali um lado que apontava para uma malta mais cómica. Mas isto, não basta ter só alguns ingredientes, eles têm que depois bater certo. Ou seja, e isso é a prova disto,

Nós estamos no século XXI, na segunda década do século XXI, e temos de olhar para trás, repare, estou a falar de novelas que foram ainda ali, na fronteira entre um século e o outro, mas aqui já estamos com duas décadas, e nestas duas décadas mudou muita coisa. Os jovens começaram a ter acesso à internet, os Malucos do Riso desaparecem, aparecem os Gatos do Fedorento com outra linguagem cómica, com uma linguagem mais próxima de uma juventude, e começa a aparecer uma coisa que é mais próxima.

O grande motor ainda hoje, a internet, onde começam a aparecer coisas que se veem rapidamente, e começaram a aparecer as primeiras plataformas, começam a aparecer as primeiras linguagens fora do nosso universo, onde esta linguagem tem muito sucesso, repare nos filmezinhos que se veem, têm imenso sucesso e são vistos em segundos, mas são sempre coisas absurdas, de carácter um meio parvo, a roçar no absurdo.

Entrevistador: Nas características da comédia portuguesa, deixou de haver lugar para a anedota? Quais são as características da comédia portuguesa?

Joaquim Nicolau: É uma transição natural. Ou as pessoas riem pela parte estúpida da coisa, ou então porque são coisas bem feitas que aparecem na net, com muita graça, pequeninas, curtas. Então nós, aqui creio que com este nosso *nonsense*, com este nosso absurdo, ao libertarmos as amarras, ou cortarmos as amarras das personagens, porque as cortamos mesmo, em relação à convencionalidade da novela, nós libertamos, demos alguma liberdade, alguma não, muita liberdade aos atores, embora com controlo, para ir a esse encontro.

Como são os ingredientes e como é que se começaram a juntar? De forma natural, fazemos encontro de situações completamente estapafúrdias que acontecem aqui, mas que também acontecem no dia-a-dia, nós vemos no nosso dia-a-dia, que de antes não víamos tanto. O que víamos era a anedota feita com *decor*, que era um naturalismo muito bem decorado e aproximado à realidade. Disto passamos para outra linguagem que era brilhante, que eram, que eram dramatizadas, e houve uma transição, uma transição através da linguagem do absurdo, até que chegamos aqui, e aqui, em Festa É Festa, apresentamos coisas completamente maradas. Estas personagens vão de férias, vão, fazem, tudo com o normal, até tudo correr mal, eles mesmo fora da aldeia, eles vão provocar o caos, e é este caos, esta desorganização planeada, este lado libertário, de não estar convencido a uma comédia de *sitcom*, de comédia de situação, que as personagens ganham.

É o comportamento das personagens, que realmente foram, muito esta coisa do *Asterix*, mas é o comportamento que essas personagens tinham, nós já sabíamos que a partir daí era só pô-los na situação de conflito para ver como é que eles lutavam uns com os outros. Isto é absurdo? Sim, mas há sempre de verdade, em qualquer lado, há sempre um chefe, aldrabão, trapalhão, em qualquer lado, há sempre uns amantes meio desconchavados, quer dizer, a gente não vai querer pôr um realismo nisto, porque senão ninguém acreditava, mas há sempre um pouco de realidade no absurdo.

Entrevistador: A telenovela procura a verossimilhança e realidade, mas Festa É Festa não entre no caminho da realidade, como justifica a aceitação por parte do público?

Joaquim Nicolau: Nas novelas, parte da realidade os problemas sentimentais são parecidos com os nossos, os problemas económicos são parecidos com os nossos. O espectador tem de se rever até nos problemas que estão a abordar, muitos problemas políticos também são quase um bocadinho parecidos, mas em Festa É Festa não existe isso.

Nós temos um político que é que é o Presidente da Junta e é a coisa pior que pode haver no mundo, aliás, achei a graça quando alguns soube que alguns Presidentes de Junta disseram que não se reviam. Ainda bem que não se reviam, mas ainda assim, lá está, não existe esse guião,

porque eu lembro que a determinado momento ele é Presidente da Câmara, mas depois aquilo facilmente desaparece e, portanto, não há nenhuma lógica. Festa É Festa procurou quebrar a lógica ficcional.

Os atores, no início e até eu com o António Correia, estávamos muito atentos a isso, mas não há problema. Ao contrário do que se julga o ser humano temos uma tendência para a normalização e nós, uma das primeiras coisas é que eu estou atento e ando sempre a dizer aos atores que eles não precisam de ser nem mais nem menos, mas não quero, ou, não tenho intenção em que eles normalizem. Até na nossa vida acabamos por ter uma normalização, nem que seja pela própria vida que nos impõe isso.

Esta telenovela aparece em pós pandemia, estávamos a sair do momento mais escuro das nossas vidas e de repente aparecem umas pessoas muito coloridas, desafogadas, sem os problemas que tinha o mundo real. O mundo real não interferiu, nesta novela o caminho não passa pelo realismo, pois se há um problema de dinheiro, eles arranjam nem que seja através de um ladrão, se precisam de comida, nós não mostramos o caminho até ao campo, eles vão à merceira da Aida que na verdade é gourmet, mas não tem nada. Se não fosse assim estava tudo errado, nada batia. O segredo está em acreditar no personagem, nós passamos a acreditar na personagem porque é ela que faz o lado gourmet, sim, não é o *decor* em si, ou seja, se formos à casa da dona Corcovada que é o maior

decor que e nós temos aquilo cheio e rapidamente percebemos que ela gosta das lojas dos chineses, portanto está definida com aqueles plásticos e tudo aquilo. Mas alguém acredita que a centenária que ela é centenária a Nossa Maria Do Ceu Guerra é centenária? Acreditam, porque ela é maravilhosamente bem feita e faz realmente acreditar que é centenária.

Atenção! Há uma coisa muito importante, é que o que pode parecer caótico não é assim tão caótico. Sim, ele é preparado de maneira que de repente nós tenhamos essa perceção mesmo. As pessoas agem um bocadinho assim, umas vezes estão bem de um momento para o outro já estão mal, são os tais *racor* emocionais que as novelas aguentam muito. Aqui também, tão depressa estão bem e em festa, como depois já estão a discutir, ou estão mal.

Tivemos alguma preocupação em ter personagens que sejam mesmo fora da caixa como por exemplo a Manuela. Aquela Manuela é uma rapariga que é muito da cidade, mas o tal o nosso universo como não é realista aceita, senão alguém diria que esta rapariga ela é muito moderna, mas de repente ela também tem coisas ali que diz umas patacoadas

Inclusive temos um Sr. Doutor que não lembra a ninguém e agora temos um psicólogo que não lembra ninguém e que ele próprio é cilindrado por aquele ambiente. Eles desconstroem a normalidade daquele psicólogo, eles cada vez que vão ao psicólogo nunca é por causa dos

problemas deles é sempre por causa dos problemas dos outros, os problemas dos outros são os deles.

Entrevistador: Qual é a importância da telenovela no mercado, na sociedade e na indústria cultural?

Joaquim Nicolau: Tem muita. Embora já se começa a fazer outro tipo de produções, já fazemos muitas séries, devido às plataformas, mas a telenovela continua a ser um género com muito peso e muito relevante para muita gente, tem equipas muito grandes para se fazer uma novela. Sendo uma indústria, nenhum empresário vai fazer as coisas e não pensa que elas funcionem. O facto de ele querer ter lucro significa que ela vai ter de funcionar, porque se não funcionar, ela fecha. Até para os atores, mas não só, até para o próprio país. Muitas das pessoas, vamos ser aqui honestos, foram vendo alguma coisa de Portugal porque os novelas também vai aparecendo cidades onde são filmadas ou locais onde são filmadas as novelas e isto é importante, não negligenciemos isso, é importante, as autarquias também apoiaram isso, tiveram nas produções porque lhes deu visibilidade, repare, eu lembro-me de ter feito uma novela em Trás-os-Montes e aí aquilo de repente deixou de ter 500 visitas por mês para 5 mil. Sim. Para mais.

Do ponto de vista económico, também já disse que é rentável para os vendedores. E agora vamos ver outra coisa que as pessoas não falam, também muito importante, que é o ponto de vista tecnológico.

Entrevistador: Considera possível a continuação do género cómico depois de Festa É Festa?

Joaquim Nicolau: Estamos numa fase em que estamos nesta parte cómica resultou e está a resultar, mas pode haver aqui uma transição, o Festa É Festa, vai durar onde poder durar, onde está planeado durar. Eu gosto também de uma novela bem escrita, com drama e isso vai acontecer, porque é normal, nós temos uma necessidade de mudança. Agora, se calhar, esta vontade que houve de ver algo mais cómico, por isso que eu disse que isto se juntou aos ingredientes todos, porque temos uma pandemia, porque necessitamos de nos rir, necessitámos de não estar preocupados.

Entrevistador: A comédia em tempos de crise funciona? E isso pode-se provar com o lançamento de Festa É Festa em tempo de pandemia?

Joaquim Nicolau: Sim, mas a pandemia não foi o único gatilho, na verdade tivemos até 2020, uma década muito desgastante para as pessoas, com crises, com situações muito complicadas e depois a pandemia não foi só o confinamento, foi o que a pandemia trouxe. O ambiente era tenso e creio que reunimos os ingredientes certos para o nascimento de *Festa É Festa*.

Entrevistador: O que caracteriza a telenovela portuguesa já como um gênero, o gênero de telenovela portuguesa, em relação a outros mercados?

Joaquim Nicolau: A novela tem um estilo próprio e não é comédia, mas acho que as novelas portuguesas se caracterizam por uma coisa, para já, nós temos sempre ali um lado fatalista, que é nosso. Não é por acaso que o fado está muito agregado a nós o lado fatalista e também jocoso. Temos a nossa maneira jocosa de funcionar, que é interessantíssima. Assim como está temos um lado que é menos florido e *Festa É Festa* fugiu um bocadinho, porque é mais florida.

A novela portuguesa aproxima-se muito de uma realidade, que os brasileiros fugiram há muito, aquele sotaque que tu vês que é sertanejo, aquilo não é sotaque nenhum sertanejo. Foi inventado pela Globo para criar uma homogeneidade. A nossa telenovela aproximou-se muito da maneira de viver dos portugueses, em particular dos espectadores, desde a musicalidade à maneira de vestir.

Eu acho que a telenovela portuguesa se aproximou... Se aproximou sempre de um *modus vivendi* que os próprios espectadores têm.

Entrevistador: Como analisa a atual produção de telenovelas em Portugal e a forma como a concorrência disputou *Festa É Festa*?

Joaquim Nicolau: Tem sido engraçado ver, a *SP* tem feito belíssimos trabalhos e eles fizeram bem em não vir a concorrer com um produto semelhante. Acho que eles não tiveram muito essa tentação, mesmo nós ganhando, na maior parte das vezes, vão no encaço, vão na alçada, muito honradamente. Aliás, mantêm belíssimas audiências também com aqueles produtos. Agora, sim têm produtos mais cómicos, é normal. Os ingredientes funcionaram, portanto eles foram bem dentro do que podiam fazer, mantendo o gênero deles, ou seja, não andaram a disparar para todos os lados.

Não acho que não houvesse essa tendência de aproximação no início, por exemplo, na altura, quando aparece *Festa É Festa*, estava uma novela no ar que era o *Amor Amor*. Amor que teve

várias temporadas e a telenovela chega a uma altura onde já tem pouco da história dramática, a seguir veio *Lua de Mel*, mais um menos igual, mas rapidamente perceberam que tinham de ir para o outro lado.

Não funcionava como eles queriam, ou melhor, foi mais ou menos funcionando. Mas rapidamente eles perceberam que tinham de ter a linha deles, sim, houve no início uma tendência, uma tentativa, uma aproximação que é normal. Eles perceberam que o espectador estava a querer isso, viram o que é o desejo do espectador e ao verem o desejo do espectador tentaram-se aproximar de algumas coisas. Por isso é que o *Amor Amor* ganhou alguns contornos de algumas linhas do *nonsense* e do absurdo. Mas eles voltaram a um estilo mais padrão e até agora mantiveram. Há tal diversidade de consumo, que acreditar que há pessoas que gostam muito do *Festa É Festa*, mas há pessoas que gostam de uma novela mais clássica, com mais drama.

O que significa que o produto novela... Conseguem dois canais importantíssimos. Manter-se... Ativa.

E não se esqueça que neste momento estes dois canais... A novela tem ao lado de uma forma muito forte as plataformas.

Com produtos realmente brilhantes.

Entrevistador: Existe preconceito no produto telenovela?

Joaquim Nicolau: Claro, existe uma certa resistência ao produto português, isto é cultural, mas a novela ajudou a eliminar alguns desses preconceitos, mais, se as autoridades estivessem atentas percebiam que a novela é um veículo de informação muito importante, e de transformação. Se eles tivessem apostado mais cedo teriam resolvido determinados problemas, como segregação, como, a resistência em receber imigrantes e por aí. As novelas vão, e podem ir por esse caminho, até pode ser uma comédia. Pode ser uma comédia engraçadíssima, mas se não for, também não me faz mal nenhum em que haja abordagem a estes assuntos. A novela aborda muitos temas sociais, é um género com essas características, podemos falar das sexualidades ou das doenças mentais. Em *Festa É Festa* abordamos alguns temas, exemplo de uma personagem que tinha problemas mentais. Agora, como disse no início, a personagem não fazia sentido naquele contexto.

A verdade é que a ficção tem dado acesso a determinadas pessoas informação e depois há conversas que existem, por causa do que ouviram na ficção.

Entrevistador: Acha que as audiências têm vindo a diminuir o interesse pelo produto novela?

Joaquim Nicolau: Eu lembro-me que chegámos a quase até dois milhões de espectadores... É um fruto dos tempos. Como é que olha para o mercado? O mercado sobrevive se houver criatividade. Eles não sobrevivem porque têm dinheiro, a *Netflix* não está só preocupada com o dinheiro, está preocupada com a criatividade. A criatividade que vai haver no mercado é que vai deitar as regras. Ou seja, claro que sim, temos de analisar para os indícios.

Temos de analisar para os gráficos., temos de saber olhar um gráfico e dizer assim, epá, nós estamos aqui com este produto e os números estão a descer, então, os empresários ligados ao audiovisual irão também adequar formas de produção parecidas com as que estão a ser vencedoras. Depois, tudo isto leva a que haja mais criatividade

As novelas podem-se manter, mas não me surpreende que caiam. A televisão não foi sempre igual e as coisas foram mudando, nós já começamos a fazer outro tipo de produções.

Há uma coisa que eu sei. Vai ter de haver uma sobrevivência, seja para que lado for, porque o ser humano é criativo. A televisão está a fazer o caminho que a rádio fez antes, está a tentar descobrir o caminho.

Nós não mudamos mais rapidamente, e não é que as pessoas sejam burras ou que não tenham os olhos tapados. Nós temos bons profissionais, temos bons analistas, somos iguais em qualquer parte do mundo. O mundo digital veio provar que um português é tão bom em qualquer lado como um chinês, até conseguimos fazer igual sem os mesmos recursos.

A questão é que pelo facto de sermos um país mais pequeno em termos populacionais e sobretudo em termos financeiros, leva a transformação a fazer-se mais devagar.

Entrevistador: Que alterações de estilo ou linguísticas a telenovela fez desde a criação deste mercado até hoje?

Joaquim Nicolau: Em produção, fazíamos duas a três produções por ano e calhar hoje já estamos numa altura em que vamos começar a fazer menos uma produção por ano. Mas na linguagem, uma coisa que mudou muito foi o *acting*, nós hoje temos uma diversidade de atores. Não só de género, como de etnias ou idades e no que toca a idades há aqui uma transformação, que é a formação dos jovens, porque para além da sua formação, eles hoje são globais, são cosmopolitas, são observadores de muita coisa, e isso é importantíssimo para a representação. Os atores jovens abriram o mundo, eles veem coisas, eles já veem séries internacionais, veem coisas na internet, eles sabem quem são as pessoas do mundo artístico e isto é uma mudança

individual muito significativa. É mais fácil para mim, como diretor de atores, ter o entendimento das coisas.

A novela acompanhou toda esta mudança individual, que influenciou os atores e acima de tudo há mais formação. Estou a favor que eles têm de ter mesmo formação o melhor que podem. Na escola, nos conservatórios, onde quiserem. Mas depois aqui, eles têm outra visão, já têm outro mundo e entendem muito melhor aquilo que eu peço como diretor de atores.

Ainda sobre a sua questão, linguisticamente, temos algumas mudanças, sim. Temos algumas preocupações nos guiões, em como é que usamos determinadas palavras. Os tempos mudaram e medimos muito melhor as palavras e comportamentos. Tem-se mais cuidado, mas também porque temos uma outra sensibilidade, e isso é bom, no entanto, vivemos também na era do politicamente correto.

Entrevistador: Numa novela que vive do humor, e por sinónimo, o humor é o duplo sentido, a ironia, o sarcasmo ou a sátira, como é que se faz uma novela cômica com a era do politicamente correto?

Joaquim Nicolau: Estamos preocupados com isso, porque nós queremos chegar a um ponto em que o piropo não possa ser mal interpretado e sim bem interpretado, por exemplo. É tudo uma questão de interpretação. Mas também acho isto normal, tínhamos de passar por isto, mas acho que não vai demorar muito até nos liberta-nos do excessivamente correto.

Joaquim Nicolau: A sociedade vai ter de passar por esta convulsão. E é como eu disse, nunca se fará nada à força, a força é sempre um erro. Faz-se assim porque é a força das circunstâncias. E a força das circunstâncias é que nós daqui a cinco anos, quatro anos por quatro anos aquelas coisas já não podemos ser tão pesadas. Os miúdos que agora têm quatorze, daqui a uns anos já votam, os que têm dezoito já votam, estão a namorar e passam a casar, os que casaram já têm filhos.

Por exemplo, vai entrar aqui um ator brasileiro e eu não quis que ele viesse a fazer de brasileiro. Ele vai entrar que e vai ser um fotógrafo, ou vamos ter, como já tivemos, atores africanos e eles não vão fazer de africano ou que lhe vou associar a isso. Quero normalidade, se ele é o homem que faz pão, vai fazer pão.

O que fazemos é porque é a personagem, se a personagem começasse a discutir com alguém sobre um tema para discutir socialmente, tudo bem. Mas agora ela a forçar isso... Não. Não interessa, não é interessante.

Entrevistador: O humor tem como principal objetivo fazer rir, mas ele pode ter um papel social e até educativo?

Joaquim Nicolau: Sim, claro. O humor pode falar de coisas sérias, e de que maneira... Não é por acaso que o teatro tem estas duas máscaras, não é? A máscara a sorrir e a outra a não sorrir. Eu posso fazer numa novela algo cómico, para ter graça, mas o texto não deixa de ter uma intenção ou não deixa de dizer o que está a dizer. Imagina, faço um primeiro-ministro corrupto e no guião há uma situação engraçada durante o processo de corrupção, bem, a situação está lá. Temos ali uma comicidade e o assunto sério.

A anedota também pode ter, ou outras formas de fazer rir. Por exemplo, tu tens na *stand-up comedy*, e consegues ter a comédia negra, a comédia de situação, a comédia do absurdo e a comédia política. Eu acho que o humor tem de estar sempre no encaixe da outra máscara. O humor pode estar ligado à tragédia e ao drama, até porque há dramas altamente cómicos.

A novela fará o seu caminho nessa matéria, mas a função da novela é o entretenimento. As pessoas estão ali, por isso, é que as estações apostam nas novelas, as novelas encantam as pessoas, seja com drama, seja com comédia. A novela prende prendes as pessoas. A função do entretenimento, que é o que faz a novela, não é pensada para outra coisa que não entreter e prender a atenção do espectador.

Entrevistador: Qual é o papel do humor na telenovela?

Joaquim Nicolau: Eu acho que o humor funciona numa novela sempre como uma válvula de escape, ou seja, a novela pode estar em pressão e o humor é uma chaminé para onde sai o fumo. O momento de humor na novela serve muito para isso. Porque é uma válvula de escape. Porque dispõe o espectador a seguir a ver uma cena mais dramática.

O humor faz muito bem e é muito necessário numa novela para isso, porque a novela é feita de melodrama e se não existir um momento de alívio, que é o humor, então não há quem aguente, em suma, o papel que o humor muitas vezes ocupa nas novelas é predispor o espectador para depois receber o drama, ou a tragédia.

Como disse há pouco, o humor funciona sempre em momentos de crise e é o caso da novela, quando há crise, rimos e esquecemos ou desanuviamos, por isso, neste género o humor é essencial.

Entrevistador: Que avaliação faz da comédia em Portugal?

Joaquim Nicolau: Não está nada mal. O teatro tem funcionado muito bem, estamos a ter imensas apostas e produções de humor. Dentro do teatro depois há variadíssimos tipos de comédia, temos a comédia comercial, alta comédia, uma comédia mais pura, são vários géneros, até a comédia dramática.

Acabei de ver uma peça de comédia no São Luís que era o Pantagrue, o autor conseguiu colocar o drama e o humor, não é a tragédia, é o drama e o humor em pé da igualdade. Conseguia por a rir de coisas graves.

A comédia mantém as tradições desde a antiguidade grega, mas depois a forma como a consumimos ou como a interpretamos é que mudou. Veja, por exemplo, *Os Malucos do Riso*. Aquilo não foi muito bem aceite, embora fosse um sucesso de audiências, mas é intemporal. Mas se passarem aquilo, veem na mesma. Se passarem os *Mucos do Riso* daqui a 10 anos ainda vão ver na mesma, o agora o produto tinha de acabar, mas não acabou por falta de audiência. É como a *Festa*, um dia vai ter de acabar. As coisas têm de ter uma evolução. A evolução do humor tinha de caminhar para isto. Atualmente tu vês esta capacidade de criar filmezinhos e não sei quê, coisas engraçadas e poderemos ver coisas disparatadas que acontecem realmente às pessoas, mas depois há coisas muito bem feitas com muito humor e tudo isso, ou seja, a evolução passa pela ousadia de fazer coisas destas. De acabar uma coisa para começar outra. Eu tenho a minha certeza de que aqui, a Media Capital e a TVI estão muito interessados em que agora os novos produtos ganhem. Há sempre um aspeto comercial e de estratégia comercial tem de se manter, mas vamos ser honestos, há uma tendência logo normal em nos estabilizarmos. Não há que ter medo deste câmbio. Há que ter essa ousadia.

Entrevistador: O que é que faz a raiz dos portugueses?

Joaquim Nicolau: Há uma tendência em achar que os portugueses são mais melodramáticos, mais saudosistas... Eu não acho, acho que nós não temos, os portugueses têm um lado mais festivo, mas até porque foi também a própria sociedade que o foi criando. Nós já fomos mais fechados. Não vamos fazer uma remonta histórica, mas Portugal já foi muito aberto ao mundo e também muito fechado, 50 anos é pouco tempo para fazer história, mas isso influenciou o espírito dos portugueses.

A reabilitação demora muito tempo, sobretudo, é aquilo que eu estava a dizer, as mudanças são mais rápidas quando dá a tal parte financeira muito forte, porque aí a parte financeira manda muito. Aqui a parte financeira estava fraca e continua fraca. Nós somos dependentes ainda, muito dependentes do que é uma União Europeia. O que é que nos acontece agora? Acontece que tivemos crise, pandemia, e agora temos uma guerra... Em países com uma dificuldade como o nosso, as transições demoram sempre muito mais tempo, ou seja, eu não me acho menos feliz que qualquer outro. Não me acho com menos capacidade de rir que qualquer outro, o que acontece é que este lado que nos impuseram durante algum tempo ainda se repercute. Eu sou muito positivo. É tudo uma questão de evolução e esta juventude mais global está noutra já.

Mas então o que faz rir? Talvez a comédia seja o género mais difícil de pôr em prática, mas se a comédia for ao encontro das nossas fragilidades e das nossas virtudes e brincar com elas, ajuda bastante. Porque ela é mais tangível, ela vai ao encontro daquilo que eu sinto, daquilo que tu sentes, daquilo que tu percebes, ou seja, se nós formos ao encontro daquilo que as pessoas querem, elas riem. Repara, antigamente a Revista À Portuguesa também tinha essa função, e foi uma forma de fugir da censura.

Hoje, para fazer rir tens de puxar pela inteligência, puxar pelo conhecimento., puxar a parte global. É assim, quando tu hoje vais fazer uma reunião com um jovem, tens de perceber que ele já viu muita coisa, ele nesse dia, só nesse dia, já viu imensa coisa, quanto mais nesse mês. Portanto, temos de ter isso em consideração. Os *Malucos do Riso* se sobreviverem, se calhar, vê-se no futuro quase como uma coisa simplória, de uma anedota que sabe bem ouvir.

Entrevistador: Há preconceito em Portugal, para com os atores de comédia? Os atores de *Festa É Festa* correm o risco de ficarem para sempre marcados por estas personagens?

Joaquim Nicolau: Atualmente tem muitos trabalhos colaterais. E o que é que acontece aqui? Quando eu te falei de quebrar preconceitos, eles não se quebram só de uma maneira ou de outra, eles quebram-se a todos os níveis. Neste momento as pessoas começam a perceber que aquele ator pode fazer anedotas como pode fazer drama. Lá está, estávamos ainda numa transição em que as pessoas compartimentavam tudo.

Agora, claro que... O trabalho da atriz... Como é que se faz tecnicamente o trabalho da atriz? Por exemplo, a Ana Guimar e o Pedro Teixeira, que têm personagens que se colaram muito. O que é que tem de fazer agora para descolar aquelas personagens? Lá está, chama-se gestão de carreira. A gestão de carreira tem de ser bem pensada. E bem planeada, e sobretudo em atores

que tiveram uma presença muito forte, como é, por exemplo, a caso da Ana Guimar e do Pedro Teixeira.

