



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ECONOMIA,
SOCIEDADE E POLÍTICA (ILAESP)**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INTEGRAÇÃO
CONTEMPORÂNEA DA AMÉRICA LATINA (PPGICAL)**

**A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE PAN-LATINA NOS ESTADOS UNIDOS EM
JANE THE VIRGIN (2014)**

ISADORA WADI STADUTO

Foz do Iguaçu

2023



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ECONOMIA,
SOCIEDADE E POLÍTICA (ILAESP)**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INTEGRAÇÃO
CONTEMPORÂNEA DA AMÉRICA LATINA (PPGICAL)**

**A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE PAN-LATINA NOS ESTADOS UNIDOS EM
JANE THE VIRGIN (2014)**

ISADORA WADI STADUTO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Integração Contemporânea da América Latina da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Mestra em Integração Latino-Americana.

Orientadora: Profa. Dra. Tereza Maria Spyer Dulci

Co-orientador: Prof. Dr. Flávio Vilas Boas Trovão

Foz do Iguaçu

2023

Catálogo elaborado pelo Setor de Tratamento da Informação
Catálogo de Publicação na Fonte. UNILA - BIBLIOTECA LATINO-AMERICANA - PTI

S777

Staduto, Isadora Wadi.

A construção da identidade Pan-latina nos Estados Unidos em Jane the Virgin (2014) / Isadora Wadi Staduto.
- Foz do Iguaçu, 2023.

93 f.: il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal da Integração Latino-Americana. Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política. Programa de Pós-Graduação em Integração Contemporânea.

Orientador: Tereza Maria Spyer Dulci.

Coorientador: Flávio Vilas Boas Trovão.

1. Telenovelas - Jane The Virgin. 2. Pan-americanidade. 3. Melodrama. I. Dulci, Tereza Maria Spyer. II. Trovão, Flávio Vilas Boas. III. Título.

CDU 792.09+654.19(8)

ISADORA WADI STADUTO

**A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE PAN-LATINA NOS ESTADOS UNIDOS EM
JANE THE VIRGIN (2014)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Integração Contemporânea da América Latina da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Mestra em Integração Latino-Americana.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa. Dra. Tereza Maria Spyer Dulci
Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA)

Co-orientador: Prof. Dr. Flávio Vilas Boas Trovão
Universidade Federal de Rondonópolis (UFR)

Prof. Dr. Roberto Moll Neto
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof. Dr. Flávio Allan Mendes Ramalho
UNILA

Profa. Dra. Patrícia Sposito Mechi
UNILA

Foz do Iguaçu, 05 de setembro de 2023.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Tereza e ao Flávio pelas orientações, debates e palavras de incentivo. A minha família, especialmente aos meus pais, Yonissa e Jefferson, pelo apoio em todas as esferas. Aos meus amigos que riram e choraram comigo nesse percurso. E a Universidade Federal da Integração Latino-Americana e sua comunidade, da qual me despeço, nessa *season finale*, após 8 temporadas.

Enfim, meu muito obrigada a todos que ajudaram a roteirizar, produzir e que fizeram participações especiais no pequeno melodrama particular que foi o trajeto para tornar-me mestre.

Em forma de tango ou telenovela, de cinema mexicano ou reportagem policial, o melodrama explora nestas terras um profundo filão de nosso imaginário coletivo, e não existe acesso à memória histórica nem projeção possível sobre o futuro que não passe pelo imaginário.

Martín-Barbero, 1997, p.304

RESUMO

Neste trabalho proponho problematizar, a partir da série *Jane The Virgin* (2014), e suas personagens principais, a constituição de uma identidade pan-latina para os imigrantes latino-americanos, e seus descendentes, nos Estados Unidos. Adaptada da telenovela venezuelana *Juana La Virgen* (2002), a série é influenciada pelo gênero da obra original, tanto na construção das personagens, quanto no enredo e nas escolhas estéticas. No primeiro capítulo, realizo uma revisão bibliográfica de Jesús Martín-Barbero (1997) para analisar a série sob a ótica do gênero melodrama, o gênero que melhor representa a América Latina, segundo o autor. No segundo capítulo apresento alguns aspectos da população latina nos Estados Unidos, que proporcionaram as condições político-sociais e econômicas para que a série fosse realizada. A intenção é compreender a formação desta “etnia-comercial” e também da indústria transnacional da telenovela localizada na cidade de Miami, Flórida, onde é produzida a obra. Por fim, no terceiro capítulo, realizo um estudo de caso, analisando o episódio piloto, no sentido de demonstrar como elementos do gênero melodramático conformam a identidade pan-latina presente na série.

Palavras-chave: Jane The Virgin; televisão; telenovela; melodrama; pan-americanidade.

RESUMEN

En este trabajo me propongo problematizar, a partir de la serie *Jane The Virgin* (2014) y sus protagonistas, la constitución de una identidad panlatina para los inmigrantes latinoamericanos y sus descendientes en Estados Unidos. Adaptada de la telenovela venezolana *Juana La Virgen* (2002), la serie está influenciada por el género de la obra original, tanto en la construcción de los personajes como en las elecciones argumentales y estéticas. En el primer capítulo, realizó una revisión bibliográfica de Jesús Martín-Barbero (1997) para analizar la serie desde la perspectiva del género del melodrama, el género que mejor representa a Latinoamérica, según el autor. En el segundo capítulo, busco presentar algunos aspectos de la población latinoamericana en Estados Unidos, que proporcionó las condiciones políticas, sociales y económicas para que la serie se realizará. Busco comprender la formación de este "étnico-comercial" y también la industria transnacional de telenovelas localizada en la ciudad de Miami, Florida, donde se produce la obra. Finalmente, en el tercer capítulo, realizó un estudio de caso, analizando el episodio piloto, buscando cómo los elementos del género melodramático conforman la identidad panlatina presente en la serie.

Palabras clave: *Jane The Virgin*; televisión; telenovela; melodrama; pan-latinidad.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa das Mediações	32
Figura 2 - Tela inicial do episódio piloto	58
Figura 3 - <i>Zoom out</i> de uma gardênia jasmim branca	59
Figura 4 - Jane Gloriana Villanueva aos 10 anos	60
Figura 5 - Alba Gloriana Villanueva	61
Figura 6 - Xiomara Gloriana Villanueva	61
Figura 7 - Flor branca na parede	66
Figura 8 - Título “Jane The Virgin” na tela	67
Figura 9 - Cena <i>Passions of Santos</i>	68
Figura 10 - Sala da casa família Villanueva	69
Figura 11 - Rafael Solano	70
Figura 12 - Petra	71
Figura 13 - Jane no ônibus	74
Figura 14 - Jane com o computador no colo	77
Figura 15 - Flor amassada por Alba	79
Figura 16 - Namorado da adolescência	80
Figura 17 - Pai de Jane	81

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EUA	Estados Unidos da América
JTV	Jane The Virgin
WASP	Branco, Anglo-Saxão e Protestante
DVR	<i>Digital Video Recorder</i>
VOD	Vídeo sob demanda/ <i>on demand</i>
DVD	Digital Versatile Disc

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1. TELEVISÃO: UM MEIO A SER ESTUDADO.....	26
1.1 ESPAÇOS DE MEDIAÇÃO.....	30
1.2 O MELODRAMA LATINO-AMERICANO.....	35
2. O BOOM LATINO: ENTRE PROMESSA E AMEAÇA.....	43
2.1 MIAMI: A HOLLYWOOD DA AMÉRICA LATINA.....	46
2.2 EXPORTANDO FORMATOS: UGLY BETTY ABRE AS FRONTEIRAS PARA JANE THE VIRGIN.....	51
3. JANE THE VIRGIN: UMA CARTA DE AMOR PARA AS TELENVELAS.....	58
3.1 “NUNCA ESQUEÇA DISSO, JANE”.....	65
3.2 “A TAL CONCEPÇÃO IMACULADA DE JANE GLORIANA VILLANUEVA”.....	73
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	83
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87

INTRODUÇÃO

“*Inhala. Exhala.*” No primeiro episódio de *Jane The Virgin* (JTV), que estreou em 13 de outubro de 2014 no canal The CW Television Network - CW, assistimos Jane fantasiando com “*El presidente*”, um personagem da telenovela que ela acompanha. A fantasia funciona como um calmante durante um momento de muita ansiedade frente ao primeiro, de muitos, acontecimentos absurdamente melodramáticos que ocorreriam na vida da família Villanueva. Somos introduzidos ao dia a dia dessa família, a partir de uma concepção “imaculada”, que apesar do forte subtexto religioso, têm uma explicação cientificamente plausível para os padrões de uma telenovela. Jane, que é virgem devido a uma escolha com motivação religiosa, é inseminada artificialmente por acidente durante uma consulta médica de rotina.

“*Inhala. Exhala.*” tornou-se um lema entre os fãs da série como um lembrete que diz “respire, você vai sobreviver, tudo fica mais fácil se você lembrar de respirar primeiro”. Escrevo essa introdução olhando para um papel que colei no meu computador, no qual se lê “RES-PIRA”. É uma maneira de me lembrar que é preciso respirar para que meu coração e mente se acalmem. Escolho a primeira pessoa para escrever essa seção que inicia nosso caminho juntos, pois, para mim, a escolha de um objeto de pesquisa é algo pessoal, portanto, conversar diretamente com o leitor ou quebrar a quarta parede, se eu tivesse em uma tela, é a maneira pela qual penso ser capaz de explicar como chegamos até aqui, eu escrevendo e você lendo.

Continuando no tema de acontecimentos absurdos, surreais e melodramáticos, remeto ao ano de 2020. Pandemia global e isolamento social. Na primeira semana de março de 2020, iniciei as aulas do mestrado e no final da mesma semana elas foram suspensas e iniciou o período de isolamento social. Foram oito meses sem aulas. E mesmo com a retomada remota das disciplinas, o projeto que eu tinha proposto¹ para a seleção era impossível de ser realizado diante de todas as incertezas que o cenário pandêmico apresentava, pois, o encontro presencial era indispensável para que ele acontecesse.

A pesquisa e a escrita, dentro das humanidades principalmente, que

¹ Meu projeto inicial tinha como título “Memórias de mulheres palestinas na Tríplice Fronteira: batalhas pela memória e a construção da identidade palestina por meio da narrativa do processo da Nakba”.

já são processos por si bastante solitários e introspectivos, tiveram adicionados uma camada extra de incerteza. A dedicação à leitura e ao estudo me pareceram inúteis em meio às crises sobrepostas que vivíamos, e ainda vivemos, nesse país. O olhar sobretudo se alterou brusca e abruptamente, abalando, as já frágeis perspectivas de seguir uma carreira acadêmica no Brasil. Logo, foi necessário reconsiderar o meu projeto e precisei encontrar algo que despertasse novamente o ânimo e a paixão pela pesquisa.

Voltei-me para a área em que caminho desde a graduação: a História dos Estados Unidos². Estudar esse país me permitiu entender muito do que vinha consumindo minha vida toda como entretenimento e despertou em mim o interesse, um pouco reprimido após a adolescência, pela cultura pop. Tudo o que vemos, escutamos e experienciamos reflete na nossa construção de identidade e subjetividade. Para além do entretenimento mais institucionalizado, como a televisão e o cinema, as redes sociais permitiram o acesso mais próximo para ver, escutar e experimentar o que não é próprio do nosso dia a dia e contexto geográfico e social.

Ainda em 2020 acompanhei, nas redes sociais, uma discussão, provocada pela indicação de uma cantora espanhola ao Grammy Latino³, sobre o que significava ser latino. Nesse mesmo contexto da indústria fonográfica estadunidense, vários cantores pop começaram a lançar músicas em espanhol e com cantores do “pop latino”, um gênero musical muito amplo que serve a qualquer um que faça algum sucesso e cante em espanhol.

Nessa emergência do “pop latino”, observei os esforços, que eu diria muito bem-sucedidos, da cantora brasileira Anitta, de se inserir no mercado estadunidense. Voltei a ver diversas vezes pelas redes sociais discussões sobre latinidade e as confusões provocadas por contextos raciais tão diferentes. E comecei a me questionar sobre o que é ser latino.

Apesar de me interessar muito pela indústria da música, o tempo, relativamente curto, de pesquisa que o mestrado nos dá, não me permitiria aprofundar nesse meio que acompanho de maneira muito informal. Portanto, para manter-me próxima de uma área com a qual tenho mais familiaridade, voltei-me para

² Defendi o Trabalho de Conclusão de curso com o título “A instrumentalização da memória do Holocausto para manutenção da política externa dos Estados Unidos para Israel: um estudo sobre o filme a Lista de Schindler (1993)” em dezembro de 2019.

³ Em 2020, a cantora Rosalía foi indicada ao Grammy Latino em 3 categorias: a Gravação do Ano, com “Aute Couture”, Melhor Canção Pop, com “Pienso En Tu Mirá”, e Melhor Canção Urban, com “Con Altura”.

o audiovisual em busca de uma obra que pudesse me ajudar a refletir sobre as questões que levantei, primeiramente, pensando no “pop latino”. Ser latino na América Latina é o mesmo que nos Estados Unidos? E para onde vão as nacionalidades quando nos classificam como latinos? Como sintetizar tantas particularidades em um adjetivo?

Diferentemente do Brasil, em que através da convergência de diversos elementos étnicos-raciais das populações internas que se construiu a ideia de unidade da nação, nos EUA esta ocorre por meio da “administração da convivência de vários contingentes étnicos, e a história da nação é a história dessas parcialidades e das suas relações” (SEGATO et. al, 1997, p. 15). Os Estados Unidos processam o conjunto de unidades étnicas presentes em seu território de maneira mais segmentada, hierarquizada e segregada, tendo como matriz retora da alteridade e da produção de identidade a polaridade entre brancos e negros. É importante destacar que a designação racial nos EUA não está associada a marcas fenotípicas, mas de fato se dá de acordo com a origem, a descendência (SEGATO, 2005).

A ideologia racial predominante nos Estados Unidos, a hipodescendência, em que “*a drop of blood*”, “uma gota de sangue” não Branca, Anglo-Saxã e Protestante (WASP) constitui um sujeito racializado (KARNAL et. al., 2011; MORALES, 2018). Sendo assim, não há reconhecimento oficial da “mestiçagem” na ideologia do Estado, na mídia ou no discurso do “senso comum”, os elementos híbridos e mestiços da cultura americana permanecem obscurecidos (MORALES, 2018). Portanto, é nesse contexto social estadunidense fortemente segmentado que irredutivelmente classifica sua diversidade interna como “outro”, “etnia”, “minorias” (SEGATO, 2005) que se deve compreender a conformação da latinidade.

Há, de modo geral, levando em consideração campos diferentes do conhecimento, três maneiras distintas de conceber a latinidade nos EUA. Uma primeira forma de compreensão é construída por uma perspectiva político-sociológica, na qual a latinidade é entendida como uma “consciência étnica” ou uma aliança política estratégica intragrupos marginalizados, especialmente mexicanos e porto-riquenhos (BÁEZ, 2007; MORALES, 2018).

Uma segunda maneira de entendê-la é a partir dos estudos de mídia, que têm focado em uma latinidade, uma identidade hispânica, mercantilizada

para explicar como as indústrias de mídia de massa, especialmente a publicitária, constroem uma conceituação homogênea de latinidade que apaga as histórias e culturas específicas de grupos nacionais, étnicos e raciais dentro dessa pan-etnia (DÁVILA, 2001; VALDIVIA, 2014). Por fim, uma terceira forma de compreensão vem por meio do entendimento de etnógrafos que estudam as interseções do espaço e da latinidade na vida cotidiana e entendem o termo como “latinidade viva”. Ou seja, como um processo de construção de identidades entre latinos interagindo uns com os outros no cotidiano e nos espaços locais (BÁEZ, 2007).

O crescimento e a popularização de uma única categoria étnica para os povos de origem latino-americana nos Estados Unidos, como "hispanico" ou "latino", é um desenvolvimento relativamente novo. Esta foi generalizada pela primeira vez por agências federais na década de 1970 durante o primeiro mandato de Richard Nixon (1969 a 1974), quando o termo “hispanico” passou a ser utilizado como uma categoria social para o levantamento do Censo Demográfico dos Estados Unidos (MORALES, 2018).

Logo, “hispanico” se tornou uma categoria "pan-étnica" cujo desenvolvimento foi fomentado por pesquisadores de dados, políticos liberais e conservadores e profissionais de marketing, que acabaram criando uma vasta mídia em espanhol. Entretanto, “hispanico” identificava abertamente os latinos com origens culturais, raciais e étnicas espanholas. Assim, adotou-se majoritariamente “latino” no lugar de “hispanico”, pois este primeiro trazia consigo a noção de que os migrantes latino-americanos para os Estados Unidos não eram apenas europeus hifenizados, mas produtos das sociedades e culturas que reconheciam livremente que não eram brancos. Com o passar dos anos, tornou-se mais amplamente aceito entre os liberais, enquanto o hispanico ainda tem um forte peso entre os conservadores - incluindo muitos latinos (MORALES, 2018).

Da mesma forma que o termo “latino”, a “pan-latinidade” é uma expressão complexa cujo significado muda, dependendo do contexto histórico, geopolítico e ideológico. Para este trabalho, a perspectiva dos estudos de mídias nos EUA sobre a pan-latinidade é central. A formação desta identidade ocorre a partir de diversas apropriações, por produtores de mídia, que a tornam uma “etnia comercial”, que sugeria uma unidade intercultural emergente para os latinos nos EUA. Buscando a construção de definições unificadas, descomplicadas, despolitizadas e, por conseguinte, facilmente comercializáveis de hispanidade

(DÁVILA 2018).

Este entendimento pode, apesar de seu caráter mercadológico, refletir de modo positivo para os identificados como latinos/hispânicos, pois adota práticas compartilhadas em oposição a representações impostas pela sociedade branca estadunidense. Neste sentido, a pan-latinidade se torna tanto um significante de identidades culturais plurais quanto uma cultura única de grupo que se opõe, através da sua própria homogeneização, aos processos de assimilação e aculturação ao se tornar “americano” (MAYER, 2004).

Ainda que haja um caráter homogeneizador, ou seja, a ideia de que a pan-latinidade inviabiliza as complexidades de diversas culturas dentro dos contextos econômico, político e social que tenta descrever, ou que é uma mitificação de uma identidade latina unificada, única, internacional, senão global (MAYER, 2004). O termo é um conceito relevante para o escopo deste trabalho, pois tenciona a representação positiva de uma identidade racializada e os comprometimentos conservadores e conformistas carregados de estereótipos dessa mesma representação, como é o caso do nosso objeto de pesquisa.

A série *Jane The Virgin* (JTV) é uma adaptação estadunidense da telenovela venezuelana *Juana La Virgen* (2002), produzida de 2014 a 2019 pelo The CW Television Network (CW)⁴, com 100 episódios, divididos em 5 temporadas. Os episódios foram transmitidos originalmente nos Estados Unidos (EUA) e depois disponibilizados para outros países pela plataforma de *streaming* Netflix.

A narrativa se centra na vida de 3 gerações de mulheres da família Villanueva, de origem venezuelana, que vivem em Miami, Flórida. Jane Gloriana Villanueva, interpretada pela atriz Gina Rodriguez - que ganhou um Globo de Ouro em 2015 pelo papel -, é uma aspirante a escritora e garçonete no The Marbella, um hotel de propriedade da família Solano; sua mãe, Xiomara Gloriana Villanueva, interpretada por Andrea Navedo, é uma aspirante a cantora e instrutora de dança infantil; e a avó de Jane, Alba Gloriana Villanueva - retratada pela ex-Miss Porto Rico e atriz, Ivonne Coll - é uma mulher católica devota que entrou no país ilegalmente (STANLEY, 2015).

Embora a série seja centrada no drama e em personagens com dramaticidades exageradas, que se assemelham aos estereótipos das telenovelas

⁴ The CW Television Network é uma rede de televisão de sinal aberto que é operada por The CW Network, LLC. O nome da rede se refere às primeiras letras dos nomes das duas empresas-mãe à época de sua fundação, CBS e Warner Bros.

latino-americanas, como Rogelio de la Vega - uma estrela de telenovela e o pai perdido de Jane, interpretado pelo ator mexicano Jaime Camil -, os críticos elogiam a obra JTV por evitar o uso de representações latinas estereotipadas “preguiçosas” de raça e etnia por meio de marcadores de diferença, como personagens empregadas domésticas ou membros de gangues (STANLEY, 2015; RYAN, 2015; MARTINEZ, 2015).

Apesar de não ser a primeira série com protagonismo latino, JTV se diferencia, por exemplo, de *Ugly Betty* (2006)⁵, que também é uma telenovela adaptada, pois evita certas representações no enredo como as visíveis nesta série, na qual a personagem principal é situada em um contexto de “peixe fora d’água”, ou onde colisões culturais conduzem a narrativa (STANLEY, 2015). A obra JTV também é elogiada pela crítica por seu enredo não ser racialmente carregado, por não retratar latinos como socialmente desagradáveis e por evitar o uso de humor étnico para construir a identidade latina (MARTINEZ, 2015).

Ainda que JTV não seja construída em um formato de novela, já que a série não é exibida diariamente, a estratégia narrativa procura se assemelhar a uma, ao usar elementos novelescos (PIÑÓN, 2017), trazidos do original *Juana La Virgen*. O gênero telenovela é um elemento relevante na construção do enredo da série, sendo um condutor narrativo, pois as mulheres da família Villanueva se reúnem para assistir novelas em espanhol, conversam sobre o tema e ele ocupa um importante papel na vida familiar, além de motivar seus valores e expectativas de vida. Igualmente, as telenovelas influenciam o roteiro de JTV, pois a série é repleta de *plot twists*⁶, melodrama, vilões caricatos que mudam de aparência, irmãos gêmeos perdidos e grandes gestos românticos

O gênero telenovela também é um agente relevante na série nas escolhas estéticas que dão visualidade à trama na tela. Principalmente pelo uso de efeitos especiais, como os corações apaixonados pulsantes, brilhos no olhar e flores desabrochando de amor, que mesclam-se aos diálogos e contribuem para a construção da narrativa.

Vale ressaltar que a telenovela constitui um dos fatores comuns da

⁵ Exibida de 2006 a 2010 pela rede de TV ABC, a dramédia *Ugly Betty* é uma adaptação da telenovela colombiana *Yo soy Betty la fea*.

⁶ *Plot twist* é o nome dado a uma mudança radical na direção da narrativa de um romance, filme, série de televisão, quadrinho, jogo eletrônico ou outra obra, em relação ao que era esperado pelo público. É uma ferramenta utilizada para manter o interesse do público na obra, com uma revelação surpresa.

pan-latinidade das personagens, que possuem uma identidade cultural e étnica universalizante sem um vínculo com um território específico na América Latina. Nesse sentido, a série JTV é um produto cultural intermediário significativo, principalmente para investigar a formação dessa identidade, pois inclui, também, outros fatores importantes para essa construção, como os usos da língua espanhol e a religião católica.

A latinidade retratada por meio da família Villanueva não é necessariamente vinculada com a América Latina, ou o país originário da avó Alba, a Venezuela. A série foge da representação latina mais comum nos EUA, que é a mexicana, mas ao fazer isso também se afasta de qualquer traço cultural nacional muito específico. A identidade latina das personagens Alba, Xiomara e Jane está justamente nos elementos étnicos comuns e compartilhados por latinos nos Estados Unidos.

