

A representação social da violência em telenovela

Élidy Santos

Índice

1. O dueto entre fato e ficção: os marcos do debate.	4
2. A contribuição da teoria social da mídia de Jesús Martín Barbero.	5
3. Sinais de identidade no melodrama	6
4. A família como unidade básica de audiência.	7
5. Identidade e interação mediada na pós-modernidade.	9
6. A identidade na experiência de um mundo mediado	10
7. A representação social da violência na telenovela <i>Caminho das Índias: estudo de Caso</i>	14
8. Considerações finais	16
9. Referências Bibliográficas	18

Resumo

As telenovelas no Brasil representam aspectos da cultura nacional, integrando e construindo ao mesmo tempo sua identidade. O tema desta pesquisa está relacionado às possibilidades que se abrem nos estudos da recepção a partir da concepção de que para além de um produto cultural a telenovela está integrada à realidade social dos sujeitos por meio das representações sociais, indicando como estas interpelam os telespectadores e interferem na vivência

dos mesmos. Nesse sentido, usaremos como aporte teórico os estudos culturais e sua vertente latina, analisando a teoria de Martín Barbero, onde se compreende a comunicação como uma questão de cultura, na qual o processo de recepção perpassa nas interações sociais e culturais vivenciadas pelos sujeitos da recepção.

A telenovela é um produto ficcional? A telenovela parece cumprir (em alguns casos) um legado para além do entretenimento: o de espelhar a realidade. Conflitos sociais e políticos são enredos de tramas de grande audiência no Brasil. Violência, Alcoolismo, Corrupção, são temas que passam pelo *script* de uma telenovela de sucesso.

Desde Beto Rockfeller, a novela não deixou de referir-se a determinados problemas da sociedade brasileira: os preconceitos raciais, a condição da mulher, as relações entre a religião católica e as religiões afro-brasileiras (umbandismo), a poluição industrial, a corrupção, a miséria e a violência urbanas, a disputa entre bairros, etc [...] (MATTELART 1998, p. 111).

Em *Véu de Noiva*, o pano de fundo da novela era o automobilismo. Figuras como Emerson Fittipaldi eram evidenciadas na trama, através do personagem Marcelo Monserrat (Cláudio Marzo), com isso houve uma valorização do nacionalismo e amor à bandeira brasileira sempre presente nas cenas da novela. O slogan “*novela verdade*” utilizado pela emissora para propagandear *Véu de Noiva*, demarcava esse novo tempo nas telenovelas da Rede Globo que a partir daí assume o cotidiano do povo brasileiro como protagonista de suas histórias.

Em 1977-78 a autora Janete Clair parou o Brasil em *O astro*. Inspirada no assassinato de Cláudia Lessin Rodrigues, jovem de classe média assassinada no Leblon, Janete Clair “mata seu personagem Salomão Hayalla e cria uma polêmica sobre o desfecho desse crime na trama. O sucesso e empatia do público brasileiro com *O astro* foram tantos que quando a novela acabou Carlos Drummond de Andrade fez o seguinte comentário: “Agora que *O astro* acabou vamos cuidar da vida, que o Brasil está lá fora esperando

Em *Barriga de Aluguel* (1990) a autora Glória Pérez levanta o debate sobre inseminação artificial. A novela *Renascer* (1993) trouxe à visibilidade pública a existência dos hermafroditas na espécie humana. Em 1977 a novela *Zaza* abordou os dilemas enfrentados pelos soropositivos.

O dramaturgo brasileiro Manoel Carlos é uma referência nesse sentido. O autor ficou famoso por discutir conflitos sociais nas relações familiares da classe média em suas novelas. Todas contendo uma temática social, os enredos de Manoel Carlos dialogam com o dia a dia familiar.

O jornalista norte-americano Neal Gabler nos dá uma dica importante para entender essa apropriação do cotidiano pela mídia, em especial as telenovelas, ao escrever sobre o conceito de pós-realidade. Para o autor, o século XX passou por uma importante transformação cultural, quando diz que todos nós estávamos nos tornando, ao mesmo tempo, atores e platéias de um grandioso e interrupto espetáculo.

Comparar a vida a um filme não é dizer, como quer o clichê, que a vida imita a arte, se bem que exista um fundo de verdade nisso. Nem dizer que a vida inventou os próprios métodos artísticos e que com isso inverteu o processo – a arte imita a vida-, ainda que também isso seja verdade, como se podem ver pelos inúmeros romances, filmes e programas de televisão inspirados em acontecimentos da vida real. O que se está querendo dizer é que, depois de décadas de artimanhas por parte dos relações – públicas e de exageros promocionais da mídia, e depois de mais outras tantas décadas de constante martelarão por parte das inúmeras forças sociais que nos alertaram, a cada um de nós, pessoalmente, para o poder da performance, a vida virou arte, de tal forma que as duas são agora indistintas uma da outra. (GABLER, 1999, p.12)

Quando Gabler defende essa idéia ele está sinalizando um fenômeno muito parecido com o que acontece com algumas telenovelas no Brasil, onde os dramas cotidianos ganham as telas e as pessoas do dia – a dia são interpretados pelos atores. Como exemplo, podemos citar os dilemas que eram interpretados pelos atores em *Mulheres Apaixonadas* (2003) novela de Manoel Carlos. A trama era toda composta por conflitos presentes na sociedade brasileira.