Acho que se eu fosse gestor de carreira deles, ou se fosse agente deles, ou se fosse eles próprios, pensaria em dizer, ok, que eu agora a seguir a fazer uma coisa de outro género. Que é para o espectador, e o produtor dizer assim, ok, isto é a minha vida de ator. Uma vez vejo choro, outra vez vejo rir. É isto.

Entrevistador: A telenovela é uma máquina de produção muito rápida, como se faz a gestão dos atores, nomeadamente de Festa É Festa?

Joaquim Nicolau: Eu vou ter um ator agora que vai entrar, que é o Carlos Cunha e eu vou ter de ensaiar com ele, colar-me a ele. É tudo muito rápido. E como é que se faz essa adaptação ao universo? Vamos lá ver. Muitas das vezes se o ator for experimentado a questão é que eu consiga levar a zeros, ou seja, o importante é ele ir às zeros. Há umas técnicas que eu uso, que eu trabalho com ele, de convencer. Isto é tudo muito mais cabeça do que outra coisa.

Entrevistador: As personagens cómicas têm maior capacidade de agradar o público, por normalmente, representarem o *target* mais comum na telenovela?

Joaquim Nicolau: Talvez, o público conhece-os melhor do que aquele núcleo rico. E isso pode ser segredo para o sucesso dos núcleos cómicos. Não, até porque na vida real, Na novela os próprios que fazem os ricos, é como na vida real, na vida real eles também se escondem mais. Só mais tarde até que vêm saber, ah, então afinal ele também é ladrão... Olha, então é aquele indivíduo que afinal levou um banco ao fundo. E não se conhecem os ricos, os ricos não têm redes sociais. As grandes famílias portuguesas não têm redes sociais. Então há aproximação, lógico, porque os ricos não estão próximos. Agora, a questão é, por exemplo, e mesmo tecnicamente, antigamente, a revista portuguesa tinha um número trágico, um número sério, chamado número sério, que não era feito por atores da revista. Mas já começou a ser. Era feito pelo ator sério que vinha fazer só aquele número. Um ator cómico não tinha direito a fazer aquele número sério? Não, para eles. Aquilo era para ser um sério. Mas vamos lá ver uma coisa, o humor é cativante. Vamos ser honestos, quem é que não gosta de ouvir uma piada? Nós estando bem na vida temos uma tendência natural a esquecer o sofrimento. Se assim não fosse, os milhares de sobreviventes à tragédia brutal dos campos de concentração na segunda guerra mundial e noutros, tinham-se todos suicidados.

Foram felizes. Esqueceram. Muitos não queriam falar porque era isso mesmo, nós temos uma tendência a isso, o mesmo se aplicou à nossa guerra mundial. Se tu tiveres algo que te predispõe a comédia de um país, ganha ela.

Entrevistador: Um personagem cómico pode perdurar mais tempo na cabeça de um espectador do que um personagem dramático?

Joaquim Nicolau: Não acredito, Nós temos uma tendência para a recordação dramática se manter. Nós queremos é dar um passo em frente, mas a recordação perdura. Há duas coisas que perduram. É dramática e cómica, cómica também pode ser, mas a dramática é triste e feliz ao mesmo tempo como um nascimento, uma morte, mas depois passas à frente.

Sim, faz sentido. Então sobre as personagens do Festa é Festa. Já estamos a encaminhar para o fim. Agora quero só questões mais sobre o Festa é Festa. As personagens das novelas, embora esta, como já falámos no início, viva num mundo à parte, uma realidade diferente.

Entrevistador: As personagens de *Festa É Festa* existem mesmo, ou a ficção supera a realidade?

Não tem que sequer fazer, faz o sentido na sua lógica, mas não tem de ter uma grande realidade. As personagens tentam passar sempre uma pequena realidade de que aquelas pessoas existem, mas se eu consigo encontrar na sociedade representantes? Sim. Aqui vamos ao contrário. A ficção, aqui é o representante, aqui vamos fazer ao contrário. Vamos ver se na sociedade, há pessoas que se enquadram aqui, mas isto não é novo, *A Comédia Bel Arte* faz personagens estereótipos. Os outros têm máscara, então tu vais encontrá-los. Vais encontrar, porque eles se basearam nisso. Nós também nos baseámos, vamos encontrá-los. Sim!

Vamos encontrar por aí muita Aida, vamos encontrar muito Bino, muito Tomé... Há sempre um fundo de verdade no estereótipo. Embora esta novela seja um mundo à parte, um mundo só deles, há muitas pessoas que se podem parecer com estas, a verossimilhança.

Entrevista Semiestruturada: Roberto Pereira
(Autor de Festa É Festa)

Entrevistador: O Roberto, antes de escrever a telenovela, era audiência e telenovela?

Roberto Pereira: Não, não. Quer dizer, já fui há muito tempo. Quando começaram a fazer as primeiras novelas... Houve uma geração em que toda a gente via as novelas brasileiras, não é? Porque há muitos anos, há 30 anos, 20 e tal anos houve alguma curiosidade quando se começou a fazer novelas cá. Nos tempos de hoje eu não era um cliente da telenovelas. Fiz duas novelas, entretanto. Antes de fazer o *Festa É Festa* e uma delas foi a *Ouro Verde*, que acabou por ganhar um *Emmy Internacional*. E fiz uma outra logo a seguir, que chamava *Valor na Vida*. Era Valor na Vida.

Entrevistador: Quis são as características que na sua opinião permitem identificar o género telenovela como tal?

Roberto Pereira: Uma telenovela em geral é uma trama e uma trama característica é ter uma trama longa que tenha uma matriz, ou seja, que tecnicamente esteja estruturada como uma novela e que essa matriz seja de interesse diário do espectador. Uma novela cria vários *plots* bons que agarrem o espectador. E vemos enrolar esses *plots*, de forma que o público visite todos os dias o episódio, essa é a grande diferença para uma série, isso e a continuidade que uma novela tem. Uma série pode ter episódios fechados, pode até ter uma estrutura para se desenvolver uma história de muitos menos episódios, mas a matriz de uma novela é fazer, render, entre aspas, uma história durante um ano e tal. Outra característica é tentar ou permitir que tenha ali pontos de interesse com aquilo que o espectador quer assistir e desenvolver essa narrativa durante um ano e tal. Para desmistificar isto um bocadinho, a telenovela tem de fazer sonhar o espectador, nós temos ali uma horinha para nos pormos na vida daquelas pessoas. É esse o grande segredo, quer dizer, o grande objetivo das novelas, o objetivo é puramente entreter, mas com temas e histórias que vão de encontro com o que o espectador conhece e gosta de ver.

Entrevistador: Qual é a diferença entre a telenovela portuguesa e outras telenovelas de mercados mais latinos?

Roberto Pereira: Nós teremos apropriado algumas características da telenovela, nomeadamente a brasileira, mas depois criamos a nossa própria identidade. Eu penso que... Houve aqui vários instintos, nós aprendemos com eles tudo o que é estrutura como é que se

constrói, como é que se faz uma novela, mas se reparar no primeiro caminho das primeiras novelas portuguesas elas eram realmente portuguesas. Portuguesas porquê tratavam de temas portugueses, depois houve uma inversão, houve uma tentativa grande de ir ao encontro das novelas sul-americanas, ou seja, ir ao encontro dos temas e dos eventos que aquelas novelas tratam, por exemplo, ainda hoje, se calhar, tu vês novelas em que há raptos com fatura, há atentados, há tudo mais e isso são realidades que a nós nos dizem muito pouco. Só temos contacto com essas realidades através de telejornais porque passa-se tudo em países, nomeadamente sul-americanos, ou seja, houve uma tentativa de colagem à novela brasileira e de outros países sul-americanos.

Eu acho que com a Festa, principalmente, trouxemos novamente uma realidade que é nossa e isso foi um dos grandes fatores do sucesso da novela, mas a história pode ser transversal porque nós há muitos anos que apropriámos a história de telenovelas argentinas, chilenas, mexicanas, não tanto, mas argentinas, chilenas, por aí... Apropriámos a história, ou seja, a história é local e pode se tornar global. Pegámos uma grande ideia e tentámos adaptá-la à nossa realidade, agora, isso nem sempre resulta porque acabas sempre por ir buscar acontecimentos com os quais as pessoas em Portugal não estão identificadas. Quando digo pessoas em Portugal, tem de ter em conta quem é o público das novelas. Quem é que vê as novelas? São pessoas um bocadinho mais velhas do que nós, quem tem o hábito de ver a novela todos os dias são pessoas um bocadinho mais velhas e essas pessoas e já viram todos esses dramalhões sul-americanos porque já foram feitos mais de uma vez. Quando nós tentamos competir, ou seja, ou nos apropriamos de uma realidade que é nossa e nós somos realmente os melhores a fazer isso, ou tentamos ir buscar dramalhões brasileiros, ou de outros países e eles acabam por fazer aquilo melhor. Nós quando queremos fazer uma novela cheia de ação tenho a Netflix, por isso, somos melhores a fazer aquilo que conhecemos e aquilo que o espectador conhece também. Eu acho que passa por aí esta viragem que aconteceu de repente na ficção.

Entrevistador: O espectador tem sempre a mesma necessidade, ou seja, procura sempre o mesmo na telenovela?

Roberto Pereira: Se quiser uma coisa diferenciada vai a outras plataformas. As pessoas gostam de estar numa história de amor, gostam de estar num estado de humor, gostam de ver aqueles problemas que todas as pessoas vivem nas suas casas, nas suas famílias, nos seus trabalhos, elas gostam de ver isso. Agora, há registos e modos diferentes de contar isso, pois nós podemos falar de uma doença ou podemos falar do cancro, coisas que se falam em grandes novelas, e

podemos falar de uma forma séria e podemos falar de uma constipação de uma forma divertida, ou seja, é tentar perceber a fase em que estamos e a fase em que estamos, nomeadamente quando o *Festa É Festa* começou estávamos a sair de uma pandemia. Estávamos todos trancados em casa, deixámos de vir à rua e tudo mais, por isso, uma coisa leve naquele momento fazia todo o sentido.

Acho que temos sempre de ver muito bem, primeiro, para quem é que estamos a comunicar, e depois a forma como se comunica.

Entrevistador: O facto de a telenovela ter estreado ainda num contexto pandémico foi uma das razões para o sucesso?

Roberto Pereira: Foi! Foi uma das razões. Tudo bem, Não esquecendo que também estava a dar uma novela que tinha bastante humor, que era o *Amor Amor*. Em *Festa É Festa* o que eu acho que acabou por funcionar muito bem foram os personagens-chave desta novela, ou seja, construímos e criámos personagens com os quais as pessoas realmente se identificaram. Criámos o Presidente da Junta e toda a gente já viu uma pessoa assim, criámos uma série de olhos que funcionaram, que as pessoas reconheceram, pessoas que conhecem aquele casal de imigrantes., toda a gente já viu um casal de imigrantes como aquele, portanto, o que fizemos foi criar estereótipos de personagens que as pessoas realmente conhecem e eles realmente faziam aquilo também muito bem. Foi daquelas coisas que não é fácil de acontecer, tudo ali funcionou. Tudo ali funcionou e eu acho que os primeiros episódios agarraram logo os portugueses. Mas respondendo à sua questão estávamos numa altura em que realmente as pessoas queriam desanuviar, queriam um produto leve, no entanto, com todos os ingredientes que estão habituados, tem todos os ingredientes de uma novela, mas numa história contada de uma forma diferente.

Entrevistador: Que importância tem este género televisivo no desenvolvimento da indústria cultural?

Roberto Pereira: Eu acho que a indústria é a forma de teres toda a gente da classe a trabalhar. É importantíssima! Aliás, quando se começou a fazer aqui novelas nasceram mais atores e cada vez há muito mais gente a trabalhar, ou seja, a indústria aquilo que move a nossa indústria são realmente as telenovelas. Ponto. É raro o ator, ou o técnico, ou quem quer que seja, que consiga sobreviver sem fazer novela. Esta coisa do eu não faço novela é para meia dúzia. E por cópia é

um real por não fazer. Agora, todos os grandes atores, todos os atores, os argumentistas, os realizadores e tudo mais, precisam da novela para estar a trabalhar diariamente. Sem dúvida. Em relação ao espectador, eu acho que é um hábito que já está enraizado. As pessoas irão sempre ver novelas.

É importantíssimo para a indústria até porque a novela é um negócio e tem de continuar a haver novela, até porque o espectador está ali todo em cima deste sempre

Entrevistador: A telenovela tradicional ainda é um produto de televisão importante para os canais de televisão?

Roberto Pereira: Sim, é, mas claro, as pessoas de determinada geração, como a nossa foi à procura de ver outras coisas e isso é normalíssimo. Agora, dentro do espectro da amostra de pessoas que estão a ver a televisão naquele momento, a novela é o grande produto do dia, sim. A novela é o grande produto do dia é a novela, futebol e os noticiários, portanto eu acho que vai continuar sempre a ter público.

Agora, partindo sempre a saber que essa amostra de público já não é como era noutros tempos e isso não vai voltar, ma a novela, noutros tempos, tinha uma capacidade de aglomerar vários públicos e de chamar alguns públicos jovens. Eles hoje não vêm porquê? Porque têm outras ofertas que não tinham antes? Têm outras ofertas, sim, os mais jovens quase que já nem usam a televisão.

Os jovens que hoje já não são audiência de telenovela já só consomem coisas muito mais rápidas, pois já não tem aquela paciência para estar em 70 minutos em frente à televisão a ver o que é que aconteceu à família A ou à família B. As próprias séries que veem na Netflix, aquilo, ao ver tudo arranjado, são coisas curtas. Querem formatos curtos, portanto, eu acho que esse público dificilmente verá a novela daqui a uns anos. Talvez, quando forem mais velhos, por exemplo, a *Festa É Festa* foi buscar públicos que não viam novelas. Aquilo que mais ouvi e recebi foram mensagens em que as senhoras diziam que conseguiram pôr o meu marido a ver uma novela, coisa que não acontecia. E porquê? Foi determinante o humor, agora, se esse público vai ficar fidelizado com as novelas, tenho algumas dúvidas.

Entrevistador: *Festa É Festa* foi buscar um público que não era audiência de telenovela ou que tinha deixado de ver este género?

Roberto Pereira: Certo, só que é um público muito voado, ou seja, esse público se lhe dá um jogo de futebol, se lhe dá um comentário de futebol, se lhe dá uma coisa... Esse público também vai e volta. aliás, assim. É muito difícil atualmente, para determinadas gerações, conseguir agarrar as pessoas presas ao produto todos os dias. É cada vez mais complicado, claro, até porque têm realmente muita oferta. Portanto, eu acho que vai ser sempre fidelizar a audiência, mas menos. Fideliza menos.

Entrevistador: A telenovela pode se adaptar a outros meios, como o *streaming*?

Roberto Pereira: A telenovela pode-se adaptar a esses novos meios, pode-se adaptar até a novas linguagens, pode ter menos tempo, menos episódios, os episódios serem mais curtos, pode-se adaptar às novas formas de publicidade... Aliás, tem de adaptar-se, porque há 3 ou 4 anos uma novela tinha 300 e tal episódios e atualmente, no máximo, uma novela convencional normal tem 200.

Eu acho que sim, que é possível trabalhar e exigir um bocadinho de produto de forma a tornar isto um bocadinho mais moderno, mais ao encontro daquilo que o espectador atualmente está habituado a ver. Atualmente é preciso que cada minuto valha a pena porque tem de ser realmente tudo muito bom para tu perderes uma hora a acompanhar um episódio e as novelas muitas vezes não fazem isso. As novelas, entre o começar com cinco ou dez minutos do que deu no dia a seguir, e andar a arrastar, arrastar, arrastar, até chegar aos quarenta e tal minutos faz com que as pessoas desliguem um bocadinho da novela. Se é possível tornarmos isto tudo um bocadinho mais rápido, ficar menos episódios de novelas, com menos episódios, com episódios um bocadinho mais curtos e a coisa poder rolar com a velocidade a que cada vez nós estamos mais habituados a ver? Eu acho que pode, E Portugal segue essa tendência. Possivelmente, talvez as novelas já não tenham cinquenta minutos, até há algum corte, o início das novelas é uma repetição anterior depois há alguns *mini-breaks* que acabam por retirar o tempo dos quarenta e cinco minutos, portanto é menos. Hoje começa muito mais tarde uma telenovela, hoje começa às dez da noite, em suma nós estamos a seguir essa estratégia.

Demoramos mais por uma questão financeira porque a novela é mais barata por episódio do que um filme ou uma série. Há aqui uma economia de escala em que a novela se torna um produto muito rentável e é muito mais fácil de uma novela ganhar uns minutos, ou seja, a própria dinâmica daquilo é uma coisa que pode arrastar um bocadinho. É mais fácil fazer mais episódios de uma novela do que fazer mais episódios de uma série, a todos os níveis.

A questão financeira é sempre relevante, mas eu acho que conseguimos fazer coisas muito boas para os orçamentos que temos. Acho que conseguimos fazer coisas realmente muito boas 3 temos muito *know-how*. Ou seja, eu acho que não ficamos muito atrás em nenhuma das várias áreas de produção e não ficamos muito atrás das outras novelas. Se quisermos comparar não ficamos atrás. Há argumentos melhores no Brasil? Pode haver, mas cá também há, se calhar há muitos melhores do que também eles já fizeram. Há grandes atores no Brasil? Cá também temos grandes atores. Mas eu acho sempre que, o quer que seja, seja uma novela ou uma série e tudo mais, eu acho que tem de partir para a história. Tem de partir para o texto, quando um texto é bom, dificilmente o produto final será mau. Para todas as condições que temos, quando digo condições é fazer uma novela que tem muitas restrições, ou seja, tu não podes filmar aquilo que queres, tu não podes que os episódios tenham a ação que tu queres... Tu estás dentro de uma baliza, uma baliza de parâmetros que te dão à partida e em que tens de criar uma história dentro desses parâmetros. Imagina, só podes ter não sei quantos personagens, tens X% que podes filmar em exterior, mas o resto é para fazer em estúdio... são uma série de balizas que te condicionam, não é desculpa nenhuma, mas que te condicionam a história. Portanto, tens de criar os parâmetros e tens de criar uma história para esses parâmetros. Eu acho que dentro dos parâmetros que nós temos, que são incomparáveis com os do Brasil, acho que fazemos coisas com muita qualidade e tivemos três exemplos bons, que venceram *Emmys* e mais umas quantas remissões.

Entrevistador: De que forma é que a ideia do autor se compactua com as exigências/necessidades dos canais com quem colabora?

Roberto Pereira: Muitas vezes eu tenho essa premissa tão bem estabelecida que já escreves a pensar nas tais restrições e depois são cedências diárias. Tu tens uma negociação quase diária, para fazer aquilo, eu tiro aquilo, pode ser? Andas constantemente a negociar para conseguires levar o teu barco a bom ponto.

Entrevistador: Que análise faz às novelas que concorrem no mesmo horário da novela em que é autor?

Roberto Pereira: Eu lembro-me que na altura, quando se falou do Festa a Festa havia corrido aí o boato de que íamos fazer uma coisa a imitar o *Amor Amor* e rapidamente o que aconteceu foi o que acabaste de dizer, ou seja, rapidamente o que aconteceu foi dizer que o *Amor Amor*

estava a tentar fazer uma colagem ao produto ou uma tentativa de replicar um bocadinho a fórmula. Pronto, então, é o humor que as pessoas querem, então vamos carregar isto de humor e tudo mais.

Minto se disser que não vi um bocadinho de cada um dos produtos que a SIC estreou para tentar combater a Festa. Não acompanhei diariamente, mas acho que alguns deles seriam bons produtos, e até eventualmente vencedores, caso a *Festa* não tivesse existido. Vi ali coisas realmente com qualidade, mas nenhuma delas foi ao encontro do padrão que a Festa tem.

Sinto que há quase uma teimosia a tentar provar, que a Festa é que é um extraterrestre, aqui no meio de uma coisa que já estava tão bem construída, desenhada e tudo mais e que isto é que vem aqui baralhar, mas isto passa, o grande formato é aquele que sempre foi feito e há de voltar. Eu acho que, às vezes, há aqui uma certa vontade de não querer ver que as pessoas realmente gostam muito mais de ver um produto assim, ou seja, que as pessoas não estão só a gostar, como as pessoas estão encantadas com isto. Se calhar, a Festa tem um conjunto de ingredientes com que as pessoas realmente gostam. Eu vou dar um exemplo, a nossa novela ao longo do tempo trouxe reforços que vão entrando e são personagens mais velhas. Sim, mais velhas. Todas as outras novelas, não só as novas novelas da SIC, continuam a teimar um bocadinho em pôr protagonistas de 30 anos com dramas de pessoas de 50 anos. São realmente maneiras deferentes, eu nunca irei fazer um grande empresário cheio de problemas na multinacional com 30 anos, porque isto não existe. Não há verossimilhança. Não há verdade! Não há verdade! Ou seja, se o público que vê novela for, por exemplo, o meu pai que tem 70 anos e vê novela todos os dias eu acho uma estratégia um bocadinho errada. É estar a pôr a viver problemas, que é aquilo que se vive nas novelas, em atores de 30 anos estão a fazer personagens que têm mais idade. Depois há outra coisa, está provado que as pessoas, o grande público que vê novelas, gosta de ver aqueles atores que sempre viram. Sim, os mais velhos, o que não quer dizer que rejeitem os mais novos, o que eles rejeitam é que se rejeitem os mais velhos. E de repente... Eu já tinha feito um produto anterior a isto, num canal da concorrência, na SIC, foi o *Golpe de Sorte*. Também foi um *boom*. E porquê? Porque realmente aquilo também se passava no meio daquela aldeia, uma pequena freguesia, em que realmente tinham pessoas de todas as idades. Houve aqui uma altura em que um ator com mais de 50 anos parecia que já era um velho e punham alguém de 30 anos a fazer de pai de outra pessoa de 20 e tal anos. Eu acho que isso é errado. Aquilo que Festa É Festa fez e o caminho que as outras novelas possam vir a fazer é darmos ao espectador que vê as novelas, personagens e temas da geração deles e voltarem a dar trabalho àqueles atores mais velhos que as pessoas sempre gostaram muito.

Entrevistador: Qual a importância que atribui à comédia na telenovela e foram feitos alguns estudos que confirmasse o desejo de mais comédia para ser feito Festa É Festa?

Roberto Pereira: Eu acho que, se andarmos um bocadinho para trás, os nossos grandes sucessos de sempre, no cinema e tudo mais, estão na comédia. O cinema português e até no teatro as peças têm mais espectadores por todo o país, são comédias, natural. As grandes referências que nós temos de televisão, de há 20, 30, 40 anos são da comédia. Nós somos realmente de uma cultura que gosta e consome muita comédia, gosta muito de comédia. E agora, por que razão? Aos poucos a comédia tem vindo a aumentar nas novelas, quase desde o início que começaram a aparecer uma coisa que eram os números cómicos e que funcionaram e alavancaram muito as novelas e aos poucos e poucos, começou-se a perceber realmente que faz sentido, mais do que na novela, faz sentido ter, em praia e em bairro, humor. As pessoas gostam.

As pessoas tiveram, antes de anos das novelas, sketches e séries de humor e era um sucesso diário. As pessoas gostaram daquilo durante anos, portanto, não estranho nada que começasse a haver a tentativa de fazer humor nas novelas. Agora, aquilo que foi mais sofisticado foi, obviamente, uma novela de humor. Uma novela contrária, ou seja, as novelas têm números cómicos. Esta, a telenovela Festa É Festa também tem números sérios, ela é uma novela de humor e tem um ou outro número mais sério, o que fizemos foi contrariar. E a verdade é que está a dois anos e tal no ar e está provado que realmente as pessoas gostam de ter aquele bocadinho para alegrar, para libertar e para se rirem um bocadinho.

E se quiserem ver uma coisa mais séria? Se quiserem ver uma coisa mais séria e tudo mais, têm uma série de ofertas, mas, sim, a comédia das novelas faz de todo o sentido. A comédia de *prime-time*, mais ou menos, faz de todo o sentido.

Entrevistador: A novela contrariou a matriz base da telenovela e tornou-se uma série cômica com momentos sérios, mas foi eliminada da narrativa a única personagem dramática. Qual foi a razão para não ter funcionado, segundo o diretor de atores da sua novela?

Porque o tom é realmente cômico. Nós conseguimos criar ali uma aldeia... O Joaquim Nicolau tem alguma razão quando diz isso, mas isso, nos primeiros episódios, toda a gente está um bocadinho à procura do tom, naturalmente e na verdade em qualquer estreia... Só quando estreia, quando estás a ver o episódio, é que realmente percebes que, se calhar, aquilo sai um bocadinho fora do tom e corrige-se, que é o bom estar a escrever e a ver ao mesmo tempo. Mas eu acho que nesta novela, ou seja, é quase impossível ter demasiado drama, mas atenção, nós temos temas muito sérios, agora, não os podemos levar a muito a sério e tratá-los muito a sério.

De facto, as pessoas estão predispostas, quando vão ver isto, estão predispostas a ver uma coisa leve e que é divertida.