Por meio da integração linguística, através de diálogos em espanhol ou, por vezes, misturando com o inglês, os produtores compilam a pan-latilidade das mulheres Villanueva. Igualmente, ao se apropriarem da intertextualidade juntamente com o gênero telenovela, os realizadores demonstram uma compreensão e identificação com uma cultura pan-latina para a audiência latina, independente de sua origem nacional. E por fim, ao trazer a temática da religiosidade, a série evidencia, de maneira mais clara, o fator homogeneizador da ideia de uma identidade pan-latina ao estabelecer a conexão de que todos os latinos são católicos.

Contudo, JTV é um produto cultural relevante para além da representação de suas personagens. A série se passa em Miami, onde, segundo George Yúdice (2006), ocorre uma transformação da condição do latino que “está menos arraigada a uma identidade específica ou de minoria” (p. 280). Para o autor, a capital da Flórida é a única cidade nos Estados Unidos, na verdade, em todas as Américas, em que é possível surgir uma identidade latina generalizada “os novos imigrantes que chegam a Miami não se ajustam nem ao paradigma assimilacionista, nem às políticas identitárias, familiares aos estudiosos americanos de raça e etnia” (YÚDICE, 2006, p. 279).

Estes imigrantes desenvolvem um espírito de pertencimento conformado, em grande medida, pela indústria do entretenimento presente na cidade, que gerencia desde Miami, o mercado latino nos EUA e o mercado latino-

americano, gerando, a partir dessa comunicação, uma importante fonte de hibridização (GARCIA CANCLINI, 2001).

Deste modo, a série torna-se um objeto de análise interessante, na medida em que é constituída a partir dos desafios de representar os latinos no contexto de sua composição populacional complexa nos Estados Unidos, em um momento político e social, pré e durante a Era Trump, de muita hostilidade. Em 2015, o então candidato à presidência dos Estados Unidos da América, Donald Trump, disse durante o discurso que anunciava sua candidatura que:

Quando o México envia seu povo, eles não estão enviando o seu melhor. (...). Eles estão enviando pessoas que têm muitos problemas, e eles estão trazendo esses problemas consigo. Eles estão trazendo drogas. Eles estão trazendo crime. Eles são estupradores. E alguns, suponho que sejam boas pessoas. (TRUMP, 2015)⁷

A retórica trumpista, apesar de obter maior alcance devido ao amplo uso de mídias sociais na campanha eleitoral de 2016 e ao próprio caráter midiático da personalidade pública de Trump, não é original. Embora “*Build The Wall!*” (“Construam o muro”!) tenha se tornado um *slogan* da sua campanha, o candidato republicano Herman Cain, na corrida presidencial de 2011, já falava sobre a construção de uma cerca entre os EUA e o México, que se pode interpretar como um muro. Cain declarou durante um comício “[A cerca] vai ter 6 metros de altura. Vai ter arame farpado no topo. Vai ser eletrificada. E haverá uma placa do outro lado dizendo: 'Isso vai te matar - Aviso'”. O então candidato acrescentou, ainda, que a placa estaria escrita “em inglês e em espanhol” (DELONG, 2011). Trump durante seu mandato não cumpriu sua promessa de campanha, iniciou, mas não terminou de construir o muro.

É importante contextualizar o tratamento histórico dado aos mexicanos, que ao longo do processo migratório para os EUA, tornou-se o principal grupo social rotulado sob o termo hispânico e/ou latino. Povos indígenas, originários do território que chamamos hoje de México e colonos espanhóis, antes da conquista dos colonizadores anglo-saxões, habitavam grande parte da área que hoje faz parte do território dos EUA.

Vale enfatizar que o México perdeu uma parte de seus territórios para os EUA após a Guerra Mexicano-Americana (1846-1848), com a assinatura do

⁷ Todas as traduções são de minha autoria.

Tratado de Guadalupe-Hidalgo, em 1848. O governo dos Estados Unidos prometeu manter a propriedade de terras pertencentes aos cidadãos mexicanos, entretanto, assim como ocorreu com os nativos americanos, os mexicanos tiveram suas terras confiscadas e vendidas aos colonos brancos (LUTERO, LEPRE, CLARK, 2011).

O governo dos EUA para justificar a usurpação de terras que não faziam parte do tratado, fomentou a formação de imagens “altamente depreciativas de mexicanos como sendo mentalmente inferiores aos caucasianos e criminosos em natureza” (LUTERO, LEPRE, CLARK, 2011, p. 84-85). Assim, as imagens criadas com incentivo do governo tornaram-se estereótipos que foram disseminados pelos meios de comunicação de massa no século XX e continuam a ser utilizadas, na atualidade, para construir narrativas, não apenas de mexicanos, mas de hispânicos em geral (LUTERO, LEPE, CLARK, 2011).

Importa ressaltar que desde a Guerra Mexicano-Americana, a imigração do México e de outros países latinos para os EUA oscilou, aumentando no início do século XX, diminuindo na década de 1930, e voltando a aumentar nos anos pós 1965. Essas migrações são paralelas às de outros grupos de imigrantes que atualmente compõem o tecido social estadunidense (CHAVÉZ, 2013). Entretanto, a “narrativa da ameaça latina”, que se constrói desde o final do século XIX, postula que os latinos não são como os demais grupos de imigrantes, especialmente os oriundos da Europa, que acabaram se tornando parte da nação e se inseriram no “melting pot”, no caldeirão cultural do país (MORALES, 2018).

De acordo com narrativas que acabam se constituindo como “verdades”, os latinos não querem ou são incapazes de se integrar, de se tornarem parte da comunidade nacional, pois são parte de uma força invasora do sul da fronteira que está empenhada em reconquistar terras, no sudoeste dos EUA, perdidas na Guerra Mexicano-Americana. Sendo assim, querem destruir o estilo de vida “americano”. E embora os mexicanos sigam sendo o foco da narrativa da ameaça latina, o discurso público frequentemente inclui a imigração da América Latina em geral, bem como de nascidos nos EUA com ascendência latino-americana⁸ (CHAVÉZ, 2013).

A retórica da ameaça latina é marcada por crenças infundadas, como por exemplo, a da recusa dos latinos em aprender inglês. Uma análise da

⁸ Há uma generalização dentro da própria literatura dos chamados “estudos latinos” nos Estados Unidos que não se difere o Caribe, incluindo-o como América Latina.

Pesquisa Nacional de Latinos de 2013, do Pew Research Center, aponta que cerca de seis em cada dez hispânicos adultos dos EUA (62% do total) falam inglês ou são bilíngues, e se dividem em três grupos no que diz respeito ao uso da língua: 36% são bilíngues, 25% usam principalmente o inglês e 38%, principalmente o espanhol. Entre os que falam inglês, 59% são bilíngues (GONZALEZ-BEZERRA; KROGSTAD, 2015).

Por outro lado, há uma realidade materialmente sólida: o crescimento populacional latino. Conforme indicam as projeções para 2050, os latinos podem se tornar 30% da população estadunidense (DREAS; PARDO, 2011). Vale destacar que os afro-americanos eram a minoria social mais visível nos EUA até a virada do século, final dos anos noventa e início dos anos 2000. No entanto, o Censo dos EUA de 2000 demonstrou que, de fato, a minoria latina ou hispânica ultrapassou os afro-americanos em termos de sua proporção na população total (VALDIVIA, 2014). Hispânicos são a minoria étnica com o crescimento populacional mais rápido dos EUA, respondendo por 56% crescimento populacional líquido entre 2000 e 2010 (DREAS; PARDO, 2011). De 2010 a 2019, a população dos EUA aumentou em 18,9 milhões e os hispânicos seguem sendo responsáveis por mais da metade (52%) desse crescimento (KROGSTAD, 2020).

Voltando à série JTV, ao mesmo tempo em que obteve sucesso de crítica por apresentar uma representação tridimensional de pessoas latinas, com personalidades e linhas narrativas que não são circunscritas a estereótipos raciais negativos, o enredo se centra nos “valores” da família latina, um recurso que se recorre frequentemente para incluir personagens racializados como cidadãos valiosos da nação (PIÑÓN, 2017). Como se esses personagens só pudessem ser representados positivamente através do filtro dos valores familiares conformados a heteronormatividade branca, anglosaxã e protestante.

Portanto, o programa dá vida a um conjunto de tradições latino-americanas e estadunidenses de representação, acabando, algumas vezes, por reforçar estereótipos conservadores, por exemplo, ao representar a sexualidade das mulheres da série a partir da dualidade “virgem” versus “puta”. Entretanto, os realizadores parecem despender grandes esforços para criar um espaço para que latinos, sejam os personagens de primeira (Alba), segunda (Xiomara), ou terceira geração (Jane) se vejam como cidadãs plenas. Jane, sobretudo, é a representação da nova latina e carrega o equilíbrio do universo moral e racional na narrativa do

programa, sendo um exemplo dos acordos entre culturas realizados para a estabilização de uma identidade pan-latina (PIÑÓN, 2017).

É importante destacar que, apesar de já estar familiarizada com a pesquisa a partir de fontes cinematográficas, JTV me apresentou desafios que o meu contato prévio com os debates acerca do cinema não conseguiu suprir. Uma série possui processos de realização e recepção distintos de um filme. A maior diferença é o meio pela qual essas imagens e sons são transmitidos. Consumir um produto cultural por meio da televisão ou em uma sala de cinema altera o nível de atenção e imersão do telespectador, o que transforma drasticamente as formas que esse produto é pensado e realizado.

A televisão é majoritariamente consumida no ambiente doméstico, sujeito às mais diversas maneiras de interrupção, portanto, a narrativa das tramas é a grande responsável por atrair e fidelizar os espectadores, que, no caso das séries, permanecem acompanhando os episódios e temporadas até o final. Assim, ao tomar em consideração os traços próprios do produto televisivo, eu início o primeiro capítulo apresentando algumas discussões acerca deste meio.

Os programas, o público e a indústria são três elementos chaves para uma análise da televisão. A tangibilidade destas entidades fornece objetos mais palpáveis de análise, quer sejam imagens na televisão, uma ou mais pessoas vendo ou falando sobre televisão, ou os estúdios de produção e pessoas que se engajam em todos os aspectos da produção. Entretanto, grande parte da riqueza das pesquisas sobre televisão estão focadas no estudo de objetos, forças e processos menos tangíveis (GRAY e LOTZ, 2019).

Para compreender esses processos menos tangíveis recorro a Jesús Martín-Barbero, como meu marco teórico metodológico. O pesquisador espanhol, que se estabeleceu academicamente na Colômbia, concilia em sua formação eixos como a semiologia, a filosofia, a antropologia e os estudos culturais, se denominando como um “cartógrafo mestiço”. Sua experiência híbrida de mundo se apresenta em muitos de seus trabalhos, em especial *Dos meios às mediações* e *Ofício de Cartógrafo* (2004), livros essenciais para essa dissertação.

De modo que, Néstor García Canclini, definiu *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* (publicado originalmente na Espanha em 1987 e, no Brasil, em 1997) como um livro “escrito para confundir os bibliotecários”. Interdisciplinar, esta obra traz contribuições importantes de diversas

áreas, como sociologia, antropologia e comunicação. A interdisciplinaridade e o hibridismo do autor se assemelham com particularidades desta pesquisa e desta pesquisadora.

Isso porque é preciso ser cartógrafo, segundo Martín-Barbero, para compreendermos processos culturais em torno da indústria cultural, pois, estamos diante de questões de território e lugar, que envolvem movimentos contínuos de “territorializações, desterritorializações e reterritorializações implicando em entender de maneira complexa como se formam e são ocupados os lugares, inclusive os de fala” (DA SILVA, *et. al*, p. 68).

Entretanto, não estamos diante de processos e contextos claros capazes de nos fornecer os mapas exatos da cartografia hegemônica. E sim, diante do desafio constante de desenhar mapas noturnos de “complexos jogos de construção cultural, mestiços e híbridos, que exigem que o ofício de cartógrafo implique em perspectivas transdisciplinares e translocais” (DA SILVA, *et. al*, p. 68) que não são iluminados pelo que está dado, mas tateados, experimentados e sentidos.

Maria Mota Gomes (2011) considera que o gênero como categoria cultural é capaz de articular os dois eixos do mapa das mediações. Ela propõe a construção de um caminho analítico para a televisão que articula as relações entre comunicação, política e sociedade, capaz de auxiliar no entendimento da complexidade dessa cartografia noturna. Portanto, tomando as considerações de Martín-Barbero (1997; 2004) e Gomes (2011) e a clara ligação de JTV com o gênero telenovela, considero está uma categoria fundamental para compreender qual é o papel do melodrama na mediação da identidade pan-latina nos Estados Unidos.

Assim, após apresentar as questões teórico-metodológicas no primeiro capítulo, no segundo buscou apresentar alguns aspectos da população latina nos Estados Unidos que proporcionaram as condições político-sociais e econômicas para que a série JTV fosse realizada. Portanto, pretendo identificar como se dá a formação desta “etnia-comercial”, sobretudo a partir da publicidade, problematizando a ligação entre consumo e cidadania deste grupo, bem como o movimento de formação de um complexo industrial cultural para suprir as demandas desse nicho de mercado.

Como é preciso ser cartógrafos para compreendermos processos culturais em torno da indústria cultural, busco discutir a cidade de Miami, Flórida,

onde se passa JTV, como “a capital cultural da América Latina” (YÚDICE, 2006), e a ampla produção de telenovelas nesse território e alguns movimentos transnacionais dessa indústria. Ao indagar acerca das condições que contribuíram para viabilizar a produção de JTV, não é possível não abordar a série, dos mesmos produtores de JTV, *Ugly Betty* (2006), uma vez que também é uma adaptação de telenovela. Seu sucesso abriu as portas para que a família Villanueva entrasse na televisão estadunidense.

Por fim, no terceiro capítulo, faço a análise do primeiro episódio, o episódio piloto, pois, a partir dele a série passa por testes de audiência a fim de descobrir se o programa será bem aceito pelo público, antes de entrar oficialmente na grade de uma emissora (PILOT EPISODE, s.d.). No piloto a audiência é apresentada as personagens e as suas características que serão exploradas no decorrer da série, e é também o momento em que os produtores e roteiristas buscam fidelizar a audiência.

Para tal análise é importante tomar em consideração o meio em que eu assisti a série, o tempo e também o lugar. Esta obra foi exibida originalmente dentro da grade de um canal (CW), tendo programas que a antecederam e a sucederam, com intervalos, em que os comerciais foram vendidos para anunciantes levando em consideração o público-alvo. O telespectador da televisão geralmente é atraído para dentro e fora de um fluxo de material que não chega a um fim decisivo, a experiência de assistir televisão ocorre em uma dimensão do tempo em que “pequenos pontos finais” continuam ocorrendo, e quem assiste está sempre ciente que algo novo está por vir, o espectador só tem que esperar até depois do intervalo ou até o próximo episódio (BINGELL, 2012).

Nesse sentido, ao consumir a série via *streaming*, pela Netflix⁹, eu perdi a dimensão do fluxo televisivo, alterando minha percepção sobre o produto. Esses “pequenos pontos finais” que normalmente antecedem os intervalos comerciais, fazem perder um pouco o impacto dentro da trama pois o telespectador não tem o fluxo narrativo interrompido. E mesmo que os “pequenos pontos finais” no fim dos episódios ocorram, têm seu valor diminuídos pelo *binge-watching*¹⁰. Isto é mesmo que sua função para que o espectador continue assistindo siga sendo válida,

9 Netflix é uma plataforma online de distribuição audiovisual sob demanda que chegou à América Latina em 2011, no decorrer do trabalho elaborei mais sobre o assunto.

10 Assistir vários episódios de uma série de televisão ou programa, um atrás do outro, segundo o Cambridge Dictionary.

o tempo da espera, do desejo e também da elaboração da trama escapam quando um episódio é assistido seguido do outro.

Nesse sentido, em relação ao tempo e espaço, assisti a série pela primeira vez em 2019, em Foz do Iguaçu, Brasil. Estava deslocada do contexto para qual ela foi, primeiramente, pensada, e espaço que seria consumida. Sou uma mulher branca, brasileira, latina, mas não racializada no espaço em que vivia, e vivo. Assisti a série após Trump já ter sido eleito, depois de uma série de direitos da população latina foram violados e os abusos na fronteira com o México se intensificaram.

1. TELEVISÃO: UM MEIO A SER ESTUDADO

A televisão tornou-se acessível para uma ampla parcela da população, nos EUA e na Grã-Bretanha, após a Segunda Guerra Mundial, no final da década de 1940 e início da década de 1950. Com isso, os primeiros esforços em estudar televisão se dão nesses contextos nacionais. Esforços, estes, influenciados pelos debates teóricos acerca de outros meios de comunicação e formas de entretenimento, como o rádio, o cinema e o teatro. Estas experiências prévias são vistas proeminentemente nas primeiras concepções da televisão (GRAY e LOTZ, 2019).

A primeira consideração importante é que a televisão foi introduzida nos EUA e na Grã-Bretanha, como uma forma popular de comunicação que se destinava a utilização doméstica, ou seja, um dispositivo que seria acessível a pessoas de todas as idades e classes. Isto levou a que a televisão fosse uma experiência mais similar à proporcionada pelo rádio, do que a do cinema, que também possuía imagens em movimento e tinha como objetivo entreter e informar grandes audiências, mas exigia que se saísse do ambiente doméstico.

Se distanciava ainda mais do teatro, que apesar de ser também uma forma de entretenimento e arte, consumido fora de casa, se destinava a uma parcela mais reduzida, abastada e privilegiada da população, enquanto o cinema era acessível para diversos públicos (GRAY e LOTZ, 2019). É importante ressaltar que o posicionamento da televisão como um meio popular de comunicação foi crucial para a forma como o meio foi entendido e estudado, ou não estudado.

Desde estas primeiras percepções, compreender a televisão tornou-se um trabalho cada vez mais complexo devido à rápida evolução tecnológica que causou mudanças nos hábitos dos telespectadores. A televisão transitou primeiramente para o plural, não estando, assim, mais circunscrita às salas das casas, espalhando-se para outros cômodos não coletivos, depois, os programas passaram a não ter a necessidade de serem consumidos ao vivo e uma única vez. Resultando em telespectadores que se dividem entre diversas possibilidades, como a própria TV, mas também *smartphones*, *tablets*, computadores e videogames (CORRÊA, 2019), alterando, assim, a recepção dos produtos midiáticos.

Vale ressaltar que o meio ganhou diversas definições desde a sua chegada à vida pública e privada, algumas delas seguem a caracterizá-la da mesma

forma mesmo diante das drásticas transformações que sofreu nas últimas décadas. Raymond Williams (2004) apontou no seu livro *Television: Technology and Cultural Form*, de 1974, que o surgimento de uma tecnologia é indissociável de um conjunto de demandas, impulsos e práticas da sociedade. Para Williams,

A Televisão, foi descoberta como uma possibilidade científica e técnica, selecionada para investimento e desenvolvimento, a fim de satisfazer as necessidades de um novo tipo de sociedade, especialmente no que se refere à provisão de entretenimento centralizado e na formação centralizada de opiniões e estilos de comportamento (WILLIAMS, 2004, p. 16).

A compreensão de Williams de que a televisão é um catalisador de mudanças sociais e culturais foi corroborada por John Fiske (2001). Em *Television Culture: Popular pleasures and politics*, de 1987, Fiske aponta a televisão como uma portadora e provocadora de significados e prazeres da cultura como um todo. Portanto, ela tem um importante papel na geração e circulação desta variedade de significados e prazeres dentro da sociedade. O meio, segundo Fiske,

[...] é um agente crucial das dinâmicas através da quais a estrutura social mantém-se num processo constante de produção e reprodução de significados e prazeres populares e a sua circulação é, portanto, parte integrante desta estrutura social (FISKE, 2001, p.4).

Mas, como fundamentalmente se define a televisão? Como “Imagens e laço social”, responde Dominique Wolton (1996), no seu livro de 1990, *Elogio ao Grande Público*. A imagem remete ao divertimento e ao espetáculo, a dimensão técnica. O laço social endereça a comunicação e a dimensão política (WOLTON, 1996). Portanto, a televisão, “é um dos símbolos mais espetaculares da democracia de massa e constitui, sem dúvida, uma das razões de estar investida de todas as esperanças sem ser capaz de satisfazê-las” (WOLTON, 1996, p.11).

A televisão não é apenas uma tecnologia ou mais um eletrodoméstico, tornou-se uma ferramenta para a narração de histórias, uma “janela para o mundo” ou um “coração cultural” de uma sociedade, pois por muitas décadas reuniu famílias e contou histórias, oferecendo vislumbres de um mundo fora da experiência cotidiana (LOTZ, 2014). Mas a televisão também pode ser caracterizada pela tensão entre a escala individual e a coletiva, na medida em que possui um caráter essencialmente privado de consumo de uma atividade que, tanto no plano das condições econômicas de sua produção quanto na sua difusão, segue sendo

fundamentalmente coletiva (WOLTON, 1996).

As reflexões sobre o meio têm transformado-se consideravelmente na última década, pois a televisão, seus programas, o modo como a experimentamos, assim como as empresas e tecnologias no seu núcleo, passaram por rápidas e contundentes modificações nos últimos vinte anos (GRAY e LOTZ, 2019). O surgimento primeiramente de tecnologias como o videocassete, o DVR (*Digital Video Recorder*) e o VOD (vídeo sob demanda/*on demand*) na década de 2000, dificultou a conceitualização do meio (MACHADO, 2011). E a partir de 2010 se somaram a essas tecnologias os serviços de *streaming*, que ampliaram ainda mais as possibilidades da audiência.

O objeto de análise deste trabalho, a série *Jane the Virgin*, foi produzido para ser transmitido, pela primeira vez, através da televisão tradicional, por um canal aberto (CW). No entanto, o consumo foi consideravelmente amplificado pela disponibilidade em 13 países¹¹, incluindo os EUA, pela Netflix. Desse modo, cabem algumas observações sobre a plataforma, que se tornou um poderoso reorganizador do que significa televisão. A Netflix desafiou conceitos estabelecidos pelo meio, como a linearidade de exibição, reconhecendo o *binge-watching* como parte integral da experiência da audiência, ao disponibilizar todos os episódios de uma temporada de uma só vez, e especialmente nos lançamentos de suas produções originais, que podem ser assistidas em todo o mundo no mesmo dia, amplificando a experiência coletiva das audiências (JENNER, 2018).

Com alcance de 190 países, com conteúdos que variam entre localidades, a plataforma se estabeleceu como uma emissora transnacional, não se vinculando aos sistemas de mídia nacionalizados e nem a canais já estabelecidos na TV tradicional. No entanto, a Netflix acelerou, mas não criou, muitos dos processos de mudanças tecnológicas, que já provocavam a fragmentação da audiência. Isso representou um desafio para os conglomerados de mídia estabelecidos ao posicionar o *streaming* não como uma alternativa à televisão, mas como televisão (LOBATO, 2018; JENNER, 2018.)