A professora de Educação Física (Helena Ranaldi) sofria com a violência doméstica causada por Marcos seu marido (Dan Stulbach). As duas adolescentes lésbicas (Paula Picarelli e Aline Moraes) que sofriam com a homofobia e a crise de identidade sexual, o alcoolismo da professora Santana (Vera Holtz), a violência no Rio de Janeiro, dentre tantos outros personagens distribuídos na trama. Outro nome dado a essa “apropriação do cotidiano é *Merchandising Social*¹, utilizado como forma de propagandear idéias dentro de um determinado produto da mídia, neste caso, a telenovela.

¹ O merchandising social. Para Márcio Shiuvo seria “a inserção, intencional, sistemática e com propósitos definidos, de questões sociais e mensagens educativas nas tramas das telenovelas e outros programas de TV. Enquanto estratégia de mudança de atitudes e adoção de novos comportamentos, o merchandising social é instrumento dos mais eficazes, tanto pela grande audiência que atinge quanto pela maneira lúdica como dissemina novas condutas e práticas. As questões sociais abordadas mostram-se, aos telespectadores, como parte integrante do enredo

Esse tipo de inserção publicitária vem sendo usada pelas novelas desde *Beto Rockfeller*. A princípio o que se propagandeava eram apenas produtos comerciais com fins lucrativos, mas a partir da novela *Cavalo de Aço*, em 1973, a Globo oficializa o *Merchandising Social*, com a discussão da Reforma Agrária no enredo.

Manoel Carlos e Glória Pérez são referências de autores que trabalham o *Merchandising Social* em suas novelas, por acreditarem que desta forma prestam um tipo de serviço público e contribuem para o desenvolvimento social do país.

Minhas novelas têm uma característica: unir ficção e realidade. Eu falei de barriga de aluguel (na novela *Barriga de Aluguel*), de transplante de coração e de troca de crianças na maternidade, em *De Corpo e Alma*; falei do drama das crianças desaparecidas em *Explode Coração*. Isso porque a novela tem o poder de fazer com que o País inteiro discuta determinado assunto. Então, é fazendo com que essa discussão se dê em torno de assuntos relevantes que acho que nós, como romancistas, podemos contribuir para um Brasil melhor. (Glória Pérez *Apud* ALENCAR, 2002, p. 94)

É possível que esse diálogo simples criado a partir da apropriação do cotidiano pela trama é o que possibilita ao público estabelecer com a telenovela uma relação de reconhecimento e cumplicidade, construindo ao redor da telenovela elementos objetivos para construção de sua própria identidade.

1. O dueto entre fato e ficção: os marcos do debate.

O professor Felipe Pena em seu artigo “A vida é um Show polemiza essa apropriação do cotidiano pela mídia, dizendo que ao espelhar a realidade a mídia extrapola os limites que separam o real do ficcional.

Mas atualmente, não se trata apenas de questionar se a ficção pode continuar competindo com a dramaturgia da vida real, mas em acreditar tanto na ficção a ponto de tentar viver nela. Não se trata apenas de olhar pelo buraco da fechadura, mas de estar do outro lado da porta. Não se trata apenas de ver o filme, mas de ser o próprio filme. A vida é o veículo. (PENA, 2002, p.3).

das telenovelas e minisséries. Aparecem associadas, de forma positiva e educativa, aos diversos personagens que, deste modo, atuam como porta-vozes dos conceitos, atitudes e comportamentos que estão sendo promovidos (SCHIAVO, 1995, p. 78).

Para o professor Felipe Pena, ao extrapolar os limites entre o real e o ficcional a mídia altera o próprio espaço do real do telespectador. Segundo ele, essas apropriações do cotidiano pela mídia ultrapassam o espaço entre o sofá e o aparelho de televisão, criando uma linha tênue e perigosa entre o real e o fictício.

Na encenação do real, o veículo vida gera novos episódios diariamente, fazendo com que as aplicações que a mídia descobre para esses episódios ultrapassem a própria dinâmicas do palco [...] Revistas de fofocas, periódicos sobre famosos e programas de TV como “Vídeo Show e “TV Fama vivem da encenação e a repercutem infinitamente em novas encenações [...]. E mesmo quando há assassinatos ou graves acidentes, o assunto principal é sempre a celebridade ou o candidato ao estrelato, que pode ser o próprio assassino ou um outro delinqüente qualquer (PENA, 2002, p.3).

Para Eugênio Bucci (2002), essa duplicidade entre ficção e realidade pode trazer outras implicações, como a facilidade que o telespectador parece ter em adequar à sua dura realidade ao sonho a ser alcançado nos capítulos finais da novela.

A política vai ganhando, assim, uma cobertura de mexericos de alcova, enquanto filmes de ficção resolvem, no imaginário, as tragédias, os temores ou impasses de ordem pública. A ficção acaba fornecendo soluções para problemas da vida real, soluções que depois passa a figurar na demagogia política. (BUCCI 2002, p. 225)

Para BUCCI (2002) o fato de o Jornal Nacional, estar intercalado entre as telenovelas não é mera coincidência. A afinidade entre telenovela e telejornal está ligada ao projeto de integração discursiva da Rede Globo: “Telenovela e Telejornalismo pactuam entre si uma divisão de trabalho para a consolidação discursiva da realidade. Por vezes, trocando de sinais (BUCCI 2004: 224).