Em Festa É Festa temos temas que são horríveis, que emocionam e tem muitas cenas que emocionaram muito, temas que foram muito sérios, já falámos na novela de tudo e mais alguma coisa, até temas até culturais dos anos passados, tradições nossas e tudo mais e até coisas muito bonitas, mas criou-se ali uma aldeia que parece que... Como diz o Joaquim Nicolau, e utiliza muitas vezes esta expressão, parece a aldeia do *Asterix*. Criou-se ali um meio tão peculiar que é quase difícil, pôr ali alguém que leve a sério um drama ou um problema real. Tu metes ali uma desgraça e as pessoas vão estar a pensar quando é que isto tudo desmancha e é perdido, ou seja, naquele produto, eu acho que as pessoas já só esperam divertir e até se emocionarem.

Repare numa coisa, mesmo as personagens que tentam ser sérias quando chegam à aldeia deixam de ser sérias. Por exemplo, o Psicólogo. É impossível. Sim, ou seja, tu és sempre naquela aldeia engolido pelo meio. Em Festa É Festa usam a máxima de se não os conseguem vencer, junta-te a eles e acabas como eles. O maior vilão que ali possa aparecer, como agora o El Cato, até ele é desmanchado. É impossível, permita-me a expressão, mas isto é como quando olhas muito para os malucos e te parece que começam a ficar melhores, não, eles não estão melhores, tu é que ficaste maluco e isso acontece nesta novela.

Entrevistador: No mercado brasileiro, as novelas cómicas ou com maior leveza representam um subgénero, estando enraizadas no horário das 19h. Quais são as razões para a existência deste subgénero e há espaço para uma mimética deste género no mercado nacional? Questiono também se com Festa É Festa já criamos este subgénero e se depois desta novela é possível criar outras idênticas?

Roberto Pereira: É possível haver... É possível haver outra Festa é Festa? É possível, mas tenho de ser honesto, isso só vai acontecer quando o texto for bom e cómico e quando os atores também souberem fazer comédia e com toda a equipa que está aqui, os realizadores e tudo mais, e a direção, quando for feito por pessoas da comédia, porque já houve mil tentativas de se fazer coisas para regressar, até com mais cómicos nas novelas, que não funcionaram, porque cada um tem o seu talento. Uma outra novela como Festa É Festa, pode ser feita, se for feita com esta equipa, por nós, com esta equipa que estamos a fazer, conseguiríamos fazer outro Festa É Festa e depois um bom texto. Agora, há muito poucas pessoas que conseguissem.

Entrevistador: Porque não funcionou Rua das Flores?

Roberto Pereira: Por diversos motivos. Desde logo o horário, não há hábito em Portugal de se consumir telenovelas àquela hora, não é? Depois todos os fatores têm de ser conjugados, ou seja, o grande segredo, e vou-te responder falando da Festa, grande segredo da Festa é que isto é realmente uma equipa muito coesa, ou seja, todos se ouvem uns aos outros. O texto está em relação direta com a coordenação, com a realização, com a edição, com os atores, com tudo, repare, o jogo que ficou lá com a direção dos atores foi uma coisa que foi muito pensada, muito discutida, muito falada, e que se juntou a um grupo de pessoas que trabalha realmente como uma equipa. Portanto, essa pode ter sido a razão para que o outro produto não tenha funcionado. Não, é assim. Não, não. Houve, como digo, várias razões. Várias razões.

Entrevistador: A audiência não está predisposta a receber mais do que uma novela cómica ou o sentimento foi de cópia a Festa É Festa?

Roberto Pereira: Não, é que era isso., eu acho que a tentativa de fazer uma coisa que não era uma cópia é que pode estar por trás do insucesso. Até te vou dizer mais, se me dessem novamente, não que era a transição, mas naquele horário, um produto de comédia que fosse uma novela e isso comesse tudo de uma outra maneira, se calhar os resultados seriam diferentes.

Entrevistador: O que faz rir os portugueses, quais são os recursos que têm de ser usados para fazer as pessoas rir?

Roberto Pereira: Riem com a identificação. Tu só te rires de uma coisa que conheces., tu só te rires de uma situação quando ela te é familiar, quando em algum momento tu passaste por aquilo ou já viste aquilo. Isso é um segredo número um, pois ninguém se ri de nada que desconhece. Se dois advogados quiserem me falar de uma coisa ou de outra que tu não percebes, são as *private jokes* e o que faz rir as pessoas? São *private jokes*.

Entrevistador: As personagens cómicas têm capacidade para se tornarem personagens principais devido à aceitação por parte da audiência, isto é, por normalmente a representação dos núcleos cómicos ter maior proximidade ao espectador?

Roberto Pereira: Tenho praticamente a certeza de que sim. Tu identificas-te com... Ou seja, o sucesso será maior quanto mais pessoas se identificarem com aquelas pessoas. Há o chamado humor de nicho e o humor massificado, o humor de massas. O humor de nicho... Já vi problemas maravilhosos deste humor de nicho, aliás, o Bruno, o Bruno Nogueira, já fez duas ou três coisas que aquilo era uma coisa muito boa... Houve mil pessoas que acharam aquilo a melhor coisa de todos os tempos, mas foram só aquelas mil pessoas. E atenção, aquilo era ótimo, mas aquilo é propositado e é absolutamente feito para não ser um programa de massas, para não ser uma coisa popular. Atenção tenho a intenção de distinguir aqui o popular do popularucho. O popular é para chegar a massas. Eu acho que se tu fores ver todos os grandes números cómicos das mulheres hoje, eles eram de facto populares. Depois tenho, por exemplo, no Ouro Verde, a personagem que mais fazia rir era uma rica, a mulher do rico, não sei o quê. Mas aquilo... Ou seja, aquilo era feito com um exagero. As pessoas já viram aquilo. Mesmo não sendo uma popular. Atenção, um popular não precisa de ser uma pessoa pobre, não estou a falar disso, o que estou a dizer é que o humor tem de facto de ser abrangente.

Sim! As personagens cómicas podem ficar mais tempo na memória das pessoas do que personagens sérias? Eu acho que um bom vilão também fica... Qualquer personagem marcante pode ficar Vou-te dar um exemplo que me veio a ser à cabeça: O Médico de Família, que não era cómico, que não era vilão, não era nada, mas ficou no universo das pessoas e que foi um sucesso gigantesco naquele tempo. Eu acho que as tanto vilões como cómicos ficam de facto na cabeça do público, ainda hoje se fala das vilas que Alexandra Alencastre fazia nas novelas e tudo mais. Agora, aquilo que acontece mais, é que no dia a seguir, as pessoas que estão a falar das novelas nos empregos, vão falar daquilo que eles fazem em rir. Sim. Ninguém vai replicar uma fala de um vilão, mas já uma piada que alguém lhe diz é replicada. As personagens cómicas estão muito mais no nosso imaginário.

Entrevistador: Quais foram as inspirações para as personagens presentes em Festa É Festa?

Roberto Pereira: Elas possivelmente existirão todas, embora estejam imbuídas de exagero normal para efeitos de comédia. Qual é que foi a inspiração para criar um Bino, um Aida, um Tomé, por aí fora? Esta novela foi criada por mim e pela Eva e a inspiração foi o mundo à nossa volta. Uns realmente de ficção, outros que existiam na cabeça de cada um de nós. E acabou por ser uma mistura do... Eu conheci uma pessoa assim, que era assim e assado, mas claro, tu nunca replicas totalmente... Aquilo conheces. Depois, é professor. Eu conheço grandes personagens. Aquela história do... E tu achas de ter ouvido já isto mil e uma vezes. Que é... Epá, tenho um

primo com aquilo. É um personagem. Sim. É um personagem. Aquilo é uma série de uma prima. Aquilo é um personagem. E tu vais a conhecer esse primo. E tem algumas coisas engraçadas. Foram coisas assim, o que fazemos depois é dar os condimentos para que fique realmente um personagem de ficção. Porque aí parte das pessoas dizem epá, tem um alguém que é um personagem... Não são, não são. Aquilo espremido dá muito pouco. Agora, claro, e isto vem do imaginário da Eva e do meu

Eu acho que o grande sucesso, não para esta novela, mas para tudo e qualquer pessoa que queira vir a ter ambições a escrever é conheceres aquilo que estás a fazer, ou seja, será sempre muito mais fácil e melhor até para o resultado que tu escrevas sobre aquilo que conheces, sobre aquilo que já viste, sobre aquilo que tens realmente segurança a escrever. Porque isto vai rápido passar e vai passar com verdade para o espectador, não há nada pior do que ter alguém a escrever um universo que desconhece totalmente.

No caso de Festa a grande premissa era de haver um produto que faça uma festa na aldeia. Foi fantástico porque quer a Eva, quer é eu. temos muitas raízes e conhecimento da aldeia.

Entrevistador: Qual o papel social de Festa É Festa, que mensagem quer passar através da sátira?

Roberto Pereira: Há o suficiente para o público conseguir entender, mas não é esse o objetivo. Queremos contar a nossa história da maneira que está a ser contada, sem grandes recados.

Agora, não há ninguém totalmente bom nem ninguém totalmente mau, todos temos dias em que somos um bocadinho mais maus depois temos outros que é só maldade ou bondade. Portanto isso faz parte do ser humano e faz parte também do português. Dizia-me um brasileiro, no outro dia, uma coisa com muita razão, que é a diferença entre um português e um brasileiro, é que um brasileiro tem um amigo que está muito bem na vida e um brasileiro vai fazer por ficar tão bem na vida como o amigo. Um português... Não, um português não, é ao contrário, queres é que o amigo fique como tu. Isso já nos está enraizado, culturalmente é assim, nós trocemos pelo amigo, mas não podemos torcer tanto ao ponto de agora de repente estar melhor que nós.

Entrevistador: Nos últimos 10 anos até Festa e Festa e depois Festa e Festa este estudo tentar perceber se há mudanças no mercado depois de Festa e Festa, nomeadamente nas telenovelas da TVI, as telenovelas que foram feitas a seguir a Festa e Festa parecem ter algumas mudanças, nomeadamente o facto de haver menos personagens, os núcleos parecerem estarem todos cruzados e não há núcleo cómico, ou seja, podem ser todos cómicos. Qual a razão?

Roberto Pereira: Nunca tinha feito essa observação tão crítica e tão pormenorizada, agora, o que eu reconheço é que de facto de repente parece tudo descomprimido mais leve. Porque Festa é Festa trouxe isso. Se daqui para a frente as personagens sejam realmente como são as pessoas, ou seja, todos nós temos um lado divertido e todos nós temos um lado um bocadinho mais sombrio então isso é positivo. Não havia coisa pior do que aqui há uns anos e nós fizemos durante muito tempo e era espetacular, a personagem era tão má que era o mauzão era só mauzão. O mauzão é mauzão desde que acorda até a hora que ele vai dormir, é uma pessoa que não tem o mínimo de empatia com ninguém, é um mau, como o tonto, o tonto é só tonto, de facto, as pessoas não são assim. As pessoas têm um lado tonto, há uns que têm realmente 90% de tonto, mas há de ter ali 10% de bom senso. E o mauzão, há de ter alguma coisa de empatia com alguma coisa, nem que seja com um gato.

O mauzão tentou-se exacerbar sempre muito e era sempre o bem contra o mal, mas isso tem vindo a mudar, mesmo antes de Festa É Festa já havia produtos em que o vilão também tinha graça, ou seja, tu consegues criar empatia, é perfeito quando há de haver uma série de produto qualquer, consegues criar empatia com o vilão. Isto tem de ser assim, ponto, para se escrever realmente bem tem de ser assim, ponto. Ou seja, os personagens têm de ser com mais pessoas.

Entrevistador: O que faz Festa É Festa ser uma novela e não ser confundida com outro género?

Roberto Pereira: Estruturalmente, o Festa é Festa tem tudo aquilo que uma novela tem. Há quem considere que não, por exemplo, o facto de não ter aquela coisa do amor, desencontro e amor que é muito típica nas novelas. Mas o Festa É Festa já teve de tudo, mas abordado de uma forma diferente.

Eu na altura, quando fiz Bem-Vindo a Beirais, havia a mesma discussão. É uma novela ou uma série? É uma novela ou uma série? E chego à conclusão de que aquilo era mais uma série porque os episódios eram fechados, ou seja, cada episódio era uma história, já Festa É Festa não. Festa É Festa tem as mesmas características que tem todas as novelas. Tem tudo, seja a premissa, a estrutura e tudo mais é a de uma novela. Quem acha que isto é mais uma *sitcom* que uma novela? Não importa, mas isto tecnicamente é uma novela. Tecnicamente é uma novela!

Agora, muitas pessoas começam a dizer que isto é mais *sitcom* porque é uma novela que é inteiramente humor, mais nada. Já teve todos os ingredientes que uma novela tem e vai continuar a ter, claro.

Nem a comparação com Bem-Vindo a Beirais faz sentido, aquilo era diferente porque aquilo realmente havia ali uma história que ia do início ao fim, ou seja, cada temporada tinha uma história que ia do início ao fim. A história, por exemplo, da primeira temporada, era o rapaz que era o Pepe Rapazote que teve dentro de uma AVC e foi viver para o campo para ter a sua vida pacífica e melhorar de saúde e tudo mais, isso foi a história condutora daquele personagem. Era aquilo que unia a história, agora, tudo o resto foi sempre pensado para ser episódios fechados em que cada episódio era escrito por um autor e cada episódio teria um tom diferente. Os episódios que eu escrevia eram de comédia, havia episódios que o outro autor escrevia que eram policiais, o outro autor escrevia mais histórias de amor e tudo mais. Aquilo cada dia era uma lotaria para o espectador, pois não se sabia se havia um episódio para rir, um episódio para chorar, um episódio para se comover, tudo mais. Por isso não pode ser encarado como uma novela tradicional. Mas o Festa É Festa não é nada disso. O Festa É Festa é uma história que decorre todos os dias, todos os dias. Todos os dias os papéis avançam, todos os dias seguem o rumo da história interessada, não é comparável, é incomparável o modelo.

Entrevistador: A história que vai acabar ainda é a que tinha pensado, ou depois de várias encomendas o final já se desviou do destinado?

Roberto Pereira: Vai. Entretanto, já aconteceu muita coisa, já foi por vários caminhos, mas por acaso é possível. No caso da Festa isto vai acabar da mesma maneira de imaginarmos e já vamos para cima dos 1000 episódios

Entrevistador: Ao fim de mais de dois anos de trabalho, como é o dia-a-dia de produção e redação de Festa É Festa?

Roberto Pereira: As equipas reúnem, lançam ideias para a mesa, há discussão de ideias e tudo mais e a partir daí o trabalho é feito. Nesta novela as coisas não funcionam assim desde o início. nesta novela eu e a Eva temos as ideias e a Eva desenvolve o trabalho todo de construção de episódios, as grelhas, tudo isso, depois temos o Felipe e a Sara que escrevem. Eu ajudo na escrita e faço a revisão. Ou seja, eu e a Eva pensamos juntos a grande história da novela e as pequenas coisas que vão acontecendo, para que ela depois pegue no trabalho e faça as grelhas diárias da novela. Eu vou fazendo a revisão e em coordenação com o António Carvalho e o Joaquim Nicolau, todo esse trabalho está automatizado, atualmente esta equipa está tão oleada e o trabalho já flui de outra maneira.

Por um lado, cada vez é mais fácil, por outro lado cada vez é mais difícil. Às vezes é mais difícil porque já fizemos muita coisa, por outro lado é mais fácil porque a escrita já sai de uma maneira um bocadinho mais rápida do que no início, quando andamos à procura de personagens. Portanto, é o nosso método de trabalho.

Entrevistador: Como é que se gere uma personagem para ela ir tendo sempre graça?

Roberto Pereira: No início havia uma personagem que era favorita e depois, se calhar, o público pelo caminho escolheu outra personagem e isso é normal e acho que é aí, claro, há que dar todo o mérito ao ator. Não faz um personagem, se ator não chegar lá, ou não te der, não te acrescentar, muito dificilmente esse personagem resultará e ficará um desses tais personagens emblemáticos. O que aconteceu aqui com vários personagens foi que, realmente, isto foi muito bem pensado e escrito. E os atores agarram aquilo muito bem. Agora, depois tens de alimentar o monstro, não é? E esse alimentar o monstro tem de ser, de facto, aí o grande mérito. Sim, o mérito é nosso porque temos de estar constantemente a dar-lhe situações novas, ou seja, o texto não pode nunca relaxar porque já que ele já está muito bom agora mais do que isto não, é alimentar com situações, com desafios. É claro que é difícil chegarmos ao episódio 1000 e ainda ter situações novas para a Aida e para o Tomé é muito difícil, mas a verdade é que vão havendo e isso é, de facto, o que dá mais trabalho. Depois, na escrita, é continuar a corresponder e, mais do que isso, é ainda conseguir surpreendê-los. Isso é a coisa melhor. É chegarmos ao episódio 1000, ainda conseguires fazer com que os atores se riam daquilo que estão a ler e daquilo que vão dizer.

Entrevistador: Existiu algum preconceito no início dos atores para interpretar ou perceber esta novela?

Roberto Pereira: Olha, sim. Não há assim tantos que nunca tivessem feito comédia. Aliás, acho que o grande segredo disto foi realmente ir buscar personagens da comédia para interpretar. Um Bino feito por outra pessoa que não é o Pedro Alves, claro que há outros humoristas, mas aquilo foi a conjugação perfeita, mas lá está. Fomos buscar um humorista para o fazer. Aliás, esta novela começou com muitos humoristas. O Manuel Marques, o Carlos Cunha, o Vitória Manuel, tantos, tantos, a Rueffe... ou seja, tentámos sempre ir buscar não humoristas, mas atores humoristas. Mas se houve preconceito em parte de alguns? Provavelmente... De alguns que não fizeram. Do mercado existe o preconceito?

As pessoas têm sempre alguma resistência a entender. Ah..., é uma coisa de humor. Mas humor o quê? Passada numa aldeia? Uma festa popular? Ui... Se calhar não é boa ideia. Sim. Mas se calhar atualmente, alguém que possa ter tido preconceito, e acredito que houvesse quem o tivesse tido, se calhar atualmente já não teria.

Entrevistador: Um dos segredos de Festa É Festa é o facto de ela não procurar a realidade?

É como o Joaquim Nicolau falava, é como se fosse o Asterix, a aldeia do Asterix, o universo, não é?

Aquilo que se passa naquela aldeia só se passa realmente ali. Naquela aldeia, mas têm sempre pontos de contacto e de referência com aquilo que se passa em todo o lado. Eu acho que realmente, lá está, já falámos isto há pouco, eu acho que realmente a grande mais-valia, a grande vantagem e o grande segredo que de Festa É Festa foi realmente ir buscar realidades que nós conhecemos. Que nós conhecemos.

Nós adaptamo-nos aquele universo, eles fazem raptos, eles fazem tudo, fazem da maneira mais estúpida possível, porque eles são de facto, vivem com realidade um bocadinho, mas não, não temos qualquer restrição, qualquer linha vermelha, ou uma onda no raio que não possamos passar. Não.

Entrevistador: Como se faz comédia de massas numa época do politicamente correto?

Roberto Pereira: Atualmente fazer comédia é complicado no sentido em que vivemos todos rodeados de uma censura que é pior do que uma censura tradicional, porque é a autocensura, ou seja, atualmente já não faço piadas achando que alguém pode as criticar. Numa televisão, de massas, para muito público, embora haja um público de telenovela, mas pode ser para todos, como é que se gere a piada e o politicamente correto? A telenovela pode abordar tudo? Não pode abordar tudo. Há linhas vermelhas. Não, não pode abordar tudo. Isto gere-se da seguinte forma, eu não me quero meter em chatices. Na primeira temporada pensámos em fazer um personagem que era como vendedor, uma pessoa de raça cigana, que andava a vender com um burro e chegámos ali a um ponto em que pensámos, o personagem é excelente, é para dignificar, é para isto, é para aquilo, mas é estar-se a meter em chatices. Porque sabes se um dia falhas, se olharem uma palavra que não foi a palavra que devia ser, ia cair o mundo e caiu... Vou-te dar um exemplo... Quando entrou o psicólogo, as pessoas chamaram-lhe médico. O psicólogo não é médico. Mas as pessoas, tal e tal, dizem-lhe, olha vou ao médico agora. Sabes o que

aconteceu? Uma enchente de gente a queixar-se porque o médico não é psicólogo, o psicólogo não é médico e coisas... Pá, relaxem. Pá, relaxem.

Entrevista Semiestruturada: João Patrício
(Subdiretor de Entretenimento e Ficção da TVI)

Entrevistador: Como nasce a ideia de criar *Festa É Festa* e qual era o objetivo da estação com este produto?

João Patrício: Eu acho que essa primeira pergunta acaba por explicar um bocadinho ou responder a todas as outras. A razão é simples. O *Festa* arranca num período muito particular, pandémico, já ali no final da pandemia, com alguma sensação de uma liberdade recuperada, e nós sentimos que fazia todo o sentido. Arriscamos na ficção, um conceito e um modelo de formato assumidamente cómico.

A novela, o *Festa É Festa*, teve duas premissas essenciais... Sabíamos que era um risco, assumidamente, mas era assumidamente cómico, pronto. É uma... Uma novela é quase uma *sitcom*. E depois a outra condição e premissa, por sinal é que era ter pouco tempo. Tem meia hora a novela e isto faz toda a diferença. Porque isto permite mais facilmente fazer parte da rotina dos espectadores. Eu costumo dizer a brincar que o *Festa É Festa* é quase uma espécie de Vitinho dos tempos modernos.

Até a escolha da música, que é uma música popular, a gente conhece o “Tu Queres É Festa”, da Ruth Marlene. O que é certo é que, de repente, aquele genérico, e sobretudo o fim da novela, anuncia dinâmicas de família. Vá meninos, acabou o *Festa É Festa*, xixi cama... Ou está a começar o *Festa É Festa*, vamos lá pôr a mesa e vamos jantar. São estas dinâmicas, e tornou-se um produto absolutamente transversal, primeiro porque editorialmente foi competente, as pessoas estavam cansadas de tristeza, e de algum tipo de tristeza na ficção e a oferta da ficção que existia nos diferentes canais da FTA eram todos vestidos de uma densidade de drama editorial que nós não queríamos no *Festa*. No *Festa* queríamos uma leveza que se mantém até hoje, ainda que tenha uma história, o *Festa* não é um sucedâneo de anedotas, há sim, uma narrativa muito consistente, mas sempre uma novela muito leve e assumidamente cómica. O *Festa* é para fazer e rir. E faz. E a partir do momento em que percebemos que a aceitação do espectador fez sentido. Esta é uma convicção muito pessoal, acho que teve mesmo muito a ver com o período em que entra, as pessoas estavam precisas de rir, estava pesado o ambiente no

país, estava pesada a oferta da ficção no *prime time*, com as histórias mais convencionais que habitualmente estamos a ver nas novelas, sendo que não é inteiramente verdade, pois há novelas mais leves que normalmente povoam o excesso *prime time*.

O *prime time* estava muito pesado, havia aqui uma tradição mais melodramática e por isso, o *Festa é Festa É Festa* foi uma pedrada no charco. Havia dois caminhos, ou corria bem ou corria mal, ou menos bem, enfim. Eu diria que nos correu melhor que a encomenda. Assim é que já está no ar desde 26 de abril.

Mas percebemos que aquilo era diferente e podia correr muito bem ainda antes da estreia, no visionamento daquele primeiro episódio, eu acho que havia uma espécie de catarse coletiva em que percebemos, acertámos, isto vai funcionar. Portanto, assim é que funcionou.

A *Festa* tem ainda outra característica, é que é fácil de se reinventar. Não é difícil prolongar o *Festa*, porque se pensarmos nas barrigas ou nas temporadas que teve até então, foram sempre associadas a períodos, ou de calendário, ou... Agora é Natal, vamos virar a história para a preparação do Natal. Agora é Primavera, bom, vêm as férias do Verão, vamos fazer as férias do Verão. Agora precisamos acrescentar aqui um tema e temos aqui mais duas ou três novidades no elenco e isso tem acontecido ao longo dos tempos.

Se nos perguntarem, e é para continuar? Não sabemos. Enquanto os números estiverem assim, não nos parece que faça sentido mexer, porque lá está, é um produto que é fácil de reinventar no sentido da sua dramaturgia e de tudo aquilo que, enfim, uma novela deve contemplar. Portanto, estamos satisfeitiíssimos e acho que a grande razão do sucesso do *Festa* tem muito a ver com esse humor que foi providencial no período em que surgiu. O país estava a precisar de rir e nós demos a algo para rir.

Entrevistador: Como considera *Festa É Festa* uma novela se ela destruiu alguns pilares da telenovela tradicional, como os pares românticos, os vilões ou a prova de amor e obstáculo?

Aí é que está, é curioso isso. O *Festa* tem todas as regras de uma novela com melodramática. O que dizem não é verdade. E quem é que determina, ou onde é que está essa carta plural que nos diz que as novelas têm de ter as premissas X, A, B ou Z? O *Festa É Festa* é tratado, do seu ponto de vista de pré-produção, de produção, e emissão, exatamente com os mesmos contornos de exigência de qualquer outra novela, seja ela melodramática ou, no caso, cómica.

Entrevistador: O público não confundiu os formatos, ele sabe que está a ver uma novela?

João Patrício: Isso é uma visão muito mais académica do que propriamente... Enfim, real, porque se olharmos para aqueles que são os verdadeiros para nós,] que são sempre todos entendidos, são os espectadores. Esses é que são os entendidos na matéria. E veem a sua novela da noite, que é, todos os dias, ainda ontem, mais uma vez, o programa mais visto de uma televisão portuguesa.

Eu digo programa porque é o seu *slot*, mas é uma novela. O *Festa É Festa* não deixa de ser uma novela. Cómica, mais curta, com estas características que a diferem das outras, e são, sobretudo, editoriais, de dramaturgia, é uma comédia, mas a comédia dá muito mais trabalho, às vezes, do que um melodrama.