Nesse sentido, o que costumava ser uma forma de comunicação e

11 Sendo eles Alemanha, África do Sul, Argentina, Bélgica, Brasil, Colômbia, Espanha, Estados Unidos, Holanda, Lituânia, México, Suíça e Turquia, segundo informações do Unofficial Netflix OnlineGlobal Search (<http://unogs.com>), site que contém um banco de dados segmentados sobre a distribuição de conteúdo da Netflix, no período referente a agosto de 2023.

entretenimento centralizada e compartilhada, passa a poder ser personalizada para experiências mais individuais, fazendo com que as novas maneiras coexistem com antigas formas de relação entre os meios de comunicação de massas e a audiência (OROZCO e MILLER, 2018). Essa nova configuração de audiência reflete também no caráter essencialmente coletivo da produção televisiva que passou a não mais se restringir às narrativas e às personagens que poderiam ser assistidas nas salas das famílias, assim, abrindo e moldando novos nichos dentro da cultura popular.

O setor da televisão se somou ao setor dos novos meios de comunicação digitais, que nos últimos anos acrescentaram vídeo aos seus serviços. Em meio a televisão nova e antiga, os estudiosos televisivos têm trabalhado para adaptar-se aos novos ambientes em que a televisão passou a ser consumida, e para dar sentido a eles (GRAY e LOTZ, 2019).

Os discursos sobre a existência ameaçada da televisão partem, sobretudo, da dimensão tecnológica, da obsolescência do meio como foi concebido. Isto é, para ser consumido através de imagens em movimento acompanhadas de som dispostas no ambiente doméstico compartilhado e voltado para o grande público (CÔRREA, 2019). No entanto, apesar de estar em transição, a televisão não está em extinção, pois, além da sua dimensão tecnológica, o meio possui características que ultrapassam a tela, na medida em que,

[...] a oralidade, perdura como experiência cultural primária das majorias, e a visualidade tecnológica, essa forma de “oralidade secundária”, que tecem e organizam as gramáticas tecno perceptivas do rádio, do cinema, do vídeo e da televisão (comunicação oral que domina o cotidiano, como parte do crescimento, e comunicação oral secundária, que deriva de ouvir e assistir o rádio, o cinema, o vídeo e a televisão) (MARTÍN-BARBERO e REY, 1999, p. 34).

Assim, a “hegemonia anterior da televisão como máquina cultural da vida cotidiana pode agora estar enfrentando a concorrência de outros dispositivos, mas continua sendo central programadora da vida social” (OROZCO e MILLER, 2018, p. 69). Desse modo, mantém-se como uma fonte de entretenimento, informação, aculturação e de disseminação de mensagens políticas, publicitárias e educativas.

Os programas, o público e a indústria são três elementos essenciais para a análise da televisão. A materialidade desses componentes oferece elementos mais concretos para análise, como as imagens exibidas na televisão, o ato de

peças assistindo e discutindo televisão, bem como os estúdios de produção e os indivíduos envolvidos em todos os aspectos da criação. No entanto, é importante notar que grande parte da riqueza da televisão concentra-se na exploração de elementos, influências e processos mais abstratos (GRAY e LOTZ, 2019).

1.1 ESPAÇOS DE MEDIAÇÃO

Para compreender esses processos menos material recorro ao meu marco-teórico metodológico, Martín-Barbero (1997), que postula que,

Em vez de fazer a pesquisa partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, propomos partir das mediações, isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão [...] propõem-se três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 292).

A televisão assume o espaço da cotidianidade familiar, carregada de conflitos e fortes tensões, das relações estreitas e de proximidade, forjando dois de seus dispositivos fundamentais: a simulação do contato e a retórica do direto. A simulação do contato atua como um facilitador da irrupção do mundo da ficção e do espetáculo no espaço da cotidianidade e da rotina (MARTÍN-BARBERO, 1997).

Para tanto, a televisão recorre a um intermediário fundamental: um personagem, animador ou apresentador, que interpela a família convertendo-a em seu interlocutor. Essa proximidade é potencializada pela retórica do direto, que se constrói a partir da montagem pouco expressiva, funcional e que deve passar despercebida, e é sustentada na “gravação ao vivo”, seja o “ao vivo” real ou simulado. Deve-se produzir a sensação de imediatez, que é um dos traços que dão forma ao cotidiano (MARTÍN-BARBERO, 1997).

A temporalidade social, para Martín-Barbero (1997), é a matriz cultural do tempo, da fragmentação, do seriado e da repetição, que organiza a televisão e que a faz se inserir no tempo do ritual e da rotina, inscrevendo o tempo do mercado na cotidianidade. É, portanto, a temporalidade valorizada pelo capital, é o tempo produtivo, o tempo que pode ser medido, feito de fragmentos, que transcorre, repetitivo, que começa, acaba e recomeça, e que constitui o cotidiano,

que também organiza a televisão, inserida no tempo do ritual e da rotina, de modo que gere mais rentabilidade.

Apesar do tempo seriado ser a linguagem da normatização, do sistema produtivo, a serialidade carrega outras linguagens, como a do conto popular, da canção com refrão e das narrativas aventurescas. Elementos estes que constroem uma estética em que o reconhecimento compõe uma significativa parcela do prazer do consumo, e em consequência, dos bens simbólicos que constituem. Portanto, o tempo seriado torna possível a reproduzibilidade da experiência cultural do novo público, que nasce com a massificação da televisão (MARTÍN-BARBERO, 1997).

Ainda para Martín-Barbero (1997), a despeito da televisão ser constantemente questionada como sendo assunto de comunicação e não de cultura, o meio é o lugar em que as contradições do massivo se veem mais presentes, pois é onde se dá a desativação das diferenças sociais, a integração ideológica. E, ao mesmo tempo, possui a presença de uma matriz cultural e de uma experiência cultural popular que produz aversão nas elites.

Assim, para compreender a competência e a especificidade cultural do massivo, é necessário compreender além do funcionalismo sistêmico, do mecanismo integrador e do jogo de interesse comercial:

Enquanto na cultura culta a obra está, ao menos hoje, em contradição dialética com seu gênero, na cultura de massa a regra 'estética' é aquela da maior adequação ao gênero. Pode-se afirmar que o gênero é justamente a unidade mínima do conteúdo da comunicação de massa (pelo menos no nível da ficção, mas não apenas) e que a demanda de mercados por parte do público (e do meio) aos produtores se faz no nível de gênero. Para os investigadores, é através da percepção do gênero que se alcança o sentido latente dos textos dos massmedia (FABBRI, 1973 apud. MARTÍN-BARBERO, 1997, p.298)

Logo, se compreende que a fruição de uma obra dentro da cultura culta ocorre através das regras, seguidas ou quebradas, de sua produção, enquanto as obras da comunicação em massa têm sua fruição acessada através da semelhança de um texto que remete a outro texto.

Como indiquei anteriormente, a competência cultural da televisão é ativada a partir dos gêneros e os seus modos de organizar as diferenças sociais que atravessam o meio, sendo gênero entendido como uma estratégia de comunicabilidade, como chave para a análise de textos de meios massivos,

especialmente da televisão. A capacidade cultural da televisão não é determinada apenas na emissão, mas também na recepção, os telespectadores se tornam fluentes na linguagem dos gêneros, sendo capazes de os classificar, de identificar as possíveis interpretações do texto e de comparar suas narrativas (MARTÍN-BARBERO, 1997).

Entretanto, a partir de uma necessidade de pensar um esquema que conseguisse abranger a “complexidade nas relações constitutivas da comunicação na cultura” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 229), o pesquisador reorganizou, em sua obra *Ofício do Cartógrafo* (2004), os espaços de mediação, já apresentados, em quatro novas dimensões: a sociabilidade (ou socialidade), a ritualidade, e tecnicidade e a institucionalidade, criando, assim, o Mapa das Mediações (figura 1).

Já as novas mediações são sistematizadas em dois eixos: o diacrônico ou histórico, de longa duração, que é tensionado pelas relações entre as Matrizes Culturais e os Formatos Industriais; e o sincrônico, que é tensionado pelas relações entre as Lógicas de Produção e as Competências de Recepção ou Consumo.



Figura 1 - Mapa das Mediações

Fonte: desenho elaborado por ENNE et. al. (2018)

A sociabilidade media as Matrizes Culturais e as Competências de Recepção e Consumo, conectando a tradição cultural com a forma com que os receptores se relacionam com a cultura massiva; mediando também as relações cotidianas, nas quais se baseiam as diversas formas de interação dos sujeitos e a constituição de suas identidades. Por sua vez, entre as Competências de Recepção e Consumo e os Formatos Industriais está a ritualidade, ou seja, a forma como o produto midiático é consumido, abrangendo os diferentes usos sociais que os receptores fazem dos meios e dos seus diversos trajetos de leitura (MARTÍN-BARBERO, 2004).

Já a tecnicidade está entre os Formatos Industriais e as Lógicas de Produção, se referindo a como a construção de novas práticas, por meio das diferentes linguagens dos meios, pode moldar a cultura. Por fim, entre as Lógicas de Produção e as Matrizes Culturais encontra-se a institucionalidade. Essa mediação aparece para contemplar a análise dos meios de forma mais concreta, pois é o cenário que relaciona de modo mais próximo a produção e a recepção. Assim, a partir da dimensão da institucionalidade é possível analisar a comunicação via produção de discursos públicos, cuja hegemonia, paradoxalmente, se encontra nos interesses privados (MARTÍN-BARBERO, 2004).

Tendo em vista que “as mídias passaram a constituir um espaço-chave de condensação e intersecção da produção e do consumo cultural, ao mesmo tempo em que catalisam hoje algumas das mais intensas redes de poder” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 229), esses dois eixos, diacrônicos e sincrônicos, traçam perspectivas de investigação da história das mudanças da articulação entre movimentos sociais e discursos públicos, e as agências que constroem as formas hegemônicas de comunicação coletiva.

Para compreender os processos culturais associados à indústria cultural, é necessário recorrer ao ofício de um cartógrafo. Já que esses processos estão intrinsecamente ligados a questões de território, envolvendo movimentos constantes de "territorialização, desterritorialização e reterritorialização" (ENNE et al., 2018, p. 68). Isso nos provoca a entender de maneira profunda como os lugares são formados e ocupados, incluindo aqueles que envolvem expressões verbais e culturais.

No entanto, estamos lidando não com processos e contextos definidos que possam ser mapeados com as linhas da cartografia dominante. Em

vez disso, enfrentamos o desafio contínuo de criar mapas noturnos que representam os intrincados processos de construção cultural e hibridismo. Isso requer que o papel do cartógrafo incorpore perspectivas que cruzem disciplinas e fronteiras geográficas, permitindo-nos mapear territórios que não são iluminados pelo conhecimento estabelecido, mas sim explorados, experimentados e emocionalmente percebidos (MARTÍN-BARBERO, 2004).

A complexidade dessa cartografia noturna pode ser esclarecida, em certa medida, por uma categoria que é vista como uma prática que dá sentido e que se desenvolve na interseção de várias esferas: criativas, econômicas, sociais, tecnológicas, institucionais, industriais e interpretativas (EDGERTON e ROSE, 2008). Ao tomarmos o gênero enquanto categoria cultural, conforme Itania Maria Mota Gomes (2011) argumenta, este se torna uma ferramenta capaz de unir os dois eixos do Mapa das Mediações, elaborando assim, uma abordagem analítica para o estudo da televisão, capaz de explorar as articulações entre comunicação, política e sociedade.

Tal articulação permite uma análise para além do uso “pretextual”, ou seja, quando um programa televisivo é apenas um pretexto para análises macroeconômicas ou sociológicas, ignorando o aspecto comunicacional do produto televisivo. O gênero é “uma estratégia que vincula a produção e o consumo dos textos midiáticos, que vincula estratégias de escrita e leitura” (GOMES, 2011, p.123). É uma categoria, portanto, enraizada nas diferentes culturas, sendo impossível compreender o sentido desses sem entender suas transformações e relações culturais na história (MARTÍN-BARBERO, 2004). Desse modo, posicionar o gênero no centro do Mapa das Mediações permite enfrentar os desafios implicados na ambição de adotar uma visão global e complexa do processo comunicativo e cultural da televisão.

Nesse caso, é fundamental a concepção de mediação, mas como mediação na obra, ou seja, como uma determinada obra, um determinado programa televisivo, através do seu processo analítico, convoca nosso olhar para o processo cultural do qual participa (GOMES, 2011). Portanto, ao pensarmos em *JTV* (2014), qual gênero narrativo se sobressai?

1.2 O MELODRAMA LATINO-AMERICANO

O melodrama, para Martín-Barbero (1997), é o gênero televisivo mais expressivo na América Latina, porque é o mais aberto às formas de viver e sentir de sua população. O drama do reconhecimento é a chave para essa conexão entre o gênero melodrama e a América Latina. O que move o enredo é sempre o desconhecimento de uma identidade e a luta contra injustiças, contra o que se oculta, uma luta para se fazer reconhecer.

Tal característica ressoa nessas sociedades que têm sua sociabilidade primordial no parentesco, nas solidariedades locais e nas amizades, no âmbito do bairro, no sentido de cotidianidade familiar. É esse tempo familiar, em que o homem reconhece o outro primeiramente como parente, intermédio e possibilidade da comunicação entre o tempo da história, o da Nação e o tempo da vida. Ou seja, os acontecimentos só são notados a partir do momento que o grupo familiar é afetado (HOGGART, 1957; MARTÍN-BARBERO, 1997).

Logo, a família aumentada, uma combinação entre os núcleos familiares e sua vizinhança, que se conformam nos bairros populares dos grandes centros, é o recurso recorrido para enfrentar os processos de migração brutais e o desenraizamento, representando os modos de sociabilidades que pareciam ter sido abolidos com as transformações operadas pelo capitalismo. A mercantilização do tempo da rua, da casa e das relações não aboliu essa sociabilidade, mas a tornou anacrônica (MARTÍN-BARBERO, 1997).

Em última instância, esse anacronismo é o que dá sentido ao melodrama na América Latina. Este permite mediar uma sociabilidade negada, economicamente desvalorizada, politicamente desconhecida, mas culturalmente viva. A partir do tempo da narrativa e da “melodramatizando tudo, há uma perspectiva de vingança, à sua maneira, da abstração imposta à vida pela mercantilização, da exclusão política e da despossessão cultural” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p.306).

Desde os tempos do folhetim, até em sua versão mais nova e mais latino-americana, a telenovela, junto com os grandes textos do realismo mágico, o outro produto cultural que a América Latina conseguiu exportar para a Europa e os Estados Unidos, o melodrama se acha mais próximo da narração, no sentido dado

por Walter Benjamin (1991).

O narrador narra a partir da experiência, seja própria ou relatada, que logo passa a converter-se, também, em experiências daqueles que escutam a sua história. A partir das narrativas, portanto, se pode pensar as condições de sua produção e observar as transformações dos modos de percepção das experiências culturais (BENJAMIN, 1991). O gênero “conta a”, e portanto, envolve a presença de um narrador que estabelece a continuidade dramática e um ouvinte, telespectador ou leitor. Logo, o melodrama televisivo conserva a ligação com a cultura de contos e das lendas, da literatura de cordel, das crônicas cantadas, dos folhetins e dos grandes textos do realismo mágico.

Os gêneros são também um ponto de ancoragem da indústria midiática, pois acionam mecanismos de percepção e de reconhecimento popular que contribuem para o aparato perceptivo das massas (GOMES, 2011). Não são, desse modo, apenas uma categoria de texto ou narrativa, mas um mecanismo de leitura e produção de sentido, de reencontro de mundos (MARTÍN-BARBERO, 1997).

Ao longo das últimas décadas, os estudiosos do cinema encontraram nos temas, estilos audiovisuais, arquétipos populares, elenco e cenários do melodrama, terreno fértil para investigações das dinâmicas sociais e das estéticas dos cinemas nacionais na América Latina. No entanto, foram as telenovelas que carregaram a maior parte do “fardo” de “narrar a nação” (BENAMOU, 2009; LOPEZ, 2001).

O gênero telenovela é a característica mais marcante do audiovisual latino-americano. Sejam produzidas nacionalmente ou importadas de outros países latino-americanos, as telenovelas são a base de toda a programação de TV da América Latina (diária e em horário nobre), da programação em espanhol nos EUA e, em menor grau, até mesmo na programação da televisão na Espanha (LOPEZ, 2001).

Entretanto, os primeiros estudos sobre telenovelas, nos anos 1970, sob a influência das teorias sobre a dependência cultural e o imperialismo da mídia, focalizaram quase exclusivamente sobre o efeito de alienação provocado por aquelas. Considerada como “convidada alienante” a telenovela foi posicionada como uma influência nociva sobre a cultura popular e a consciência, como agente para a criação de uma aldeia global capitalista e consumista projetada pelos EUA e seus aliados (COLOMINA, 1968; LOPEZ, 2001).

Já nos anos 1980 apareceu uma abordagem oposta, provocada pela exportação de telenovelas da TV-Globo (Brasil) e Televisa (México), que reivindicou o fenômeno como “imperialismo midiático reverso”, refutando o “paradigma de hegemonia americana”, substituindo a programação importada por uma nacional, além de ter provocado a abertura para os mercados internacionais de exportação (ROGERS e SCHEMENT, 1984; LOPEZ 2001).

Todavia, esta segunda onda, ao denominar esse processo como um imperialismo reverso, assumiu a TV como um instrumento ideológico de forças internacionais onipotentes, sem considerar os esforços ativos das classes dominantes nacionais para forjar vantagens nessas conexões internacionais (SINCLAIR, 2004). Para Sinclair (2004), ainda dentro dos debates da mídia e sobre dependência cultural, estudiosos da telenovela, em meados dos anos 90, na América Latina e em outros lugares, começaram a somar um conjunto diferente de questões teóricas que abordaram a inserção das telenovelas na vida cotidiana, e a função da telenovela em relação à “modernização” das sociedades latino-americanas e a relação complicada entre produção e recepção.

Grande parte do que define e constitui a expressão de tradição e modernidade da região é concebida pela noção de realismo mágico, amplamente relacionada à literatura e a arte latino-americanas, o que permeia, também, as trocas entre a ficção televisiva e o público.

O realismo mágico coincide com as ideologias oficiais e vernaculares do continente sobre a mestiçagem ou o mestiço como testemunho de uma história compartilhada de invasão, violência sexual e escravidão que remonta a centenas de anos. No entanto, a mestiçagem na América Latina não é, e nem poderia ser, uma descrição geral de um bem-sucedido multiculturalismo, inclusivo e popular, tampouco pretendemos que seja uma definição neutra (OROZCO e MILLER, 2018, p.61).

As audiências latino-americanas interagem ativamente com a televisão, especialmente com os conteúdos de ficção, produzindo criativamente a partir de seu próprio mundo e de si mesmos, novos sentidos, formando ilusões e expectativas de um mundo melhor. Essa experiência é aprofundada a partir da audiência coletiva, quando compartilham com os seus grupos sociais essa produção de sentido, por exemplo, nos capítulos finais das telenovelas.

A prática cotidiana de interação com o meio tem várias implicações na vida cotidiana em termos de atividade e emoção. As audiências retiram da

televisão uma variedade de mensagens e normas sobre os papéis sociais, afetando tudo, desde a organização da vida doméstica até o comportamento na escola e na vida cotidiana (OROZCO, 2014). Além disso, o público latino-americano cria constantemente extensões intermediária através da simbiose entre audiências e telenovelas que perduram além do momento de olhar para a tela, ganhando expressão na vida privada e pública (MARTÍN-BARBERO e MUÑOZ, 1992),

En el plano de las emociones, la telenovela constituye un factor fundamental para la educación sentimental. Las maneras de expresar afectos, emociones, las formas de entablar una relación interpersonal, el valor dado a esas relaciones, las normas de género, están en gran medida mediadas por el discurso de la telenovela y por el imaginario creado a partir de ella. La telenovela, al igual que otros productos masivos que tienen que ver con el mundo de los sentimientos (canciones, revistas, novelas románticas, intérpretes, etc.) forman una especie de glosario colectivo y generacional que puede ser compartido y activado en cualquier momento. Se trata de un repertorio en común, que facilita encuentros, identificaciones y aproximaciones sociales (MAZZIOTTI, 2006, p. 24).

Martín-Barbero (1997) argumenta, conforme indicamos antes, que a telenovela é um local de “mediações”, um lugar onde a interação entre as forças de produção e recepção são cristalizadas. A telenovela ostenta as marcas dos imperativos comerciais da TV ao mesmo tempo que responde às exigências de hábitos culturais e formas específicas de ver, que também estão em um estado constante de transformação e adaptação.

Neste sentido, Lopez (2002) configura a telenovela como um "convidado bem-vindo", em vez de um predador alienante ou um salvador da pátria, que pode ser entendido como agente e participante nos complexos processos na América Latina, como a crescente transnacionalização das nossas mídias. O fenômeno da telenovela como um todo é de uma dimensão que não cabe nos limites deste trabalho, portanto, a partir de um esboço das principais características do gênero, busco indicar na sequência, algumas das matrizes que orquestram mediações complexas entre o nacional, o pan-nacional e o melodramático dentro do recorte da população latina nos EUA.

O melodrama, seja cinematográfico ou televisual, pode ser entendido como uma pedra angular discursiva na construção da nação moderna latino-americana, além de ser um meio para a projeção da nação no exterior. Desde a década de 1970, a televisão comercial, em particular a programação destinada à exportação, tem sido alimentada por uma fertilização cruzada regional de equipes

técnicas, roteiristas e processos de produção (MAZZIOTTI, 2006). Além do alcance geográfico nacional, internacional e o poder econômico das indústrias televisivas latino-americanas, a maleabilidade estilística da telenovela tem atraído a atenção da imprensa crítica e comercial para estas indústrias, de olho nos três maiores exportadores do gênero: Brasil, México e Venezuela (BENAMOU, 2009).

Como um tipo de narrativa televisiva, a telenovela latino-americana participa da história que deu origem a outros modelos narrativos em série, como a novela estadunidense, chamada de *soap opera*. Entretanto, as telenovelas são bastante diferentes das *soap operas*, sendo a construção narrativa um dos traços mais significativos: as telenovelas sempre tiveram histórias claras e com finais, enquanto as *soap operas* têm suas histórias estendidas por anos sem uma prospecção de quando serão finalizadas (LOPEZ, 2002).

Por sua vez, o modo de produção carrega outra diferença importante. As *soap operas* são geralmente produzidas como entretenimento diurno, para preencher a grade, destinado ao público feminino e ao mercado nacional, e é a periferia do mercado audiovisual, sem prestígio para os seus trabalhadores. Por outro lado, as telenovelas são entretenimento de horário nobre para todos os públicos, financiadas diretamente pelas redes de TV (ou, mais recentemente, por produtores independentes que posteriormente vendem espaços publicitários), amplamente exportadas, e formadoras do *star-system*¹² latino-americano (LOPEZ, 2002).

Assim como as *soap operas*, a telenovela frequentemente desloca o uso extravagante do *mise-en-scène*¹³ típico do melodrama teatral com ênfase no diálogo e na conversa (por causa de seu legado de tradição popular e oral, não por causa de uma afiliação com a ficção feminina), mas seu fechamento narrativo e o uso persistente de dispositivos melodramáticos (retornos do passado, reversões da sorte, confrontos dolorosos, etc.) a enquadra dentro de uma tradição melodramática bastante "mais pura" (LOPEZ, 2002).