Essa troca de sinais a que se refere BUCCI nada mais é que a discursiva entre as telenovelas e os telejornais da Rede Globo em alguns casos. Onde a ficção (telenovela) assume e polemizam as discussões que são tabus na sociedade enquanto o telejornal (factual) transforma importantes eventos em “conto da carochinha, quando não os omite.

Aqui o telejornal é capaz de fingir que um movimento de massas não existe, procurando com isso retardar sua entrada no universo da televisão, que é o universo que confere o atestado de

existência aos fatos [...] Em compensação, uma novela é capaz de influenciar o curso dos debates políticos ao falar de tensões reais que o telejornalismo finge que não vê. (BUCCI 2004 p. 2 26).

Muitos dados da nossa realidade que parecem ser ignorados nos telejornais, entram na pauta de discussão nacional pelas telenovelas. Assuntos que são tabus no noticiário ganham visibilidade na ficção, e a partir daí passam a ser debatidos na sociedade.

2. A contribuição da teoria social da mídia de Jesús Martín Barbero.

A comunicação para BARBERO (2001) se torna fundamentalmente uma questão de mediação, dando importância aos usos sociais que os sujeitos fazem da mesma. O que BARBERO (2001) está nos propondo como método de análise em sua teoria é o rompimento com os paradigmas clássicos da comunicação, que ignoram a ação criativa formada no processo de recepção das culturas mediadas. Onde o centro da pesquisa não se encontra puramente nos meios, mas nas relações sociais presentes no processo de recepção.

A pesquisa está fundamentada na via contrária aos estudos clássicos de comunicação, onde se analisam prioritariamente o que os meios fazem com a sociedade. O autor desloca a direção da análise da influência do discurso da mídia para os usos que os sujeitos fazem dos conteúdos midiáticos e comunicacionais.

Assim, a teoria da mediação proposta por Jesús Martín Barbero busca repensar o processo de comunicação, onde cabe a análise não só da imponência dos meios, que se baseiam em análises puramente comunicativas, mas de perceber na realidade do sujeito receptor seu modo de viver, os diferentes impugnadores e questionadores que surgem nesse processo, ainda que num primeiro momento essa impugnação e questionamento não apareçam nítidos no processo de recepção.

A maior contribuição da teoria de BARBERO (2001) a este trabalho reside na compreensão de que o rompimento com a visão fatalística e técnica da recepção, irá garantir que olhemos para o processo de recepção onde se indaga, interpela, se reconhece e onde há uma contínua negociação de valores, crenças e poder. No entanto, foi preciso tomar cuidado com o sentimento puramente progressista acerca dos meios, posto que BARBERO (2001) não propõe este sentimento, ao contrário, BARBERO não nega o viés de dominação e hegemonia que os meios parecem querer impor.

3. Sinais de identidade no melodrama

Nenhum outro gênero conseguiu ser tão popular na América Latina como o melodrama. A esta popularidade argumentou BARBERO (2001) “É como se estivesse nele o modo de expressão mais aberto ao modo de viver e sentir da nossa gente. O melodrama carrega em suas histórias as estruturas sociais e os sentimentos em que se constrói o imaginário coletivo, como afirmou BARBERO (2001, p. 316) “não existe memória histórica que não passe pelo imaginário.

Os enredos do melodrama, segundo BARBERO (2001:316), carregam muito do que somos – machistas, fatalistas, supersticiosos – e do que sonhamos ser, e por isso se constituem como lugar onde se produz sentido.

Esses aspectos tão “familiares que o melodrama carrega nos indicam que a essência deste gênero é o reconhecimento. Do reconhecimento que significa interpelar, do modo como se constroem os sujeitos.

Todos se fazem e refazem na trama simbólica das interpelações, dos reconhecimentos. Todo sujeito está sujeito a outro e é ao mesmo tempo sujeito para alguém. É a dimensão viva da sociabilidade atravessando e sustentando a dimensão institucional, a do pacto social (BARBERO 2001, p. 316)

O tempo do familiar é o que move o enredo e também o que medeia e possibilita sua comunicação com o imaginário popular, é o que afirma Hoggart (Apud Barbero 2001:317): “os acontecimentos só são percebidos quando afetam a vida do grupo familiar. Dado que o tempo social é onde os sujeitos se reconhecem como sujeito social, porque ele é antes de tudo um parente, um pai, uma mãe, um filho.

Desse modo, afirma BARBERO (2001:318), família e vizinhança – pois esta tem sido hoje um tipo de família aumentada nos bairros populares das grandes cidades, dada a brutal migração, o desenraizamento e a precariedade econômica – representam no mundo popular os modos de sociabilidade mais verdadeira, mesmo com todas as suas contradições e conflitos. Essa familiaridade percebida e apropriada pelo melodrama traz em sua essência uma necessidade do popular, de encontrar no melodrama traços de sua identidade e de sua cotidianidade familiar, que para esse sujeito torna-se fator primordial de identificação.