Manter este nível de comédia, e desta narrativa que o *Festa É Festa* tem, dá muito trabalho, e, às vezes, como digo, é capaz de dar mais trabalho do que manter a continuidade de uma novela, uma novela não fechada, porque uma novela fechada tem os contornos estabelecidos e que não podemos mudar e esta não, esta é uma novela de autor, em que não teve uma data de arranque e não tem uma data de fecho. Isto não significa que o *Festa* não acabe este ano, por exemplo, mas também não significa que o *Festa* não fique mais dez anos. Eu recordo, por exemplo, de uma *sitcom* norte-americana que era *Walling Family*. Eu não tenho exatamente presente qual a primeira encomenda, mas teve, creio que, oito ou nove anos no ar. Porque, enfim, mexer porquê? Quando é fácil renovar, reinventar-se... E é isso que nós temos feito ao longo destes dois anos

Entrevistador: Como cumpre com as premissas de ser cómica e ter uma curta duração diária, ter e compactuar isso com as exigências de mercado. Porque, por exemplo, os jornais acabam hoje tradicionalmente cada vez mais tarde ou existem alterações de horário para combater a concorrência?

João Patrício: É verdade. *Festa É Festa*, se calhar, para combater qualquer coisa da concorrência, pode ter mais tempo de duração, mas há naturalmente. Agora, não desvirtua porque não há continuidade nessa ação. Isso é trabalho de contraprogramação. Esta semana a SIC estreou uma novela nova e, nós, obviamente, temos de reagir e vamos combater com o produto que nos parece mais competitivo. Portanto, sim, é que temos estado a derrotar a estreia da novela da SIC, que, de resto, fez o mesmo exercício que nós. Mas, enfim, os pioneiros aqui têm um bocadinho mais de vantagem. É como ter a Pepsi Cola a tentar combater a Coca-Cola, não é?

Mas antes de avançar interessa-me ainda responder aquilo que disse relativamente à informação. Isso tem muito a ver com algumas dinâmicas de programação em Portugal, que são muito lusas e endémicas. A informação tem demasiado tempo daquilo que devia ter, nós não precisávamos de ter jornais tão grandes, mas para mudar isso tinha de ser uma coisa consertada. Porque ou alguém tem coragem de ser o pioneiro e subverter isso e depois logo se vê o estrago que isso provoca... Estrago, porque, lá está, faz parte das rotinas do espectador. Como é evidente que nós não precisamos de um jornal tão longo para darmos toda a atualidade nacional, internacional e afins. Isso, óbvio, pode acontecer., mas é, lá está, é uma tradição Às 9 horas, em princípio, teríamos muito mais disponibilidade dos targets. 4-14, por exemplo, que se calhar à hora que começam as novelas não estarão.

Mas *Festa É Festa* é um produto transversal e vence nos targets mais interessantes para uma televisão comercial. Temos o target mais conveniente, por isso, o *Festa* é transversal no seu comportamento. O tempo que ele tem, a meia hora, é exatamente pelos tempos que ele seja um *shot* e que não belisque, nomeadamente, o horário das criancinhas que saem para se deitar mais cedo,

O *Festa É Festa* tem de ir para o ar nunca antes das nove e meia. E, portanto, às 10 e pouco, diluindo os *breaks*, a novela acabou e a casa com a hora das crianças irem para a cama.

Estar a prolongar isso não faz sentido, porque o que vamos fazer é interromper a continuidade do espectador nesse *target* específico. Esse espectador deixa de ver uma vez, duas, três, quatro, e é perigoso, porque se vai já não volta.

A premissa do horário e do tempo de exibição foram dadas antes mesmo de sabermos o efeito que o *Festa* teria. Não se produz uma novela de meia hora e depois da emissão pensamos que é melhor termos aqui mais tempo. Não é assim, mas nós sabíamos que o caminho era esse e devido a essa consistência que depois os resultados vieram a provar que estávamos certos.

Entrevistador: Que análise faz às telenovelas da concorrência? Considera que a SIC tentou fazer uma aproximação ao género de *Festa É Festa*, para superar o sucesso da novela da TVI?

João Patrício: Tenho a certeza que sim e uma reação muito legítima da SIC. Portanto, já fez uma série de tentativas de produtos para exterminar o *Festa* e ainda não se tinha tentado fazer o mesmo que o *FESTA*. Portanto, assumidamente, eu percebo a ideia, mas aqui impera a lógica da Cola e da Cola que tenta ser cola, mas também poderia ter corrido bem. Agora, acho que vem provar que nós tínhamos razão, com muito respeito pela concorrência, naturalmente. É

muito difícil de se tornar o *Festa É Festa*, ou seja, ter o mesmo *core* editorial, porque já está enraizado. O público não quer outro registo de comédia sem ser da nossa novela.

Mas também nos leva para outras questões. O sucesso de *Festa É Festa*, também tem muito que ver com o ADN de cada canal. A SIC ter feito este produto (*Papel Principal*) correu os seus riscos, porque a SIC tem um perfil mais AB, no sentido estético, até. E fazer um produto com esta natureza popular traz os seus riscos, como é evidente. E isso, depois, reflete-se nos resultados, que é aquilo que tem vindo a acontecer. Na TVI, não, na TVI a novela faz todo o sentido termos este produto. Não belisca o nosso ADN, antes, pelo contrário, eleva-o. O *Festa É Festa* é um produto popular. E há uma diferença substancial entre popular e popularucho. O popular não tem nada de depreciativo, antes, pelo contrário. O popular é muito notório, porque significa que chega ao povo, mas tem nível. Tem nível estético, tem nível de interpretações, tem atores de primeira linha nacionais que estão muito felizes com este projeto e que nos elevam o produto diariamente. Não é um produto menor e não é pelos resultados audiométricos que diariamente nos apresentam, é sob o ponto de vista estético, de produto, um produto que nos orgulha muito no que o audiovisual diz respeito. Nós estamos muito satisfeitos com o produto e não o consideramos um produto menor, só porque é assumidamente popular ou cómico.

Entrevistador: Considera ser possível a existência de mais novelas cómicas ou esta fórmula não será repetido?

João Patrício: Eu acho que é. Mas acho que depois do *Festa* vai ser necessária aqui uma quarentena de respiração. Até por respeito ao *Festa É Festa*. Acho que é um produto que ficará nos anais da história da televisão portuguesa. Precisamente por isso, pela forma como, pelo período em que apareceu, pelos números que faz, pela inovação, pelo facto de ser na história da televisão portuguesa, a novela mais longa, quando o *Festa É Festa* acabar nós vamos precisar de sentar a poeira e de perceber exatamente o que é que agora vai acontecer. Eu estou a dizer isto e, de repente, a solução até pode passar por um segmento semelhante. Porque aí quem resolve isso, quem dita esse caminho, é mesmo o espectador. E hoje, felizmente, temos ferramentas que nos permitem analisar esse efeito diariamente.

Entrevistador: Porque falhou a novela *Rua das Flores*?

João Patrício: É muito subjetivo, eu vou dar a minha opinião, muito particular. Eu quando digo não funcionou, não funcionou em termos de audiência, mas funcionou a outros níveis,

nomeadamente comerciais, mas independente disso, esta é, como lhe disse, uma afirmação muito pessoal e uma opinião particular.

Embora Rua das Flores não tenha feito resultados piores que outros programas que estavam em antena antes, teve resultados muito interessantes. Mas eu acho que lá está, corroborando tudo aquilo que aqui dissemos, o principal inimigo da *Rua das Flores* foi *Festa é Festa*. Porque há aqui uma canibalização de conceito e continuo a achar que o *Festa é* aquele comprimido cómico que todos os dias o espectador consome. O registo da Rua das Flores estaria demasiado colado e depois entalava a informação com o mesmo produto, ou seja, a *Rua das Flores* antecipava o nosso bloco informativo e o *Festa* era imediatamente a seguir. E trabalhavam os dois, inclusive a autoria era a mesma, como sabe, pelo Roberto.

Uma novela canibalizou a outra. Sendo que não fragilizou o *Festa*, porque lá está, o *Festa* está absolutamente enraizado. Eu diria que é há a prova de bala. Pelo menos até aqui não.

Entrevistador: A TVI teve acesso a estudos de mercado que dessem indicação que o público queria produtos mais cómicos nas telenovelas?

João Patrício: Não, por uma razão muito simples. Esta ideia base do *Festa*, que sai da Cristina Ferreira, isto para lhe dizer que não foi inspiracional, não tivemos inspiração em nada, por uma razão muito simples, pouco depois de termos iniciado o processo da *Festa*, fomos ao mercado internacional e quando saímos de lá, percebemos que foi e que não há um investimento na comédia na ficção nesta altura. E nós percebemos... Foi muito intuitivo, eu diria. Não houve um grupo de foco, nem qualquer espécie de estudo que nos blindasse, ou que nos reforçasse a ideia. Foi muito intuitivo. Um tiro de sorte e a sorte dá muito trabalho. Mas foi muito com base na intuição. Primeiro da Cristina, que depois nos mobilizou a todos. Finalmente fui privilegiado por ter acompanhado o desde o minuto zero, e de repente as coisas estavam num bom caminho.

Entrevistador: Festa É Festa foi buscar um público que não era consumidor de telenovelas ou tinha deixado de ser?

João Patrício: Isso é o que mais ouvimos ao longo destes dois anos e meio. Nós recebemos regularmente mensagens de espectadores que dizem exatamente isso. Um exemplo, alguém que diz que o marido nunca viu uma novela e agora dá com ele sentado no sofá todos os dias, ou o pai que nunca ligou a televisão e agora quando não vê o Festa é Festa até puxa para trás. Isto

até aumenta a simbologia. Eu não acho que isso tenha feito com que os espectadores mais desatentos ou não consumidores de novela tenham feito as pazes com as novelas. E porquê? Porque independentemente do *Festa é Festa* ter o tratamento editorial de pré-produção, de produção e pós-produção que uma novela tem, mesmo para os consumidores do *Festa é Festa*, eu não sei eles interpretam o *Festa* como uma novela.

Eu não sei se devo usar este exemplo, mas se usar este exemplo acaba por entender o que eu quero dizer. O *Festa é Festa* durante a semana funciona um bocadinho como o Ricardo Araújo para o domingo, é um produto que se consome. É uma coisa que faz parte, é uma rotina diária. Eu quero ver, faz parte, quero morrer um bocadinho,

Acho que as pessoas pensam, “eu quero acompanhar e é curto, é pouco tempo. É a novela mais curta que nós temos” Isso às vezes coincide muito com a gestão de minutagem de novelas, mas quando ela arrancou, nós tínhamos novelas de 45, 50 e a novela *Festa é Festa*, por indicação nossa, e era irreversível não irmos no caminho das outras, mas não podia ter mais do que 30 minutos. Nós queríamos mesmo que fosse meia hora, um *shot*, acabou, eu tenho a convicção que esta questão do tempo foi determinante para o seu sucesso. Se fosse uma novela de 40, 50 minutos, se calhar hoje não estaríamos aqui a falar de *Festa é Festa* e não seria o seu objeto de tese.

O sucesso faz-se muito pelo tempo, porque se mantivéssemos o tempo das outras novelas seria interpretada como uma novela mais vocacional, com linha cómica, mas era muito mais uma novela no meio das outras, no sentido de não haver uma rutura. Não havia.

Entrevistador: Verifica a existência do aumento da comicidade nas telenovelas depois de *Festa é Festa*? Como é que a TVI fez essa gestão da comédia nas novelas a seguir?

João Patrício: Olhe, no nosso caso, o que fizemos foi um degrade emocional no *prime Time*. Eu diria que as três novelas, normalmente, quando se programa, o que se faz é... O primeiro é mais ligeiro, a novela do meio funciona ali como uma ponte e a última novela, que já entra ali no *Late Night*, já é expectável que tenha densidade e que seja mais melodramática. A novela que nós programámos, se bem me recordo, foi a *Quero É Viver*, que lá está, fazia uma ponte para o *Para Sempre*. Mas o *Quero É Viver* era um produto fechado, foi uma adaptação. E, portanto, não podíamos, naturalmente, ter intervenção editorial nesse sentido. Portanto, respondendo à sua pergunta, não influenciou a comédia dos outros produtos.

Entrevistador: Então se não influenciou do ponto de vista cômico, não trouxe mudanças a Queridos Papas? É uma novela que tem também algumas diferenças editoriais.

João Patrício: Não. Eu explico-lhe porquê. Os exemplos que deu são produtos fechados, de compra internacional. O que nós fazemos é uma adaptação do original. E dependendo do próprio original, porque alguns originais não permitem tão pouco, qualquer espécie de adaptação, e nós temos de fazer apenas uma tradução para o português. Não é o caso de nenhuma das duas. Porquê? Porque há realidades sul-americanas, ou orientais, que não têm a ver com a nossa cultura lusa, e obviamente que isso obriga a uma adaptação, As duas novelas tiveram uma adaptação, desse texto. E tivemos liberdade, para ambos os exemplos, mas estas novelas já são assim originalmente, já trazem essa complementação cômica. Porquê optámos por elas? Porque a nossa ideia foi fazer, como lhe disse, esse *degradê* emocional. Nós quisemos o *Festa é Festa*, que é assumidamente cômica, no primeiro *slot*. Queremos uma que faça ali uma ponte, para o terceiro *slot*, que há de ser, aí sim, a novela mais densa. Portanto, a ideia foi... Nós sinalizámos essas novelas já com o intuito de fazer essa ponte editorial. Mas lá está, fazemos o *degradê* emocional, se quiser, na nossa oferta de *prime time*.

Entrevistador: A comédia ou os núcleos cômicos podem ser um atrativo ou uma fidelização de audiências?

João Patrício: Não tenho a mais pequena dúvida! Fideliza o público, mais do que, se calhar, outros números. Não tenho a mais pequena dúvida...

Entrevistador: As personagens cômicas têm capacidade para se tornarem personagem cômicas devido à aceitação que o público tem pela comédia?

João Patrício: Fica. A comédia marca muito mais a memória do que o drama. Não tenho a mais pequena dúvida. Mesmo, é muito mais fideliza muito mais, a comédia.

Os núcleos cômicos trazem muita identificação. Acho! Sobretudo os personagens mais cômicos, ou *nonsense*, do *Festa*, não há ninguém que não tenha uma referência de alguém da aldeia, de terra, de cidade, que fizesse lembrar ali o “Ti Manel” dos Anzóis, ou fazer lembrar a Dona Maria da não sei o quê... E essa foi uma premissa estabelecida desde o início. Nós queríamos mesmo que houvesse esse *link* com o espectador, que houvesse essa referência. O *Festa* nasce na preparação de uma festa da aldeia. Sim. É essa a primeira premissa dramática do *Festa*. É uma aldeia que se junta para preparar uma festa, em honra da Benemérita

Corcuvada, e, é assim que nasce o conceito da festa. E uma das nossas preocupações, na base da Cristina, naturalmente, era termos de criar aqui personagens que o espectador facilmente se identifique, que lhe faça lembrar alguém. E isso ainda hoje é o nosso elemento.

Entrevistador: O diretor de atores relatou-me que parte do sucesso está em não ter a obrigação de fazer sentido nenhum algumas coisas da novela, concorda?

João Patrício: No início tinha um sentido. O Festa arranca com esta dinâmica da festa tinha pouco *nonsense* e agora é mais *nonsense*. Mas é um *nonsense* naturalmente controlado. Vamos lá, enquanto o carteiro de Paulo mexe os braços e há uma onomatopeia sonora, é *nonsense*. Quando de repente há uma reunião no escritório do Bino e o Manuel Marques entra a levitar, é *nonsense*, mas agora já podemos fazer isso. No início isso foi controlado, mas agora já está estabelecido. Já não surpreende nem fere o espectador. E já conseguimos... Já é possível. Recordo-me de uma cena que quando a vimos primeiro, provoca alguns receios, porque nem nós, que somos programadores, estamos habituados a ver aquilo, a cena foi o Bino fez o funeral ao seu passarinho.

Isto não era uma coisa que o espectador português tivesse habituado, nem era expectável ver numa novela. Essa e outras, como o carteiro de Paulo subir as escadas com uma bicicleta. Tudo isso vai para além daquilo que é razoável. Mas são esses ingredientes que fazem a *Festa* hoje. Mas para chegarmos até aqui, tivemos de abrir esse caminho com o espectador, sem o ferir, porque se fizéssemos no início da novela *Festa é Festa*, as coisas que fazemos hoje, talvez não tivesse corrido bem. Agora é nos permitido, porque já conquistámos esse espaço, já é possível brincar mais, sem nunca desvirtuar demasiado a. A comédia só funciona quando tem um fundo de verdade. Porque senão não é comédia. Tem de haver uma verdade para fazer rir e esse compromisso já está estabelecido. A partir do momento em que esse compromisso já está estabelecido, então podemos brincar e inventar sem nunca subverter. É muito perigoso mexer-se demasiado na coisa.

Entrevistador: Há inspiração para aquelas personagens, elas existem e tinham algum objetivo?

João Patrício: São as pessoas que nós imaginamos que existem em qualquer... Todas as aldeias têm um presidente da junta, tem uma família que é mais rica que as outras... Portanto, estas realidades fazem parte do nosso universo, da memória até afetiva dos nossos espectadores.

É simples, um presidente, precisamos de um presidente da junta, precisamos de um carteiro, precisamos de alguém dono de uma mercearia, precisamos de um coronel... Depois as coisas foram evoluindo num outro sentido, eu recordo-me, por exemplo, que o Tomé quando arranca a novela, para além de ser o dono do café e da mercearia era o treinador do hóquei. O hóquei, de repente, dissipou-se em absoluto na novela e não se voltou a falar. Mas não houve nenhum espectador que reclamasse a dizer onde é que está o hóquei? Esse caminho fomos fazendo em conjunto. Quando percebemos que já não se fala mais nisso, esquecemos, não faz mal, e não é preciso justificar. Diluiu-se. Só é possível fazer isto quando já se estabeleceu uma confiança, até uma relação de confiança tal com o espectador que nos permite fazer este tipo de exercícios.

Entrevistador: A novela começou com uma personagem marcadamente mais dramática, em que abordava até um bocadinho a história dos problemas psicológicos, etc. Porquê é que desaparece?

João Patrício: Porque destoava do resto. Nós fizemos vários exercícios mais dramáticos dentro do género comédia. Quando se faz um filme para cinema há um público tradicional que consome cinema português, que se nós fazemos uma coisa demasiado *blockbuster*, o que vai acontecer é que pode encher salas, mas o público fiel ao cinema português vai sentir alguma falta dos planos mais prolongados, de uma narrativa menos dinâmica, de uma estética mais composta no sentido de quadro e tal, e a nossa preocupação no *Festa* também era um bocadinho isso. É, independentemente da linha mais cómica, ter, subjacente a uma história, alguns apontamentos mais dramáticos, mais *down*, também para compensar, porque nenhum produto televisivo pode ser linear.

Uma comédia só funciona quando é esquizofrénico, no sentido editorial. Onde é que o *Festa* tem isso? Bem, em momentos de alguma poesia dramática. Dou-lhe exemplos: Há cenas absolutamente maravilhosas, no que diz respeito à representação até artística, lembro-me de alguns, por exemplo, o pedido de casamento da ou da Fatinha ou momentos deliciosos com a dona da mercearia e o funcionário. Temos nesta novela interpretações extraordinárias. O *Festa é Festa* também pode fazer chorar. E faz-nos chorar muitas vezes, mas passado dois minutos já estamos a rir. E isso nós conseguimos fazer. Mas às vezes, como é evidente, alguns exemplos são demasiado melodramáticos e percebemos que pesa demasiado e então limpa-se

O exemplo que acabou de dar é um exemplo que para si faz sentido, porque está a trabalhar uma tese específica e está a estudá-la. E, portanto, vai aos detalhes, o público não, o público nem se lembra.

Para o público não se lembrar é preciso fazer este caminho. Estabelecer esta relação de confiança que nos permite isso, como é evidente, há ali, eu diria, seis ou sete figuras que se mexermos, são vitais e vai-se perceber, não é? Óbvio, a família de imigrantes, a Aida, o Tomé, o Bino e até a própria dona Corcovada. Depois é a saúde do projeto em si, no que diz respeito à produção e tudo mais. As equipas, as relações que se estabeleceram... É praticamente um Big Brother, eles vivem juntos todos os dias há dois anos e meio.

Isso permite, às vezes, o que tem acontecido. Lembro-me, por exemplo, da Maria Rueff, que entrou. E quando eles entram, eles entram sempre muito receosos, porque vão entrar numa máquina que já está em andamento, num circo que está montado e agora são o novo palhaço. E como é que vai ser? A aceitação dos meus colegas e do público e tudo mais. E a coisa é tão orgânica, é tão natural essa inclusão que rapidamente passam para imprescindíveis. Para o espectador, esta é a perspectiva do espectador, mas se calhar, se hoje tirássemos a Rueff do elenco, ia-se notar.

Há umas figuras que vão entrando e que, passado uma semana, já fazem parte da narrativa. O El Cato entrou e marcou tanto que o El Cato já é um personagem que, se perguntar à Dona Maria ali em baixo, está desde o primeiro dia. Porque marcou, ficou, andou, já está. É orgânico na novela e é esta orgânica que faz o circo.

Entrevistador: Como sabe o que o público sente essa orgânica, nas audiências, em estudo ou abordagens?

João Patrício: É um *feeling*. A televisão é feita também de intuição. Para além dos focos de grupo e das audiências. A audiência não é taxativa, a audiência é um indicador de tendência.

Entrevistador: A comédia, embora seja um registo que às vezes até é mais difícil de fazer do que o dramático, é muitas vezes tido como menor. E é uma coisa já muito cultural. Quase desde o nascimento na Grécia Antiga que é tido como menor...

João Patrício: É exatamente isso que eu ia dizer...

Entrevistador: Sentiu que existiu o preconceito? Não só de fora, mas também dentro da estação.

João Patrício: Não! Chegámos a sentir. Algum preconceito porque a comédia não é tão valorizado como um registo sério ou dramático

Nós cometemos aqui alguns riscos. O *Festa é Festa* é feito por gente que nunca tinha feito novelas, inclusive. Há alguns atores que foram consagrados, obviamente, no mundo da comédia, mas nunca tinham feito novelas. O Manuel Marques é a primeira novela que faz na vida. E outros antes que fizeram o seu percurso, muitas vezes só na comédia... O Bino, o Pedro Alves, que é o nosso protagonista, foi com ele que arranca a novela, fundo era a pedra que tudo girava à volta e aquilo foi um risco que sabíamos que íamos correr. Mas eu acho que o *Festa*, precisamente pelas suas características, do momento em que entrou, eu aqui insisto nisto, eu acho que foi muito oportuno. A economia foi uma das... Foi muito oportuno o momento em que entra, nós estávamos todos enclausurados, estávamos tristes, nós não tínhamos sequer noção se estava nublado ou não, porque nós saímos de casa e sentimos que era preciso acabar com isto. E foi super oportuno em termos históricos o surgimento da *Festa* e o espectador como entendeu isso imediatamente, não se trata aqui de tolerar. Trata-se de imediatamente engolir e querer mais. E reconhecer à *Festa* essa qualidade sobretudo estética. Não recebemos um único comentário a dizer que aquilo era um *downgrade* estético ou que estava mal filmado, mal editado, ou que não amasse a sonoplastia.

Tem uma boa direção artística, há ali trabalho e tem uma estética muito competente e muito bonita e acho que isso também aí ajudámos um bocadinho aqui a comédia, sobretudo no universo novela, que fosse visto como um trabalho maior. Até porque sabemos, o público pode não saber, é muito mais difícil fazer comédia do que drama. É muito mais difícil fazer rir do que provavelmente fazer chorar. Mas isso é um trabalho extraordinário de todos, dos atores, e das equipas, das diferentes equipas que são precisas para montar um produto como uma novela.

Entrevistador: Que importância é que tem a telenovela ainda para o mercado de televisão português?

João Patrício: Tem muito. Até por uma questão tradicional, isto não significa que não possa haver alterações no futuro. Portugal é o único país que tem telenovelas em *prime time* na Europa, da mesma maneira que Portugal é o único país que tem jornais de uma hora e meia, há alguns vícios de programação que estão enraizados em Portugal. Houve uma altura, eu recorde, e, por exemplo, tanto na SIC como na TVI, o *show* de estrelas era à meio da semana ou a gala do BB era à terça-feira. É preciso coragem para voltar isso. Não significa que nós não a tenhamos, mas há algumas ações que, não sendo consertadas, acresce o risco e daí nós mantermos todos, não todos, os canais comerciais privados. Mas também não existe neste momento na televisão portuguesa uma rentabilidade que permita ter programas de grande

entretenimento, e apesar de tudo, a telenovela é um produto caro, muito, muito, muito caro, embora, uma gala de *Big Brother* é naturalmente mais grandiosa do que um episódio. Mas não se esqueça que não há novelas com um episódio. Sim, tem muitos, há novelas de 40 a 200. Tem de ser feito muitos episódios, porque é outro dos exercícios de programação que têm implicação direta nos custos. E o mercado audiovisual português, como se sabe, não é, nem vai ser maior, pelo contrário, tende-se a agravar cada vez mais. Estamos a passar uma crise muito, mesmo muito complicada. Isto vai nos obrigar a mexer no paradigma de todos. Mas eu acredito que se nós estivéssemos a ter esta conversa daqui a um ano, o cenário é outro. Não tenho mais pequenas dúvidas.