Importa destacar que a trajetória do melodrama na cultura latino-americana difere das experiências europeias e estadunidenses. Nos EUA, o

12 *Star system*, ou *sistema das estrelas*, foi um sistema de contratos exclusivos e de longo prazo assinados por atores e atrizes com um determinado estúdio de Hollywood, que passava a controlar a carreira dos artistas, desde o cuidado de sua imagem à decisão que filmes faria.

13 Diz respeito ao enquadramento e a organização dos elementos dentro de uma cena (CARREIRO, 2021).

melodramático foi desvalorizado em favor do realismo no século XX, por meio de um processo de gênero emotivo e com centralidade nas preocupações socialmente determinadas como femininas. Este tornou-se atraente para mulheres, foi feminilizado, e portanto, passou a ser visto como inferior (GLEGHILL, 1992). No entanto, a desvalorização do melodrama na América Latina é explicitamente baseada no preconceito de classe. Os antecedentes melodramáticos da telenovela foram, em seu tempo, desprezados por intelectuais/elites como formas populares, como entretenimento sem valor cultural ou redentor para as massas, principalmente urbanas, cada vez mais numerosas (LOPEZ, 2002).

Logo, a telenovela é uma apropriação específica do que Christine Gledhill (1992) chama, a partir de Peter Brooks (1976), de “projeto melodramático”. Este organiza um mundo imaginativo construído sobre o princípio do conflito terminal entre forças morais polarizadas que atravessam o tecido social e se expressam em termos pessoais e familiares estendendo-se além da família biológica para todas as áreas da vida social.

O melodrama surge em resposta ao processo de secularização, que segue a ascensão do capitalismo no domínio do mundo ocidental, bem como ao deslocamento da religião e da ordem sagrada representada na hierarquia de Deus, Igreja e do Estado, que até então tinha dado sentido às vidas individuais e justificativa para os arranjos sociopolíticos prevalentes.

Brooks (1976) argumenta que o gênero melodrama surge para preencher este vazio, buscando, em um movimento circular, tornar visível a presença de forças éticas no trabalho, na vida cotidiana, e assim dotar o comportamento de pessoas comuns com consequências dramáticas e éticas. Ideologicamente falando, o melodrama forja o que o autor chama de “oculto moral”, que substitui religião como uma forma de “cola social”, dando às vidas individuais uma moral, significado não fornecido apenas pelas estruturas econômicas.

Nesse sentido, a telenovela explora a personificação, a individualização do mundo social, como uma epistemologia. Ela oferece incessantemente a seu público dramas de reconhecimento por localizar questões sociais e políticas em termos pessoais e familiares e, assim, fazer sentido em um mundo cada vez mais complexo (MARTÍN-BARBERO e MUÑOZ, 1992). Deste modo, não deve ser surpreender que o gênero mude de forma historicamente e em diferentes contextos nacionais.

Em geral, as telenovelas atuais possuem poucas semelhanças com os produtos do início da década de 1970, características nacionais foram acentuadas, ao mesmo tempo que a distribuição internacional têm contribuído para a formação de uma complexa teia de influências pan-latino-americanas (LOPEZ, 2002). Se percebe na trajetória do gênero telenovela, apesar de suas especificidades nacionais, algumas fases, não necessariamente cronológicas, que oscilam entre preocupações com o consumo nacional, regional e internacional.

Primeiramente, a telenovela exerceu um importante papel na consolidação das redes de televisão nacionais na América Latina (LOPEZ, 2002). Seguindo os passos do rádio e do cinema, a televisão tornou a vida pública, política e social da nação mais acessível e cotidiana, ao mesmo tempo que contribuiu para a criação de imagens capazes de mobilizar a comunidade imaginária da nação. Logo, a telenovela se tornou um lugar na busca por compreender as diferenças culturais, geográficas, econômicas e até mesmo políticas no discurso de nação.

A partir do sucesso das telenovelas, redes e produtores nacionais foram capazes de se expandir, apesar da competição com as gigantes da televisão estadunidense e a falta de financiamento direto do Estado. Enquanto o cinema na América Latina raramente tem sido capaz de se sustentar industrialmente, devido à concorrência com Hollywood, geralmente requerendo investimento e proteção direta do Estado, a televisão passou por um desenvolvimento no qual a telenovela assegurou o mercado nacional e tornou possível a exportação (LOPEZ, 2002).

No mesmo grau em que a telenovela foi ativada a serviço de projetos de construção da nação, ela foi usada para vender a nação, isto é, imagens específicas da nação. Contudo, exportar a nação é um empreendimento complexo, pois o que é popular e/ou bem-vindo dentro de uma nação nem sempre é o que será compreendido e apreciado fora dela. Assim, o espectro nacional contemporâneo da produção de telenovela é complicado pelo contraditório desejo de identificação/representação/mediação nacional e estratégias de exportação (*marketing*) que exigem, no mínimo, a aceitabilidade pan-latino-americana, seja ela em territórios da América Latina ou não (LOPEZ, 2002).

Todavia, o crescimento constante das exportações de telenovelas tem sido possível, através do jogo dentro do campo da diegese entre a distinção da obra, incluindo marcadores “nacionais” em termos de estilística, temática, cenários e técnicas, mas mantendo um alto grau de transparência em sua codificação narrativa.

Esta transparência narrativa tem sido facilitada pelo recurso de,

[...] temas “universais” e padrões de enredo, juntamente com a repetição de cenas individuais através de flashbacks e redundância semiótica, de modo que um único sentimento ou idéia tende a ser transmitido em várias “faixas” de enunciação, e personagens e cenários são identificados tanto por temas na faixa musical quanto por diálogo e figurino.

Isto tem permitido sua decodificação por uma ampla gama de espectadores. A telenovela, portanto,

[...] não é apenas um lugar no qual as tensões entre o nacional, o local e o global se articulam e se manifestam: é também uma ponte comunicativa que une os espectadores através das esferas nacionais, regionais ampliadas e globais de transmissão e recepção, trabalhando para moldar novas comunidades culturais e interculturais (BENAMOU, 2009, p.152).

Nesse sentido, nos EUA, em um cenário ainda mais híbrido de nação, onde não há coincidência entre nação e Estado, a telenovela está sendo produzida a partir de características e exigências específicas do mercado de língua espanhola. O mercado hispânico, como o voto hispânico, foi por muito tempo considerado um “gigante adormecido”, um sonho de grandes coisas para comemorar no ano 2000 (LOPEZ, 2002).

Logo, o mercado “hispânico” dos EUA é uma arena em que as empresas de radiodifusão de orientação global estão buscando se inserir, sendo uma das estratégias, a domesticação, ou seja, a anglicização da telenovela. Com isso, o ambiente tornou-se altamente competitivo devido ao interesse das empresas estadunidenses em adaptar e criar programas que tenham uma sensação de telenovela, usando a televisão para experimentar a forma narrativa e a estética digital, incluindo formatos de alta definição (BENAMOU, 2009).

2. O BOOM LATINO: ENTRE PROMESSA E AMEAÇA

Na década de 1980 os ideais neoliberais se assentam nos EUA, intensificando a relação binária entre comerciantes e consumidores, que já permeava o campo da sociedade civil, na qual as noções de cidadania e direitos civis passam atravessadas pelo consumo de modo mais evidente (MORALES, 2018). Esse período alterou processos de formação de identidade e pertencimento de diversas comunidades marginalizadas, entre eles a população latina.

À medida que um novo segmento da população latina se instalava nos EUA, o cerne da identidade passou a ser cada vez mais definido pela inserção no mercado de bens de consumo, e a lógica do pertencimento e cidadania passaram a ser definidas por corporações, substituindo a interação entre os cidadãos e o governo (MORALES, 2018). Portanto, “em um movimento gradual, a representação da mídia tornou-se uma parte significativa da representação política, e a essência da ideologia política latina tornou-se cada vez mais derivada da alma corporativa” (MORALES, 2018, p. 187). Os latinos passaram a ser comercializados e se construiu um fenômeno bifurcado em que permaneciam sendo a ameaça, que sempre representaram ao “*melting pot*”, mas, também tornaram-se uma promessa futura, de mercado (DÁVILA, 2002).

A população dos EUA cresceu em 23,1 milhões de 2010 a 2021, e os hispânicos foram responsáveis por 52% desse aumento - uma parcela maior do que qualquer outro grupo racial ou étnico (KROGSTAD *et al.*, 2022). Entre 2019 e 2020, o consumo dos latinos, que equivalem a aproximadamente 18% da população, cresceu três vezes mais rápido em relação ao consumo de não latinos. Mais da metade dos cerca de 13% (\$2,8 trilhões) que a população latina representa no total do Produto Interno Bruto estadunidense, que somou \$21,06 de dólares em 2020, é constituído pelo consumo dessa população (LATINO DONOR COLLABORATIVE, 2022).

Uma das características da população latina que ameaça a constituição social dos Estados Unidos, como um país que se define como branco, anglo-saxão e protestante, é a fé católica que os imigrantes trazem consigo. Entre 2007 e 2015, a proporção de católicos hispânicos nos EUA cresceu 5%, de 29% para 34%, enquanto a porcentagem de católicos em toda a população cresceu 3%, de 12% para 15%. Sendo que 43% dos latinos que se identificam como católicos

possuem entre 26 e 40 anos, uma faixa etária de consumidores muito visada (LIPKA, 2015).

Essa bifurcação, entre promessa e ameaça, é a representação da maneira como o neoliberalismo moldou a política global e dos EUA no final do século XX e início do século XXI. As políticas de livre comércio resultaram na criação de uma competição por mão de obra, impulsionando a imigração de trabalhadores com salários mais baixos, ao mesmo tempo que houve o encolhimento do mercado de trabalho doméstico. Tal processo transformou os imigrantes, sejam eles documentados ou não, em bodes expiatórios para a redução e precarização das vagas de trabalho, embora a fuga de capitais e a automação tenham sido os principais culpados das dificuldades que os trabalhadores estadunidenses passaram a enfrentar (MORALES, 2018).

Para os latinos, como já tratamos antes, não é novidade serem vistos como uma ameaça, tais estereótipos remontam ao início do século XIX, com a imagem dos mexicanos como "bandidos". Porém, houve um breve período, durante a Política de Boa Vizinhança, na Segunda Guerra Mundial, em que houve a formação de uma imagem latina mais positiva. Naquele momento os EUA se aproximaram dos países da América Latina os reconhecendo como "amigos", tanto na esfera geopolítica quanto midiática, com o objetivo para combater as aproximações dos países da região com a Alemanha nazista (CORTÉS, 2018).

Essa postura "positiva" mudou na era pós-guerra, quando o cinema estadunidense passou por um período de introspecção sobre os males sociais dos EUA, logo, os latinos voltaram para seus antigos papéis de delinquência (saíram apenas da representação no Velho Oeste), e passaram também a se serem responsabilizados pela criminalidade urbana (PÉREZ, 2018). Com a chegada da década de 1980, a precarização e o enfraquecimento do papel do Estado, por todo o continente americano, trouxeram para os EUA um novo segmento da população latina, de uma gama mais diversificada de origens nacionais, para além dos mexicanos. Logo, os latinos, sejam imigrantes ou não, foram inseridos em uma narrativa da "Guerra às Drogas", semelhante à usada contra os afro-americanos, o que acabou por colaborar com o encarceramento em massa dessas populações (RODRIGUEZ, 2018).

No início dos anos 2000 os EUA foram moldados por preocupações com a segurança nacional e foco do imaginário de um inimigo nacional se voltou

para outras terras, para Oriente Médio. Neste mesmo período, houve um aumento da imigração mexicana e centro-americana significativa para o sul dos EUA, em grande parte impulsionada pelas mudanças regionais causadas pelo Acordo de Livre Comércio da América do Norte. Nesse sentido, o estereótipo latino predominante passou a ser uma concepção de latinos como estrangeiros, ignorantes, falantes ruins de inglês, recém-chegados, empregados domésticos e trabalhadores braçais (MORALES, 2018).

No decorrer da década, latinos foram rotulados como ameaças, sob suspeita de trazer drogas, doenças, criminalidade e por manterem uma presença cultural que se recusa a assimilar. Mas, ao mesmo tempo, os novos imigrantes constituíram um grupo de consumidores em potencial altamente desejável, além de serem uma mão de obra menos ameaçadora que a nacional sindicalizada (MORALES, 2018). A dualidade entre ameaça, enraizada culturalmente, e promessa, de uma população de ascensão econômica, dificulta para os programadores de mídia resolverem o complexo quebra-cabeça de atrair e atender ao público latino. Em parte, porque o núcleo da identidade latina é uma multiplicidade de perspectivas raciais, o que gera uma divergência em relação aos discursos raciais binários dos Estados Unidos. Sendo assim,

[...] os latinos são continuamente reformulados como autênticos e comercializáveis, mas, em última análise, como um componente estranho, e não intrínseco, da sociedade, da cultura e da história dos EUA, sugerindo que a crescente visibilidade das populações latinas é paralela à expansão das tecnologias que as tornam exóticas e invisíveis (DÁVILA, 2001, p.4).

A representação torna-se complexa pela fluidez do idioma e pela experiência "etnoracial", que combina a marginalização tanto da cultura, quanto da racial e o questionamento da cidadania. Além da autoidentificação com mais de vinte culturas nacionais diferentes, que torna os mecanismos de *marketing*, como construção do perfil do consumidor, difíceis, se não irrelevantes diante tamanha diversidade (MORALES, 2018).

Logo, a abstração das variações étnico raciais da equação induz os profissionais de mídias a sinalizar seu direcionamento por meio de marcadores óbvios, como o uso do idioma espanhol, e outros mais sutis, incluindo tons raciais intermediários, como afetações emocionais e até mesmo modos de vestir e consumo de alimentos. Assim, em resposta ao seu crescimento exponencial, os latinos foram

inventados como uma categoria de *marketing* totalizante que celebra a família, a espiritualidade e a tradição: um novo estereótipo para combater o antigo e mais ameaçador (MORALES, 2018).

A produção sobre latinos, realizada pelos operadores de mídias, como facilmente digeríveis e comercializáveis, nos revela os processos contemporâneos de formação de identidades e de como as noções de lugar, nação e raça que estão em jogo nos Estados Unidos influenciam essas representações. Esses processos são evidenciados nos discursos de autenticidade delineados para defender a existência e a lucratividade dos hispânicos como um mercado legítimo e, portanto, comercialmente valioso. O principal desses discursos é a promoção dos latinos como uma "nação dentro de uma nação", com uma cultura, um *ethos* e um idioma exclusivamente distintos (DÁVILA, 2001).

Nesse sentido, para Yúdice, Miami é única cidade nos Estados Unidos, na verdade, em todas as Américas, em que é possível surgir uma identidade latina generalizada "os novos imigrantes que chegam a Miami não se ajustam nem ao paradigma assimilacionista, nem às políticas identitárias, familiares aos estudiosos americanos de raça e etnia" (YÚDICE, 2006, p. 279), pois é um lugar onde a condição do latino "está menos arraigada a uma identidade específica ou de minoria" (YÚDICE, 2006, p. 280.)

2.1 MIAMI: A HOLLYWOOD DA AMÉRICA LATINA

[...] Miami é a terra prometida para os latino-americanos. Em Miami você desfruta dos costumes latinos combinados com a organização americana. Você tem instalações para trabalhar ao ar livre, há apoio do governo para obter permissão para trabalhar na praia, eles lhe dão polícia, segurança e apoio. Além disso, não é apenas uma cidade valiosa do ponto de vista cênico, mas uma cidade limpa e organizada. As locações em Miami são importantes para a produção, não apenas por seu valor cênico, pelas cenas de praia, com barcos a vela ao fundo, mansões; mas também porque quando telenovela é vista na América Latina, as pessoas que estiveram em Miami se identificam com as locações e, para aqueles que não estiveram em Miami, esses locais fazem parte de seus sonhos (SCHWARZ apud MATOS, 2002, p.201-202).

Até por volta do meio do século XX, a única coisa que as pessoas associavam a Miami era o alto fluxo de turistas que buscavam a cidade para fugir

das baixas temperaturas dos estados mais ao norte do país. No entanto, a partir dos anos 60, Miami ganhou títulos como “Havana, EUA”, “Porta de entrada para as Américas” e “Capital da Cultural da América Latina”, se referindo tanto ao seu grupo populacional dominante, os imigrantes cubanos, quanto ao seu importante papel no comércio dos EUA com a América Latina (ALBERTS, 2016).

Existem duas considerações centrais para compreender a rápida e ampla transformação de Miami, tornando-a um caso único nos Estados Unidos. Primeiro, ao contrário de lugares como Nova York e Los Angeles, Miami não é uma cidade tradicional de imigração, ela não estava em uma posição elevada na hierarquia urbana dos EUA. Jamais havia recebido qualquer imigração em grande escala da Europa ou de outros locais antes do final da década de 1950. Desse modo, em segundo lugar, quando a imigração em massa começou, ela ocorreu de uma forma incomum. Isso porque os migrantes cubanos, em sua maioria, eram de classe média, majoritariamente brancos e com níveis altos de educação. E ao serem considerados refugiados, por terem vindo de um país comunista, em plena Guerra Fria, foram acolhidos calorosamente pelo governo¹⁴ (NIJAM, 1996).

Miami ganhou mais protagonismo, quando o Estado passou a injetar bilhões de dólares na comunidade de exilados cubanos na cidade, a fim de transformá-la em uma vitrine de sucesso de imigração, diante dos cubanos economicamente estrangulados que permaneceram em sua ilha. E também, uma vitrine para outras minorias dos EUA, em um momento em que estavam sendo atraídas para a crítica marxista e anti-imperialistas nas décadas de 1960 e 1970 (NIJAM, 1996; YÚDICE, 2006).

A partir dos anos 1980, outros imigrantes latinos também começaram a se estabelecer na área de Miami. Os nicaraguenses, primeiro fugindo do regime sandinista e da guerra civil que se instaurou no país, fizeram de Miami o maior assentamento nicaraguense nos Estados Unidos. Por sua vez, na década de 1990, os colombianos que fugiam da Guerra às Drogas, e peruanos e venezuelanos que buscavam refúgio das incertezas políticas de seus países, passaram a residir em Miami. Ou seja, após cada crise na América Latina, a população latina de Miami crescia (STEPICK *et al.*, 2003).

A transformação demográfica de Miami, especialmente desde o final

¹⁴ A recepção calorosa do governo em relação aos cubanos, incluía, uma emissão, quase automática, do *Green Card* (NIJAM, 1996).

da década de 1980, tende a ser retratada em uma imagem confusa. Ao mesmo tempo em que ela é celebrada como um caso multicultural de sucesso, projetada como uma cidade de empresários, profissionais e celebridades latino-americanas bem-sucedidas, também é uma cidade de imigrantes desamparados, frequentemente negros, sofrendo com processos constantes de gentrificação de seus bairros, sendo mais afastados dos benefícios do *status* de “não minoria” que os latinos brancos usufruem na cidade (YÚDICE, 2005).

Como forma de preservar espaços na nova dinâmica de poder, nas instituições da cidade, amplamente subscrita pela cultura latina, as elites brancas não hispânicas adotaram o multiculturalismo como modo de contornar os conflitos étnicos, a inclusão latina como justificativa para desconsiderar às demandas dos afro-americanos e afro-latinos, que eram excluídos da prosperidade crescente que as novas indústrias de comunicação e entretenimento trouxeram à cidade (YÚDICE, 2006).

No entanto, em Miami não se vivenciava o mesmo multiculturalismo do resto do país, que em geral, buscava diminuir a ênfase nas diferenças locais e criar uma identidade universal ou global utópica, menos dependente das culturas étnicas tradicionais e unida por tendências "étnico-raciais" superficiais na moda, arte e música (MORALES, 2018). O *boom* do entretenimento com sotaque latino, carregou os traços dos discursos de mestiçagem e hibridez cultural latino-americanos para o discurso de identidade multicultural dos Estados Unidos (YÚDICE, 2006):

As alegações latino-americanas de daltonismo se baseiam no mito da mestiçagem. A identidade nacional em muitos países latino-americanos desde o final da década de 1920 e início da década de 1940, tinha como premissa uma cidadania cultural identificada com um sujeito racialmente híbrido. Fernando Ortiz, o mais conhecido estudioso cubano da cultura afro-cubana, defendeu o abandono do conceito de raça em favor da noção de "transculturalização". Nos países onde essa transculturalidade esteve presente, a identidade mestiça transculturada era aceita pelos brancos, e pela maioria das pessoas racialmente misturadas, os negros tiveram dificuldade em reivindicar tratamento igualitário com base na raça e eram frequentemente acusados de racismo, até mesmo por levantar a questão. [...] a mestiçagem, presumivelmente incluía todos como membros da nação, mas não necessariamente como beneficiários dos privilégios da cidadania (YÚDICE, 2005).

No caso de Miami, as reivindicações de cidadania são baseadas na cultura. O conceito de "cidadania cultural" foi desenvolvido para se referir aos vários

processos pelos quais os grupos se definem, formando uma comunidade, unindo forças, para reivindicar espaço e direitos sociais. Para tal, é necessária uma ética de discriminação positiva que permita a grupos unidos por certos traços sociais, culturais e físicos relacionados de participar das esferas públicas e na política, precisamente com base nessas características (FLORES, 2003; ROSALDO, 1993).

É nesse espaço que os grupos podem se "imaginar" e se organizar para postular demandas à sociedade. Contudo, apesar do caráter positivo do conceito quando pensamos na conquista de direitos de minorias, ele pode se tornar um escudo para que não haja o reconhecimento das diferenças, das desigualdades de direitos e das especificidades de reivindicação de grupos menores. E é nesse sentido, que os setores de entretenimento, turismo e de desenvolvimento de Miami absorveram e lucraram com um discurso de cidadania cultural (YÚDICE, 2005).

Paralelo a esse processo, há que se destacar que desde o final da década de 1980, as indústrias de telenovelas de vários países latino-americanos, mas particularmente do México, Brasil, Venezuela, Colômbia, Peru e Argentina, experimentaram uma importante expansão transnacional. A maioria das empresas líderes do setor abriram escritórios no exterior para facilitar tanto a venda, quanto a distribuição e Miami foi a principal localização escolhida (MATO, 2002).

Na cidade, também está a sede de dois dos maiores canais de televisão dos EUA com a programação toda em espanhol, Univision e Telemundo. Miami apresenta diversas vantagens para a produção e distribuição televisiva, pois há uma localização geoespacial privilegiada em relação aos dois continentes. Ao somar a presença forte de mídias latinas às movimentações históricas, em termos demográficos e linguísticos, Miami se tornou uma cidade latina cosmopolita dentro dos Estados Unidos, ganhando assim a alcunha de "Hollywood da América Latina" (SINCLAIR, 2003).

Porém, qualquer comparação literal com Hollywood pode ser descartada, já que o polo de entretenimento de Los Angeles refere-se ao cinema como meio, enquanto toda a ação em Miami gira em torno da televisão, principalmente do gênero telenovela. As vantagens comparativas de que Hollywood desfruta na indústria cinematográfica mundial são bem conhecidas, dando aos Estados Unidos um domínio sobre o cinema nacional e internacional, uma influência muito maior do é possível exercer a partir do campo da televisão (SINCLAIR, 2003).