4. A família como unidade básica de audiência.

Segundo Leal (apud, FRANÇA 2006), a telenovela se constitui num objeto essencialmente doméstico, ao passo que é incorporada dentro da casa das pessoas. O processo de recepção da telenovela acontece, no geral, em meio ao cotidiano do telespectador, lugar de sua vivência, onde as pessoas desempenham seus papéis sociais, onde seus valores estão integrados a de outros sujeitos pertencentes ao seu eixo de interação.

E a telenovela compõe esse eixo, à medida que, no contexto brasileiro ela ganhou um espaço privilegiado na sociedade, em especial no cotidiano da família brasileira, como espaço de lazer, de debates e de construção de uma identidade nacional: “Se a televisão na América latina ainda tem a família como unidade básica de audiência é porque ela representa para a maioria das pessoas a situação primordial de reconhecimento (BARBERO 2001:305).

Martín Barbero argumenta que a análise crítica da família, foi incapaz de pensar a mediação social que se constitui nesse espaço do cotidiano familiar, já que são nos espaços do familiar que os indivíduos manifestam suas críticas, onde se sentem à vontade para debater e defender suas idéias e etc.

[...] A cotidianidade familiar é ao mesmo tempo um dos poucos lugares onde os indivíduos se confrontam como pessoas e onde encontram alguma possibilidade de manifestar suas ânsias e frustrações (BARBERO 2001, p. 305)

A televisão assume e forja os dispositivos fundamentais para dialogar com a realidade do cotidiano familiar, o que Martín Barbero vai chamar de “simulação do contato e retórica do direito. Segundo este pensamento, os discursos são organizados para dialogar com a realidade familiar, dentro do contexto cotidiano dos indivíduos. Os personagens, apresentadores, animadores assumem o papel de interlocutor, ou seja, aquele que interpela a família.

[...] E a necessidade, então, de intermediários que facilitem o trânsito entre realidade cotidiana e o espetáculo ficcional. A televisão recorre a dois intermediários fundamentais: um *personagem* retirado do espetáculo popular, o animador e apresentador, e certo *tom* que fornece o clima exigido, coloquial (BARBERO 200, p. 306)

Martín Barbero defende a predominância do verbal nos discursos televisivos como sendo fundamental para a manutenção desse diálogo estabelecido com o cotidiano familiar, contrapondo inclusive as teorias críticas que dizem que essa verbalidade reduz a televisão a um rádio com imagens.

Começamos a suspeitar de que a predominância do verbal na televisão se inscreve na necessidade de subordinar a lógica do visual à lógica do contato, dado que é esta que articula o discurso televisivo sobre o eixo da relação estreita e a preeminência da palavra em culturas tão fortemente orais. (BARBERO 2001, p.306).

Segundo Barbero (2001:307) há outro elemento, denominado por ele como “retórica do direito, que aproxima o diálogo televisivo ao cotidiano familiar. Para o autor o fato de a imagem na TV trabalhar com a imediatez (“ao vivo), que pode ser real ou simulada (no caso da telenovela), é o que possibilita essa aproximação. “Na televisão, a visão predominante é aquela que produz a sensação de imediatez, que é um dos traços que dão forma ao cotidiano

Além disso, a própria imagem interpretada foge ao modelo padrão da indústria cultural ao aproximar os personagens dos acontecimentos reais, tornando tudo próximo e acessível ao telespectador.

Na televisão nada de rostos misteriosos ou encantadores demais; os rostos da televisão serão próximos, amigáveis, nem fascinantes nem vulgares. Proximidade dos personagens e dos acontecimentos: um discurso que familiariza tudo, torna próximo até o que houver de mais remoto e assim se faz incapaz de enfrentar os preconceitos mais familiares (BARBERO 2001, p. 307)

Aí consiste o fato de a recepção no contexto familiar constituir um espaço de interação mediada entre meio e receptor, um processo dinâmico e estruturado em relações de reconhecimento e identificação, onde os diálogos criados pela televisão dão forma a uma cotidianidade familiar, e por isso reconhecidos.

A marca da hegemonia trabalha aí, nessa forma, na construção de uma interpelação que fala às pessoas a partir dos dispositivos que dão forma a uma cotidianidade familiar, que não é apenas subproduto da pobreza e de artimanhas da ideologia, mas também espaço de algumas formas de relação primordial e de algumas vivências que não são menos fundamentais só por serem ambíguas. (BARBERO 2001, p.307)

Compreender essa articulação do imaginário representado na televisão com a realidade popular, sua temporalidade cotidiana e familiar, é o que nos possibilita avançar na indagação proposta no trabalho, de pensar em que proporções os discursos da telenovela vão dialogar com a vivência das pessoas.

É fato, segundo Barbero (2001; p. 305 - 307) que os meios articulam seus discursos de forma que dialogue com a realidade das pessoas, através de elementos identitários no melodrama, da presença do cotidiano familiar no mesmo e da articulação do tempo social com imaginário folhetinesco.

5. Identidade e interação mediada na pós-modernidade.

A questão da identidade merece um debate conceitual e analítico neste trabalho, à medida que são nos espaços de construção da identidade que se firmará nossa análise. Stuart Hall (1998) inicia sua teoria sobre a identidade cultural na pós-modernidade conceituando o que sociologicamente se definiria por identidade. Questão que coloca a identidade no centro de nosso debate, quando ele diz que a identidade é produto de interações sociais.