Não é possível praticar televisão ao preço que se pratica hoje. Nenhum de nós consegue, porque em termos de investimento publicitário já não existe, porque o preço da televisão é proibitivo no que diz respeito à programação. É proibitivo produzir-se televisão hoje e tem de se mexer nisso, tem de se mexer nos custos de produção, na forma de produzir, tem de se mexer no paradigma.

Entrevistador: A telenovela é uma forma de ter audiência, ter alguma rentabilidade, algum investimento publicitário seguro ainda?

João Patrício: Está mais apertado, naturalmente.

Entrevistador: A audiência de toda a televisão, e também das novelas está a cair, Festa é Festa teve uma queda de 2.7% de rat%, como justifica?

João Patrício: Tem a ver com a oferta. Tem muitos restaurantes para ir comer, cada vez mais restaurantes para ir comer, e o público divide-se muito. O espectador hoje é cada vez mais um programador e então com o algoritmo ainda mais. Hoje já temos aplicações que fazem *zapping* por nós. Eu vejo aquilo que quero. Não vejo aquilo que os diferentes diretores de programas fazem nos canais.

O paradigma mudou, hoje nós pegamos, sentamos em casa, temos um comando na mão e somos o programador dos meus conteúdos, e se não for na televisão, é noutras plataformas, noutros ecrãs. A maior parte dos miúdos de 12, 13 anos não já não veem televisão, a não ser que haja um evento que os chama lá.

Quero ver aquilo, estou habituado, faz parte da minha rotina. Mas veem. Olhemos para o *Festa é Festa*, curiosamente, os miúdos que há partida já não veem televisão, eles veem muito um

produto antigo que são os Morangos Com Açúcar, que foi difundido em canais de desenhos animados. É um produto feito há muitos anos e eles veem. Será que tropeçaram nele? No *Tik Tok*? Ou no *Facebook*? Ou num *reel* qualquer?

Entrevistador: Acredita que o público mais novo se vai fidelizar às telenovelas?

João Patrício: Não acredito. Mas não faço futurologia relativamente a isso, não faço essa futurologia porque acho perigoso fazer essa futurologia. Porque nós conseguimos em televisão adivinhar o futuro imediato, mas futuro longínquo acho muito difícil porque está tão dependente de tantos fatores que vão para além da televisão. Tem a ver com a forma como hoje os conteúdos estão em multiplataformas. Tem a ver com a própria sociedade e aquilo que vai viver. Nós vivemos num planeta global e, portanto, estamos numa guerra que influencia, vivemos uma pandemia... Nós estamos aqui a conversar sobre um produto que é fruto de uma pandemia.

Entrevistador: O mercado de telenovelas já entrou no *streaming* vê isso a acontecer em Portugal?

João Patrício: Querem ver que um dia a *Netflix* ainda há de ter um produto qualquer de ficção que vai libertar todos os dias às nove e meia da noite. Querem ver? E que ainda lhes vão chamar a novela? Talvez, esse pode ser o caminho.

Entrevista Semiestruturada: Pedro Lopes
(Diretor de conteúdos da SP Televisão)

Entrevistador: Quais são as características que na sua opinião permitem identificar o género telenovela como tal?

Pedro Lopes: Normalmente quando estamos a falar de telenovela, estamos a falar de melodrama, embora depois possa ter evoluído para outras coisas. Se nós formos à origem do folhetim, no caderno dos jornais era uma publicação episódica onde cada dia era publicado um capítulo, se formos pensar depois da forma como o género passou para a rádio, até a se estabelecer na televisão, não muda muito, no fundo, quando falamos de telenovela, estamos a falar de uma história serial, de longa duração, episódios que sucedem dia após dia, e que...

geralmente, eram histórias melodramáticas, muito focadas em personagens femininos, onde havia uma luta do bem contra o mal com o triunfo do bem. É uma coisa que vem das origens do melodrama pós-revolução francesa, em que a sociedade estava muito alterada e, de alguma maneira, era uma forma de audiência sentir que, apesar de todo o caos o mundo tinha regras e o bem, ainda que em última instância, triunfaria

Durante muitas décadas as histórias foram muito focadas num personagem feminino, mais sofredor, um estilo que, considerado por muitos, é emocional, por vezes, excessivo. Obviamente que como todos os géneros foi evoluindo e essa evolução aconteceu dentro de cada país. No caso português as novelas acabam por, na minha opinião, ser mais um formato do que um género, por conta daquilo que nós vemos, por exemplo, no Brasil, na TV Globo existem horários diferenciadores e em cada horário nós temos um género muito definido, em Portugal foi-se criando uma situação muito mais híbrida, em que, dentro do mesmo projeto, cabiam diferentes géneros. Foi-se criando uma situação muito mais híbrida onde dentro do mesmo projeto cabiam diferentes géneros. Ou seja, nós temos novelas melodramáticas, com núcleos cómicos, onde há toda uma representatividade. Portanto, são projetos que estão muito mais preparados para serem testados em diferentes horários e terem essa mobilidade de horário, de passarem de *slot* para *slot*, do que noutros países onde está muito identificado que cada horário tem o seu próprio género.

Por exemplo, em mercados como o brasileiro, nós sabemos que há uma novela cómica à tarde, há uma novela de época à tarde, há um filme melodramático à noite. Em Portugal, acabou por todos esses géneros conviverem dentro do mesmo produto, que é a telenovela, portanto isso é uma certa originalidade portuguesa.

Cada país adapta-se não só ao seu público, mas aos seus modelos de exibição e foi isso que aconteceu cá, portanto, genericamente podemos explicar uma telenovela através de vários pontos, seja do ponto de vista de produção, e quando falamos do ponto de vista de produção, estamos a falar da existência de estúdio, estamos a falar da existência de uma gravação multi-câmara, estamos a falar também de uma série de elementos do ponto de vista de produção e depois há todos os outros do ponto de vista da receção, ou seja, como é que o público pode, eventualmente, identificar estes produtos até a partir de produtos diferentes, mas que os consegue identificar e depois mete- dentro da mesma gaveta. Por isso, para essa perceção do público há uma série de elementos que vão desde a forma como se filma, à forma como se ilumina, ao tipo de histórias que se contam.

Entrevistador: Quais são os aspetos técnicos e linguísticos que diferenciam a telenovela portuguesa das telenovelas de outros mercados?

Pedro Lopes: Não podemos falar das características da nossa telenovela, ou de qualquer outro país, porque quando começamos com a telenovela em 1982 era uma coisa e agora estamos em 2023, e, portanto, o processo passou por diferentes fases. Esta face iniciou-se na estação pública, depois no ano 2000, os privados começaram também a produzir novela, a TVI, a SIC, e, portanto, eu acho que se foi diversificando, ou seja, foi-se criando identidades em diferentes estações. As coisas também acompanharam aquilo que o público estava mais predisposto para ver. Nós sabemos que em momentos de crise, se calhar as pessoas querem produtos que sejam mais capistas, e, portanto, ao contrário do que se possa pensar, em situações em que a vida é mais difícil o que as pessoas querem ver, são eventualmente formados com mais humor e não uma reflexão da realidade. Isto é uma coisa que está estudada, basta olhar para o cinema norte-americano do início dos anos 30, em que, com a grande depressão, e com o aparecimento dos musicais, nós associamos muito essa situação de escapismo. Portanto, também a novela não é imune a essas mudanças que são mudanças sociais e por isso, sempre tivemos momentos em que o público queria histórias mais pesadas, ou queria histórias mais urbanas, ou queria histórias mais rurais. Eventualmente, neste momento de crise na Europa, seja anteriormente com a situação da intervenção do FMI em Portugal, seja a questão da guerra, o público procura um contraponto com a parte noticiosa, que é muito mais pesada, muito mais dramática, por isso, na ficção têm procurado, ou pelo menos as estações têm procurado exibir formatos que são muito mais assentes e mais ancorados no humor do que, provavelmente, em histórias mais dramáticas.

Entrevistador: De que forma é que a ideia do autor se compactua com as necessidades/exigências dos canais de televisão com quem colabora?

Pedro Lopes: Todo o autor quer ter público, portanto, acho que ter esse estudo do que é o auditório natural da estação para a qual se está a trabalhar, ou seja, quem é que lá está, quem é que lá está naquele horário, quem é que se quer conquistar, quais os segmentos que eventualmente estão em falta, serve para os autores tentarem encontrar ingredientes suficientes para agradar ao público que lá está e também para que haja uma continuidade dos espectadores da estação, ao mesmo tempo que se possa ir buscar novos públicos, seja às estações concorrentes, seja àqueles que não estavam a ver televisão generalista, trazendo temáticas que os motive novamente para a televisão *free-to-air*. É um pouco por aí e, obviamente, depois que

seja uma história que o autor acredite e que se sinta confortável para escrever. Isso é fundamental.

Entrevistador: Como é que analisa a atual produção, o consumo dos espectadores e o atual mercado de telenovelas em Portugal?

Pedro Lopes: Tem havido erosão da audiências das televisões generalistas, embora estamos a falar de uma erosão que é visível de ano para ano, mas é uma queda de audiências que eu diria ligeira. Se formos olhar para as audiências eu continuo a achar que é muito significativo e continua a ser um produto fundamental para as televisões privadas em Portugal. Se formos ver as audiências não há produto que consiga chegar a tanta gente como as telenovelas. Obviamente, se assim não fosse, já não haveria telenovela, nem continuaria a existir o investimento constante que tem sido feito neste produto. Isto acontece porque as estações sabem que tendo em conta a qualidade/preço e audiência continua a fazer sentido.

Entrevistador: Portugal é caso único de produção de telenovela para *prime time* e têm uma apropriação do formato brasileiro, como explica, este formato que é tendencialmente mais latino do que europeu ter resultado em Portugal?

Pedro Lopes: Nós temos um número muito significativo de telenovelas a serem exibidas diariamente, nomeadamente temos telenovelas em *prime time*, coisa que não acontece na maioria dos países, mas há razões que podem explicar isso e são de diferentes origens: Uma delas, é a ligação de Portugal àquilo que é uma programação mais sul-americana, digamos assim, isso vê-se na nossa relação com o Globo. Depois, existe uma outra que tem a ver com o processo financeiro que as nossas estações têm, pois sabemos que a telenovela continua a ser, dentro dos formatos, ou dos géneros, como se quiser chamar, de ficção uma das mais baratas. Essa questão não deixa de ser relevante. No entanto não é só uma questão de preço, as telenovelas têm impacto junto do público.

Há uma outra justificação que não podemos esquecer que é a maior parte de os países europeus ter programação é dobrada, portanto, eles podem ter programação estrangeira em *prime-time*, coisa que é mais difícil para as estações portuguesas porque obrigaria a legenda ou dobragem e isso afastaria uma parte significativa do público mais jovem e do público mais velho pela dificuldade de ler as legendas. Aquilo que outros países podem ter às nove da noite em Portugal isso mostra-se manifestamente mais complicado pela questão de poder estar a excluir

automaticamente uma parte significativa da população portuguesa. Existe necessidade de ter ficção nacional todos os dias, ou de ter programação nacional todos os dias em *prime-time*. Aliamos isto tudo ainda a outro fator que é termos um mercado mais pequeno, seja pelos 10 milhões que somos, seja pelo mercado publicitário que é mais diminuto, isto leva a que nessa relação de qualidade/audiência a telenovela seja muito competitiva.

Entrevistado: As audiências têm vindo a mostrar a diminuição do interesse e da fidelização do público à telenovela?

Pedro Lopes: A queda não é muito expressiva, mas há uma menor audiência. Essa razão é só uma razão de conjectura, ou seja, a televisão generalista em si também está a diminuir alguma audiência, ou há, ou entendo poder haver, por parte do público, alguma saturação do género. Não acho que exista uma grande saturação do público ao género porque, mais uma vez, nós olhamos para as audiências e são projetos que estão no topo das audiências. Portanto, se houvesse uma saturação certamente que haveria uma erosão muito grande e muito maior do que aquela que existe.

Obviamente que há projetos que têm um maior impacto junto à audiência do que outros. Portanto, existem sempre flutuações, mas reforço, genericamente a televisão generalista tem descido as suas audiências e isto é um problema de conjectura, mas alerta também para uma coisa é que houve uma mudança de painel a meio desse processo que está a estudar e, portanto, durante esse período temporal houve mudanças de painel e isso tem impacto porque nós sabemos que o que está a ser medido é um número relativamente pequeno de lares e de pessoas, há uma extrapolação. Portanto, quando há uma mudança de painel há sempre reajustes. Mas continuo a achar que é muito competitivo e temos a questão orçamental que quanto se pode investir? Se nós tivéssemos uma grelha, em vez de horizontal, uma grelha vertical e em todos os dias da semana tivéssemos uma série diferente sabemos certamente que o gasto seria muitíssimo maior e não sabemos se a audiência seria igualmente maior ou não.

Ainda bem que frisou nesse ponto, mas isso é uma questão que se coloca e não tenho a resposta. Obviamente que a RTP faz, e muitíssimo bem, uma programação diferenciadora relativamente aos concorrentes e faz parte da sua função como serviço público e tem resultados bastante interessantes, mas também tem, por vezes, resultados muitíssimos precisos em via UDI, da questão não-linear, de qualquer forma quando se mede a audiências temos que medir de uma outra forma, não apenas aquilo que as pessoas estão a ver em direto ou que viram no dia, mas cada vez mais aquilo que vem através dos sites das próprias estações de forma não-linear. Nós

queremos apenas medir pelo *Shedding Rating*, o impacto que uma novela tem na audiência, se a sociedade muda então também temos que medir das diferentes formas que pode esse visionamento ser feito.

Quando falamos de audiências e estamos a dizer que estão a cair porque as pessoas vão para as plataformas, ou estão em videojogos, ou estão numa outra qualquer coisa, então também temos que juntar essa audiência do linear, o visionamento não-linear e que no caso da RTP, às vezes, é o mesmo ou até a duplicação da audiência.

Quando olhamos para as novelas, só estamos a olhar para as audiências do que foi feito no dia e não daquilo que as pessoas veem no site ou veem na *Opto*, no caso da SIC. Concluindo, é uma inevitabilidade e já existe a plataformas de *streaming* com telenovelas feitas só para essas plataformas, nomeadamente na Netflix.

Temos até algumas novelas internacionais que estão no topo de visualizações. É uma inevitabilidade em Portugal, mais cedo ou mais tarde, nós produzimos telenovelas só para *streaming*, ou seja, elas nunca vão passar num canal em sinal aberto, só vão passar no streaming. Nós sabemos que as novelas são um sucesso e não é por acaso que nós vemos artigos na *Variety*, no *New York Times*, onde se fala mesmo de projetos que são identificados como telenovela apesar de terem um número de episódios ao qual nós normalmente não estaríamos habituados para uma novela. Eu lembro-me quando ganhámos o *Emmy*, em 2011, com o *Last Stand*, uma das novelas argentinas que estava nomeada tinha cerca de 23 episódios, portanto, nós estamos também muito habituados a utilizar novela de longa duração, uma novela que tem acima de 250 episódios, mas não tem de tê-lo, ou seja, a questão temática, a questão narrativa, o lado melodramático, pode ser identificado como novela. Eu lembro-me de, em Banff, nos *Rocky Awards*, nós estávamos nomeados contra o *The Good Doctor* e o *Grey's Anatomy* na categoria de melhor melodrama. Os países anglo-saxónicos não têm nos concursos a melhor telenovela porque é uma coisa muito latina, que nós chamámos de telenovela, mas têm melodrama e, por vezes, até têm a expressão de *prime-time soap*, considerando formatos como o *Grey's Anatomy* e o *Empire* como *prime-time soap*, que são, no fundo, telenovelas, mas com uma exibição semanal. Outros exemplos são as novelas turcas que também não têm exibição diária, portanto, a periodicidade também não tem que ser um elemento fundamental.

Entrevistador: O que diferencia a produção de *Laços de Sangue*, que venceu o *Emmy*, com a última novela produzida pela SP?

Pedo Lopes: Para começar, todas as novelas são diferentes e eu acredito que cada autor tem a sua marca. As novelas que eu escrevo não são iguais às novelas que a Inês Gomes escreve, não são iguais às novelas que o Roberto Pereira escreve, não são iguais às novelas que a Sandra Santos escreve, é que é que é... Cada autor imprime a sua marca num projeto, assim como cada diretor de projeto também faz, por isso, eu acho que nós já desde *Laços de Sangue*, até antes, acho que desde *O Perfeito Coração* que se apostou em ter histórias melodramáticas, mas depois com uma presença de personagens cómicas muito fortes e isso tem sido presença nas novelas da SIC. Eventualmente, essa flutuação entre a comédia se aproximar mais do que é do bloco central, ao menos e ser mais estruturante ou menos estruturante pode ter vindo a mudar com o tempo e hoje em dia sentimos que as novelas são menos melodramáticas do que eram há uns anos atrás e isso pode ser devido a questões políticas, sociais que se vivem hoje em dia na Europa.

Entrevistador: Como são construídos os núcleos cómicos nas telenovelas e que importância têm estes núcleos para os autores?

Pedro Lopes: A história é pensada como uma teia de relações e, portanto, não há muita essa coisa de vamos pensar agora um núcleo cómico que tem esta função. É tudo muito relacional e tudo nasce com um conceito inicial, por isso, criar uma novela é criar um microcosmos, tal como a própria realidade onde todos os assuntos podem ser tratados de forma dramática ou de forma cómica.

Posso fazer uma novela sobre um divórcio que é um dramalhão como posso fazer uma novela sobre um divórcio e ser uma novela cómica, a forma como depois faz sentido é que cada núcleo viva a sua aventura e como eles se relacionam, isso depois vai depender um pouco de como é na realidade. O meu trabalho é criar personagens que consigam dizer alguma coisa a todos os públicos que estão presentes, a todos os espectadores, por isso, esse microcosmos que falei são uma representação da sociedade no momento atual. Eu acho que as novelas têm um lado de atualidade, esse lado é muito humano e é um retrato do que se vive na atualidade e de quais são as preocupações. Por isso, essa também para a comicidade se relacionar com isso, que é de que forma é que nós estamos a sentir a sociedade e o humor, ou seja, digamos que é uma espécie de pipo de panela de pressão que nos momentos de maior tensão, ajuda a desanuviar. Quanto maior for a tensão social e essas fricções sociais que existem dentro de uma sociedade mais impacto pode ter o humor como uma forma mais ligeira de tratar assuntos que são igualmente sérios. Por isso, sim, o uso da comédia na telenovela portuguesa tem crescido ao longo dos anos.

Entrevistador: Tem tido acesso a estudos de mercado que revelem as opiniões do público a respeito da comicidade nas novelas?

Pedro Lopes: Eu acho que o que se sente é isso que eu estava a dizer, em situações em que, como foi este caso da crise, a pressão imobiliária, a intervenção da FMI, o maior desemprego etc., uma pessoa que está a viver isso tudo não quer ir para casa e ver mais uma situação de um personagem estar a passar pelo mesmo. O espectador quer desanuviar, como foi na questão da pandemia. Nós podemos assistir a algumas séries que tiveram um episódio em que refletia a pandemia, mas nós já estamos a viver aquilo e não queremos que a ficção refletisse mais uma vez a pandemia.

O público procura alguma normalidade na sua vida, portanto, de alguma forma, tem sido a mesma coisa. Há sempre esse lado, a interpretação, mas os números nunca nos dão essa interpretação, para entendermos temos de fazer sempre um exercício, que não significa que não possa haver *focos-grupo* em que se ouvem as pessoas, mas sabemos sempre que são estudos qualitativos e que temos de ter alguma cautela na forma como os interpretamos. Eu acredito no trabalho dos autores, das estações e das produtoras em conjunto, pois nós somos profissionais, mas ao mesmo tempo também vivemos nesta sociedade, portanto, aquilo que me interessa contar numa determinada altura é diferente do que me interessa contar noutra e a abordagem que eu quero fazer no momento atual é diferente daquilo que eu quis fazer há 10 anos. Provavelmente todos hoje queremos coisas mais ligeiras, mas o que não significa que daqui a um ano as coisas não voltem a mudar e não se faça ou queira o contrário.

Entrevistador: Que tipo de comicidade acha mais conveniente: O tom geral cómico? Ou mais centrado em graças/piadas concretas?

Pedro Lopes: Na minha opinião a comédia que se encontra numa telenovela deve seguir uma estrutura, um *plot* e procurar ser transversal a vários públicos.

Entrevistador: Que contributos positivos dá a comicidade à telenovela?

Pedro Lopes: A novela retrata problemas do dia-a-dia e a comédia ou as situações cómicas fazem parte da nossa vida. Todas as histórias podem ter um tratamento dramático ou cómico e

nalguns momentos esses *plots* e personagens podem funcionar como uma forma de respiração quando temos histórias demasiado tensas.

Entrevistador: A comédia ou os núcleos cómicos podem ser as ancoras de uma telenovela ou uma forma eficaz de conseguir fidelizar audiência e/ou esticar alargar a telenovela em número de episódios e minutos de duração?

Pedro Lopes: Não é fácil fazer uma leitura precisa dessas questões. A comédia faz parte desde o início da estrutura do teatro melodramático. Mas, eventualmente, as novelas com maior comicidade peregrinam melhor junto do público masculino.

Entrevistador: Qual é a razão do sucesso de audiências de Festa É Festa?

Pedro Lopes: Não conheço os estudos de audiência nem os focus group feito a esse produto, mas os momentos de crise ajudam a explicar a necessidade do público por coisas leves e com mais humor.

Entrevistador: A eventualidade presença da comicidade em novelas atuais da SP é uma imposição do mercado/concorrência? Ou seja, existiu a necessidade de adaptar as novelas para responder ao sucesso inicial de audiências da telenovela da TVI?

Pedro Lopes: Desde que assinei a minha primeira novela na SIC, *Perfeito Coração*, que a comédia tem estado presente.

Entrevistador: Numa análise desta investigação, depois da estreia de FÉF, a TVI tem apostado em telenovelas com menos personagens e onde todos os personagens podem ter narrativas cómicas, não havendo em algumas telenovelas uma presença notória de um núcleo cómico. Num exercício crítico de interpretação como justifica esta possibilidade?

Pedro Lopes: Eventualmente são opções tendo em conta o perfil da audiência.

Entrevistador: Considera existir a possibilidade de depois de FÉF o mercado de telenovela portuguesa passar a ter um subgénero de telenovela cómica?

Pedro Lopes: É uma possibilidade, mas estando a ser um projeto tão longo vejo mais a possibilidade de se voltar as novelas clássicas.

Entrevista Semiestruturada: Pedro Canais
(Script Supervisor da SIC)

Pedro Canais: A primeira coisa que eu posso dizer-lhe em relação à questão do tom decorre do seguinte, decorre de uma experiência sistemática que tanto eu, na SIC, como a TVI fomos tendo em relação àquilo que era a análise das novelas e percebemos que sempre que havia, digamos algum tipo de foco de grupo, a maioria dos entrevistados assinalavam que gostariam de ver mais comédia, mais tom de comédia. Sim. Isto foi crescendo a tal ponto que os chamados núcleos secundários que normalmente foram, que foi por onde foi crescendo o tom de comédia, começaram a tornar-se quase predominantes. Portanto, a SIC chegou a ter uma ou duas novelas em que nós tínhamos um núcleo central tradicional e tínhamos quase todos os núcleos secundários em tom de comédia. Obviamente, quando as personagens se tornam um bocadinho mais complexas esta deriva de tom torna-se uma outra coisa, torna-se um chamado *dramedy*. *Dramedy* é um género muito cobiçado nos Estados Unidos, tanto para longas-metragens, como para televisão, mas é um género muito difícil de descrever, ele é um género relativamente fácil de pedir, de encomendar, mas é muito difícil de concretizar, e, portanto, o que aconteceu foi que a certa altura a TVI terá percebido que poderia abdicar do núcleo central e apontar só para o género de comédia. Mas isso tinha uma consequência imediata, que era o corte com o género de novela. Porque, de facto, se nós fizermos uma análise técnica aqui, o que temos no Festa É Festa, é algo mais próximo de uma *sitcom*, de episódios fechados, do que de uma novela, porque ela não tem os arcos de uma novela, não tem, digamos que aquilo é o elemento central de uma novela, que está sempre ancorada no tom *love story*, ou seja, no tom amoroso. Portanto, a novela tradicional, como saberá, vem desde há 50 anos e assenta quase sempre, sobretudo num triângulo, esse triângulo central é um par amoroso e alguém tenta furar esse par amoroso, seja do lado da mulher, seja do lado do homem, depois já são outros momentos. Mas o género assenta nisto, desde *Gabriela Cravo e Canela*, desde as novelas de maior sucesso, foram isto claramente, embora depois o pano de fundo tenha sido bastante variável.

Entrevistador: Que características permitem identificar o género novela como tal?

Entrevistador: Quais são as suas funções como coordenador de escrita das novelas da SIC?

Pedro Canais: Bom, do meu lado, a minha função é supervisionar, mas aquilo que nós temos vindo a fazer nos últimos oito anos é aceitar propostas de acordo com algumas premissas que nós vamos dando. E, portanto, é uma autoria conjunta, uma autoria que se vai desenvolvendo a partir de uma premissa-chave que a SIC entende que é fundamental para o trabalho de seguir. E, portanto, os autores, às vezes de forma singular, outras vezes logo em equipa, desenvolvem uma proposta inicial, um piloto, e um desenvolvimento de ação, mais personagens, em que depois nós aprovamos, ou fazemos algum tipo de acerto, de correções, outras vezes não aprovamos, não vai à primeira, não vai à segunda, enfim, são outras questões. E isso depende, de facto, daquilo que nós julgamos em cada momento, digamos que são as necessidades de tom e as necessidades da própria audiência, ou de pano de fundo. Imagine...se a novela se vai passar no Alentejo, se vai passar no Porto, no Rio Douro, ou se vai passar no Algarve, são questões fundamentais para aquilo que nós vamos vendo, que são, digamos, as nossas necessidades em relação às audiências.