Em alguns outros sentidos, a Hollywood, da telenovela, pode ser

vista como equivalente cultural de Hollywood, do cinema. Seus produtos são comercialmente rentáveis e exportáveis, possui seu próprio *star system*, para escritores, diretores e atores. E o fator mais importante: suas produções são a expressão de culturas nacionais e pan-regionais, um meio pelo qual seu público pode se reconhecer no mundo (LÓPEZ, 2001; SINCLAIR, 2003).

Entretanto, a tendência de transnacionalização do consumo das telenovelas não implica na desterritorialização por completo. Para a indústria alguns fatores territorialmente definidos têm crescido em importância, ao mesmo tempo que outros são apagados ou transformados, um constante processo de territorializações, desterritorializações e reterritorializações (MARTÍN-BARBERO, 2004). A exportação exige equilíbrio, já que as telenovelas são produzidas primeiro para os mercados locais, em que os custos serão cobertos pela receita publicitária nacional.

A exportação é um bônus, de um valor longe de ser insignificante, e portanto, perseguido de forma cada vez mais consciente e sistemática (MATEO, 2002). Este modelo de produção televisiva está criando uma nova identidade latina hemisférica moldada pela mídia, que busca atrair audiências regionais e globais com base em características socioculturais regionais específicas, mas moldadas pelas demandas do mercado hispânico dos EUA (PIÑÓN, 2014).

A razão pela qual as telenovelas estão tendo tanto sucesso em Miami não é só que Miami se tornou o ponto de encontro dos latino-americanos nos Estados Unidos, mas também porque as pessoas estão interessadas em preservar suas raízes e em Miami a televisão é feita para os latino-americanos que vivem nos Estados Unidos.... As pessoas gostam do que vem de seu país de origem, mas se identificam mais com o que é produzido especialmente para eles aqui. É também uma forma de impregnar este país com um pouco da nossa própria cultura (ROMERO apud MATOS, 2002, p. 208).

No entanto, a produção “local” e/ou culturalmente atraente para o mercado hispânico dos EUA é um desafio, sobretudo, devido a três qualidades demográficas distintas que definiram o mercado. Primeiro, é de natureza transnacional e multicultural, compreendendo um conjunto diferente de grupos étnico-nacionais da América Latina, Caribe e Península Ibérica, com diferentes histórias de imigração, classes sociais, denominações religiosas, competências linguísticas e raízes culturais (PIÑÓN, 2014).

Em segundo lugar, historicamente, a maioria da população latina é

composta por descendentes de mexicanos, cerca de 63% em 2010, enquanto o restante está fragmentado entre os outros grupos nacionais. Logo, o fato de os mexicanos constituírem o maior grupo hispânico nos EUA, moldou as decisões acerca de produtos culturais destinados aos latinos, gerando a necessidade de incluir conteúdo feito no México, com atores¹⁵ e narrativas familiares a essa população específica. Por último, em terceiro, há a diferença de processos de aculturação e assimilação entre imigrantes de primeira, segunda e terceira geração, que muitas vezes dividem essa população por competências linguísticas (PIÑÓN, 2014).

Neste contexto latino dos EUA, o “local” é caracterizado por sua natureza transnacional, multicultural e principalmente bilíngue. O Censo criou o rótulo hispânico, que foi posteriormente traduzido por profissionais de *marketing* e a indústria de mídia em um pan-latinidade mercantilizada em que as singularidades dos diferentes grupos foram desnacionalizadas e então reconstituídas como um público homogêneo (DÁVILA, 2001; RODRIGUEZ, 1999).

Assim, o local como modelo para o mercado hispânico dos EUA, que em si já é uma matriz complexa de elementos étnico-nacionais e apelo cultural, é reproduzido através desta pan-latinidade hemisférica que é fabricada pelas vantagens socioculturais, linguísticas e econômicas decorrentes das redes de produção encontradas em Miami (PIÑÓN, 2014).

2.2 EXPORTANDO FORMATOS: UGLY BETTY ABRE AS FRONTEIRAS PARA JANE THE VIRGIN

A ascensão da internet e das novas tecnologias de comunicação, como discutido anteriormente, provocou o processo de fragmentação da audiência, resultando em novas possibilidades de televisão a cabo e *streaming* de vídeo digital, que trouxe os números de audiência, das principais redes dos EUA, para seus níveis mais baixos da história. Tornando ainda mais difícil, para os executivos das redes, encontrarem programas com a fórmula certa para atrair mais espectadores (LOTZ, 2014).

¹⁵ Em JTV o ator mexicano de telenovela Jaime Camil, foi convidado para interpretar, o pai de Jane e ator de telenovena, Rogélio de la Vega.

Em termos de audiência, latinos são responsáveis pela compra de 25% de ingressos de cinema, além de ser uma população jovem, que 60% possuem entre 18 e 34 anos (NEGRÓN-MUNTANER *et. al.*, 2014), uma faixa etária cobiçada entre os produtores de mídias. Emissoras como a CW, responsável pela transmissão de JTV (2014), posicionam essa intersecção de idades como definidora do seu público-alvo (AL-GHAMDI, 2022). Conforme indicamos antes, nos anos 2000 a população latina foi reconhecida como a maior minoria da população, logo, começou a se debater na indústria, principalmente na imprensa especializada, a ideia de que trazer telenovelas para a televisão de língua inglesa aumentaria a audiência, atraindo hispânicos de segunda e terceira geração (PINEDA e SOWARDS, 2011).

As telenovelas podem entrar em mercados externos de três maneiras. Como produção original no idioma original e como produção original para dublagem em mercados estrangeiros, ambos são chamados no setor como programas *canned*, ou seja, “enlatadas”, são exportadas prontas para o consumo. Ou, ainda, podem ser importadas, como um “formato”, que é então interpretado e reproduzido em uma nova cultura (MILLER, 2010).

As telenovelas “enlatadas” tendem a se sair particularmente bem entre as nações que compartilham um mercado geolinguístico ou afinidade cultural, assim como nas nações mais pobres, países mais ricos tendem tolerantes com as produções importadas, devido à capacidade de produção própria. Já os “formatos” são populares porque permitem o máximo de personalização e localização no mercado doméstico, mas também são significativamente mais caros quando os custos de produção são considerados (MATOS, 2002; MILLER, 2010).

Embora o público nos EUA já tenha experienciado casos de sucesso de versões domésticas de formatos importados, como por exemplo, *The Office* (2005) e *American Idol* (2002), apenas para citar dois exemplos, as principais redes não costumam demonstrar interesse em adaptar ou refazer um texto televisivo latino-americano. No entanto, em um caso inédito na televisão estadunidense, em 2006, a rede ABC lançou *Ugly Betty*, série baseada na telenovela colombiana *Yo soy, Betty la Fea*, exibida entre 1999 e 2001 (PIÑÓN, 2011).

A telenovela teve grande sucesso em toda a América Latina, e, inclusive, nos Estados Unidos, onde foi transmitida pela rede de língua espanhola Telemundo. Apesar de as novelas latino-americanas já terem sido dubladas e exportadas anteriormente, o sucesso sem precedentes de *Betty la Fea* desencadeou

uma febre de *remakes* e adaptações em todo o mundo (PIÑÓN, 2011).

As teorias sobre a popularidade das telenovelas se concentraram nos seus elementos narrativos que constituem arquétipos com popularidade universal e atemporal. No entanto, as telenovelas não são populares apenas porque são como "contos de fadas" ou porque o público se identifica com seus protagonistas. A popularidade dos arquétipos deve-se a apresentação do conteúdo localmente identificável e universalmente atraente em produções ricas em melodrama e humor, o que torna os roteiros eminentemente acessíveis, e as exibições diárias tornam a fidelização do espectador extremamente alta (BENAMOU, 2009; MILLER, 2010).

Esses mecanismos apontam para uma compreensão da telenovela como uma combinação de elementos universalmente atraentes: os enredos melodramáticos e humorísticos, com elementos personalizáveis, e os personagens e os cenários físicos, relacionais e sociais. A crescente popularidade global da importação de "formatos" em oposição às vendas de programação original "enlatada" se dá devido ao fato de que os formatos são "culturalmente específicos, mas nacionalmente neutros" (WAISBORD, 2004, p. 368). Por exemplo,

Na Colômbia, Betty é uma assistente inteligente, porém pouco atraente e fora de moda em uma grife de Bogotá, com franja oleosa, aparelho nos dentes, óculos grandes demais e sobancelha única, que acaba conquistando o coração de seu chefe sofisticado e mulherengo. Na Índia, ela se chama Jassi, uma jovem doce, desajeitada e peculiar, de óculos, oriunda de uma classe média simples, que sobe na hierarquia de uma grife de Mumbai, ao mesmo tempo em que nutre uma paixão profunda e, por fim, correspondida por seu chefe playboy. Na Alemanha, ela é uma mulher honesta e ligeiramente gordinha chamada Lisa, conhecida por seus óculos, cabelo crespo e aparelho nos dentes, que se muda de seu vilarejo para trabalhar em uma grife de moda em Berlim, passando de assistente a chefe da empresa. No final, Lisa também se casa com seu arrojado chefe. A mesma personagem chegou em 2006 aos Estados Unidos na forma de Betty, uma assistente sem estilo, mas excessivamente competente, em uma revista de moda em Nova York. Assim como Lisa, Jassi e a colombiana Betty, a americana Betty tem uma franja pouco atraente, aparelho nos dentes e óculos de plástico, além de um senso de estilo que pode ser descrito educadamente como datado (MILLER, 2010, p. 198 - 199).

Em outras palavras, o formato contém valores culturais e arquetípicos nos níveis mais amplos, que podem ser adaptados para os contextos dos países onde será reproduzido usando atores e cenários mais familiares ao público (MATOS, 2002).

A popularidade doméstica é o pré-requisito para a exportação para

que os programas “enlatados” sejam bem-sucedidos no mercado internacional. Para que um “formato” originalmente produzido na América do Sul seja considerado pelas redes de língua inglesa dos EUA, ele deve ser comprovadamente bem-sucedido em uma série de mercados mais difíceis. Depois de comprovar o sucesso em mercados que já são grandes consumidores de telenovelas, como Equador, México e Israel, *Yo soy Betty, la Fea* avançou para mercados menos seguros, como China e Japão, nos quais o programa continuou a ser bem-sucedido (MILLER, 2010).

Antes de receber o aval para ser produzida, a adaptação gerou a desconfiança se uma telenovela poderia se traduzir, com sucesso, para um formato que se adequaria ao mercado nacional. Em um primeiro momento, não se sabia ao certo qual gênero narrativo seria predominante em *Ugly Betty*, os produtores constantemente enquadram a adaptação como uma comédia e, eventualmente, como um drama. Entretanto, sempre ressaltaram enfaticamente que não seguiria a estrutura de telenovela ou teria seus tons melodramáticos (PIÑÓN, 2011).

Essa aversão à telenovela pode ser explicada pela teoria de Martín-Barbero (1997) sobre o gênero narrativo. O gênero pode ser entendido como uma forma de ativar a competência cultural da televisão e seus modos de organizar as diferenças sociais que atravessam o meio. Opera como formação discursiva na qual todos participantes envolvidos em sua produção, distribuição, promoção e consumo produzem e reproduzem um conjunto de valores, normas e regras específicas expressas dentro da indústria através de expectativas historicamente fundamentadas (PIÑÓN, 2011). E o melodrama, para Martín-Barbero (1997), como demonstrado no capítulo anterior, é o gênero televisivo mais expressivo na América Latina, porque é o mais aberto às formas de viver e sentir de sua população.

A produção *Ugly Betty* usou da estratégia de importação de narrativas populares para se aproximar do público latino, ao mesmo tempo em que destacou a resistência a uma produção etnicamente marcada na televisão convencional. Para os produtores, latinos seriam presumivelmente atraídos pelo fato de o programa ser um *remake* de uma telenovela e pela grande composição latina do elenco, sem a necessidade de fazer uso do melodrama tradicional da telenovela para gerar identificação (AVILA-SAAVEDRA, 2010).

É importante, então, definir algumas outras diferenças entre a versão estadunidense de *Betty* e a novela original. Várias convenções estruturais do gênero telenovela estão ausentes em *Ugly Betty*, e também em JTV, por se apresentarem

ao público estadunidense no formato de série. As telenovelas são transmitidas cinco noites por semana, enquanto a série é um programa semanal. Com histórias muito mais limitadas com começo, meio e fim, as telenovelas tendem a durar ininterruptamente de seis meses a um ano. Já as séries seguem o sistema de temporada das redes estadunidenses, o que significa que o programa retornará com novas temporadas, desde que tenha uma audiência lucrativa. E embora as séries, assim como as telenovelas, tenham um formato serializado onde as subtramas se estendem ao longo das temporadas, geralmente não há “grande arco de história” ou um fim narrativo à vista (AVILA-SAAVEDRA, 2010).

A comparação entre *Jane the Virgin* com *Ugly Betty* é inevitável, pois, além de serem as duas únicas adaptações de telenovelas a ir ao ar na televisão estadunidense, JTV é a segunda comédia dramática familiar latina do produtor executivo Ben Silverman (PIÑÓN, 2011). Ao buscar formatos na América Latina, Silverman afirma procurar “conexões que também funcionariam para o público hispânico dos EUA.” Com *Jane The Virgin*, Silverman declarou que buscou uma oportunidade de se conectar com esta audiência especificamente, mas através de um ponto de vista que seria aspiracional para o mercado em geral. Na adaptação de JVT não seria preciso manter, necessariamente, elementos latinos para ter sucesso, mas sentiu “que com esses elementos, haveria uma chance de contar a história de forma mais específica e verdadeira” (ITZKOFF, 2014, p.1).

Podemos apontar algumas diferenças entre as duas dramédias¹⁶. Entre elas, está o trajeto realizado até chegar aos EUA. *Yo soy Betty, la Fea* foi exportada para diversos países tanto como produto “enlatado”, quanto como formato, antes de ser adaptada para tornar-se *Ugly Betty*. Enquanto *Jane the Virgin* foi a primeira adaptação da telenovela *Juana la Virgen*. O formato, com a premissa de uma jovem virgem inseminada artificialmente por acidente, foi adaptado na Coreia do Sul e na África do Sul, no entanto, o produto tomado como referência, como “original” é *Jane The Virgin*, e não *Juana la Virgen* (ARAMBULO, 2023; WHITTOCK, 2022). *Ugly Betty* provou que Silverman era capaz de adaptar “formatos” latino-americanos para o público estadunidense, permitindo assim que JTV pudesse ser desenvolvida com mais facilidade.

¹⁶ Dramédia é um gênero híbrido, que propõe a fusão do drama com a comédia. Busca lidar com “emoções similares e ao mesmo tempo distantes conforme o contexto, como o choro e o riso, a partir de imagens, sons e a junção destes dois elementos numa narrativa ficcional” (DA SILVA e JHON, 2015).

Como produto de mercado, *Jane The Virgin*, assim como *Ugly Betty*, segue a tendência televisiva, já discutida no decorrer do trabalho, que busca atrair a população latina dos EUA como público. No entanto, como produto sociocultural, Jane, em JTV, do mesmo modo que Betty, em *Ugly Betty*, fala um inglês perfeito e sem sotaque:

São mulheres de terceira ou segunda geração, com mentalidade de classe média, que perseguem seus sonhos de ascensão social por meio do aperfeiçoamento profissional, baseado na disciplina, no trabalho árduo e na inteligência. Através das três gerações de Villanueva, Jane the Virgin consegue apresentar uma genealogia das representações latina/o através de diferentes abordagens tomadas sob um tropo seguro: a família Latina/o semelhante à forma como a família Suarez foi apresentada em *Ugly Betty* (PIÑÓN, 2017, p.1).

Jane The Virgin, se diferencia de *Ugly Betty*, sobretudo, por não conduzir a narrativa através de colisões culturais, não evidenciando a latinidade via contexto de “peixe fora d’água” (STANLEY, 2015). JTV não só dá visibilidade à comunidade latina, mas também a torna seu ponto de vista dominante por meio de diversos personagens latinos multidimensionais dentro da narrativa, além de incorporar referências culturais fazendo uso dos códigos de construção narrativa provenientes da telenovela (COLIN, 2021).

O afastamento de latinidade da personagem de Betty, pode ser vista na fala de America Ferrera, a atriz que interpreta a personagem principal de *Ugly Betty*. A série “não era sobre ela ser latina” e essa teria sido a razão do seu sucesso, pois “poderia ter sido exatamente o mesmo show com um personagem de uma raça diferente”, acrescenta Ferreira (ITZKOFF, 2014, p.1). Para “tirar” a latinidade de Betty seria necessário excluir apenas um núcleo, o da família Suarez, que é responsável por demarcar Betty como latina. A família, como já apontado anteriormente, é um tropo que tem sido tradicionalmente usado como uma receita segura para apresentar uma latinidade não ameaçadora (PIÑÓN, 2017).

A família de Betty tem o papel de desempenhar uma dupla função: como fonte de indícios de identidade, em busca de identificação com a audiência latino-americana, e como fonte de informações para a maioria branca, que compõem o público do programa. Para tanto, é interessante notar que a série se baseia em estereótipos culturais e étnicos comuns para representá-los: “eles valorizam a família acima de tudo. Sua casa no Queens é repleta de iconografia religiosa. Eles dão muita importância à comida e comem principalmente comida mexicana. Eles gostam

de música e todos dançam bem” (AVILA-SAAVEDRA, 2010, p. 138)

Em JTV, também vimos uma forte inter-relação entre latinidade e família, entretanto, as dinâmicas intergeracionais são parte intrínseca da narrativa. Gina Rodriguez, que interpreta Jane, afirma que quando leu o roteiro pela primeira vez, pensou na série como "a representação mais autêntica e genuína" de uma família hispânica que ela havia visto na televisão, cujos traços culturais são aparentes sem serem óbvios e exagerados (ITZKOFF, 2014, p.1).

Rodriguez completa: "pela primeira vez, eu estava lendo um roteiro em que não estavam falando sobre minha etnia", a atriz se sentiu assim, porque "não estavam colocando uma bandeira porto-riquenha no meu ombro. Não estavam colocando um taco na minha mão" (ITZKOFF, 2014, p.1). De fato, a etnia latina dos personagens de JTV não é nomeada ou explicitada através de uma nacionalidade específica, são necessários alguns episódios para a audiência saber sobre a origem venezuelana da família Villanueva. E as referências culturais não são resumidas por uma culinária específica, elas são simbolizadas através da telenovela e da religião católica, ambas estão presentes como elementos constituintes da narrativa, não podendo ser substituídas, como veremos no próximo capítulo.

Dessa maneira, é possível questionar o que mudou para que fosse possível uma produção intrinsecamente latina, quando comparamos com *Ugly Betty*. Para Silverman a resposta é que “desta vez, há muito mais apetite” (STEEL, 2015). Isso porque, como afirmamos anteriormente, na última década os latinos se consolidaram como a minoria que mais cresce nos EUA, representando mais da metade do crescimento da população em geral. Logo, houve um aumento significativo na busca desse grupo de se identificar com os personagens que assiste, pois cerca de 56% dos hispânicos dizem que é mais provável que continuem assistindo a um conteúdo quando ele apresenta alguém de sua base identitária (NIELSEN, 2022).

Assim, neste contexto, formou-se um cenário em que a aposta em um produto cultural em que mais da metade do elenco é constituído por personagens e atores latinos, como *Jane The Virgin*, tornou-se muito mais segura e garantida.

3. JANE THE VIRGIN: UMA CARTA DE AMOR PARA AS TELENOVELAS

O primeiro episódio de *Jane The Virgin*, se inicia com uma tela branca com um cursor de texto piscando, como se fosse uma página em branco esperando para contar uma história. Vemos a palavra “prólogo” sendo digitada na tela do computador com a fonte Courier New, nos remetendo à escrita de um roteiro ou de uma máquina de escrever.

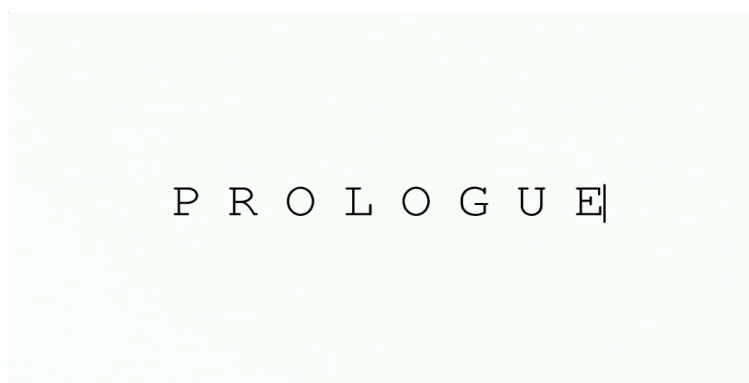


Figura 2 - Tela inicial do episódio piloto

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

A tela com o texto se mescla com um *zoom out*¹⁷ de uma flor branca, uma gardênia jasmim. Em *voice over*¹⁸ escutamos “Nossa história começa 13 anos e meio atrás”. Seguindo na primeira pessoa do plural, o narrador continua “Vamos lembrar”. Essa voz que escutamos pela primeira vez nesse momento, é uma figura constante na série, abre todos os episódios da obra, lembrando ao telespectador passagens importantes, por meio de flashbacks, da história que devemos manter em mente para compreender o enredo.

Apesar de não termos nenhuma informação sobre a identidade do narrador e seu propósito, ele irá se dirigir diretamente ao telespectador como se o conhecêssemos. O que gera uma rápida identificação, de quem assiste, com a narrativa que se aproxima, gerando intimidade e sensação de pertencimento.

17 O *zoom out* é quando a câmera cria uma ilusão de afastamento do objeto. Simula a diminuição da atenção da pessoa que vê em relação ao objeto que está sendo visto (CARREIRO, 2021).

18 *Voice Over* é um recurso de narração feita, sobre uma imagem, na extra diegese da cena (SOUZA, 2017).

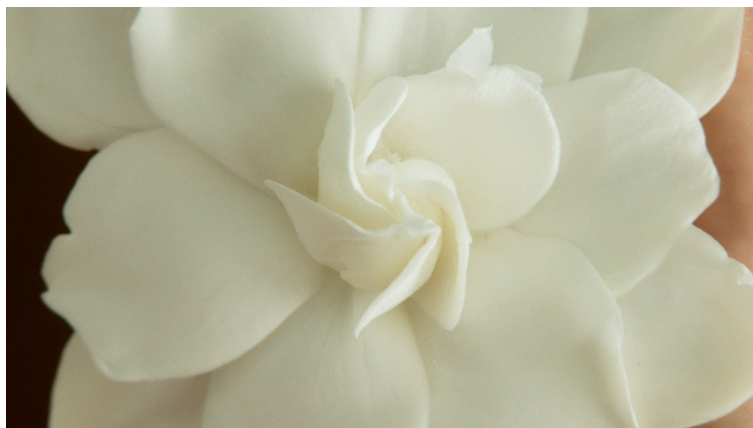


Figura 3 - *Zoom out* de uma gardênia jasmim branca

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

A voz nos apresenta Jane, com dez anos de idade, usando um vestido cor de rosa com pequenas flores brancas, com os cabelos soltos longos, apenas com as mechas da frente presas, segurando a flor e olhando para cima. Atrás dela vemos um quarto, uma parede azul celeste, uma mesa de estudos de um lado, uma janela com cortinas esvoaçantes, também azuis, e um carrinho de bebê de boneca do outro. As paixões Jane, nessa idade, sem uma ordem definida, nos informa o narrador, são: sua família, Deus e sanduíche de queijo quente.