Para Hall (1998: 11) o sujeito possui um núcleo ou uma essência interior que é o “eu (self) real, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores e as identidades que estes mundos oferecem, ou seja, a identidade nessa concepção sociológica preenche o espaço entre o “interior e o “exterior, entre o mundo pessoal e o mundo público.

Essa relação que criamos com a sociedade para nos projetarmos e nos recriarmos, contribui significativamente para que adequemos nosso “eu ao mundo social em que vivemos, ou seja, o que queremos ser, e o que somos está colocado em função desse mundo social.

Quando Hall (1998) diz que as culturas nacionais em que nascemos se constituem em uma das mais importantes fontes de identidade cultural, ele faz uma ponte precisa com o meio pelo qual evidenciaremos nosso objeto de estudo, a telenovela.

Como apontamos ao longo do trabalho, a telenovela se constitui como um dos produtos mais importantes da televisão brasileira na construção da identidade nacional. E a afirmação de Hall (1998) sobre a primazia da identidade nacional sobre a identidade individual do sujeito coloca a telenovela no lugar em que queremos no debate: o de produtora de símbolos identitários que irão dialogar com a vivência das pessoas a ponto de se tornar parte constituinte de sua identidade. A identidade na pós-modernidade, segundo Hall, é, portanto um produto de interações, que pode se dá face a face ou mediadas. E é esta última que nos interessa aqui.

Se a identidade é formada na interação entre o “eu e a sociedade é pertinente dizer que, a partir do momento em que essa interação do “eu com a sociedade passa a ser também mediada, temos então novas implicações na construção da identidade dos indivíduos.

[...] Com o desenvolvimento das sociedades modernas, o processo de formação do self se torna mais reflexivo e aberto, no sentido de que os indivíduos dependem cada vez mais dos próprios recursos para construir uma identidade coerente para si mesmo. Ao mesmo tempo, o processo de formação do self é cada vez mais alimentado por materiais simbólicos mediados, que se expandem num leque de opções disponíveis aos indivíduos e enfraquecem – sem destruir – a conexão entre a formação e o local compartilhado. (THOMPSON: 2004 p.181)

Compreender essa reestruturação dos espaços de construção da identidade nos leva a outro debate de profunda importância para este trabalho: os novos espaços de interação social e como essa reestruturação influencia na forma como as identidades vão ser construídas.

6. A identidade na experiência de um mundo mediado

Torna-se, portanto pertinente neste trabalho analisarmos alguns pontos relevantes para entender as conseqüências de uma sociedade onde a vivência mediada se tornou algo penetrante. A discussão feita por Thompson (2004) em *A mídia e a modernidade* é de fundamental importância para compreendermos o tema abordado. O autor começa por traçar uma distinção entre as formas de interação entre os sujeitos, as quais denomina como “comunicação face a face, onde os sujeitos dividem o mesmo espaço-temporal; e a segunda denominada por ele como “interação mediada.

Se quisermos entender a natureza da modernidade – isto é, as características institucionais das sociedades modernas e as condições de interação criadas por elas – devemos abrir um lugar central ao desenvolvimento dos meios de comunicação e nos dedicarmos a compreender seu lugar na sociedade.

O desenvolvimento dos meios de comunicação é uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais os indivíduos vão se relacionar entre si.

Se o homem é um animal suspenso em teias de significado que ele mesmo teceu, como Geertz uma vez observou então os meios de comunicação são rodas de fiar no mundo moderno e, ao usar estes meios, os seres humanos fabricam teias de significação para si mesmos. (HALL, 1998, p.3)

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, como já evidenciamos em análises anteriores, a interação entre os sujeitos vai sofrer algumas

alterações, das quais ressaltamos aqui: o seqüestro das experiências locais da vida cotidiana e o rompimento com a necessidade de um espaço físico de interação social.

O desenvolvimento da mídia aumentou a capacidade dos indivíduos experimentarem, através da quase interação mediada, fenômenos que dificilmente poderiam encontrar na rotina ordinária de suas vidas. (THOMPSON, 2004.p.182)

No entanto, essa experiência mediada não se dá de forma linear, ou mecânica, ao contrário, o indivíduo será afetado de forma bastante seletiva, onde ele (num processo de negociação contínua) define o grau de relevância da experiência mediada na construção de sua identidade.

A experiência mediada não é um fluxo contínuo, mas uma seqüência descontínua de experiências que tem vários graus de relevância para o self [...] Mas os indivíduos também se servem seletivamente da experiência mediada, enlaçam-na com a experiência vivida que forma o tecido conectivo de suas vidas diárias; e se a experiência mediada for de fato incorporada reflexivamente no projeto do self, ela pode adquirir uma profunda e permanente relevância. (THOMPSON, 2004, p.199)

Para Thompson (2004), a partir do século XIX algumas experiências foram “seqüestradas da sociedade, com o desenvolvimento das prisões, asilos e manicômios. Essas instituições forçaram o afastamento desses indivíduos do convívio social, e com isso roubou a experiência da sociedade com os mesmos. Segundo Thompson, a morte de entes queridos ou de doenças crônicas, por exemplo, foram modeladas por uma gama de instituições especializadas, cujo acesso social pode ser restrito ou controlado.