Uma das novelas, ou a primeira novela que fizemos no Porto, sabíamos que havia, digamos, ali alguma deficiência em relação às audiências na Zona Norte e foi por isso que fomos, colocámos a novela no Douro. E teve efeitos práticos, acho, porque a presença à proximidade resulta sempre.

Mas voltando outra vez à comicidade, o que aconteceu foi que esta deriva para a comicidade foi sendo acrescentada pontualmente, pontualmente fomos verificando que cada vez havia mais a indicação através dos estudos de mercado de que as pessoas pediam o género de comédia e acabou por ser um dos elementos fundamentais na decisão.

Entrevistador: Quais são os aspetos técnicos e linguísticos a telenovela portuguesa das telenovelas de outros mercados?

Pedro Canais: Bom, neste momento eu já não estou muito dentro da realidade brasileira, mas eu cresci no Brasil, não sei se tem essa indicação ou não, mas por isso eu acompanhei o género de novela desde muito cedo, comecei a trabalhar como ator tinha 17 anos no teatro do Com 17 anos no teatro de António Fagundes, portanto, acompanhei de muito perto esse crescimento das novelas da Globo, como é que elas surgiram? As novelas da Globo são basicamente um fenómeno de reação às novelas da autoria de uma autora chamada Glória Magda, uma senhora mexicana que foi convidada para escrever na Globo durante muito tempo e que depois escrevia umas novelas muito longas, muito estilizadas, muito com base em premissas clássicas ou que ela achava que eram clássicas e por aí fora. E esse género foi ficando cada vez mais estereotipado, de tal forma que a certa altura, por volta dos anos 70, o Bonnie, o antigo diretor-geral da Globo, entendeu que aquelas novelas não eram adequadas ao público brasileiro e quis fazer ali uma revolução. E essa revolução foi uma revolução que foi em simultâneo com um conjunto de circunstâncias políticas, houve uma ditadura que começa em meados dos anos 60 e que depois só vem, digamos que, a diluir-se de uma forma mais ou menos informal no final dos anos 70, e esta proposta de mudança do género novela teve a primeira tentativa é ali por volta de 74, 75, 76 e foi com o Bonnie a comandar esta transformação. Qual era a intenção do Bonnie? Era aproximar tanto quanto possível à realidade brasileira. A primeira coisa que ele faz é chamar um autor de teatro que era Dias Gomes, era o marido da Janete Cléber. A Janete Cléber era, digamos que, a seguidora da Glória Magda e ia fazendo umas novelas também muito longas, muito românticas, mas não saía daquilo e podia ir escrevendo às vezes 200, 250 episódios por aí fora. Quando esta

revolução acontece, as novelas são reduzidas para cerca de 150 episódios e uma das premissas que o Boni entendeu que devia estabelecer era que teria de haver uma história central em arco que era desencadeada a partir de uma circunstância singular e que desencadeava um conjunto de interações. Esse arco iria fechar com a resolução do problema inicial. Gerir 150 episódios na altura, com um tema central, seria muito difícil, porque a novela deixou de ser aquela coisa enrolada e a empurrar com a barriga que nós temos cá em Portugal, não é? Tanto na SIC como na TVI. E, portanto, o que acabou por acontecer

Atenção, todos os episódios tinham de ser enviados na altura para um coronel que fazia a censura. Estávamos no tempo da censura, e, portanto, há um coronel que proíbe, por volta do episódio 30, de continuar a gravação. É evidente que o investimento que tinha sido feito pela Globo era colossal, eles tinham feito uma aldeia e feito mais uma série de coisas, bem como o elenco era dos mais caros que já tinham sido reunidos e o que aconteceu foi que esse projeto parou. A Globo teve problemas muito graves, financeiros. Não tinha sequer o que pôr no ar em 30 anos e foi necessário ir buscar uma alternativa. Quem é que fez essa alternativa? Foi a mulher do Dias Gomes, a mulher desse autor, que avançou imediatamente em poucos dias com outra novela de um género anterior. Mais romantizada, menos próxima, menos atenta na realidade brasileira, etc. Portanto, voltou aos tempos de Jeanete Clare, sendo que Glória tinha sido dispensada, foi dispensada pela Globo logo em 76, 77. Durante 10 anos a ditadura continuou e a história não pôde ir para a frente. 10 anos depois, o Boni, em 83 ou 84, põe novamente em marcha esta produção e a ditadura já estava completamente diluída, na altura o presidente era João Figueiredo, não tinha ações de repressão como nas ditaduras sul-americanas tradicionais e o Boni terá sentido que podia avançar com esta história. Era uma história profundamente crítica, sobretudo à política local brasileira, ao caciquismo, a todos aqueles donos das terras que têm poder quase de vida e de morte sobre as pessoas que moram na terra. Isso era uma realidade brasileira, sul-americana, de uma forma geral. Mas era uma realidade brasileira que nós vimos cá com uma novela de época, com a história do Jorge Amado, com o *Gabriela Cravo e Canela*. Mais tarde, vimos também a novela *O Bem Amado*. *O Bem Amado*, a anterior, *Rock Santeiro* e por aí... É de Rock Santeiro que lhe estou a falar. E se disse ainda um bocado Bem Amado. Mas esta revolução é feita com Rock Santeiro. E, portanto, o Rock Santeiro já tinha 30 episódios gravados. Dez anos depois, o Boni decide avançar. Roque Santeiro é a recuperação da novela que tinha sido bloqueada pela ditadura e quando estreou a novela começa a ganhar cada vez mais audiência até que, quando termina, termina com o recorde sempre da audiência no Brasil, se não me engano, acho que era um 86% de audiência. É praticamente a totalidade, isto parou o Congresso brasileiro, parou a Câmara dos Deputados, parou tudo. Parou o Brasil! Foi como fez a Gabriela em Portugal.

É a partir desse modelo que Portugal começa a construir novelas com alguma dificuldade. Portanto, só a partir mais ou menos dos anos 2000, embora tenhamos tido uma tentativa com o Emídio Rangel, ele quis ter uma novela portuguesa em parceria com a Globo, mas isso nunca foi para a frente. Nunca se concretizou, a não ser muitos anos depois. Há sete ou oito anos fizemos essa parceria com a Globo e o autor foi o Pedro Lopes. E foi o Pedro Lopes que esteve à frente desse projeto e eu como supervisor. A novela foi *Laços de Sangue*.

Nós achávamos que aquilo podia ser o início de uma parceria sólida, durável, duradoura, mas não foi. Há sempre uma série de percalços e às vezes é muito difícil ultrapassar esses percalços. E, portanto, ficámos ali porque fizemos essa e o *Dancing Dance*.

A *Dancing Dance* portuguesa era uma adaptação da original do Brasil, mas até a brasileira não se compara ao sucesso que foi a *Gabriela* e muito menos Roque Santeiro. De qualquer maneira eram produtos que faziam com que a Globo liderasse, mas liderasse de longe sobre todas as outras emissoras. Mas havia aqui também um aspeto

que tem a ver com a geografia. É que o Boni quando decide tornar a novela mais autêntica, mais assenta em cima da realidade brasileira está a iniciar-se também por via da própria Rede Globo aquilo que dá origem ao nome Rede. Que era a televisão que estava a sair dos Estados Federados e passava para a própria federação, ou seja, carregava-se num botão no Rio de Janeiro e ela chegava a São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Rio Grande do Norte, Amazônia. Todo o Brasil via a novela e isto foi a grande transformação também, pois foi um elemento da agregação do Brasil e de fazer com que a mesma voz chegasse a todos os Estados ao mesmo tempo. Portanto, há uma revolução social também em grande medida com o início destas novelas comandadas pelo doutor Roberto Marinho em primeiro lugar, que na altura não se dizia CEO, mas era o dono da Globo. E depois pelo diretor-geral que era o Boni. Em suma, quando nós entramos no género de novela, entramos num momento em que a novela já não é propriamente um género inatacável. Já tinha muito menos audiência, mesmo a própria Globo já estava a sofrer ataques depois do lado da TV Record muito assinaláveis, e, portanto, quando nós entramos num género de novela, nós já vamos entrar com o género um bocadinho em retorno. Não, significativamente em retorno, mas em retorno.

Mas também houve um percalço para a televisão portuguesa que foi como o género de novela era muito rentável por razões óbvias, nós montamos um dispositivo, um conjunto de cenários, contratamos 40, 45 atores e eles ficam durante quase um ano a trabalhar no mesmo projeto. Tudo isto move-se por si e fica relativamente barato exibir um episódio por dia comparado com outros géneros. Mas falei que isso era um percalço, e porquê? Porque o estamos a pagá-lo agora, nós não termos desenvolvido em Portugal a capacidade para o género criminal ou para outros tipos, mas sobretudo o género criminal, que de uma forma geral é aquilo que rende mais desde Inglaterra, França, Alemanha, Suíça, de todo o lado. Para nós, ficção, acabou por ser um bocadinho este imaginário da novela, quando, na verdade, internacionalmente, a começar ali por Espanha, que já desistiu das novelas há algum tempo, houve um desenvolvimento muito rápido das alternativas para as plataformas. Como deve saber, quando *Casa de Papel* foi transmitida a primeira vez para a *Netflix*, aquilo foi uma revolução.

Nós temos um passado até aqui que é fácil analisar, mas neste momento, para além das transformações com Festa É Festa temos o exemplo de Rabo de Peixe, que foi para o ar e teve em primeiro lugar em 30 e tal países de uma ponta à outra do planeta. Aquilo que era um velho sonho dos publicitários tornou-se realidade fazendo *bypass*, como eles dizem, às estações de televisão. Foi essa a revolução que aconteceu nas últimas semanas e que muito provavelmente irá continuar, porque esta revolução acaba por provar que é rentável fazer conteúdos de um outro género. Séries curtas, séries de oito, de seis, oito, dez, doze episódios... em uma só temporada, naturalmente. O que significa também um investimento muito diferente. Eu não lhe vou dar números exatos, mas vou dar-lhe números próximos para que possa retirar as suas conclusões, podemos considerar que, de uma forma geral, uma novela de *prime time* tanto da SIC como da TVI poderá andar à volta dos mil euros, mil euros por minuto, custo de minuto de antena. Portanto, se cada episódio for de 35 minutos, será 35 mil euros. Ora, é dos produtos mais baratos que se podem colocar em *prime time*, tirando a informação. A informação é significativamente mais barata, mas tudo o resto é bastante mais caro. Ao fim de semana, anda à volta dos 100, 150, 200 mil euros, digamos, aqueles programas que as estações comprem nos mercados internacionais.

Mas noutros países também e os preços são idênticos, mas aqui o problema coloca-se de outra maneira é que o que o género de novela nestes países e não é exatamente como o conhecemos, mas existe na Hungria, existe na Grécia e ainda existe também na Polónia. Agora, não existe com 300 episódios. Mantem a presença de um arco,

que sabemos qual é e não existe esta coisa de ir empurrando a história. Isto é a novela estendida, como nós a chamamos, quando as novelas passaram a ter 300 episódios por razões financeiras e foi a partir de *Rainha das Flores*, sendo que, entretanto, do lado da TVI, houve uma outra, houve também uma outra transformação, que foi a *Única Mulher*. Criaram as temporadas sucessivas e essas temporadas continuavam a render, pois o cenário continuava a ser mais ou menos o mesmo e não era necessário fazer um investimento de 7 ou 8 ou 10 milhões. Isto rendia muito, mas rendia muito a curto prazo, a longo prazo... estamos todos a pagar um preço brutal, porque, neste momento, é muito difícil recuperar as audiências e o tempo que perderam com esta poupança e se mobilizem para conseguirem fazer os novos modelos.

Estamos a entrar aqui dentro de uma área que eu não posso, digamos... Eu vou até onde posso, ok? O corte à faca, como nós dizemos, é feito a partir de decisões de Emílio Rangel, esse corte já tem muitos anos e a Globo reagiu mal. A Globo explicou o seguinte, explicou que cada novela tem um arco, tem um começo, tem três intervalos, e tem de ter 12 minutos de publicidade, mais seis de institucionais ou de autopromoções, portanto, são 18 minutos. E enquanto em todos os outros países, esses 12 minutos, esses 18 minutos, estão cortados, em três ou quatro, ou às vezes em cinco nós não temos isso. E, portanto, aquilo que acontecia era que o que era importante para o diretor de programas, em cada momento, era sair ou entrar antes da concorrência, portanto, é uma guerra de grelha, não é uma guerra nem de género, nem de autoria. Essa gestão é feita de acordo com critérios que não têm a ver com a produtora, têm a ver com a grelha. Decorre da duração dos *breaks* e do facto deste *break* ser muito profundo, deste incidente em publicidade criar, digamos que, um poço. É fácil de imaginarmos que os *breaks* aqui do meio e os anúncios das pontas são bastante vistos. E, conclusão, nós temos um mercado muito singular. É esta singularidade que leva a dois elementos centrais, o primeiro é a duração e a segundo é os custos e o terceiro o decréscimo de audiência e um quarto que é a personificação das nossas audiências.

Entrevistador: No mercado brasileiro, as novelas cómicas ou com maior leveza representam um subgénero, acha que isto pode ser possível em Portugal?

Pedro Canais: No Brasil, o modelo novela tem sempre a mesma duração. Sim, entre cento e cinquenta e cento e setenta episódios, desde os anos 70 que é assim e os episódios não são de setenta e poucos episódios, eles são de quarenta a quarenta e cinco minutos e são episódios fechados, que não são cortando a meio. E, portanto, isto é outra realidade. Nós não temos uma comparação direta com o Brasil. Mas vamos ao Festa é Festa, então, de uma forma direta, o Festa É Festa, numa análise técnica feita por alguém que esteja fora disto tudo, dificilmente dirá que é uma novela. Não tem os padrões e estruturas que menos, não tem aquele núcleo central sério que assenta normalmente num triângulo amoroso. Tem outros elementos, tem ali umas paixonetas, tem ali uns... tem ali outras questões que são ali... não são tão avançadas, mas tudo aquilo assenta, digamos, num modelo de *sitcom*. Eu diria que é comédia de situação e a comédia de situação pode ser empurrada, empurrada independentemente daquilo que é o arco central. A novela não tem arco central, a história não sofre dos males que sofrem as nossas novelas longas, que é o encontro e o desencontro do par central. O género novela centra-se num modelo amor e obstáculos, onde lançamos um par central no primeiro episódio e eles logo ali à frente vão ter um obstáculo qualquer e que depois parece que dilui para lançar um novo obstáculo. É um género que se faz também em longas-metragens, mas uma comédia romântica tem muito disto também, tem o amor e obstáculos. Isso não acontece no *Festa É Festa*. O *Festa É Festa* não assenta em cima desta premissa básica que é um arco central dramático. Assenta em cima de

um tom que é totalmente distinto., logo não é percebido da mesma forma que uma novela. Todas as dinâmicas são diferentes, e, portanto, nós só chamamos aquilo de novela porque não temos outra referência e porque está àquela hora e porque a TVI exige a seguir ao jornal como se fosse uma novela de primeira linha. Ok? Se for perguntar a um autor espanhol, inglês ou norte-americano, ele diz-me que aquilo é uma *sitcom*.

Entrevistador: Como analisa *Festa É Festa* em termos técnicos e a forma como construiu a sua narrativa à volta dos núcleos cómicos?

Pedro Canais: *Festa É Festa* é uma alteração de género e uma transformação do género, pois o tom dominante deixa de ser o tom romântico e passa a ser o tom cómico. São uma série de transformações que são assinaláveis e tecnicamente observáveis com muita facilidade para quem trata destas matérias, mas se vier alguém mais frio por não estar envolvido no meio diz que aquilo que se vê um corte e esse corte é muito objetivo, embora decorra das transformações, digamos que a comicidade que introduzida no início das nossas novelas portuguesas que está aqui. No início nós tínhamos um núcleo cómico que chegou a ser um ator e a mulher com quem ela interagira por aí fora, porque era muito difícil encontrar atores cómicos. As personagens são complexas e elas eram bastante estereotipadas havia aquela ideia de a forma da personagem cómica ser ingênua e burra, eu não sei se por via das do teatro popular da revista, não sei. Mas o facto é que o crescimento do humor foi sendo cada vez mais alargado não só do ponto de vista do número de personagens, como da complexidade, como sobretudo da complexidade das personagens cada vez menos estereotipadas e cada vez mais cheias dos elementos que às vezes até são contraditórios.

Entrevistador: Encontra mudanças no mercado de telenovela nacional depois da Estreia de *Festa É Festa*?

Pedro Canais: Claro, e porque é muito óbvio, porque a premissa deixou de ser a mesma. Mas, o *Festa É Festa* não é um subgénero é um género alternativo muito específico do mercado português por todas as razões que nós falámos até aqui. É um género que não assenta nas mesmas premissas e isso é absolutamente claro para quem faz estas leituras ou para quem exerce esta atividade e por consequência, aquilo que vem a seguir também decorre o cálculo a fazer. Nos *Queridos Papas*, quando os núcleos interagem todos então temos de ter muito menos atores e voltamos a falar nos tais milhões que eu lhe falei, não há opções estéticas sem a consideração da opção financeira e é evidente que o risco foi grande.

Entrevistador: Que análise fez a *Festa É Festa* e quais as razões para o seu sucesso?

Pedro Canais: Quando eu vi aqui no ar eu percebi, bom, eles perceberam o que era necessário fazer e fizeram, correram aqui um risco que é o risco, mas a verdade é que a TVI correu esse risco e correu bem. Eles também têm um perfil muito mais específico e que conhecem muito bem chegou a trabalhar para outros públicos

Entrevistador: A SIC mudou as suas novelas para acompanhar *Festa É Festa*?

Pedro Canais: Não, não há uma alteração no produto. As opções da SIC nos últimos anos não eram resposta à *Festa É Festa*, agora é evidente que há uma alteração de género e era óbvio. Para quem trata destas matérias, mas não havia de nós fomos crescendo nós nos últimos oito anos e não tomamos nenhuma decisões, pelo menos até agora, em função daquilo que eram as iniciativas da TVI. O entendimento que nós tínhamos sobre o nosso produto tinha a ver sobretudo com as solicitações que nós percebíamos por parte do público, por vir os inquéritos que fazíamos dos estudos de mercado, não é? E, portanto, sabíamos que o humor era uma necessidade e eu posso dizer-lhe que em alguns desses inquéritos o humor ficava em primeiro lugar com mais de 40% e todas as outras questões que as pessoas gostariam de ver também vinham para a ordem dos 10, 12, 13, 6, 7%, enquanto o humor estava lá em cima. Eu acho também porque Portugal também do ponto de vista do humor tem uma história muito simples, mas muito simbólica.

Entrevistador: As personagens cómicas podem fidelizar a audiência? Ou, tornarem-se centrais na história devido à aceitação do público?

Pedro Canais: Se nós estivéssemos fora de Portugal e se fizéssemos uma análise ao género *sitcom*, ou melhor, veja este exemplo, aqui ao lado, em Espanha há um género muito barato que se produz em e é um género que nunca passa dos 30 a 35 minutos. Aquilo é muito barato com 3, 4, 5 minutos de cenários e 7 ou 8 atores e aquilo isso não é uma novela porque há episódios fechados, embora, possa às vezes estender-se durante centenas de episódios, agora, o essencial é o tom e em que tom é que decorre aquela interação dramática? Se é um tom sério, se é um tom cómico ou se é um drama.

Entrevistador: Acha que o sucesso dos núcleos cómicos nas telenovelas se deve a um reconhecimento que o espectador tem com aqueles personagens?

Pedro Canais: O sucesso claro, ou seja, a proximidade do real ao observador é um elemento simbólico em qualquer narrativa, seja ela do real, seja ela do imaginário. A proximidade àquilo que está a ser representada é um elemento fundamental. Uma história deve assentar na realidade local para se tornar global e para se poder tornar global, aquela é a melhor via de uma representação social. É uma via, mas não é assim tão simples de fazer, pois o que ela deve fazer é uma representação social, mas sem ser estereotipada. Não é uma dinâmica simples, não é um riso mais básico para gente básica, não é assim.

No outro dia, um senhor que falou comigo, e sabia qual era a minha profissão, disse-me, “aí eu gosto *Festa É Festa*. Eu sei que não é do seu lado, mas gosto muito de *Festa É Festa*. Agora vou contar-lhe, esta pessoa é alguém que está muito bem na vida e tem um sentido crítico notável, portanto, a adesão ao humor não é não é só pela classe baixa. São outras as dinâmicas associadas ao humor e à característica humorística de cada uma dessas personagens que transmitem esse tom e que levam a que os públicos adiram. A questão dos públicos de telenovela é complexa...

Entrevistador: A telenovela ainda é um produto de televisão para atrair audiências, tendo em conta o decréscimo de audiência das novelas ao longo dos últimos anos?

Pedro Canais: Isso não tem a ver só com a telenovela, tem a ver com a televisão no geral, sobretudo, a questão do FTA. O FTA já estabilizou em muitos países europeus e em Portugal, mas o FTA continua a cair bastante, portanto, o problema é que a audiência caiu muito num curto espaço de tempo, mas isso foi no mundo. Se for ver a novela de *prime time* da BBC ou da ITV, elas andam ali à volta dos 6 milhões e meio e durante o tempo da pandemia andou ali nos 7 milhões, 6 milhões e tal era muito estável. Atenção, estamos a falar de *soap opera*, logo, as dinâmicas são outras, pois são episódios fechados e por aí.

Entrevistador: Sobre a audiência das atuais telenovelas, a cada vez mais tardia exibição pode ser um problema?

Pedro Canais: Portugal é caso único na Europa e nós sabemos também que é muito mais barato produzir notícias do que produzir ficção. Existem três géneros entre as divisões da rede temos notícias que normalmente é aquilo que fundamenta os investidores andam sempre à volta da questão das notícias, mas também as pessoas que veem o género de ficção podem não ser as mesmas. Eu duvido que sejam as mesmas que vejam a primeira parte do jornal das Oito às oito e meia até ao primeiro *break* e, portanto, mas é muito difícil ter elementos concretos sobre isso. O que é óbvio que temos estes três géneros, temos entretenimento, temos a ficção e temos a informação e a informação tem bastante aceitação, a ficção de uma forma gera, na Europa inteira ou no mundo inteiro e com exceção dos casos muito pontuais do futebol é um género que sustenta financeiramente esta indústria. Essa atenção ao investimento não está feita em primeiro lugar em cima da ficção, a ficção foi uma forma de sustentar aquilo que era fundamental para o investidor, que era sustentar a informação com os anúncios que depois pudessem pagar a gente e assim continuamos.

Entrevistador: Acha que a forma diferenciadora de apresentar o género, Festa É Festa foi buscar uma audiência diferente?

Pedro Canais: Poderá ter ido buscar outros públicos, poderá ter ido buscar outros públicos porque cada personagem nova pode sempre buscar públicos que não estavam neste género e que não estavam neste horário, podiam estar no STA, andavam no cabo, andavam a jogar de computador, e, portanto, agora, eu não creio que as pessoas de uma forma geral, entenda-se, o público em geral tenha reconhecido ali uma diferença de género porque eles encontram ali os núcleos os cómicos. Da mesma forma que há muitos anos encontram também nas novelas tradicionais.

A diferença maior em Portugal é que esse género está encaixado na novela é uma *sitcom*, que decorre de uma novela, mas as pessoas não fazem esta reflexão, não tem essa consciência, quem é técnico olha para isto desta maneira porque conhece a história das coisas sabe de onde viemos e para onde vamos ou para onde podemos ir.

Entrevistador: Na sua opinião qual foi a razão do insucesso de Rua das Flores?

Pedro Canais: Era um horário diferente, e, portanto, logo isso faz a diferença. O horário das 19 é um horário com particularidades muito complexas em Portugal, o chamado horário de acesso, porque é que a mesma novela escrita pelos mesmos autores com as mesmas ideias não funciona? Eu vou voltar ao início da nossa conversa eu vou recordar-lhe aquilo que o Brasil faz há 60 anos a novela das seis que agora tem outro nome, mas antes era a novela

de época, aquilo era muito suave, com conflitos muito aligeirados, mas tudo aquilo era altamente romantizado e normalmente

usavam umas roupas muito bonitas muito de costureira que passava ali mais tempo a pôr uns laçarotes etc., depois a novela das seis, a novela das sete era essa tal novela cómica, era uma novela que vinha o jornal às oito e depois o jornal tinha meia hora, mais vinha a seguir a novela de *prime time*, que hoje se chama a novela das dez, mas era a novela das nove e essa novela das nove é que era um investimento principal, eram investimentos para além do dobro das outras novelas que tinham se poder financiar. Portanto, tanto no pagamento aos autores, como em primeiro lugar aos autores que escreviam para lá durante muitos anos foram só cinco eram só cinco autores que faziam a novela das oito, era o original era, mas são dinâmicas e orçamentos muito diferentes aqui é difícil porque em Portugal se determinou hábitos para cada horário que ficaram consolidados durante décadas em Portugal. Quando a TVI arrisca fazer uma novela de tom cómico, que não é uma novidade mundial, mas em Portugal não há o hábito de ver novela aquela hora, estamos habituados aos *game shows*, mas pode haver um mar de razões para não ter resultado em audiência e isso acontece em todas as telenovelas.