Essas características, tudo que conhecemos de Jane, até aquele momento, são escritas na tela, em um texto extradiegético¹⁹, como se fosse a descrição de uma personagem em um roteiro. Além disso, escutamos alguém dizendo a ela, em espanhol: “Olhe para a flor em sua mão, Jane”.

¹⁹ A diegese refere-se ao mundo fictício em que os personagens vivem, todos os elementos que existem dentro desse universo são chamados de elementos diegéticos. Já os elementos que não existem nesse universo e são percebidos apenas pela plateia, não pelos personagens do filme, são considerados elementos extra diegéticos (CARREIRO, 2021).



Figura 4 - Jane Gloriana Villanueva aos 10 anos
 Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

A cena corta para uma senhora, de cabelos curtos e alinhados, vestindo uma blusa rosa com flores azuis claras, um casaco azul, da mesma cor do quarto, e em seu pescoço vemos dois colares, um com uma pequena pedra e outro com uma cruz dourada. A senhora olha de cima para baixo em direção a câmera, em um plano contra-plongé²⁰, que está na altura de Jane, assentindo, com os lábios reprimidos: “Esta é a avó de Jane, Alba Gloriana Villanueva”.

Enquanto o narrador nos informa de quem é a voz que fala com Jane, a câmera dá um *zoom in*²¹ no rosto de Alba, ao mesmo tempo ela semicerra os olhos e a olha como se estivesse prestes a dar uma bronca em nós, telespectadores. “Suas paixões incluem Deus e Jane, nessa ordem”, diz o narrador, enquanto o texto é digitado em tela, e a palavra Deus é sublinhada. Se analisarmos esse frame sem um maior contexto da narrativa, poderíamos até interpretar que a mulher que aparece em tela, é Deus. E para Jane, Alba realmente representa essa entidade superior intocável, principalmente aos 10 anos de idade.

Alba segue falando para Jane, em espanhol: “Olhe quão perfeita é. Quão pura. Agora, minha filha, a destrua em suas mãos”, o raciocínio é interrompido e escutamos em inglês: “Sério mãe? Isso é tão besta!”, seguido por um “Mamãe, silêncio!” de Jane, com um tom repreensivo por ter tido sua conversa interrompida.

²⁰ Neste plano a câmera filma a ação de baixo para cima. É usado para expressar relação de dominação, quem está em cima comanda (CARREIRO, 2021).

²¹ O zoom in é quando a câmera se aproxima de um objeto, criando o aumento de foco da pessoa que vê em relação ao objeto que está sendo filmado (CARREIRO, 2021).



Figura 5 - Alba Gloriana Villanueva

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

O narrador, então, nos apresenta mais uma personagem: “Essa é a mãe de Jane, Xiomara Gloriana Villanueva. Suas paixões incluem Jane e Paulinia Rubio, a ordem não é importante”. Vale notar que, nem na apresentação de Jane, nem na de Xiomara, vemos uma palavra sendo destacada. Assistimos uma mulher sentada em uma cama, de pernas cruzadas, vestindo um conjunto de colete e shorts jeans justos e curtos, enquanto pinta as unhas e escuta a conversa. Acima dela, na parede, está pendurada uma figura de Maria segurando Jesus em dourado.



Figura 6 - Xiomara Gloriana Villanueva

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

“Destrua a flor, Jane”, diz a avó. Jane o faz com receio. Alba segue: “Agora tente fazer que ela volte a ser como nova”, Jane mexe na flor enquanto escuta, de Alba, “Vamos! Tente!” e diz, nervosa, em inglês “Não consigo!”. A avó finaliza olhando diretamente para a câmera, que filma em contra-plongé, dizendo em

espanhol, como todas suas falas do diálogo, de forma firme, a sentença que conduz os rumos da história que começamos a acompanhar neste momento: "Isso mesmo. Nunca pode voltar atrás. E é isso que acontece quando se perde a virgindade. Nunca pode voltar atrás! Nunca esqueça disso, Jane". O narrador completa: "E Jane nunca esqueceu". A câmera corta para Xiomara, que revira os olhos, demonstrando contrariar as falas e convicções da mãe em relação à sexo.

O diálogo no primeiro minuto da série nos apresenta dois elementos da direção de arte que são simbólicos e importantes para compreendermos quem são as mulheres que vamos acompanhar e as características da série: a flor branca e a cor azul. Esta cena de abertura traz traços do excesso melodramático, por exemplo, a fala de Alba, que coloca em uso estratégias potentes das matrizes populares do excesso do gênero. Estratégias que conformam categorias - a antecipação exacerbada, a simbolização excessiva e a obviedade - que estão amplamente presentes em narrativas vinculadas ao melodrama,

O modo de excesso estará diretamente ligado a uma exacerbação da "cena", em que a materialidade da voz e das palavras dos atores, o uso intenso da trilha sonora musical, cada objeto do cenário e do figurino, da luz e dos cortes e movimentos da câmera são pautados por uma grandiloquência e por um sentido metafórico da caracterização do personagem. Todos e cada um desses elementos convergem para um mesmo ponto em cada sequência (BALTAR, 2007, p.11).

A primeira imagem (figura 2) que vemos na série é uma flor branca. O simbolismo das flores tem uma riqueza de significados, sobretudo femininos e sensuais, associações incrustadas em sua história, sendo usada de forma negativa ou positiva, no sentido de ausência ou presença de sexualidade. No seu simbolismo negativo se usa uma flor, na maioria das vezes na forma de uma rosa ou lírio brancos, ou jardim cercado e fechado, para significar a falta de sexualidade feminina, inocência, virgindade e castidade, características que descrevem o estereótipo ocidental da mulher ideal (FROWNFEELTER, 2010). Ou seja, a imaculada, Maria, mãe de Jesus.

Os simbolismos positivos incluem traçar paralelos entre certas flores e aspectos da anatomia sexual feminina, como vulvas, lábios, vaginas e úteros, e o uso das flores para retratar e celebrar atos ou preferências sexuais. Entretanto, a presença da sexualidade feminina em JTV, nesse episódio piloto, não é positivada, nem de forma reprodutiva ou biológica, já que falamos de uma virgem grávida. E

nem na esfera do prazer, em que a expressão do desejo feminino é retratado de uma forma reprovável através de Xiomara (FROWNFEELTER, 2010).

A flor faz parte da simbolização exacerbada do repertório temático e estético do melodrama, na tentativa de fazer com que o telespectador localize na superfície da cena a polaridade moral, e dessa forma, garanta a eficácia da pedagogia moralizante dos códigos expressivos do gênero (BALTAR, 2007). Portanto, enquanto Jane segura a flor branca (figura 4), atrás dela podemos ver alguns elementos que formam o cenário e que nos dão importantes direcionamentos em relação ao enredo.

Vale ressaltar que a ambientação de uma história é uma peça-chave para a compreensão de qualquer texto audiovisual, pois o espaço é um importante fragmento do vocabulário cinematográfico. É sobre criar um espaço sugestivo que traduz, adapta e se une ao tempo dramático. Nesse sentido,

A concepção do espaço cênico necessita da projeção do que “se quer dizer” com o ambiente posto, podendo, de forma visual, apresentar informações pertinentes sobre a narrativa ou o personagem, situando o contexto da história, uma época, uma região, um período temporal, e até mesmo deixando lacunas a serem preenchidas pelo espectador (SUM, 2021, p. 10).

No quadro em que conhecemos Jane pela primeira vez, aos 10 anos de idade, também vemos o quarto dela, onde se passa a cena que descrevi acima, com sua mãe e avó. O quarto é um ambiente, no audiovisual, que costuma representar a subjetividade do sujeito e seu lado mais íntimo. Podemos observar, no quarto de Jane, no primeiro momento, atrás dela, paredes azul celeste, uma janela com uma cortina fluida por onde entra uma luz, bastante angelical, uma mesa de estudo com materiais e um carrinho de bebê para bonecas. A mesa de estudos representa o sonho de Jane tornar-se escritora.

Quando perguntada mais à frente no episódio, por outro personagem por quem ela fica apaixonada, em um flashback, “O que ela é”, Jane responde “Isso depende, estou sendo prática ou corajosa?”. Primeiro ela dá a resposta prática “Eu sou professora”. E a corajosa? “Sou escritora”, diz Jane, arfando, “nunca disse isso em voz alta anteriormente”.

Ao lado da mesa está uma janela passando uma luz difusa através de uma cortina esvoaçante (figura 4), de forma celestial, simbolizando a ligação direta que a série fará entre Jane e a Virgem Maria, as imaculadas. Apesar da

constante referência a Maria, mãe de Jesus, que veremos na série, as cores da janela são as cores da Virgem de Guadalupe.

No episódio piloto nós não temos nenhuma indicação da nacionalidade de origem dessas mulheres, suas identidades são uma representação genérica de latinidade. Nesse sentido, nos Estados Unidos as representações de identidade de todas as nações ao sul da fronteira tomam como referência o México, devido a sua proximidade geográfica e histórica, e ao fato de que 59.3% da população latina nos EUA possui origem desse país (KROGSTAD et. al, 2022).

Na idiossincrasia mexicana, a Virgem de Guadalupe representa simbolicamente a imaculada, pura feminilidade e maternidade, a origem do seu culto é sincretista, a Virgem apareceu a um camponês nahua na colina de Tepeyac, no ano de 1531, no mesmo local onde o templo da deusa da fertilidade asteca Tonantzin estava localizado nos tempos pré-hispânicos²². Sua imagem contrasta com a feminilidade de Malinche, a amante de Hernán Cortés que se corrompeu pelo desejo. Esta simboliza a traição dos espanhóis, mas também o estupro das indígenas pelos conquistadores. Portanto, a Virgem de Guadalupe é venerada como a mãe de todos os mexicanos, enquanto a Malinche foi considerada uma traidora (SCHUTZE, 2021).

A mãe é considerada universalmente como a garantidora do patrimônio genético e espiritual, pois é responsável pela transmissão de certas características a seus descendentes. Seu papel no desenvolvimento de cada ser humano é tão importante que a sua representação a nível psicológico e a sua influência sobre o comportamento humano formam os fundamentos dos estudos psicanalíticos. Esse paradigma materno pode ter um significado tanto positivo quanto negativo. Em sua fase positiva, por exemplo, este arquétipo pode ser representado pela figura da Virgem de Guadalupe, esta Grande Mãe benevolente que tem seu alter ego na imagem da mãe carnal da raça mexicana (Malinche) (AMADE, CAMPOVERDE, 2009). Nesse sentido, o alter ego de Jane é sua própria mãe, Xiomara.

²² O sincretismo entre as religiões católica e indígena também é demonstrado pelo fato de que, por um lado, a Virgem de Guadalupe é parda e, por outro lado, porque seu nome se origina da santa espanhola Virgem de Estremadura. No século XVIII, as elites coloniais se apropriaram da imagem da Virgem de Guadalupe como símbolo da pátria crioula. Ela foi declarada santa padroeira da Nova Espanha em 1754 pelo Papa Bento XIV. Naquela época, a Virgem serviu de modelo para a aceitação e a legitimação da religião católica e do poder colonial (SCHUTZE, 2021).

Voltando ao quarto de Jane, ao lado do brilho celestial, vindo da janela, nas cores de Guadalupe, vemos um carrinho de bebê, representando a maternidade, um “milagre” ao ser mãe virgem, que coloca em risco os sonhos e aspirações pessoais da personagem. O fundo de Jane nessa cena é predominantemente azul. Para Sum:

[...] um importante componente do espaço cênico é a cor. Elemento ligado diretamente à visualidade do filme, capaz de representar um universo de mensagens, dar tom e ritmo, traduzir uma época, um sentimento, destacar personagens, construir identidades etc. Nesse caso, compreende-se que a cor tem efeito relevante no espaço cênico e fará parte da percepção do espectador sobre a narrativa, dando corpo e sentido ao que está sendo dito pela obra (SUM, 2021, p.10).

Logo, a cor é um elemento que pode ser usado de modo expressivo, de acordo com uma escolha individual e composta com outros elementos para atingir um dado efeito simbólico. Para que este efeito encontre eco na percepção do telespectador, a abordagem da cor deve ocorrer por intermédio de conceitos já estabelecidos por referências anteriores (PEREIRA; FERREIRA, 2011). Apesar de que nenhuma cor é absoluta a ponto de possuir somente um significado, através de um repertório compartilhado, ela pode ressoar de maneira similar em uma mesma comunidade.

Tendo em conta alguns elementos da história da arte, temos que “O azul [...] devido ao seu custo elevado, [...] era usado para as figuras mais significativas na narrativa do artista, sendo as categorias mais finas reservadas a Cristo e à Virgem” (COLE, 1994, p. 14 apud. PEREIRA; FERREIRA, 2011, p.21). Tornou-se a cor do divino, a cor do céu, onde residem os “deuses”, e a combinação de azul e branco simbolizava valores vindos superior: “O azul como cor feminina teve sua importância fundamental na pintura antiga, por ser a cor simbólica da Virgem Maria, a mulher de maior destaque no cristianismo. Maria foi a figura mais pintada da trindade cristã” (HELLER, 2013, p.66).

Assim, o uso da flor branca e da cor azul, como veremos no decorrer do capítulo, no seu espaço mais íntimo, é uma forma de antecipação melodramática da concepção imaculada de Jane Gloriana Villanueva.

3.1 “NUNCA ESQUEÇA DISSO, JANE”

O melodrama se recria através de um repertório de temas que tratam de aspectos da intimidade das personagens, especialmente femininas. Nesse sentido, “o tema do par amoroso vai ocupar papel importante para colocar em cena os grandes eixos do melodrama: a exposição de polaridades morais num cenário de intimidade e vida privada que vem a público” (BALTAR, 2007, p.114).

No universo fílmico, o olhar público é encenado, mais frequentemente, através de personagens que incorporam as constrições morais e o julgamento social. Através de movimentos de câmeras e quadros, se reafirmam os obstáculos que o bem tem de ultrapassar até sua exaltação e reconhecimentos finais. Esse olhar é um elemento basilar na economia melodramática que julga, comenta e traz para a superfície os dilemas morais que fazem mover a ação do melodrama (BALTAR, 2007).

A obviedade, a atuação do excesso, desse olhar, para além da *mise-en-scène* da câmera, na presença de um outro personagem ou no texto dos diálogos e na direção de arte, também conflui para expressar esse mesmo olhar que faz mover o melodrama (BALTAR, 2007). Portanto, o olhar público é expressado por Alba, que o transfere para a flor branca. Após a cena descrita na primeira parte deste capítulo, que termina com um *zoom-in* da flor branca destruída na mão de Jane, o narrador nos leva, através de um salto temporal de 13 anos e meio, para o presente da série. Vemos a mesma flor branca amassada da cena anterior, mas agora ela está emoldurada na parede do quarto de Jane, que se manteve com a mesma cor desde os 10 anos.



Figura 7 - Flor branca na parede

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

Na tela se digita “Treze anos e meio depois” enquanto escutamos suspiros e gemidos, e alguém diz “Ai, Jane”. A câmera corta para uma mão passando em uma coxa, seguimos a mão e vemos Jane beijando um homem na sua cama. Jane se afasta um pouco e fala “nós deveríamos”, o homem a beija de novo e diz “eu sei”. Ela olha em direção ao quadro e vê uma pétala da flor caindo, afasta o homem rapidamente falando de maneira enfática “Pare! Temos que parar!”. Eles se afastam arfando e pela primeira vez na série o título “Jane The Virgin” aparece. Essa cena é um claro exemplo de como a flor simboliza o julgamento moral do olhar público, ou seja, de Alba.



Figura 8 - Título “Jane The Virgin” na tela

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

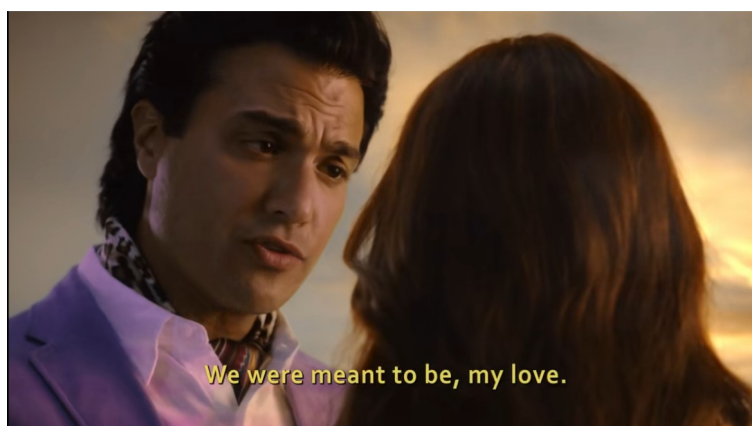
A cena corta para eles se beijando em uma varanda, Jane lhe entrega um distintivo e agradece por ele a ter visitado. É o primeiro personagem que aparece na série sem ser da família Villanueva, o homem que Jane beija não ganha apresentação do narrador, nem texto extradiegético nos dando características de sua personalidade. O que podemos aprender sobre esse novo personagem, até esse momento, é que ele tem um relacionamento com Jane, que está ciente da escolha dela de manter-se virgem e que trabalha para alguma força policial, pois carrega consigo um distintivo e uma arma.

Enquanto ele se afasta, uma música extradiegética começa, escutamos os versos iniciais de *Una Flor*, do cantor colombiano Juanes: “Una flor; Voy a regalarte esta noche de luna llena para confesarte; Lo mucho que me gustas” (JUANES, 2014). Jane atravessa por uma porta, a música entra em cena com ela,

passando a fazer parte da diegese²³, dizendo, “Ai, ai pelo menos poderia ter baixado o volume!”. Alba e Xiomara estão sentadas em um sofá, a avó está com um controle na mão e diz em espanhol: “Era para você saber que estava começando!”. A câmera passa para trás das três mulheres e percebemos que a música faz parte da abertura da telenovela transmitida na televisão, *The Passions of Santos*.

Nesse momento podemos observar, uma outra estratégia utilizada pelos produtores para estabelecer a identidade latina da família: através de uma espécie de “diálogo secreto” entre o texto e seus espectadores latinos. Esta se expressa com a inserção de referências culturais, que provavelmente apenas latinos entenderiam em sua totalidade. Nessa cena, a estratégia foi inserida através da escolha da trilha sonora. Mas podemos notá-la, também, na menção de personalidades famosas, como Paulina Rubio, que até mesmo chegou a fazer uma participação especial na série (AVILA-SAAVEDRA, 2010).

Voltamos a sala, ao sentar-se no sofá, Xiomara diz para a mãe que Jane não é obrigada assistir à novela, se não quiser, mas Jane se manifesta: “É claro que vou assistir. Vocês me viciaram nisso. Mas as telenovelas arruinaram o romance para mim”. A frase de Jane é um exemplo de como as novelas constituem um fator fundamental de educação sentimental. Ou seja, o imaginário e o discurso criados a partir das novelas, mediam as formas de expressar afetos, as emoções, as maneiras de estabelecer relações interpessoais e as normas de gênero. Produtos culturais de massa e que movem sentimentos, as telenovelas formam uma espécie de glossário, um repertório, coletivo e geracional, que pode ser ativado e compartilhado, facilitando encontros, identificações e aproximações sociais (MAZZIOTI, 2006).



23 Ou seja, passa a fazer parte do mundo ficcional, as personagens escutam também a música.

Figura 9 - Cena *Passions of Santos*

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

Vemos brevemente, em alguns segundos que assistimos a novela com as Villanueva, como esse produto cultural moldou esse glossário emocional dessas mulheres, especialmente de Jane, quando se trata de romance. A frase dita pela personagem, "Nós somos destinados a ficarmos juntos, meu amor", remonta ao recurso narrativo melodramático do "está escrito nas estrelas", ou seja, o par romântico acabará se encontrando e ficando junto, independentemente dos obstáculos que a vida oferecerá. E tendo em conta a tradição da telenovela, com certeza, haverá muitos obstáculos.

As mulheres Villanueva assistem *Passions Of Santos* em uma televisão pequena de cubo localizada entre dois porta-retratos, um com a foto de Jane com uma beca, segurando um diploma, e outro com a foto de um homem segurando uma criança. A televisão fica sob um móvel simples de madeira, embaixo dela vemos uma toalha rendada e na prateleira de baixo tem várias caixas de vídeo cassete.

Não sabemos quem é o homem da foto, mas pela posição que ela ocupa na sala, podemos deduzir sobre sua importância, assim como o orgulho e a relevância da filha e neta ter concluído uma fase da sua educação formal. Para muitas famílias imigrantes, a participação no sistema educacional é uma forma de integração ao novo país, é uma forma de legitimação, de se "americanizar".

Na sequência, assistimos uma cena da telenovela acompanhando a reação das mulheres no sofá, Alba suspira e está em um estado de suspensão, Jane olha a TV com atenção enquanto come um sanduíche de queijo, mas percebe que a mãe, Xiomara, a está analisando. A sala em tons de amarelo e vermelho, tons quentes, remete a "cores latinas", uma forma mais sutil do que o filtro amarelado, usado em filmes quando atravessam a fronteira mexicana. Mas ainda assim, as cores desse ambiente representam um território latino.



Figura 10 - Sala da casa família Villanueva

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

A música *Una Flor*, de Juanes, nos serve como condutora que conecta as duas telenovelas, saindo da extra diegese entrando na realidade da série, pois é a música da telenovela que as Villanueva assistem. Através dessa canção entramos na diegese de *Passions of Santos* e somos levados, por meio da música, de volta ao tempo da série, para outro cenário. Mais a frente no episódio, tomamos conhecimento de que o protagonista dessa novela é o pai de Jane, logo:

Para adicionar outra camada ao paradigma da telenovela, *Jane the Virgin* poderia ser chamada de meta-novela. Na primeira temporada, Jane descobre que seu pai é o astro da novela Rogelio de la Vega, protagonista de *As Paixões de Santos*, novela assistida fielmente pelas Villanuevas. São muitas as cenas que giram em torno da filmagem de *As Paixões de Santos*, desde a escrita até os bastidores da gravação. Simplificando: *As Paixões de Santos* é uma novela dentro de uma novela (WIERINGA, 2019).

A câmera vai se aproximando da tela até entrarmos dentro da cena de *Passions of Santos*, que se passa em frente ao mar, e somos levados a atravessar o oceano, vamos até uma sacada onde um homem olha a vista da costa. Escutamos a narração “Enquanto isso, 13 km de onde Jane mora, mas meio mundo de distância”. Somos apresentados a Rafael Solano como dono de um hotel e playboy, mas a palavra é imediatamente riscada, e um marido é preso.