Esse “seqüestro da experiência, para Thompson (2004), se agrava com a atuação dos meios de comunicação na vivência dos sujeitos. A televisão proporciona às pessoas experiências que talvez em seu cotidiano jamais vissem. Por exemplo, para muitos brasileiros, uma guerra seria algo estranho se não fosse o fato de a televisão através de seus noticiários mostrarem a eles. A experiência drástica de uma guerra, suas conseqüências civis e humanas jamais poderia ser “vivenciada por um brasileiro se não fosse os meios.

A comoção das pessoas ante a guerra no Iraque é a prova de que hoje não é preciso experimentar para sentir, os meios se encarregam de mediar tais sentimentos: “A mídia torna disponíveis formas de experiência que são totalmente

nova, independente de terem sido gradualmente separadas (ou não) do fluxo normal da vida cotidiana (THOMPSON, 2004, p. 197)

Outro fator relevante deste pensamento é o que Thompson vai chamar de “identidade não recíproca à distância, sinalizando que este sequestro da experiência não está relacionado somente a ausência de espaço, mas também de sujeitos presentes ali.

[...] Como a interação mediada se estende através do tempo e do espaço, ela possibilita uma forma de intimidade com outros que não compartilham o mesmo ambiente espaço – tempo; em outras palavras, ela possibilita uma intimidade à distância. (THOMPSON, 2004, p. 191)

Esse tipo de interação com sujeitos à distância é movida por flexibilidade e depende mais da disposição do sujeito não mediado (receptor); é ele quem define o grau de aproximação, o que não é característico de um relacionamento face a face.

Este tipo de intimidade não recíproca à distância tem algumas atrações para indivíduos como também alguns custos. Permite aos indivíduos desfrutar alguns benefícios da companhia sem exigências típicas dos contextos de interação imediatas [...] São companheiros regulares e confiáveis que proporcionam diversão, conselhos, informações de acontecimentos importantes e remotos, tópicos para conversação e etc. – tudo de forma que evita exigências recíprocas e complexidades que são características de relacionamentos sustentados através de interações face a face. (THOMPSON, 2004, p. 191)

Esse tipo de relação à distância é o que explica o sentimento de um fã por um ator da telenovela. As pessoas tendem a criar vínculos de afeição ou rejeição com os atores dependendo do papel que desempenham na trama (mocinho ou vilão).

De uma forma ou de outra, muitos indivíduos nas sociedades modernas estabelecem e sustentam relações de intimidade não recíprocas com outros distantes. Atores e atrizes, astros e estrelas e outras celebridades da mídia se tornam familiares e íntimas figuras, muitas vezes assunto de discussão e conversa rotineira na vida diária dos indivíduos. (THOMPSON, 2004, p. 191)

O maior problema, porém, reside no fato de estas relações à distância assumirem uma importância maior do que deveriam na vida das pessoas, ou seja, quando os indivíduos reorganizam suas vidas, suas relações face a face em prol dessa relação à distância.

[...] Elas podem se tornar aspectos tão importantes da vida de um indivíduo, ao ponto de eclipsar outros aspectos, redefinindo outras formas de interação diária, algumas vezes com resultados dolorosos e confusos. (THOMPSON, 2004, p. 192)

Esse tipo “extremo de relação não recíproca à distância está diretamente ligado ao que se pode chamar de tietagem, ou seja, a relação fanática entre o indivíduo não mediado (receptor) e a estrela, astro ou ator de telenovela. Para Thompson (2004), a tietagem é um aspecto ordinário e rotineiro da vida diária de um indivíduo: é organizar a própria vida de tal maneira que, isto se torna preocupação central do sujeito.

No entanto, ser fã não segue um padrão gradual de importância na vivência dos sujeitos, uns fãs, por exemplo, podem ser mais dedicados que outros, se organizando em fã clubes ou em outras organizações de tietagem. Essa devoção de alguns fãs nos permite compreender o porque de em dados momentos, e em contextos e relações diversas, alguns sujeitos da recepção serem absorvidos pelo mundo mediado a ponto de não fazerem distinção entre o mundo real e este mundo mediado.

A experiência de ser fã pode se tornar um tipo de dependência compulsiva da qual o indivíduo não pode mais sair com facilidade. O indivíduo torna-se mais e mais preocupado com o cultivo da relação de intimidade com um outro distante(ou com o desenvolvimento de um vínculo semelhante); o self vai sendo paulatinamente absorvido pelo mundo do fã. Quando isso ocorre, o indivíduo pode encontrar dificuldade de perceber a distinção entre os dois mundos. Estes mundos se tornam inextricavelmente misturados, e o projeto do self se torna inseparável da experiência de ser fã e passa a ser moldado por ela. (THOMPSON, 2004, p. 195)

Esse tipo de relação específica torna-se um elemento relevante ao analisarmos as influências discursivas da mídia na vivência das pessoas e como tais pessoas vão responder a esses discursos. Pois como foi evidenciado em todo o trabalho, esse discurso mediado não é algo mecânico, mas negociado, reformulado, atualizado e então agregado ou não pelas pessoas em suas vivências.