Em Portugal há um apetite enorme por comédia a tv, perceberam que havia esse apetite e correram o risco de largar o género de novela sustentado por um arco amoroso e passa deste género a uma espécie de novela que se transforma em novela cómica, mas que é na uma *sitcom* prolongada até aligeirada. mas há aqui

Entrevistador: Qual é o futuro das telenovelas cómicas em Portugal e acha que o registo cómico veio para ficar?

Pedro Canais: Se quisermos ser novela eficaz e continuarmos com o género que nos deu muito dinheiro durante muitos anos temos de agregar muito humor, mas sobretudo temos de transformar essas personagens em personagens cada vez mais ricas também do ponto de vista dramático, elas tanto podem representar drama como comédia e entregar comédia quando o público aceita essa novela de uma forma *punchy*, ou seja, de uma forma a ter eficácia. Estar sempre a entregar comédia às vezes não é a forma mais eficaz de tocar um espectador, por outro lado, há esta nova dinâmica que foi criada que é a dinâmica que a TVI iniciou. Isto já não é propriamente uma novela em modos tradicionais é uma *sitcom* à portuguesa e que decorre do género novela estendida porque e, portanto, a primeira coisa que eu tenho de observar em relação a isso é que é um género muito singular e um género muito português, que decorre da novela, e decorre de todas estas dinâmicas que nós falámos até aqui.

Resumo, o humor é fundamental como matéria-prima, eu diria que, é a primeira matéria-prima é o trio deste ponto e tem que ser sempre tido em conta quando se escreve uma novela ou quando se pensa numa novela para depois se escrever, a menos que haja uma transformação e que sejam chamados novos públicos para o FTA, ou que comecem a regressar o público.

O desejo é do público e fazemos as coisas em função do que ele quer, como é o caso, por exemplo, em todo o resto de Europa em que o género mais visto não é a comédia, mas é o policial

Anexo G: Grelha de análise a entrevistas

Análise de Entrevistas

Questão de Partida: Qual a importância da comicidade na telenovela portuguesa e qual é a razão para o sucesso de Festa É Festa?

Temática	Respostas
<i>As características do género comédia e análise à comicidade e respetiva importância como género</i>	<p>“A comédia só funciona quando tem um fundo de verdade. Porque senão não é comédia. Tem de haver uma verdade para fazer rir e esse compromisso já está estabelecido. A partir do momento em que esse compromisso já está estabelecido, então podemos brincar e inventar sem nunca subverter.” (João Patrício)</p> <p>“Uma comédia só funciona quando é esquizofrénico, no sentido editorial.” (João Patrício)</p> <p>“Ou as pessoas riem pela parte estúpida da coisa, ou então porque são coisas bem feitas que aparecem na net, com muita graça, pequeninas, curtas...houve uma natural evolução... O que víamos era a anedota feita com <i>decor</i>, que era um naturalismo muito bem decorado e aproximado à realidade. Disto passamos para outra linguagem que era brilhante, que eram, que eram dramatizadas, e houve uma transição, uma transição através da linguagem do absurdo, até que chegamos aqui, e aqui, em Festa É Festa, apresentamos coisas completamente maradas.” (Joaquim Nicolau)</p>

“O humor pode falar de coisas sérias, e de que maneira... Não é por acaso que o teatro tem estas duas máscaras... A anedota também pode ter, ou outras formas de fazer rir. Por exemplo, tu tens na *stand-up comedy*, e consegues ter a comédia negra, a comédia de situação, a comédia do absurdo e a comédia política. Eu acho que o humor tem de estar sempre no encaicho da outra máscara. O humor pode estar ligado à tragédia e ao drama, até porque há dramas altamente cómicos.” (Joaquim Nicolau)

“A comédia mantém as tradições desde a antiguidade grega, mas depois a forma como a consumimos ou como a interpretamos é que mudou.” (Joaquim Nicolau)

“A comédia é, talvez, o género mais difícil de pôr em prática, mas se a comédia for ao encontro das nossas fragilidades e das nossas virtudes e brincar com elas, ajuda bastante. Porque ela é mais tangível, ela vai ao encontro daquilo que eu sinto, daquilo que tu sentes, daquilo que tu percebes, ou seja, se nós formos ao encontro daquilo que as pessoas querem, elas riem... Hoje, para fazer rir tens de puxar pela inteligência, puxar pelo conhecimento., puxar a parte global” (Joaquim Nicolau)

	<p>“...Se andarmos um bocadinho para trás, os nossos grandes sucessos de sempre, no cinema e tudo mais, estão na comédia... As grandes referências que nós temos de televisão, de há 20, 30, 40 anos são da comédia. Nós somos realmente de uma cultura que gosta e consome muita comédia, gosta muito de comédia.” (Roberto Pereira)</p> <p>“As pessoas riem com a identificação. Tu só te rires de uma coisa que conheces., tu só te rires de uma situação quando ela te é familiar, quando em algum momento tu passaste por aquilo ou já viste aquilo. Isso é um segredo número um, pois ninguém se ri de nada que desconhece.” (Roberto Pereira)</p>
<p><i>A UTILIZAÇÃO DO HUMOR/COMÉDIA NA TELENOVELA PORTUGUESA E QUE IMPACTO TEM NA AUDIÊNCIA</i></p>	<p>“Fideliza o público, mais do que, se calhar, outros números. Não tenho a mais pequena dúvida... A comédia marca muito mais a memória do que o drama. Não tenho a mais pequena dúvida, mesmo, fideliza muito mais a comédia. Os núcleos cómicos trazem muita identificação.” (João Patrício)</p> <p>“Na novela, os núcleos mais fortes nem eram a comédia. A comédia depois começou a ganhar alguma força, era realmente, mas era um elemento trágico e um elemento dramático, em que, por exemplo, havia sempre a questão da vingança, de repor a justiça, de repor a verdade, ou seja, a jovem que era humilhada, em que havia mentiras sobre ela, sobre a sua honestidade, em que o marido estava a enganá-la e etc... As Novelas foram crescendo, não é? Portanto,</p>

tudo isto começou muito bem, evoluiu e a novela que nós temos, o modelo de novela, tem realmente vários núcleos, e um deles, geralmente, tende sempre a ser a parte cómica.” (Joaquim Nicolau)

“Há várias novelas mais leves ou com muita comédia, como os Nossos Dias que eu fiz, mas vamos comparar algumas novelas como Olhos de Água ou os Jardins Proibidos, havia uma componente dos jovens, que dava uma frescura, e havia a componente dramática, melodramática, mas o núcleo cómico era muito curto...depois... Quando apareceu Anjo Selvagem, voltou com uma

presença muito jovial, mas já havia ali uma componente mais cómica... quando passamos aos Os Bons Vizinhos, que não teve assim tanto sucesso como se esperava, esta novela já tinham um núcleo muito mais cómico..., mas isto não basta ter os ingredientes eles têm de bater certo e Festa É Festa é a prova disso.” (Joaquim Nicolau)

“Eu posso fazer numa novela algo cómico, para ter graça, mas o texto não deixa de ter uma intenção ou não deixa de dizer o que está a dizer. Imagina, faço um primeiro-ministro corrupto e no guião há uma situação engraçada durante o processo de corrupção, bem, a situação está lá. Temos ali uma comicidade e o assunto sério.” (Joaquim Nicolau)

“O humor funciona numa novela sempre como uma válvula de escape, ou seja, a novela pode estar em pressão e o humor é uma chaminé para onde sai o fumo. O momento de humor na novela serve muito para isso. Porque é uma válvula de escape. Porque dispõe o espectador a seguir a ver uma cena mais dramática... a novela é feita de melodrama e se não existir um momento de alívio, que é o humor, então não há quem aguento, em suma, o papel que o humor

muitas vezes ocupa nas novelas é predispor o espectador para depois receber o drama, ou a tragédia, o humor funciona sempre em momentos de crise e é o caso da novela, quando há crise, rimos e esquecemos ou desanuviamos, por isso, neste género o humor é essencial.” (Joaquim Nicolau)

“Aos poucos a comédia tem vindo a aumentar nas novelas, quase desde o inicio que começaram a aparecer uma coisa que eram os números cómicos e que funcionaram e alavancaram muito as novelas e aos poucos e poucos, começou-se a perceber

realmente que faz sentido, mais do que na novela, faz sentido ter, em praia e em bairro, humor. As pessoas gostam.”
(Roberto Pereira)

“Na telenovela as personagens cómicas podem-se tornar personagens principais, porque identificas-te, o sucesso será maior quanto mais pessoas se identificarem com aquelas pessoas...Por exemplo, no Ouro Verde, a personagem que mais fazia rir era

uma rica, a mulher do rico, mas aquilo era feito com um exagero. As pessoas já viram aquilo. mesmo não sendo uma popular. Atenção, um popular não precisa de ser uma pessoa pobre, não estou a falar disso, o que estou a dizer é que o humor tem de facto de ser abrangente.” (Roberto Pereira)

“As personagens cómicas podem ficar mais tempo na memória das pessoas do que personagens sérias? Eu acho que um bom vilão também fica... Qualquer personagem marcante pode ficar... Agora, aquilo que acontece mais, é que no dia a

seguir, as pessoas que estão a falar das novelas nos empregos, vão falar daquilo que eles fazem em rir. Sim. Ninguém vai replicar uma fala de um vilão, mas já uma piada que alguém lhe diz é replicada.” (Roberto Pereira)

“A SIC chegou a ter uma ou duas novelas em que tínhamos um núcleo central tradicional e tínhamos quase todos os núcleos secundários em tom de comédia.” (Pedro Canais)

“...o que aconteceu foi que esta deriva para a comicidade foi sendo acrescentada pontualmente, pontualmente fomos verificando que cada vez havia mais a indicação através dos estudos de mercado de que as pessoas pediam o género de comédia e acabou por ser um dos elementos fundamentais na decisão.” (Pedro Canais)

“No início nós tínhamos um núcleozinho cómico que chegou a ser um ator e a mulher com quem ela interagira por aí fora, porque era muito difícil encontrar atores cómicos... Mas o facto é que o crescimento do humor foi sendo cada vez mais alargado, não só

do ponto de vista do número de personagens, como da complexidade, como sobretudo da complexidade das personagens cada vez menos estereotipadas e cada vez mais cheias dos elementos que às vezes até são contraditórios.” (Pedro Canais)

“A comédia funciona na telenovela, devido à proximidade do real... A proximidade àquilo que está a ser representado é um elemento fundamental. Uma história deve assentar na realidade local para se tornar global e para se poder tornar global, aquela é a melhor via de uma representação social.” (Pedro Canais)

	<p>“Em mercados como o brasileiro, nós sabemos que há uma novela cómica à tarde, há uma novela de época à tarde, há um filme melodramático à noite. Em Portugal, acabou por todos esses géneros conviverem dentro do mesmo produto, que é a telenovela, portanto isso é uma certa originalidade portuguesa.” (Pedro Lopes)</p> <p>“... acho que desde <i>O Perfeito Coração</i> que se apostou em ter histórias melodramáticas, mas depois com uma presença de personagens cómicas muito fortes e isso tem sido presença nas novelas da SIC. Eventualmente, essa flutuação entre a comédia se aproximar mais do que é do bloco central pode ter vindo a mudar com o tempo e atualmente sentimos que as novelas são menos melodramáticas do que eram há uns anos e isso pode ser devido a questões políticas, sociais que se vivem atualmente na Europa...” (Pedro Lopes)</p> <p>“... a história de uma novela é pensada como uma teia de relações e, portanto, não muito essa coisa de pensar em criar um núcleo cómico com uma função específica.” (Pedro Lopes)</p>
<p><i>QUAIS AS MOTIVAÇÕES QUE JUSTIFICARAM A CRIAÇÃO DE FESTA É FESTA</i></p>	<p>"O Festa É Festa arranca num período muito particular, um período pandémico, já ali no final da pandemia, com alguma sensação de liberdade recuperada, e nós sentimos que fazia todo o sentido. Arriscamos na ficção com um conceito e um modelo de formato assumidamente cómico" (João Patrício)</p> <p>“...a ideia base do <i>Festa É Festa</i> sai da Cristina Ferreira... não tivemos inspiração em nada, por uma razão muito simples, pouco depois de termos iniciado o processo da <i>Festa</i>, fomos ao mercado internacional e quando saímos de lá, percebemos que foi e que não há um investimento na comédia na ficção nesta altura.” (João Patrício)</p>

“o *Festa*, precisamente pelas suas características, do momento em que entrou, eu aqui insisto nisto, eu acho que foi muito oportuno... nós estávamos todos enclausurados, estávamos tristes, nós não tínhamos sequer noção se estava nublado ou não, porque nós saímos de casa e sentimos que era preciso acabar com isto. Foi super oportuno em termos históricos o surgimento da *Festa* e o espectador entendeu isso imediatamente, não se trata aqui de tolerar, trata-se de imediatamente engolir e querer mais. É reconhecer à *Festa* essa qualidade sobretudo estética. Não recebemos um único comentário a dizer que aquilo era um *downgrade* estético ou que estava mal filmado, mal editado, ou que não amasse a sonoplastia.” (João Patrício)

“Houve de ver algo mais cómico, por isso que eu disse que isto se juntou aos ingredientes todos, porque temos uma pandemia, porque necessitamos de nos rir, necessitámos de não estar preocupados... a pandemia não foi o único gatilho, na verdade tivemos até 2020, uma década muito desgastante para as pessoas, com crises, com situações muito complicadas e depois a pandemia não foi só o confinamento, foi o que a pandemia trouxe. O ambiente era tenso e creio que reunimos os ingredientes certos para o nascimento de *Festa É Festa*.” (Joaquim Nicolau)

“As pessoas tiveram, antes de anos das novelas, *sketchs* e séries de humor e era um sucesso diário. As pessoas gostaram daquilo durante anos, portanto, não estranho nada que começasse a haver a tentativa de fazer humor nas novelas. Agora, aquilo que foi mais sofisticado foi, obviamente, uma novela de humor.” (Roberto Pereira)

“Tanto eu, na SIC, como a TVI fomos tendo em relação àquilo que era a análise das novelas e percebemos que sempre que havia, digamos algum tipo de estudo, a maioria dos entrevistados assinalavam que gostariam de ver mais comédia, queriam mais tom de comédia. Sim. Isto foi crescendo a tal ponto que os chamados núcleos secundários, que foram crescendo e começaram a tornar-se quase predominantes.” (Pedro Canais)

“...a TVI terá percebido que poderia abdicar do núcleo central e apontar só para o género de comédia” (Pedro Canais)

“Posso dizer-lhe que em alguns inquéritos que se fizeram, o humor ficava em primeiro lugar com mais de 40%. Todas as outras questões que as pessoas gostariam eram na ordem dos 10, 12, 13, 6, 7%, enquanto o humor estava lá em cima. Eu acho também porque Portugal também do ponto de vista do humor tem uma história muito simples, mas muito simbólica.” (Pedro Canais)

“...em situações em que, como foi este caso da crise, a pressão imobiliária, a intervenção da FMI, o maior desemprego etc., uma pessoa que está a viver isso tudo não quer ir para casa e ver mais uma situação de um personagem estar a passar pelo mesmo. O espectador quer desanuviar, como foi na questão da pandemia...” (Pedro Lopes)

<p><i>RAZÃO PARA A ACEITAÇÃO DO PÚBLICO AO FORMATO DE FESTA É FESTA E POSSÍVEIS JUSTIFICAÇÕES PARA A INICIAL E CONTÍNUA LIDERANÇA DE AUDIÊNCIAS</i></p>	<p>"... é um produto absolutamente transversal, primeiro porque editorialmente foi competente. As pessoas estavam cansadas de tristeza e de algum tipo de tristeza na ficção e na oferta de ficção que existia nos diferentes canais de FTA, eram todos vestidos de uma densidade e de um drama editorial que não queríamos no Festa É Festa" (João Patrício) "</p> <p>“O sucesso acho que teve mesmo muito a ver com o período em que entra, as pessoas precisavam de rir, estava um ambiente pesado no país, estava pesada a oferta em prime time em televisão" (João Patrício)</p> <p>“... o prime time estava muito pesado, havia aqui uma tradição mais melodramática, e, por isso, o Festa É Festa foi uma pedrada no charco” (João Patrício)</p> <p>“O <i>Festa É Festa</i> é um produto transversal e vence nos <i>targets</i> mais interessantes para uma televisão comercial. Temos o <i>target</i> mais conveniente, por isso, o <i>Festa</i> é transversal no seu comportamento. O tempo que ela tem, a meia hora, é exatamente pelos queremos que seja um <i>shot</i> e que não belisque, nomeadamente, o horário das criancinhas que saem para se deitar mais cedo.” (João Patrício)</p>

“O sucesso de *Festa É Festa* tem muito a ver com o ADN do canal... na TVI a novela faz todo o sentido termos este produto. Não belisca o nosso ADN, antes, pelo contrário, eleva-o. O *Festa É Festa* é um produto popular.” (João Patrício)

“Nós recebemos regularmente mensagens de espectadores que dizem exatamente isso. Um exemplo, alguém que diz que o marido nunca viu uma novela e agora dá com ele sentado no sofá todos os dias, ou o pai que nunca ligou a televisão e agora

quando não vê o *Festa é Festa* até puxa para trás... Porque independentemente do *Festa é Festa* ter o tratamento editorial de pré-produção, de produção e pós-produção que uma novela tem, mesmo para os consumidores do *Festa é Festa*, eu não sei eles interpretam o *Festa* como uma novela.” (João Patrício)

“O sucesso faz-se muito pelo tempo, porque se mantivéssemos o tempo das outras novelas seria interpretada como uma novela mais vocacional, com linha cómica, mas era muito mais uma novela no meio das outras, no sentido de não haver uma rutura. Não havia.” (João Patrício)

“Esta novela começou a caminhar muito bem, toda no mesmo sentido. Muito bem, independentemente se estávamos todos à mesma velocidade ou não, se estávamos todos à esquerda ou à direita, mas estávamos no mesmo sentido. Na nossa estrada, o nosso caminho estava numa direção e mesmo que houvesse fugas desse caminho, eram sempre na mesma direção. Havia um sentido. Isso começa logo a justificar depois o sucesso, a réplica do sucesso que depois começa a ter. (Joaquim Nicolau)

“Esta telenovela aparece em pós pandemia, estávamos a sair do momento mais escuro das nossas vidas e de repente aparecem umas pessoas muito coloridas, desafogadas, sem os problemas que tinha o mundo real. O mundo real não interferiu, nesta novel

ao caminho não passa pelo realismo, pois se há um problema de dinheiro, eles arranjam nem que seja através de um ladrão, se precisam de comida, nós não mostramos o caminho até ao campo, eles vão à merceira da Aida que na verdade é gourmet, mas não tem nada. Se não fosse assim estava tudo errado, nada batia. O segredo está em acreditar no personagem.” (Joaquim Nicolau)

“Com *Festa é Festa* trouxemos novamente uma realidade que é nossa e isso foi um dos grandes fatores do sucesso da novela” (Roberto Pereira)

“Quando o *Festa É Festa* começou estávamos a sair de uma pandemia. Estávamos todos trancados em casa, deixámos de vir à rua e tudo mais, por isso, uma coisa leve naquele momento fazia todo o sentido... Não esquecendo que também estava a dar uma novela que tinha bastante humor, que era o *Amor Amor*. Em *Festa É Festa* o que eu acho que acabou por funcionar muito bem, foram os personagens-chave desta novela, ou seja, construímos e criámos personagens com os quais as pessoas realmente se identificaram.” (Roberto Pereira)

“...estávamos numa altura em que realmente as pessoas queriam desanuviar, queriam um produto leve, no entanto, com todos os ingredientes que estão habituados, tem todos os ingredientes de uma novela, mas numa história contada de uma forma diferente.” (Roberto Pereira)

“*Festa É Festa* foi buscar públicos que não viam novelas. Aquilo que mais ouvi e recebi foram mensagens em que as senhoras diziam que conseguiram pôr o meu marido a ver uma novela, coisa que não acontecia. E porquê? Foi determinante o humor, agora, se esse público vai ficar fidelizado com as novelas, tenho algumas dúvidas.” (Roberto Pereira)

“*Festa É Festa* tem um conjunto de ingredientes com que as pessoas realmente gostam. Eu vou dar um exemplo, a nossa novela ao longo do tempo trouxe reforços que vão entrando e são personagens mais velhas... está provado que as pessoas, o grande público que vê novelas, gosta de ver aqueles atores que sempre viram.” (Roberto Pereira)

“...as pessoas gostam de ter aquele bocadinho para alegrar, para libertar e para se rirem um bocadinho... a comédia das novelas faz de todo o sentido. A comédia de *prime-time*, mais ou menos, faz de todo o sentido.” (Roberto Pereira)

“...o grande segredo disto foi realmente ir buscar personagens da comédia para interpretar... a grande vantagem e o grande segredo que de *Festa É Festa* foi realmente ir buscar realidades que nós conhecemos. Que nós conhecemos.” (Roberto Pereira)

“Quando eu vi aqui no ar eu percebi, bom, eles perceberam o que era necessário fazer e fizeram, correram aqui um risco que é o risco, mas a verdade é que a TVI correu esse risco e correu bem. Eles também têm um perfil muito mais específico e que conhecem muito bem chegou a trabalhar para outros públicos.” (Pedro Canais)

	<p>“No outro dia, um senhor que falou comigo, e sabia qual era a minha profissão, disse-me, “aí eu gosto de <i>Festa É Festa</i>. Eu sei que não é do seu lado, mas gosto muito de <i>Festa É Festa</i>” Agora vou contar-lhe, esta pessoa é alguém que está muito bem na vida e tem um sentido crítico notável, portanto, a adesão ao humor não é não é só pela classe baixa, são outras as dinâmicas associadas ao humor e à característica humorística de cada uma dessas personagens que transmitem esse tom e que levam a que os públicos adiram.” Pedro Canais</p> <p>“A novela poderá ter ido buscar outros públicos, porque cada personagem nova pode sempre buscar públicos que não estavam neste género e que não estavam neste horário, podiam estar no FTA... não creio que as pessoas tenham reconhecido ali uma diferença de género porque eles encontram ali os núcleos os cómicos...” (Pedro Canais)</p> <p>“Os momentos de crise ajudam a explicar a necessidade de o público querer coisas mais leves e com mais humor.”</p>
<p><i>PRODUÇÃO, ESCRITA, CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS E LINGUÍSTICAS DE FESTA É FESTA E POSSÍVEIS MUDANÇAS</i></p>	<p>"...teve duas premissas essenciais... é uma novela que é quase uma sitcom. E depois a outra condição e premissa, por sinal é que era ter pouco tempo. Tem meia hora de novela e isso faz toda a diferença, porque isto permite mais facilmente fazer parte da rotina dos espectadores... Festa É Festa é quase o Vitinho dos tempos modernos" (João Patrício).</p> <p>“Esta novela tem uma característica, que é que é fácil de se reinventar. Não é difícil prolongar o Festa É Festa, porque se pensarmos nas temporadas que tivemos até então, foram sempre associados a momentos de calendário... é um produto fácil de reinventar devido à sua dramaturgia.” (João Patrício)</p>

**DE ESTILO À TELENOVELA
PORTUGUESA**

“O Festa É Festa tem todas as regras e uma novela melodramática... O que dizem não é verdade. E quem é que determina, ou onde é que está essa carta plural que nos diz que as novelas têm de ter as premissas X, A, B ou Z? O *Festa É Festa* é tratado, do seu ponto de vista de pré-produção, de produção, e emissão, exatamente com os mesmos contornos de exigência de qualquer outra novela, seja ela melodramática ou, no caso, cômica” (João Patrício)

“... nesta novela as personagens não tinham de fazer sentido...ao atores não se podiam deixar contaminar pela realidade, ou seja, os aspetos da realidade, a realidade das novelas, não é a nossa realidade da vida, a realidade que as novelas arranjaram para elas próprias. Há uma realidade novelística. E a nossa preocupação foi, não vão por aí, nem se preocupem com isso. Estas personagens têm uma vida mesmo muito própria, porque elas estão num sítio muito próprio, que é só deles, esta aldeia é só deles... Aqui, a realidade só serve para estímulo. Eles têm um mundo muito próprio, têm cores próprias no vestimenta, eles vestem-se de uma maneira própria.” (Joaquim Nicolau)

“Estas personagens vão de férias, vão, fazem tudo normal, até tudo correr mal, eles mesmo fora da aldeia vão provocar o caos, e é este caos, esta desorganização planeada, este lado libertário, de não estar convencionado a uma comédia de *sitcom*, mas sim de comédia de situação, que as personagens ganham...a partir daí era só pô-los na situação de conflito para ver como é que eles lutavam uns com os outros. Isto é absurdo? Sim, mas há sempre de verdade, em qualquer lado...agora, a gente não vai querer pôr muito realismo nisto, porque senão ninguém acreditava, mas há sempre um pouco de realidade no absurdo.” (Joaquim Nicolau)

“O *Festa É Festa* não deixa de ser uma novela. Cômica, mais curta, com características que a diferem das outras, sobretudo editoriais, de dramaturgia, pois é uma comédia... é uma novela não fechada, porque uma novela fechada tem os contornos

estabelecidos e que não podemos mudar e esta não, esta é uma novela de autor, em que não teve uma data de arranque e não tem uma data de fecho.” (João Patrício)

“os personagens mais cômicos, ou *nonsense*, do *Festa têm* identificação, não há ninguém que não tenha uma referência de alguém da aldeia... Nós queríamos mesmo que houvesse esse *link* com o espectador, que houvesse essa referência... uma das nossas preocupações, na base da Cristina, naturalmente, era temos de criar aqui personagens que o espectador facilmente se identifique, que lhe faça lembrar alguém. E isso ainda hoje é o nosso elemento.” (João Patrício)