Figura 11 - Rafael Solano

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

Logo, vemos uma mulher loira perguntando se Rafael estava preocupado com a inauguração do hotel, dizendo para ele se acalmar que se algo desse errado o pai dele o ajudaria. Rafael parece não gostar da ideia e a mulher diz “Sabe quem se sente mal por aceitar dinheiro? Quem tem demais”. Eles sorriem um para o outro e ela completa “Você só precisa relaxar” e começa a se abaixar, em uma alusão a sexo oral.



Figura 12 - Petra

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

A cena corta para uma boca passando um batom e somos apresentados, agora, oficialmente, a Petra, esposa de Rafael. Sua única característica é: “devoradora de homens”. Atrás do espelho no qual Petra se olha estão flores cor de rosa, “como no acorde da sedução e do erotismo, o rosa oscila entre a imoralidade e a paixão, entre o bem e o mal” (HELLER, 2013, p. 418). Petra

é a primeira personagem em que há a presença explícita de sexualidade e desejo, que acaba sendo sua principal característica.

Na sequência escutamos a mãe de Petra dizer para a filha que ela está começando a parecer desesperada, que é óbvio que Rafael não a quer mais, mas “amanhã tudo mudará”. Sem deixar explícito de que está se referindo, a mãe de Petra fala sobre a inseminação que a filha fará no dia seguinte, sem contar ao marido, como um modo de “salvar” o casamento.

Apesar do alter ego da imaculada, Jane, no campo da maternidade, ser sua própria mãe, a antagonista no campo amoroso/sexual, é Petra. No decorrer da série descobrimos que elas são imigrantes ucranianas, a escolha da série dessa antagonista ser do leste europeu acaba por corresponder a estereotipação de uma comunidade imigrante, para salvaguardar outra.

Para as mulheres desta região, as representações fílmicas mais comuns, após a queda da União Soviética, são da “vagabunda inescrupulosa, a trapaceira conivente e a vítima indefesa” (WIEDLACK, 2018, p.6). Cada um desses estereótipos, que remontam à dicotomia virgem/prostituta, “porta distintas conotações negativas que, em sua totalidade, reforçam a ideia de alteridade como negação: negação da voz, negação do espaço, negação da experiência” (WIEDLACK, 2018, p.6).

As negações se baseiam na longa tradição de classificações de corpos do Leste Europeu como entre os dois polos que abrangem um sistema hierárquico de significações, isto é, como o local em que o Oriente e o Ocidente globais “confrontam uns aos outros”. Tornando a mulher do Leste Europeu “uma mercadoria” e como Outro semelhante, seus corpos, brancos, loiros e de olhos claros, como em “limbo”, construídos para demarcar uma identidade estadunidense de origem anglo-saxã (WIEDLACK, 2018).

Durante a primeira temporada acompanhamos Petra usar de sua sexualidade para várias artimanhas e golpes, ao mesmo tempo que compreendemos que é fruto de um instinto de sobrevivência para fugir de seu passado. Entretanto, no decorrer da série, vemos ela se tornar mãe (em outro momento, ela é bem-sucedida no seu plano de inseminação), e eventualmente, converte-se em melhor amiga de Jane, além de se descobrir bissexual. Em muitas das resenhas escritas sobre a série, uma delas afirmou que “Petra Solano é uma personagem tão complexa que dá pra desenvolver teses científicas sobre ela” (MOREIRA, 2021, p.1). Infelizmente, por

fugir do escopo deste trabalho, não será possível explorar o desenvolvimento do personagem de Petra, que inicia como vilã e conclui como uma das personagens mais queridas pelos fãs.

3.2 “A TAL CONCEPÇÃO IMACULADA DE JANE GLORIANA VILLANUEVA”

Nas próximas cenas assistimos à festa de inauguração do hotel de Rafael, onde Jane trabalha como garçomete. Está vestida de sereia, servindo champagne, em um totem dentro da piscina. Jane vê Rafael pela primeira vez, quando o reconhece, arregala os olhos com surpresa e se joga na água para evitá-lo. Ela sai da piscina, encontra Lina, sua amiga e colega de trabalho, e diz “você se lembra de um cara chamado Rafael Solano de quando trabalhamos no clube de iate...?”. A amiga a interrompe “o babaca que você teve uma queda gigante?”. Jane contrariada nega afirmando que não era bem assim, mas a amiga segue: “Estamos falando do mesmo cara? Vocês tiveram um beijo mágico?”

Jane desconversa e foge para servir champagne em outra parte da festa. Enquanto serve as taças, Rafael se aproxima dela e fala “Você me parece familiar”, Jane se assusta e responde “Jura? Não sei, não”, mas Rafael insiste “Acho que nós conhecemos”. Jane se fazendo de desentendida fala “Eu nem sempre me visto de sereia”, para o que Rafael responde “Ah, o clube de *strip* em Biscayne”. Muito ofendida, Jane só fala “Babaca!”. A interação é interrompida por Petra que o chama para fazer um brinde.

Essa é a primeira interação que vimos entre Rafael e Jane, e já temos algumas pistas do tipo de envolvimento que irão desenvolver no decorrer da série, e também sobre suas personalidades. Jane, com seu voto de castidade, fica muito ofendida com a insinuação de Rafael que ela poderia trabalhar em um clube de *strip*, enquanto para ele frequentar tal ambiente parece uma atividade rotineira, sem grandes questões morais envolvidas.

As pistas estão presentes na forma que Jane reage ao vê-lo e, é claro, na fala de Lina. Mas é a primeira vez de muitas, durante a série, que escutaremos uma trilha sonora específica que significa que nossa protagonista está em uma cena envolvendo amor e paixão. Jennie Snyder Urman, showrunner da série, explica que para a trilha sonora, foi formada uma biblioteca em que cada personagem tem o seu tema. “Temos a ‘Tender Guitar’ [Guitarra Terna] quando Jane

está se apaixonando. É com Michael, e é com Jane e Rafael porque é sobre Jane, não sobre os caras com quem ela está", diz Urman (URMAN, 2014). Ou seja, a série busca criar uma identificação da audiência com certos sons, assim como efeitos visuais, que dão o tom da previsibilidade do melodrama.

No dia seguinte, estamos com Jane em um consultório médico, para um exame de rotina. Quem a atende é a irmã de Rafael, Luisa Alver, que está muito abalada emocionalmente, pois na noite anterior descobriu que sua esposa a estava traindo. Na sala ao lado está Petra, que espera para fazer uma inseminação artificial. Isso será realizado com a única amostra de esperma de Rafael, com o pretexto de fazer uma surpresa para ele, para ser mais "espontânea" a concepção, já que após um câncer, ele não poderia mais ter filhos. Entretanto, a inseminação é um plano para que Rafael não peça o divórcio, Petra o escutou compartilhando a intenção com a irmã na noite anterior.

Luisa entra no outro consultório e se surpreende com a presença da cunhada. Petra diz por que está ali, "E, de repente, naquele momento, Luisa percebeu o que tinha feito. Mas, infelizmente, era tarde demais", nos conta o narrador. A cena corta para Jane em um ônibus, com a propaganda de *Passions of Santos* estampada nas laterais, voltando para casa, sem saber que acabou de ser inseminada artificialmente por acidente. E "A vida de Jane agora era coisa de telenovela", afirma o narrador.



Figura 13 - Jane no ônibus

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

A metanarrativa não está somente na presença de *Passions of Santos* no cotidiano de Jane, está também no narrador, que durante o decorrer do

enredo e dos acontecimentos absurdos da vida da Jane, está constantemente nos lembrando que tudo aquilo “é coisa de telenovela”. Urman (2014), acrescentou a narração como uma forma de colocar uma moldura no tom da série. Devido ao formato tão único da trama, a narração e os textos extra diegéticos foram uma forma de mostrar para os telespectadores como assistir aquela série, em que prestar mais atenção e onde procurar “pistas” para o desenrolar da história.

Em termos de tom da narrativa é importante destacar a seguinte fala de Urman (2014): “Eu não queria fazer uma sátira. (...) Eu me lembrava sempre que estava escrevendo cartas de amor para a telenovela”. Para a *showrunner*, há uma razão para as telenovelas serem um gênero tão popular: elas têm muito drama e muitas coisas em jogo o tempo todo. A produção queria captar essas emoções ao mesmo tempo que também queria deixar os personagens ficarem com os “pés no chão” no meio de todas as loucuras, se conectando, assim, com a audiência. Ou seja, os personagens enfrentam de alguma forma as consequências desses acontecimentos absurdos e têm reações humanas às reviravoltas da trama.

Portanto, a série possui três mundos, com diferentes níveis de loucura e estabilidade:

Temos o mundo mais fundamentado sendo Jane, sua mãe e sua avó, a família Villanueva. Elas são realmente do nosso mundo. Então você tem um passo acima disso em termos de fantasia: Rafael, Petra e o hotel. Para Jane, esse é um mundo já fora da sua realidade. E o mais longínquo, é claro, sendo a telenovela dentro de nossa telenovela, o mundo de Rogelio (URMAN, 2014, p.1)

Todas as escolhas estéticas são feitas de modo muito intencional para conectar os diferentes mundos dentro da série. É interessante apontar que figurino, cenários e iluminação, não foram influenciados tanto pela estética das telenovelas, embora faça parte da história. A *showrunner* e Silverman queriam algo muito específico para a estética da obra (URMAN, 2014).

Uma das principais referências foi o filme *O Fabuloso Destino de Amélie Poulain* (2002). Mas não em um sentido literal, por exemplo, a direção de arte do filme, é muito focada em verdes e vermelhos. Em JTV raramente essas cores estão em destaque. Umar e Silverman queriam despertar na audiência que acompanhava Jane a mesma sensação que Amélie despertava, a de estar em um conto de fadas (URMAN, 2014).

Brad e eu sempre quisemos que o show tivesse um ar de conto de fadas - "f minúsculo", como ele diz, para que não seja um golpe na sua cabeça. Tudo é composto de uma certa maneira. Fomos muito específicos em nossos primeiros projetos sobre o mundo e as cores. Os personagens têm paletas muito específicas das quais acho que você não se dá conta quando está assistindo ao programa, mas eu me dou conta disso em termos de criar esse mundo de conto de fadas. Essa foi uma grande inspiração (URMAN, 2014, p.1).

Para além dos tons azuis, o mundo de Jane, e da família Villanueva, é quente e enferrujado, “é um pouco de inspiração cubana, embora nossa família não seja cubana, há muita inspiração desse tipo na Flórida”, afirma Urman (2014, p.1). Essa declaração da *showrunner* é mais um exemplo de como a comunidade latina nos EUA é vista de uma forma homogeneizada.

O mundo de Rafael é inspirado em resorts reais de Miami. Nele se encontram os azuis mais saturados, enquanto seu figurino é elegante e sexy, com peças de alfaiataria e camisas em tons claros, sempre muito ajustados ao corpo. Já Petra usa tons pastéis mais profundos e muitos shorts. A produção pensou o *design* para ser claro e vibrante para que nos sintamos na Flórida, mesmo que não haja muitas cenas exteriores. Escolha feita para que quem assiste a série saiba que eles estão em Miami, mas também estão em seu próprio mundo (URMAN, 2014).

Já para Rogelio, onde está a telenovela dentro da telenovela, vemos as cores mais saturadas nesse mundo. Ele possui sua cor característica, lavanda, que acredita ser o mais masculino dos roxos. O violeta é uma cor muito associada à magia (HELLER, 2013), por isso não é atoa que o personagem que seja mais diretamente inserido no mundo fantasioso das telenovelas seja ligado a essa cor.

Após a cena de Jane no ônibus, voltamos ao consultório, e acompanhamos Luisa contando para uma mulher, apresentada como sua ex-amiga e ex-amante, sobre o que havia ocorrido. Nos é narrado “Mais tarde, quando perguntada sobre a tal ‘Concepção Imaculada de Jane Gloriana Villanueva’, Luisa Alver diria que foi o maior erro de sua vida. Mas não foi”. Pela primeira vez escutamos essa associação de Jane como imaculada, o narrador nos antecipa sobre a continuidade da gravidez e também sobre os futuros erros da irmã de Rafael. Ele é a voz do olhar público sob a história:

A maneira de encenar o olhar público em geral constrói uma discrepância entre o que os personagens da narrativa sabem e o que nós, espectadores, sabemos. Essa discrepância – e o fato de que nós, espectadores, sabemos mais que os personagens – é mais um elemento importante para ativar a empatia e a suspensão. Porque sabemos mais, projetamos quase instintivamente o que vai acontecer, colocando-nos como uma torcida do desenrolar da ação (BALTAR, 2007, p.115).

Ao explicar o que tinha ocorrido, Luisa diz “Eu acidentalmente usei o esperma dele em alguém chamada Jane Gloriana Villanueva”. A imagem corta para uma cena de Jane sentada em uma poltrona, usando uma camiseta azul celeste, com um computador no colo. Portanto, parece que a luz que a ilumina vem de seu ventre, ainda sem a protagonista saber o que havia ocorrido. Em cima dela, vemos um quadro de Maria com Jesus no colo. E ao seu lado, um porta-retrato em que percebemos um homem segurando um bebê. Depois voltamos para Luisa dizendo que havia 20% de chances de a inseminação funcionar.

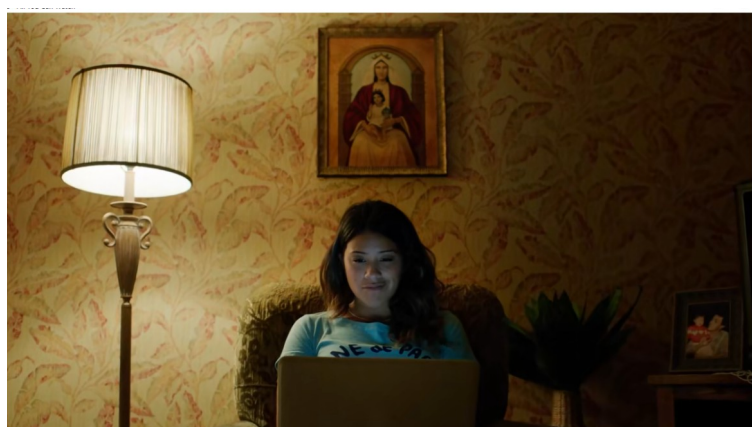


Figura 14 - Jane com o computador no colo

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

Logo, somos transportados para um salto temporal de 15 dias e voltamos a encontrar Jane e a mãe dentro de um ônibus. Xiomara está encarando um homem em pé na sua frente, Jane pede para ela parar de encarar, ele olha de volta para Xiomara e ela diz “Venha ver meu show amanhã à noite, gato”, entregando-lhe um convite. Jane segura o riso e Xiomara diz: “Não julgue. A melhor maneira de esquecer um homem, é entrar embaixo de um novo homem. Acredite”. Jane toma um pouco de água e fala que está se sentindo nauseada.

O figurino que Jane usa é um vestido azul, com flores brancas bordadas e uma jaqueta jeans e suas unhas estão sem esmalte. Enquanto Xiomara

veste uma regata de lantejoulas douradas, um short jeans curto, e suas unhas estão longas e pintadas na cor rosa chiclete. Pela primeira vez de muitas no decorrer da série, vemos Xiomara e Jane colocadas lado a lado com características e comportamentos muito contrastantes em relação à sexualidade e ao desejo.

No ônibus Jane e Xiomara, levantam-se para dar lugar a duas senhoras, duas freiras, a mãe contrariada, enquanto a filha a olhava, a censurando, já que seria a coisa certa a fazer. Neste momento Jane desmaia. E vão para o hospital, onde o médico anuncia que ela está grávida. Jane e Xiomara caem na gargalhada, a mãe se demonstra empolgada com a possibilidade de Jane não ser mais virgem, e por um momento o desejo sexual deixa de ser um pecado que a isola dentro da família.

Jane nega, afirma que segue virgem. As duas mulheres exigem um novo teste. Dá positivo, mais uma vez. Imediatamente Xiomara fala de forma emocionada, “Imaculada!”, se ajoelha ao lado da filha e começa a rezar. Jane claramente irritada e confusa, exige que a mãe se levante, ela precisa ir até Luisa em busca de respostas. Enquanto esperam, no consultório, Xiomara confessa ter transado com seu ex-namorado alguns dias atrás, Jane olha confusa para mãe perguntando por que precisava saber disso, Xiomara afirma que não poderia guardar isso da filha, já que há a possibilidade de ela ser um tipo de messias.

Luisa entra no consultório e se explica, ao receber a notícia, Jane olha para o lado e se depara com uma revista cuja capa destaca Rogelio de La Vega, o protagonista de *Passions of Santos*, e pai perdido de Jane, mas ela ainda nem cogitava tal possibilidade. Nesse momento ele se materializa na sua frente, contando seu próprio melodrama, para consolá-la, pois, se ele superou ter se apaixonado por sua meia irmã sem saber, Jane também superará ter sido inseminada artificialmente por acidente.

Rogelio surgiu naquele momento porque é a expressão imagética de um grande conflito moral da série, isto é, Jane não ter tido uma família nuclear tradicional. Essas fantasias da personagem, com essa figura, até onde ela sabe, de forma platônica e paterna, fazem parte das determinações de encenação do regime melodramático que valoriza as ações e sentimentos dos personagens através dos aspectos visuais e sonoros (BALTAR, 2007). Esse conflito com a ausência paterna se explicita quando Luisa menciona no consultório que o pai sabe da gravidez. E

nesse momento Jane fica muito inquieta com a palavra “pai” e vai embora atordoada.

De volta ao lar das Villanueva, o conflito que Jane tem com a sua configuração familiar é tensionado quando ela diz a Xiomara que fez tudo certo e não merecia ter acabado assim, que tinha feito tudo para não ser como a mãe, que engravidou aos 16 anos sem ter um pai presente para a filha. Esse diálogo acontece quando a mãe leva para a filha o remédio prescrito pela médica, caso Jane não desejasse seguir com a gravidez. Xiomara diz a Jane que ter uma escolha ajuda a decidir.

Alba, no entanto, não é nada acolhedora com a neta quando encontra o remédio no quarto de Jane, pois pensa que ela está mentindo acerca do status da sua vida sexual há muito tempo. Com certa dificuldade, pois a língua predominante de Alba é espanhol, Jane consegue se explicar para a avó, em inglês, que quando entende começa a fazer um sinal da cruz dizendo “é nesses momentos que nossa fé é testada”.

Logo a avó revela a Jane uma vergonha, que diz carregar no coração todos os dias: quando Xiomara chegou em casa grávida aos 16 anos, Alba pediu que ela abortasse. Jane fica completamente em choque com esse pequeno *plot twist* melodramático. Alba segue dizendo como se arrepende imensamente, pois, a neta é a parte mais importante de sua vida e o filho que Jane carrega será a parte mais importante da vida dela também.

Na sequência, o narrador nos conta um pouco sobre a concepção da própria Jane, o namorado de adolescência Xiomara pediu que ela abortasse, o pedido a fez perceber que tinha um problema, ela realmente queria o bebê, mas não queria a presença do pai. Em um *flashback* vemos o momento em que Xiomara conta para Alba sobre estar grávida e mente sobre o pai da criança, diz que ele é do exército e não pegou o sobrenome. Nessa cena entendemos o simbolismo que a flor branca carrega na diegese da obra, pois quando Alba escuta a notícia da gravidez de Xiomara, amassa uma flor branca, igual a que pede para Jane destruir no início do episódio.



Figura 15 - Flor amassada por Alba

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

Assim, a flor branca se concretiza nesse episódio piloto como materialização de dois dos principais elementos do melodrama fílmico canônico: a obviedade e a simbolização exacerbada. Faz parte da estratégia de mobilização para alcançar o engajamento, pois só através dessa mobilização que se pode atingir a eficácia da pedagogia moralizante (BALTAR, 2007).

Apesar de ter adiantado nesse capítulo a informação que Rogelio é o pai de Jane para fazer uma melhor análise da sua presença no piloto, é apenas quando ele aparece no show de Xiomara, no fim do episódio, que a audiência descobre esta informação. Somos levados a mais um *flashback*, 16 meses antes, quando Xiomara entrou em uma lanchonete e viu pela primeira vez *Passion of Santos* na televisão, foi somente nesse momento que ela descobriu o paradeiro do pai de Jane.

Vale ressaltar que a antecipação é a principal estratégia narrativa responsável por gerar emoções intensas, sendo o *flashback* a maneira perfeita de criar antecipação em melodramas. Ao mostrar eventos passados que levaram a uma situação atual, o *flashback* dá ao público informações cruciais que os personagens ainda não têm. Isso cria um senso de urgência e a necessidade de saber o que aconteceu e como as coisas vão se desenrolar, tornando o momento em que a verdade é finalmente revelada ainda mais impactante e emocionalmente poderosa (NEALE, 1986).



Figura 16 - Namorado da adolescência

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

Para além da antecipação, nessa cena experienciamos como audiência outro recurso de controle temporal que busca criar uma tensão narrativa: o suspense.



Figura 17 - Pai de Jane

Fonte: (frame/*Jane The Virgin* – recorte da autora)

O suspense dá ao espectador o máximo de informações para que ele possa entender e participar ativamente da história. Ao adiantar o que está por vir, cria um senso de expectativa enquanto o suspense mantém a audiência envolvida e engajada na trama (LAVANDIER, 2003).

Portanto, o suspense é construído através da projeção de informações e ações para o futuro, retardando o tempo e contribuindo para o clímax da história. A revelação de que o namorado de adolescência de Xiomara é o super astro de *Passion of Santos*, minutos antes de o episódio se encerrar, é a

exemplificação perfeita dos ganchos narrativos, ou dos chamados *cliffhanger*. A expressão na língua inglesa se refere à imagem de alguém segurando-se pelos dedos em um penhasco, cena de extrema tensão em que o desfecho é interrompido, pois chegou ao fim o bloco ou episódio (LAVANDIER, 2003).

Com isso, a audiência se sente instigada a seguir assistindo para descobrir qual será a reação de Jane ao descobrir que sua figura paterna platônica é realmente seu pai, e como esse segredo irá abalar a dinâmica principal da série: a relação familiar das mulheres Villanueva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho compreendemos, através de *Jane The Virgin*, o melodrama como um mediador da identidade pan-latina nos Estados Unidos. Para tal foi necessário entender alguns aspectos sobre o meio, a televisão, pelo qual acessamos a obra. Desde sua introdução, a televisão tem sido vista como uma ferramenta cultural e social, capaz de influenciar mudanças na sociedade. Autores como Williams (2004), Fiske (2001) e Wolton (1996) afirmam que a televisão pode desencadear significados e prazeres populares, contribuindo para a estrutura social e a formação de opiniões.

Já Martín-Barbero (1997) propõe uma análise do meio a partir das mediações que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão, desenhando assim, um mapa dos jogos complexos da construção cultural. No entanto, tal mapa está distante da cartografia hegemônica. O Mapa das Mediações (figura 1) é noturno, não é iluminado pelo que está dado, é necessário que seja tateado, experimentado e sentido.

Para articulá-lo, colocamos o gênero no centro do mapa, compreendendo, assim, a competência cultural da televisão. Pois, o gênero está enraizado em diferentes culturas, e entender seu sentido requer uma análise de suas transformações e relações culturais ao longo da história. Deste modo, como estratégia de análise, o gênero conecta a produção e o consumo dos textos midiáticos envolvendo as estratégias de escrita e leitura.