7. A representação social da violência na telenovela *Caminho das Índias*: estudo de Caso

A definição do conceito de representação social torna-se necessário nesse capítulo à medida que utilizaremos a análise das representações sociais como fator decisivo para a compreensão da influência discursiva das telenovelas na vivência das pessoas.

Moscovici (*apud* TONON:2004, p. 20) entendeu o conceito de representação social “como categorias de pensamentos, através das quais determinada sociedade elabora, expressa, explica, justifica ou questiona sua realidade.

Partindo do conceito de Moscovici podemos entender que a representação social é uma forma que as sociedades, no campo do simbólico, utilizam para interpelar e compreender sua realidade.

“Por meio da representação social, a sociedade constrói práticas de significação da realidade e se movem em função delas. Nesse sentido, a telenovela oferece uma gama de significados que são negociados, interpelados e reelaborados pelos telespectadores durante o processo de mediação da recepção (TONON, 2004, p.20)

Segundo Vala *Apud* BAPTISTA, 1996:3, as representações sociais se constituem e circulam através da comunicação social; porque refletem as relações sociais ao mesmo tempo em que contribuem para sua produção.

A observação do autor dialoga com as proposições desta monografia, pois ela cria uma ponte entre as representações e o conceito de mediação proposto aqui, ao dizer que as representações sociais refletem e contribuem para a produção das relações sociais.

Ora, e não seria esse o campo de atuação da telenovela na produção de sentido? Que ao se apropriar do contexto social das pessoas através das representações sociais, não só reflete esse cotidiano como também contribui para o mesmo. O personagem “Zeca de *Caminho das Índias* é um desses casos, onde a recepção da telenovela, por sua capacidade de representação social, se estendeu para além dos espaços entre a TV e o sofá.

A polêmica levantada pela autora Glória Perez na trama se estendeu às conversações cotidianas dos telespectadores brasileiros, gerando debates e discussões sobre o tipo de comportamento violento do Zeca.

O blog² da autora Glória Perez é um reflexo de como o debate tem suscitado calorosas opiniões a respeito do tema e como ele é pertinente no atual

²<http://gloriafperez.blogspot.com>

contexto social. Após as primeiras manifestações de violência do personagem Zeca, vários sites³ de notícias na internet pautaram a questão da violência nas escolas, dando visibilidade ao problema suscitado pela autora na trama.

Nos casos acima, a telenovela funcionou como um tipo de *Agenda Setting*⁴, ou seja, através do personagem Zeca, a telenovela colocou em pauta na mídia a questão da violência entre os jovens e em especial a violência nas escolas.

A partir da análise das representações sociais em *Caminho das Índias* e todos os debates que o Zeca tem levantado, é possível dizer que ao assistir a novela, as pessoas estabelecem uma ligação entre as representações do cotidiano na trama com suas experiências diárias⁵.

Nas palavras do estudante Daniel Campos⁶, a novela consegue ajudar as pessoas a falar sobre a violência nas escolas. Segundo ele, desde que começou a novela, sua mãe sempre cita o exemplo do Zeca como forma de alertá-lo sobre o envolvimento em brigas.

As pessoas assimilam as situações vivenciadas pelos personagens com as de seu cotidiano, tornando evidente que nas relações de interação mediada há uma ponte discursiva entre o mundo vivido e o representado, que interpela a própria vivência do telespectador.

A estudante Júlia Rezende⁷ afirma que o “Zeca tem ajudado tanto ela quanto seus colegas a entenderem que a violência está destruindo a juventude. Ela afirma que as brigas entre “turminhas são corriqueiras na escola, e que desde que a novela começou a mostrar o Zeca ficou mais fácil as pessoas se conscientizarem disso.

A partir da representação da violência, através do Zeca, a telenovela cria elementos de diálogo com os telespectadores, que estabelece uma relação direta de afetividade com os personagens e o que eles representam. Através dessas representações do real a novela tira do âmbito do privado aquilo que é de interesse público (violência entre a juventude e seus reflexos na escola). Ao tornar público situações do cotidiano privado, a telenovela remete à sociedade uma função de debater e discutir tais situações.

Nas palavras da estudante Rafaela Lima⁸, a autora Glória Perez, mostra

³<http://educacao.uol.com.br/http://diversao.terra.com.br/http://br.answers.yahoo.com>.

⁴ É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá (Barros Filho, 2001, p.169)

⁵ Para validar nossos estudos teóricos apresentados nesta pesquisa, julgamos necessária a criação de um grupo focal, como técnica para obtenção de dados auxiliares na comprovação de nossa hipótese.

⁶ Entrevista obtida no Grupo Focal 1: Daniel Campos A. Lima, 16 anos.

⁷ Entrevista obtida no Grupo Focal 2: Júlia Rezende, 18 anos.

⁸ Entrevista obtida no Grupo Focal 2: Rafaela Lima, 16 anos.

através do Zeca, que a violência nas escolas se tornou algo corriqueiro, e que não é um problema de uma escola só, mas geral no Brasil. Para Rafaela, mesmo que a novela não mude a atitude das pessoas violentas, só pelo fato de mostrar essa realidade através do Zeca, a novela está contribuindo para que a violência deixe de ser o problema de um filho específico e passe a ser um problema que toda a sociedade precisa se mobilizar para resolver.