“... é um *nonsense* controlado... No início isso foi controlado, mas agora já está estabelecido. Já não surpreende nem fere o espectador... não era uma coisa que o espectador português tivesse habituado, nem era expectável ver numa novela... Mas são esses ingredientes que fazem a *Festa* hoje. Mas para chegarmos até aqui, tivemos de abrir esse caminho com o espectador, sem o ferir, porque se fizéssemos no início da novela *Festa é Festa*, as coisas que fazemos hoje, talvez não tivesse corrido bem.” (João Patrício)

“Os personagens são as pessoas que nós imaginamos que existem em qualquer... estas realidades fazem parte do nosso universo, da memória até afetiva dos nossos espectadores.” (João Patrício)

“Foram criados estereótipos de personagens que as pessoas realmente conhecem...” (Roberto Pereira)

“Nós fizemos vários exercícios mais dramáticos dentro do género comédia. Quando se faz um filme para cinema há um público tradicional que consome cinema português, que se nós fazemos uma coisa demasiado *blockbuster*, o que vai acontecer é que pode encher salas, mas o público fiel ao cinema português vai sentir alguma falta dos planos mais prolongados, de uma narrativa menos dinâmica, de uma estética mais composta no sentido de quadro e tal, e a nossa preocupação no *Festa* também era um bocadinho isso. É, independentemente da linha mais cómica, ter, subjacente a uma história, alguns apontamentos mais dramáticos, mais *down*, também para compensar, porque nenhum produto televisivo pode ser linear.” (João Patrício)

“...tem uma estética muito competente e muito bonita e acho que isso também aí ajudámos um bocadinho aqui a comédia, sobretudo no universo novela, que fosse visto como um trabalho maior...” (João Patrício)

“...no *Festa é Festa*, nós optamos em que, se houvesse algo que pudesse entrar como núcleo, era o núcleo dramático, que não resultou... Porque o núcleo só resulta se for ele todo uma unidade cómica... tínhamos de encontrar, dentro da parte toda do

grande globo cómico, tínhamos de encontrar depois fissuras dentro da comicidade para que nos dessem especificidades, ou seja, no nosso caso, que é um *nonsense* muito forte, o caso do absurdo não é propriamente um *nonsense*, é parecido. O absurdo também de ganhar bastante espaço.” (Joaquim Nicolau)

“procuramos quebrar a lógica ficcional com *Festa É Festa*...tivemos a preocupação em ter personagens mesmo fora da caixa” (Joaquim Nicolau)

“*A Comédia Bel Arte* faz personagens estereótipos. Os outros têm máscara, então tu vais encontrá-los. Vais encontrar, porque eles se basearam nisso. Nós também nos baseámos, vamos encontrá-los. Sim! Vamos encontrar por aí muita Aida, vamos encontrar muito Bino, muito Tomé... Há sempre um fundo de verdade no estereótipo. Embora esta novela seja um mundo à parte, um mundo só deles, há muitas pessoas que se podem parecer com estas, a verossimilhança.” (Joaquim Nicolau)

“Esta telenovela, *Festa É Festa*, também tem números sérios, ela é uma novela é de humor e tem um ou outro número mais sério, o que fizemos foi contrariar. (Roberto Pereira)

“... o tom é realmente cómico... acho que nesta novela é quase impossível ter demasiado drama, mas atenção, nós temos temas muito sérios, agora, não os podemos levar muito a sério e tratá-los muito a sério. De facto, as pessoas estão predispostas, quando vão ver isto, estão predispostas a ver uma coisa leve e que é divertida.” (Roberto Pereira)

“Criou-se ali na novela um meio tão peculiar que é quase difícil pôr ali alguém que leve a sério um drama ou um problema real. Tu metes ali uma desgraça e as pessoas vão estar a pensar quando é que isto tudo desmancha, ou seja, naquele produto, eu acho que as pessoas já só esperam divertir e até se emocionarem.” (Roberto Pereira)

“As personagens existirão todas, embora estejam imbuídas de exagero normal para efeitos de comédia... existe também sátira social. Há o suficiente para o público conseguir entender, mas não é esse o objetivo. Queremos contar a nossa história da maneira que está a ser contada, sem grandes recados.” (Roberto Pereira)

“Estruturalmente, o Festa é Festa tem tudo aquilo que uma novela tem... *Festa É Festa* tem as mesmas características que tem todas as novelas. Tem tudo, seja a premissa, a estrutura e tudo mais é uma novela. Quem acha que isto é mais uma *sitcom* que uma novela? Não importa, mas isto tecnicamente é uma novela. Tecnicamente é uma novela!” (Roberto Pereira)

“. O Festa É Festa é uma história que decorre todos os dias, todos os dias. Todos os dias os papéis avançam, todos os dias seguem o rumo da história interessada, não é comparável, é incomparável o modelo.” (Roberto Pereira)

“As equipas reúnem, lançam ideias para a mesa, há discussão de ideias e tudo mais e a partir daí o trabalho é feito. Nesta novela as coisas não funcionam assim desde o início. nesta novela eu e a Eva temos as ideias e a Eva desenvolve o trabalho todo de

construção de episódios, as grelhas, tudo isso, depois temos o Felipe e a Sara que escrevem. Eu ajudo na escrita e faço a revisão. Ou seja, eu e a Eva pensamos juntos a grande história da novela e as pequenas coisas que vão acontecendo, para que ela depois pegue no trabalho e faça as grelhas diárias da novela. Eu vou fazendo a revisão e em coordenação com o António Carvalho e o Joaquim Nicolau.” (Roberto Pereira)

“... se nós fizermos uma análise técnica aqui, o que temos no *Festa É Festa*, é algo mais próximo de uma *sitcom*, de episódios fechados, do que de uma novela, porque ela não tem os arcos de uma novela, não tem aquilo que é o elemento central de uma novela, que está sempre ancorada no tom *love story*, ou seja, no tom amoroso. Portanto ...” (Pedro Canais)

“O *Festa É Festa*, numa análise técnica feita por alguém que esteja fora disto tudo, dificilmente dirá que é uma novela. Não tem os padrões e estruturas, não tem aquele núcleo central sério que assenta normalmente num triângulo amoroso, mas tudo aquilo

assenta, digamos, num modelo de *sitcom*. Eu diria que é comédia de situação e a comédia de situação... A novela não tem arco central, a história não sofre dos males que sofrem as nossas novelas longas, que é o encontro e o desencontro do par central. O género novela centra-se num modelo amor e obstáculos” (Pedro Canais)

“*Festa É Festa* é uma alteração de género e uma transformação do género, pois o tom dominante deixa de ser o tom romântico e passa a ser o tom cómico. São uma série de transformações que são assinaláveis e tecnicamente observáveis

	<p>com muita facilidade...digamos que a comicidade que introduzida no início das nossas novelas portuguesas que está aqui.” (Pedro Canais)</p>
<p>QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS DA TRADICIONAL TELENOVELA PORTUGUESA OU DO MERCADO DE TELENOVELAS NACIONAL?</p>	<p>“Portugal é o único país que tem telenovelas em <i>prime time</i> na Europa, da mesma maneira que Portugal é o único país que tem jornais de uma hora e meia, há alguns vícios de programação que estão enraizados em Portugal.” (João Patrício)</p> <p>“...não existe neste momento na televisão portuguesa uma rentabilidade que permita ter programas de grande entretenimento, e apesar de tudo, a telenovela é um produto caro...” (João Patrício)</p> <p>“Nas novelas, parte da realidade os problemas sentimentais são parecidos com os nossos, os problemas económicos são parecidos com os nossos. O espectador tem de se rever até nos problemas que estão a abordar, muitos problemas políticos também são quase um bocadinho parecidos, mas em Festa É Festa não existe isso.” (Joaquim Nicolau)</p> <p>“A telenovela continua a ser um género com muito peso e muito relevante para muita gente, tem equipas muito grandes para se fazer uma novela...Muitas das pessoas, vamos ser aqui honestos, foram vendo alguma coisa de Portugal porque os novelas também vai aparecendo cidades onde são filmadas ou locais onde são filmadas as novelas e isto é importante.” (Joaquim Nicolau).</p> <p>“A novela tem um estilo próprio e não é comédia, mas acho que as novelas portuguesas se caracterizam por uma coisa, nós temos sempre ali um lado fatalista, que é nosso... A novela portuguesa aproxima-se muito de uma realidade, que</p>

os brasileiros fugiram há muito, aquele sotaque que tu vês que é sertanejo, aquilo não é sotaque nenhum sertanejo. Foi inventado pela Globo

para criar uma homogeneidade. A nossa telenovela aproximou-se muito da maneira de viver dos portugueses, em particular dos espectadores, desde a musicalidade à maneira de vestir.

Eu acho que a telenovela portuguesa se aproximou... Se aproximou sempre de um *modus vivendi* que os próprios espectadores têm.” (Joaquim Nicolau)

“Uma telenovela em geral é uma trama e uma trama característica é ter uma trama longa que tenha uma matriz, ou seja, que tecnicamente esteja estruturada como uma novela e que essa matriz seja de interesse diário do espectador. Uma novela cria vários *plotes* bons que agarrem o espectador. E vemos enrolar esses *plotes*, de forma que o público visite todos os dias o episódio, essa é a grande diferença para uma série... a telenovela tem de fazer sonhar o espectador, nós temos ali uma horinha para nós pormos na vida daquelas pessoas. É esse o grande segredo, quer dizer, o grande objetivo das novelas, o objetivo é puramente entreter, mas com temas e histórias que vão de encontro com o que o espectador conhece e gosta de ver.” (Roberto Pereira)

“A função da novela é o entretenimento. As pessoas estão ali, por isso, é que as estações apostam nas novelas, as novelas encantam as pessoas, seja com drama, seja com comédia. A novela prende prendes as pessoas. A função do entretenimento, que é o que faz a novela, não é pensada para outra coisa que não entreter e prender a atenção do espectador.” (Joaquim Nicolau)

“As pessoas gostam de estar numa história de amor, gostam de estar num estado de humor, gostam de ver aqueles problemas que todas as pessoas vivem nas suas casas, nas suas famílias, nos seus trabalhos, elas gostam de ver isso.”
(Roberto Pereira)

“É importantíssimo para a indústria até porque a novela é um negócio e tem de continuar a haver novela, até porque o espectador está ali todo em cima deste sempre... Em relação ao espectador, eu acho que é um hábito que já está enraizado. As pessoas irão sempre ver novelas.” (Roberto Pereira)

“Houve um percalço para a televisão portuguesa que foi como o género de novela era muito rentável por razões óbvias, nós montamos um dispositivo, um conjunto de cenários, contratamos 40, 45 atores e eles ficam durante quase um ano a trabalhar no mesmo projeto. Tudo isto move-se por si e fica relativamente barato exibir um episódio por dia comparado com outros

géneros. Mas falei que isso era um percalço, e porquê? Porque o estamos a pagá-lo agora, nós não termos desenvolvido em Portugal a capacidade para o género criminal ou para outros tipos...uma novela de *prime time* tanto da SIC como da TVI poderá andar à volta dos mil euros, mil euros por minuto, custo de minuto de antena. Portanto, se cada episódio for de 35 minutos, será 35 mil euros. Ora, é dos produtos mais baratos que se podem colocar em *prime time*, tirando a informação...A novela estendida, como nós a chamamos, quando as novelas passaram a ter 300 episódios por razões financeiras e foi a partir de *Rainha das Flores*, sendo que, entretanto, do lado da TVI, houve uma outra, houve também uma outra transformação, que foi a *Única Mulher*.” (Pedro Canais)

	<p>“Quando estamos a falar de telenovela, estamos a falar de melodrama, embora depois possa ter evoluído para outras coisas... nós temos novelas melodramáticas, com núcleos cómicos, onde há toda uma representatividade. Portanto, são projetos que estão muito mais preparados para serem testados em diferentes horários e terem essa mobilidade de horário, de passarem de <i>slot</i> para <i>slot</i>, do que noutros países onde está muito identificado que cada horário tem o seu próprio género.” (Pedro Lopes)</p> <p>“A novela não é imune a mudanças que são mudanças sociais, e, por isso, sempre tivermos momentos em que o público queria histórias mais pesadas, ou queria histórias mais urbanas, ou queria histórias mais rurais. Eventualmente, neste momento de crise na Europa, como a situação da intervenção do FMI em Portugal, seja a questão da guerra, o público procura um contraponto com a parte noticiosa, que é muito mais pesada, muito mais dramática, por isso, na ficção têm procurado, ou pelo menos as estações têm procurado exibir formatos que são muito mais assentes e mais ancorados no humor do que, provavelmente, em histórias mais dramáticas.” (Pedro Lopes)</p> <p>“Sabemos que a telenovela continua a ser, dentro dos formatos, ou dos géneros, como se quiser chamar, de ficção uma das mais baratas. Essa questão não deixa de ser relevante. No entanto não é só uma questão de preço, as telenovelas têm impacto junto do público...” (Pedro Lopes)</p>
<p><i>POSSÍVEL AUMENTO DA COMICIDADE NA TELENVELA PORTUGUESA E INFLUÊNCIA DE FESTA É FESTA PARA</i></p>	<p>“A SIC já fez uma série de tentativas de produtos para exterminar o <i>Festa É Festa</i> e ainda não se tinha tentado fazer o mesmo que o <i>Festa</i>.... Mas eu percebo a ideia, agora, acho que vem provar que nós tínhamos razão, com muito respeito pela</p>

**AUMENTAR A COMÉDIA NAS
NOVELAS**

concorrência, naturalmente. É muito difícil de se tornar o *Festa É Festa*, ou seja, ter o mesmo *core* editorial, porque já está enraizado. O público não quer outro registo de comédia sem ser da nossa novela.” (João Patrício)

“...depois do *Festa* vai ser necessária aqui uma quarentena de respiração. Até por respeito ao *Festa É Festa*. Acho que é um produto que ficará nos anais da história da televisão portuguesa...” (João Patrício)

“... da nossa parte o que fizemos foi um degrade emocional no *prime time*... temos três novelas e a primeira é mais ligeira, a novela do meio funciona ali como uma ponte e a última novela, que já entra ali no *Late Night*, já é expectável que tenha densidade e que seja mais melodramática.” (João Patrício)

“Estamos numa fase em que estamos nesta parte cômica resultou e está a resultar, mas pode haver aqui uma transição...” (Joaquim Nicolau)

“A *SP* tem feito belíssimos trabalhos e eles fizeram bem em não vir a concorrer com um produto semelhante... Agora, sim têm produtos mais cômicos, é normal. Os ingredientes funcionaram, portanto eles foram bem dentro do que podiam fazer, mantendo o género deles, ou seja, não andaram a disparar para todos os lados.” (Joaquim Nicolau)

“No início, quando aparece *Festa É Festa*, estava uma novela no ar que era o *Amor Amor* e que teve várias temporadas e a telenovela chega a uma altura onde já tem pouco da história dramática, a seguir veio *Lua de Mel*, mais um menos

igual, mas rapidamente perceberam que tinham de ir para o outro lado... sim, houve no início uma tendência, uma tentativa, uma

aproximação que é normal... tentaram-se aproximar de algumas coisas. Por isso é que o *Amor Amor* ganhou alguns contornos de linhas do *nonsense* e do absurdo.” (Joaquim Nicolau)

“*Amor Amor* estava a tentar fazer uma colagem ao produto ou uma tentativa de replicar um bocadinho a fórmula. Pronto, então, é o humor que as pessoas querem, então vamos carregar isto de humor e tudo mais... vi um bocadinho de cada um dos produtos que a SIC e acho que alguns deles seriam bons produtos, e até eventualmente vencedores, caso a *Festa* não tivesse existido. Vi ali coisas realmente com qualidade, mas nenhuma delas foi ao encontro do padrão que a *Festa* tem.” (Roberto Pereira)

“É possível haver mais novelas cómicas, mas tenho de ser honesto, isso só vai acontecer quando o texto for bom e cómico e quando os atores também souberem fazer comédia... feito por pessoas da comédia, porque já houve mil tentativas de se fazer coisas para regressar, até com mais cómicos nas novelas, que não funcionaram...” (Roberto Pereira)

“Eu acho que o grande sucesso, não para esta novela, mas para tudo e qualquer pessoa que queira vir a ter ambições a escrever é conheceres aquilo que estás a fazer, ou seja, será sempre muito mais fácil e melhor até para o resultado que

tu escrevas sobre aquilo que conheces, sobre aquilo que já viste, sobre aquilo que tens realmente segurança a escrever. Porque isto vai rápido passar e vai passar com verdade para o espectador, não há nada pior do que ter alguém a escrever um universo que desconhece totalmente.” (Roberto Pereira)

“... eu reconheço que de facto parece que ficou tudo mais descomprimido e leve. Porque *Festa É Festa* trouxe isso.” (Roberto Pereira)

“Não há uma alteração no produto, as opções da SIC nos últimos anos não são resposta a *Festa É Festa*, agora é evidente que há uma alteração de género e era óbvio... O entendimento que nós tínhamos sobre o nosso produto tinha a ver sobretudo com as solicitações que nós percebíamos por parte do público.” (Pedro Canais)

“Se quisermos ser novela eficaz e continuarmos com o género que nos deu muito dinheiro durante muitos anos temos de agregar muito humor, mas sobretudo temos de transformar essas personagens em personagens cada vez mais ricas também do ponto de vista dramático” (Pedro Canais)

Anexo H: Guião e resumo da observação

GUIÃO DE PARTICIPAÇÃO OBSERVANTE E PROMONORIZAÇÃO DA PARTICIPAÇÃO

Acompanhamento de gravações – Estúdios da Plural dia 24 de agosto

Questões e elementos a observar:

- Observação da mecânica de gravações
- Verificar se existem alterações no estilo de produção em relação às outras telenovelas produzidas
- Observar a dinâmica profissional e pessoal das equipas e atores
- A telenovela Festa É Festa está a introduzir alterações ao formato tradicional da telenovela portuguesa?
- Quais os procedimentos técnicos utilizados pela realização para garantir que o público entende a telenovela como tal e não pense estar a ver uma *sitcom*?

Observação e resultados:

Questão fundamental: Qual é a importância da comicidade no formato tradicional da telenovela portuguesa e como é que os agentes do mercado olham para a comédia e nas alterações que Festa É Festa pode estar a introduzir no mercado?		
Observação	Questões	Notas
Dia de gravação número 184 (24 de agosto de 2023). A observação acompanhou o dia de gravações no estúdio F da Plural e a equipa observada foi a equipa A da telenovela.		As gravações acompanhadas eram referentes à oitava temporada da novela, sendo que para a produtora a telenovela ainda está na quinta temporada, ou seja, a TVI tem

		uma gestão própria dos episódios.
<p>As gravações acompanhadas eram as últimas antes de pausa de férias e foram acompanhadas as cenas 207, 212 e 212. Os atores em cena eram Rodrigo Paganelli (Carlos); Pedro Alves (Bino); Ana Brito e Cunha (Florinda) e Carlos Cunha (Rufino).</p> <p>O início de trabalhos em estúdio começou às 11 horas da manhã, já depois do processo de preparação como a maquilhagem, a montagem de cenários, iluminação e a colocação dos adereços em cena.</p>		
<p>Antes do início de gravação de cada cena, o realizador está junto dos atores e é ele que faz o enquadramento do que é pedido, seja da interpretação de texto, seja o posicionamento no cenário.</p>		<p>A cena observada retratava um jantar em família onde o Bino estava revoltado pela prenda que a Corcovada lhes queria dar de casamento, mas a sua mulher não aceitava. O jantar é interrompido pelo Rufino e depois esse é o mote para o desenrolar da trama.</p>

<p>Antes da gravação foram feitos três ensaios, os primeiros com o realizador e depois sem o realizador no estúdio e já com o posicionamento das câmaras.</p>		<p>O ambiente é bastante barulhento até à gravação final e o ambiente é descontraído.</p> <p>O ensaio com o realizador mostrou-se ser o mais relevante, pois permite alterações ao texto.</p> <p>Ana Brito e Cunha pede ajuda ao realizador pois não consegue interpretar o texto: “Não percebo muito bem isto, mas entendo o que eles querem dizer”.</p>
<p>O tempo de chegada ao estúdio dos atores até à gravação final que depois irá para o ar demorou em média 30 minutos.</p>		<p>A gravação final introduziu alterações ao texto, servindo para dar ao texto maior naturalidade e realidade linguística.</p> <p>O realizador passa uma grande preocupação para o</p>

		duplo sentido presente no texto.
<p>O ambiente revelou-se sempre muito informal e até algo indisciplinado, dentro do estúdio teve de se pedir silencio várias vezes e fora do estúdio há palmas, pessoas a cantar e nota-se uma boa relação entre os atores e os elementos da produção.</p> <p>A telenovela é cómica e o ambiente de amizade pode revelar depois o espírito que se sente no produto final.</p>		
<p>A observação participante foi acompanhada pela por um elemento da comunicação da TVI/PLURAL e foi possível gestão de produção e de audiências</p>	<p><i>Como é que é feita a gestão e necessidades de produção da Plural com as necessidade da TVI?</i></p> <p>O elemento que acompanhou a observação explicou que a Plural apenas produz a novela e depois a estação faz uma gestão autónoma dos episódios que tem disponível.</p> <p>Na questão colocada, o elemento da comunicação revela</p>	

	<p>que a telenovela “Para Sempre” que estava no ar de segunda a sexta, tinha na verdade apenas a ser exibido três episódios numa semana.</p> <p><i>Qual é a motivação para cortar episódios ou fazer render episódios de forma a estar em antena mais tempo?</i></p> <p>O elemento diz que possivelmente é uma razão de estratégia de audiência e uma gestão dos recursos existentes.</p>	
<p>Fui acompanhado até à régie dos estúdios onde estavam a ser gravadas as cenas do dia, para verificar a mecânica e o ambiente das gravações, mas desta vez na régie que está a controlar a gravação</p>		<p>O ambiente em régie é tão leve e informal como dentro do estúdio e revela uma bom espírito de equipa.</p>
<p>A cena acompanhada dentro da régie era já num outro set do cenário e o tempo para a montagem de câmaras, luzes, cenário e mudança de roupa é maior do que o tempo de gravações.</p>		<p>A cena acompanhada é a continuação da chegada de Rufino à casa de Bino que</p>

		<p>interrompe o jantar de família e esta cena é importante para o desenrolar da trama, pois explica o aparecimento de Rufino.</p>
<p>O realizador Pedro Brandão respondeu a algumas questões entre as pausas de gravações, para tentar perceber como é feita Festa É Festa e se está a introduzir alterações ao género.</p>	<p><i>Quais são as diferenças de produção de Festa É Festa em relação à tradicional telenovela?</i></p> <p>O realizador esclarece que esta telenovela teve a preocupação de ser muito fiel aos aspetos técnicos tradicionais da telenovela, para que em nenhum momento parecesse ser um produto que não é. Por isso, diz que toda embora o género seja cómico, matem todas as regras de uma telenovela</p> <p><i>Quais são os desafios de pegar</i></p>	<p>Pedro Brandão é um dos realizadores da telenovela, pois existem várias equipas e cada equipa tem um realizador. Esta telenovela é realizada por: António Borges Correia. Nuno Franco. Rodrigo Duvens Pinto. Pedro Brandão.</p> <p>Na conversa com o realizador fica claro que neste projeto que apresentou uma inovação no texto, existiu uma grande preocupação em cumprir todas as outras regras da telenovela, pois era imperativo que o</p>

	<p><i>num produto melodramático e transformá-lo todo em comédia?</i></p> <p>O realizador fala em algumas dificuldades na gravação, pois a comédia é o género mais difícil de interpretar nas gravações também foi desafiante, pois a gravação de um núcleo cómico na Plural gravava apenas uma a duas vezes por semana. A exigência e a novidade de gravar uma telenovela cómica exigiu que no início os processos tivessem de ter sido todos simplificados, essa foi uma preocupação e diferença.</p> <p><i>Que questões técnicas diferentes esta telenovela lhe trouxe como realizador?</i></p>	<p>espectador nunca sentisse que isto seria outra coisa que não novela. Assim, tirando a narrativa a estética é muito tradicional e conservadora.</p>
--	---	---

	<p>Uma diferença está nos cenários, embora exista uma reciclagem de cenários por motivos económicos, ou seja, muitos cenários de Festa É Festa já foram cenários de outras novelas, para esta telenovela tiveram de ter a preocupação em ter mais espaço nos sets, pois isso é essencial para a comédia física utilizada. No entanto deixa mais uma vez bem claro que se cumpriu com grande preocupação toda a estética tradicional, não inventando um estilo próprio que traga confusão.</p>	
<p>Na observação da mecânica de realização na régie dos estúdios, há uma primeira filtragem da edição, ou seja, o realizador predefine a sequência de planos, que depois pode ser alterada em pôs produção.</p>		<p>Enquanto o realizador está na régie é o diretor de atores que vai dando indicações aos atores em estúdio.</p>

<p>O fim da observação ocorreu com a observação da última cena da manhã e do núcleo que estava presente no estúdio.</p> <p>Depois do acompanhamento desta cena, terminou a participação observante deste dia de gravações da telenovela Festa É Festa que foi gravada naquela manhã no estúdio F da Plural</p>		<p>Os atores mantem sempre a informalidade até ao fim das gravações e no fim despedem-se da equipa de forma calorosa, pois a produtora iria dar a grande pausa nas gravações desde o início do projeto, as gravações só voltam em outubro.</p> <p>Nesta cena, referente à época de Natal e ano novo, Bino fica encantado com o calendário feito com ele, já Florinda estava incrédula e não queria que fosse pendurado o calendário na parede.</p>
--	--	--