Sendo assim, o melodrama tornou-se um elemento central deste trabalho, o mais expressivo da televisão latino-americana, refletindo as formas de viver e sentir da população. O drama do reconhecimento é a chave para essa conexão, já que o enredo sempre envolve a luta contra o desconhecimento de uma identidade e a busca pelo reconhecimento. Esse aspecto ressoa nos grupos que possuem sua base na sociabilidade familiar, local e cotidiana. Outrossim, a família ampliada, composta por núcleos familiares e vizinhanças, representa as características de socialização presentes em populações que enfrentam processos de migração e desenraizamento. A telenovela, e o melodrama, é um modo de reposta a abstração imposta pela mercantilização, exclusão política e despossessão cultural.

Como analisamos nesta dissertação, a telenovela é uma forma de narrativa televisiva que envolve o público emocionalmente, exercendo influência na educação sentimental, nas maneiras de expressar afetos e nas relações interpessoais. Ela atua como um glossário coletivo e geracional, compartilhado pela audiência, facilitando encontros e identificações sociais. Não é, portanto, apenas uma categoria de texto ou narrativa, mas um mecanismo de leitura e produção de sentido, de encontro e construção de mundos. Neste sentido, o melodrama, expressado na telenovela, é uma ponte comunicativa que une os espectadores em diferentes esferas culturais e interculturais. Um gênero poderoso e influente que reflete aspectos culturais, sociais e políticos da América Latina, criando conexões emocionais com seu público e moldando novas comunidades culturais, que não se restringem às fronteiras latino-americanas.

Na década de 1980, conforme mencionado anteriormente, o neoliberalismo nos EUA intensificou a relação binária entre comerciantes e consumidores no campo da sociedade civil, em que as noções de cidadania e direitos civis passaram a ser ainda mais atravessadas pelo consumo. Isso alterou o processo de formação de identidade da população latina no país, tornando-a cada vez mais definida pela inserção no mercado de bens de consumo. Logo, a representação da mídia se tornou significativa na política e a inserção latina derivou-se da de posições e decisões corporativas.

Assim, latinos passaram a ser comercializáveis e se construiu um fenômeno bifurcado em que permaneciam sendo a ameaça, que sempre representaram ao "*melting pot*", mas, também tornaram-se uma promessa futura de mercado. Isto é, o crescimento da população latina nos EUA tornou-a um segmento desejável para as empresas, mas também levou a uma nova onda de estereotipação negativa e a políticas de imigração restritivas.

A experiência "etnoracial" latina, que abrange a marginalização cultural e racial, e a auto identificação com mais de vinte culturas nacionais diferentes, tornou a representação da identidade latina um quebra-cabeça para os programadores de mídia. Recorreu-se, a retratá-los de forma homogênea através da celebração da família, da religião e da tradição, assim surge, um novo estereótipo, visando tornar os latinos menos ameaçadores, mas não integralmente parte da nação.

O lar do "novo latino" é Miami, a única cidade nas Américas em que

essa pan-etnicidade latina é possível de existir, é onde há espaço para se existir como latino sem a vinculação direta como um grupo minoritário. Já que a cidade se tornou um importante centro cultural latino-americano, especialmente a partir dos anos 60, devido à chegada dos migrantes cubanos, predominantemente de classe média, brancos e bem-educados, e que receberam investimentos do governo dos EUA para tornarem-se um exemplo de sucesso de imigrantes buscando o “sonho americano”. Em suma, em Miami, os latinos não representavam uma ameaça ao “melting pot”.

Entretanto, a partir da década de 1980, outros grupos latino-americanos também começaram a se estabelecer em Miami, como os nicaraguenses, colombianos, peruanos e venezuelanos, buscando refúgio de conflitos em seus países de origem. Isso resultou em uma transformação demográfica significativa, tornando Miami uma cidade multicultural, com sotaque latino. No mesmo período, empresas latino-americanas líderes do setor de telenovelas abriram escritórios na cidade para facilitar tanto a venda, quanto a distribuição de seus produtos, Miami, tornou-se também a cidade sede dos maiores canais de televisão dos EUA com a programação toda em espanhol, Univision e Telemundo.

A combinação da presença marcante de mídias latinas com os movimentos históricos demográficos e linguísticos fez de Miami uma cidade latina cosmopolita dentro dos Estados Unidos, sendo até mesmo apelidada de "Hollywood da América Latina". Desse modo, a cidade constituiu o cenário ideal para a identidade pan-latina das mulheres Villanueva prosperar, conforme analisamos nos capítulos anteriores.

No entanto, para que Jane, Xiomara e Alba chegassem até as telas, foi necessário o processo de fragmentação da audiência, provocada pela ascensão da internet e das novas tecnologias de comunicação. Isso trouxe mudanças significativas na indústria de mídia, provocando o desafio de encontrar novas fórmulas para atrair espectadores. Nesse contexto, a audiência latina emergiu como um grupo-chave, com grande influência no mercado de entretenimento. E as telenovelas latino-americanas foram vistas como uma oportunidade para atrair esses espectadores, sendo eles de primeira, segunda e terceira geração.

O melodrama da telenovela através de glossário, coletivo e geracional, que conforma pode ser ativado e compartilhado. Logo, através desse

repertório esse gênero é capaz de aglutinar características universais e específicas, em prol de uma identidade generalizante. Na América Latina, é o responsável por “narrar a nação”, pois as audiências retiram da televisão uma variedade de mensagens e normas sobre os papéis sociais, afetando tudo, desde a organização da vida doméstica até o comportamento na escola, no trabalho, na vida cotidiana, no geral.

Nesse sentido, *Jane The Virgin* busca, através dos códigos do melodrama, como a antecipação exacerbada, a simbolização excessiva e a obviedade, mediar a identidade pan-latina conformada por programadores de mídia como estratégia para atingir o mercado latino, buscando suprir a necessidade crescente da audiência em buscar se identificar com as mídias que consomem.

O gênero exerce, portanto, um papel fundamental como base estrutural para a articulação da pan- latinidade em JTV, uma vez que ativa mecanismos de percepção e identificação popular que influenciam a forma como as audiências compreendem e interpretam as informações. Assim, o melodrama, como o experienciado pelo público da série, transcende a simples categorização de textos ou narrativas, atuando como instrumento essencial na leitura e na criação de significados, permitindo a reconexão com diferentes realidades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTS, Heike C. The multiple transformations of Miami. In: **Latinos in the new south**. Routledge, 2016. p. 149-166.

AL-GHAMDI, Abdullah. The CW's Target Audience Is Shockingly Different Than What You'd Think. **Screen Rant**, 2022. Disponível em: <<https://screenrant.com/cw-network-target-audience-age-range/>>. Acesso em: 01 de agosto de 2023.

AMADE, José Sarzi; CAMPOVERDE, Leonor Taiano. El Laberinto de La Soledad: Un Análisis Trans-Generacional . **Iberoamerica Global 2.2** (2009): 79-89.

ARAMBULO; Amanda. 3 Reasons To Watch 'Woori The Virgin' A.K.A. The 'Jane The Virgin' Korean Remake. **The Beau Life**. 2023. Disponível em: <<https://thebeaulife.co/art-entertainment-guides/woori-the-virgin-kdrama-review>>. Acesso em: 29 de julho de 2023.

AVILA-SAAVEDRA, Guillermo. A fish out of water: New articulations of US–Latino identity on Ugly Betty. **Communication Quarterly**, v. 58, n. 2, p. 133-147, 2010.

BÁEZ, Jilian. M. Towards a Latinidad Feminista: The Multiplicities of Latinidad and Feminism in Contemporary Cinema. **Popular Communication**, London, v.5, n.2, p.109-128, 2007.

BALTAR, Mariana. **Realidade Lacrimosa: Diálogos entre o universo do documentário e a imaginação melodramática**. 2007. Tese de Doutorado. Universidade Federal Fluminense.

BENAMOU, Catherine L. Televisual Melodrama in an Era of Transnational Migration. In: ALVARAY, Luisela et al. **Latin American melodrama: passion, pathos, and entertainment**. University of Illinois Press, 2009.

BENJAMIN, Walter. **El narrador (1936)**. Traducción de Roberto Blatt Editorial. Taurus, 1991.

BERG, Charles Ramírez. Stereotyping in films in general and of the Hispanic in particular. In.: RODRÍGUEZ, Clara E. **Latin looks: Images of Latinas and Latinos in the US media**. Routledge, 2018.

BINGELL, Jonathan. **An Introduction to Television Studies** (3rd ed.). New York: Routledge, 2012.

BROOKS, Peter. **The Melodramatic Imagination: Balzac, Henry James, Melodrama and the Mode of Excess**. New Haven: Yale University Press, 1976.

CARREIRO, Rodrigo. **A linguagem do cinema [recurso eletrônico] : uma introdução**. Recife : Ed. UFPE, 2021.

CHAVEZ, Leo. **The latino threat**. Palo Alto: Stanford University Press, 2013.

Donald Trump announces US presidential run with eccentric speech. **The Guardian**, London, 2015. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/us-news/2015/jun/16/donald-trump-announces-run-president>> Acesso em: 12 de maio de 2021.

COLIN, Lysiane. The place of intersectionality in U.S. TV series: the new generation of Latina characters representation 2/3. **Gender in Geopolitical Institute**, 2021. Disponível em: <<https://igg-geo.org/?p=5592&lang=en>>. Acesso em: 22 julho de 2023.

CORRÊA, Angela Miguel. **Séries originais da Netflix: alterações na estrutura narrativa no contexto do binge-publishing**. Universidade Metodista de São Paulo: Dissertação de Mestrado, 2019.

DÁVILA, Arlene. **Latinos, Inc: The Marketing and Making of a People**.Oakland: University of California Press, 2001.

DA SILVA, Anderson Lopes; JOHN, Valquíria Michela. A dramédia como gênero híbrido em Orange Is The New Black: a dramédia personalista, a advocate dramedy e a dramédia humana. In: **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2015.

DREASA, Charles; PARDO, Claudia. Three Things You Thought You Knew About U.S. Hispanic’s Engagement With Media...And Why You May Have Been Wrong. **The Nielsen Company**, New York. 2011.Disponível em: <<https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/Nielsen-Hispanic-Media-US.pdf>>. Acesso em: 13 de maio de 2021.

DELONG, Matt. Herman Cain: Electrified border fence ‘a joke’. **Washington Post**, Washington, DC, 2011. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/blogs/election-2012/post/herman-cain-electrified-border-fence-a-joke/2011/10/16/gIQAkHAuoL_blog.html> Acesso em: 12 de maio de 2021.

EDGERTON, Gary R.; ROSE, Brian (Ed.). **Thinking outside the box. A contemporary television genre reader**. Kentucky: The University Press of Kentucky, 2008.

ENNE, Ana Lúcia; DE NANTES, Joana d’Arc; OLIVEIRA, Ohana Boy. Um “ofício de cartógrafo mestiço”: a proposta metodológica de Jesús Martín-Barbero como base para um estudo de caso da telenovela mexicana Rubi. **PragMATIZES-Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura**, p. 62-76, 2018.

FARRET, Rafael Leporace; PINTO, Simone Rodrigues. América Latina: da construção do nome à consolidação da ideia. **Topoi (Rio de Janeiro)**, v. 12, p. 30-42, 2011.

FROWNFEELTER, Andrea. **Flower symbolism as a female sexual metaphor**. 2010. *Senior Honors Theses and Projects*.

FLORES, William V. New citizens, new rights: Undocumented immigrants and Latino cultural citizenship. **Latin American Perspectives**, v. 30, n. 2, p. 295-308, 2003.

GARCIA CANCLINI, Nestor. **Culturas Híbridas Estrategias para entrar y salir de la modernidad (1990)**. Paidós. Buenos Aires, 2001.

GOMES, Itania Maria Mota. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 18, n. 1, p. 111-130, 2011.

GONZALEZ-BEZERRA, Anna; KROGSTAD, Jens Manuel. **A majority of English-speaking Hispanics in the U.S. are bilingual**. Washington, DC: Pew Research Center. 2015. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/03/24/a-majority-of-english-speaking-hispanics-in-the-u-s-are-bilingual/#:~:text=Hispanics%20in%20the%20United%20States,most%20likely%20to%20be%20bilingual>> . Acesso em: 13 de maio de 2021.

GRAY, Jonathan; LOTZ, Amanda D. **Television studies**. Cambridge: John Wiley & Sons, 2019.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. Editora G. Gili, 2013.

ITZKOFF, Dave. 'Jane the Virgin' Aims Beyond Its Latin Ethnicity. **The New York Times**. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2014/09/21/arts/television/jane-the-virgin-aims-beyond-its-latin-ethnicity.html>> . Acesso em: 29 de julho de 2023.

JENNER, Mareike. **Netflix and the Re-invention of Television**. Springer, 2018.

KARNAL, Leandro et al. **História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI**. São Paulo: Contexto, 2011.

JUANES. **Una Flor**. Universal Music Latino, 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pdKILFIqpUE>> . Acesso em: 17 de agosto de 2023.

KROGSTAD, Jens Manuel; PASSEL, Jeffrey S.; NOE-BUSTAMANTE, Luis. Key facts about U.S. Latinos for National Hispanic Heritage Month. Washington, DC: **Pew Research Center**. 2022. Disponível em <<https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/09/23/key-facts-about-u-s-latinos-for-national-hispanic-heritage-month/>> . Acesso em: 18 de junho de 2023.

KROGSTAD, Jens Manuel. **Hispanics have accounted for more than half of total U.S. population growth since 2010**. Washington, DC: Pew Research Center, 2020. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/07/10/hispanics-have-accounted-for-more-than-half-of-total-u-s-population-growth-since-2010/>>. Acesso em: 13 de maio de 2021.

LATINO DONOR COLLABORATIVE. **2022 U.S Latino GDP Report**. Disponível em: <<https://www.latinodonorcollaborative.org/original-research/2022-ldc-u-s-latino-gdp-report>>. Acesso em: 19 de junho de 2023.

LAVANDIER, Yves. **La Dramaturgia: los mecanismos de relato – cine, teatro, ópera, radio, televisión, cómic**. Madri: EIUNSA, 2003.

LIPKA, Michael. **A closer look at Catholic America**. Pew Research Center. 2015. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/short-reads/2015/09/14/a-closer-look-at-catholic-america/>>. Acesso em: 01 de agosto de 2023.

LOBATO, Ramon. Rethinking international TV flows research in the age of Netflix. **Television & New Media**, v. 19, n. 3, p. 241-256, 2018.

LOPEZ, Ana M. Telenovelas in Latin America. In: ALLEN, Robert C. **To be continued...: soap operas around the world**. New York: Routledge, 2002.

LOTZ, Amanda D. **The television will be revolutionized**. New York: NYU Press, 2014.

LUTHER, Catherine A.; LEPRE, Carolyn Ringer; CLARK, Naeemah. **Diversity in US mass media**. New Jersey: John Wiley & Sons, 2011.

MARTINEZ, Diana. Jane the Virgin Proves Diversity Is More Than Skin Deep. **The Atlantic**, Boston, 2015. Disponível em: <<http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/10/jane-the-virgintelenovelas/409696/>>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

MARTIN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia. Televisión y melodrama: Género y lecturas de la telenovela en Colombia. Bogotá: **Tercer Mundo**, 1992.

MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. **Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva**. Barcelona: Gedisa, 1999.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Dos meios as mediações-Comunicação, cultura e hegemonia Trad. **Ronald Polito, Sérgio Alcides**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997, 1997.

_____. **Ofício de cartógrafo**. Ipiranga: Edições Loyola, 2004.
MAYER, Vicki. Please pass the pan: Rethorizing the map of panlatinidad in communication research. **The Communication Review**, London, v. 7, n. 2, p. 113-124, 2004.

MAZZIOTTI, Nora. **Telenovela, industria y práctica**. Barcelona: Norma, 2006.

MILLER, Jade L. Ugly Betty goes global: Global networks of localized content in the telenovela industry. **Global Media and Communication**, v. 6, n. 2, p. 198-217, 2010.

MORALES, Ed. **Latinx: The new force in American politics and culture**. Verso Books, 2019.

MOREIRA, Thais. Jane The Virgin: Uma série para noveleiros. **Nerd Recomenda**. Brasil: 2021. Disponível em: <<https://nerdrecomenda.com.br/jane-the-virgin-uma-serie-para-noveleiros/>>. Acesso em: 20 de março de 2023.

MATO, Daniel. Miami in the transnationalization of the telenovela industry: On territoriality and globalization. **Journal of Latin American Cultural Studies**, v. 11, n. 2, p. 195-212, 2002.

NEALE, Steve. Melodrama and tears. **Screen**, v. 27, n. 6, p. 6-23, nov./dez., 1986.

NEGRÓN-MUNTANER, Frances. The Latino media gap. **The Center for the study of ethnicity and race Columbia University**, 2014.

NIELSEN MEDIA RESEARCH. Latino-led content and viewers: The building blocks for streaming's success. **Diverse Intelligence Series**. New York: 2022.

NIJMAN, Jan. Breaking the rules: Miami in the urban hierarchy. **Urban Geography**, v. 17, n. 1, p. 5-22, 1996.

PILOT EPISODE, in: **Collins Dictionary**, s.d. Disponível em <<https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english/pilot-episode>>. Acesso em 04 de agosto de 2021.

PEREIRA, Inajá Bonnig; FERREIRA, Arnaldo Telles. A cor como elemento constitutivo da linguagem e narrativa cinematográfica. **Unoesc & Ciência-ACHS**, v. 2, n. 1, p. 17-28, 2011.

PÉREZ, Richie. From Assimilation to Annihilation: Puerto Rican Images in US Films. In: **Latin looks: Images of Latinas and Latinos in the US media**. Routledge, 2018.

PIÑÓN, Juan. Ugly Betty and the emergence of the latina/o producers as cultural translators. **Communication Theory**, v. 21, n. 4, p. 392-412, 2011.

_____. Reglobalization and the rise of the network cities media system in producing telenovelas for hemispheric audiences. **International Journal of Cultural Studies**, v. 17, n. 6, p. 655-671, 2014.

_____. Jane the Virgin. **ReVista**. **Harvard Review of Latin America**, Cambridge, v.17, n. 1, p. 23, 2017.

PORTES, Alejandro; ARMONY, Ariel C. **The global edge: Miami in the twenty-first century**. Univ of California Press, 2018.

NIJMAN, Jan. Breaking the rules: Miami in the urban hierarchy. **Urban Geography**, v. 17, n. 1, p. 5-22, 1996.

ROHRLEITNER, Marion. **Pan-Latinidad**. Oxford Bibliographies. 2013. Disponível em <<https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199913701/obo-9780199913701-0064.xml>>. Acesso em: 20 de maio de 2021.

ROSALDO, Renato. **Culture & truth: The remaking of social analysis**. Beacon Press, 1993.

RODRIGUEZ, America. **Making Latino news: Race, language, class**. Sage, 1999.
 RYAN, Maureen. 'Jane the Virgin' Helped Change TV, But The Struggle Is Far From Over. **The Huffington Post**, 2015. Disponível em: <http://www.huffingtonpost.com/2015/04/02/jane-the-virgin-cw_n_6994542.html>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

SEGATO, Rita Laura et al. **Formações de diversidade: nação e opções religiosas no contexto da globalização**. Departamento de Antropologia, Universidade de Brasília, 1997.

SINCLAIR, John. "The Hollywood of Latin America" Miami as Regional Center in Television Trade. **Television & New Media**, v. 4, n. 3, p. 211-229, 2003.

_____. From Latin Americans to Latinos: Spanish-language television in the United States and its audiences. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 6, n. 1, p. 7-20, 2004.

SCOLARI, Carlos. Los monstruos de la televisión: discursos esquizofrénicos sobre un medio en transición. In: OROZCO, G. (Coord.). **TVmorfosis: la creatividad en la era digital**. Cidade do México: Tintable, 2016. v. 5.

SCHÜTZE, Stephanie. Guadalupe-Tonantzin: una santa transcultural. **México En El Mundo - El Mundo En México: Dinámicas de Encuentros y Enfoques Estéticos**. 2021/1, año 10, n° 19, 229 pp.

SOUZA, Jaqueline M. **Voice Over: o domínio da técnica mais execrada dos roteiros**. Tertúlia Narrativa, 2017. Disponível em: <<https://www.tertulianarrativa.com/post/2017/01/25/voice-over-o-dom%C3%ADnio-da-t%C3%A9cnica-mais-execrada-dos-roteiros>>. Acesso em: 04 de agosto de 2023.

STANLEY, Alessandra. 'Jane the Virgin' Ends a Strong First Season. **The New York Times**, New York, 2015. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2015/05/11/arts/television/jane-the-virgin-ends-a-strong-first-season.html?_r=0>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

STEEL, Emily. How Is U.S. TV Changing? Ask Jane. **The New York Times**. 2015. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2015/05/11/business/media/how-is-us-tv-changing-ask-jane.html>>. Acesso em: 29 de julho de 2023.

STEPICK, Alex; GRENIER, Guillermo; CASTRO, Max; MARVIN, Dunn. **This land is our land: Immigrants and power in Miami**. Univ of California Press, 2003.

SUM, Amanda Finkler. **A cor no espaço cênico além da estética: uma análise do uso da cor como elemento de linguagem no cinema**. 2021.

The CW. **Jane the Virgin**. Miami, Florida. 2014.

VALDIVIA, Angharad N. Latina/os and the Media: a National Category with transnational Implications. **Polifonia**, Cuiabá, v. 21, n. 29, p.13-27, 2014.

URMAN, Jennie. Adapting a telenovela with Jane The Virgin showrunner Jennie Urman. [Entrevista cedida a] Oliver Sava. **AV Club**, 2014. Disponível em: <<https://www.avclub.com/adapting-a-telenovela-with-jane-the-virgin-showrunner-j-1798274690>>. Acesso em: 05 de maio de 2023.

WAISBORD, Silvio. **McTV: Understanding the global popularity of television formats**. Television & New Media, v. 5, n. 4, p. 359-383, 2004.

WIEDLACK, Katharina. In/visibly different: Melania Trump and the othering of Eastern European women in US culture. **Feminist Media Studies**, v. 19, n. 8, p. 1063-1078, 2019.

WILLIAMS, Raymond; WILLIAMS, Ederyn; SILVERSTONE, Roger. **Television: Technology and cultural form**. New York: Routledge, 2004.

WHITTOCK, Jesse. 'Jane The Virgin' Set For South African Remake Through Alta Global Media, 'Silverton Siege's Mandlakayise Dube Directing Pilot. **Deadline**. 2022. Disponível em: <<https://deadline.com/2022/11/jane-the-virgin-south-african-remake-mandlakayise-dube-1235183575/>>. Acesso em: 29 de julho de 2023.

WIERINGA, Emma. **Jane The Virgin: a westernized telenovela**. DiggIt Magazine, 2019. Disponível em: <<https://www.diggitmagazine.com/articles/jane-virgin-westernized-telenovela>>. Acesso em: 06 de agosto de 2023.

YÚDICE, George. Miami: images of a Latinopolis. **NACLA Report on the Americas**, v. 39, n. 3, p. 35-39, 2005.

_____; E SILVA, Marie-Anne. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte. Ed. UFMG, 2006.