Dessa forma, a telenovela cumpre o papel social de informar o telespectador e lhe confere aprendizado ao abordar essas questões de interesse social, pois por ser um produto de abrangência nacional, a telenovela se torna o pólo consciente de uma discussão nacional, e participa assim da representação que não só expressa, mas constitui essa nação.

8. Considerações finais

Esta pesquisa foi desenvolvida tendo como base a argumentação teórica dos Estudos Culturais, aqui representado por sua vertente latino – americana com Jesús Martín Barbero. O aprofundamento desse estudo na teoria de Martín Barbero possibilitou que colocássemos a telenovela no lugar em que se propunha este trabalho: como produtora de identidades mediadas que dialoga com as pessoas e num processo dinâmico interpela este sujeito da recepção constituindo sua vivência.

A partir das concepções de Stuart Hall (1998) e Thompson (2004) sobre o processo de formação das identidades na pós - modernidade foi possível reconhecer o lugar dos meios na construção da identidade das pessoas na contemporaneidade. Esse aporte teórico nos possibilitou compreender o lugar que a telenovela como produto da cultura de massas ocupa na vivência das pessoas, como produtora de identidades que dialoga com os meios sociais nos quais interagem os sujeitos.

No entanto, a maior contribuição dos Estudos Culturais a esta monografia foi o fato de pensarmos uma outra concepção de recepção, na qual se pode aceitar que a telenovela seja para além de um meio técnico pelo qual se utilizam ideologias para dominar, um produto da cultura de massas que abriga um povo que se reconhece, legitima e representa suas lutas e anseios no melodrama.

Para que pudéssemos compreender a dinâmica discursiva das telenovelas e suas influências na vivência das pessoas foi preciso colocar a telenovela no âmbito da cultura, como nos ensinou os Estudos Culturais.

Ao contrário das formulações teóricas que a autora desta pesquisa aspirava quanto aos meios de comunicação, como um simples agente da burguesia à serviço da dominação ideológica, os Estudos Culturais nos permitiram pensar

os usos sociais que os sujeitos fazem dos meios como possibilidade de resistência cultural das classes menos favorecidas, à medida que estas estabelecem um diálogo com os meios de comunicação reflexivo e aberto para apropriação e produção de sentido ao mesmo tempo.

A telenovela como produto cultural na América Latina, em especial no Brasil confirmam os Estudos Culturais, ao se tornar parte da cultura desse povo e do cotidiano das pessoas, representando seus dramas, polemizando seus “dogmas ou simplesmente entretendo-os.

Quando neste trabalho compreendemos a telenovelas não mais como uma produção de mau gosto e de baixa cultura e passamos a reconhecê-la como parte do projeto de integração cultural da nação, ela começa então a ampliar um sentido restrito que tínhamos sobre a cultura de massas, que hoje entendo como também sendo das massas.

Ao fazer parte da vida diária dos brasileiros, modificando e apropriando seus hábitos, a telenovela mostra ser capaz de “fornecer ao Brasil a construção de sua identidade nacional”⁹. E ao mesmo tempo, esse sujeito, a que se interpela e se indaga nesse processo de representação social, é o sujeito que resiste, reformula, atualiza e responde ativamente às proposições culturais da indústria do entretenimento, ao fazer dela elemento de sua oralidade histórica, marcando o entretenimento com traços de sua resistência, bravura e luta.

Na sua relação diária com o melodrama imprimem os traços de sua identidade Latino Americana. Assim como nos carnavais, nos tambores, nos gritos festivos em terreiros enlurados resistem a bravura e a história das lutas deste povo.

9. Referências Bibliográficas

BUCCI, Eugênio e Kehl, Maria Rita. Videologias: ensaios sobre televisão. São Paulo: Boitempo, 2004.

BUCCI, Eugênio. Brasil em tempos de TV. São Paulo: Boitempo Editorial, 2005.

CALCINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

FRANÇA, Vera (org). Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

⁹TONON, 2004, p. 31.

- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1998.
- LOPES, Maria Immacolata V., Borelli, Silvia H. S., Resende, Vera R., Vivendo com a Telenovela: mediações, recepção e teleficcionalidade, São Paulo: Summus Editoria, 2002.
- MARTÍN, Barbero Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- MELO, José Marques. As telenovelas da globo. São Paulo: Summus, 1988.
- PERET, Luiz Eduardo Neves. Do armário à tela global: a representação social da homossexualidade na telenovela brasileira, Rio de Janeiro, 2005. www.btdt.uerj.br. Acesso em 18/11/2008.
- RIBEIRO, Gustavo Rogério Borges. Narrativas do cotidiano: o estudo de caso da telenovela Mulheres Apaixonadas, Belo Horizonte, 2004.
- SANTOS, Lidiane Rocha e MOREIRA, Lúcia Miranda. A Caixa Mágica de Identidades possíveis, 2008. <http://www.bocc.ubi.pt/>. Acesso em 18 / 11 / 2008.
- THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. 6 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- TONON, Joseana Burguez. Telenovelas e representações sociais em estudo de caso sobre “Mulheres Apaixonadas, 2003. <http://www.bocc.ubi.pt/>. Acesso em 18 / 11 / 2008.