

# Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 - [www.tvrealidade.ufba.br](http://www.tvrealidade.ufba.br)



Universidade Federal da Bahia  
Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas  
Grupo de Análise de Telejornalismo



## **As histórias que a telenovela nos conta: do deslocamento do cotidiano à multiplicação da experiência<sup>1</sup>**

**Danubia Andrade<sup>2</sup>**

Resumo: Partindo do pressuposto de Roger Silverstone de que a telenovela participa ativamente da construção do cotidiano de sua audiência, tal qual os produtos do telejornalismo, vamos em busca das dimensões da experiência mediada na produção teleficcional brasileira. Como ela pode influir na construção das identidades? Que tipos de interações sociais proporciona? E ainda, de que forma avaliar sua capacidade de “deslocamento da vida cotidiana”? Neste trabalho, além de Silverstone, Milly Buonanno e John Thompson serão referências imprescindíveis, bem como a telenovela “Duas caras” nos servirá de objeto de análise.

Palavras-chave: telenovela; identidade; experiência mediada

### **A telenovela e a experiência**

Neste artigo, sugerimos que as experiências mediadas proporcionadas pela telenovela atuam ativamente na construção da realidade e na configuração da vida cotidiana de seus públicos. Para tanto, apresentaremos a seguir alguns conceitos sobre “experiência” e “cotidiano”, bem como a ficção televisiva como construtora de

<sup>1</sup> Artigo apresentado ao Colóquio Internacional Televisão e Realidade, Salvador, 2008.

<sup>2</sup> Mestranda em comunicação pelo PPGCom UFJF/MG. Jornalista pós-graduada em “Artes, cultura visual e comunicação” pela UFJF. Professora de língua espanhola pelo Coined Argentina. E-mail: [danubiajfm@gmail.com](mailto:danubiajfm@gmail.com)

um laço social que envolve e, em certa medida, regula e fomenta os debates coletivos.

Poderíamos dizer que ao ligar a televisão e assistir a uma telenovela, nos envolvemos num ato de transcendência espacial capaz de abarcar não apenas as referências do global, como também nos unir aos outros, aos nossos vizinhos, conhecidos ou desconhecidos, que simultaneamente estão assistindo ao mesmo produto midiático (SILVERSTONE, 2002, p.24-32).

Este laço social se forma por meio das experiências compartilhadas proporcionadas pela mídia: experiências mediadas. Os conteúdos que as conformam podem se tornar significativos na medida em que se relacionam dentro de alguma estrutura, tanto individual como social, aflorando experiências em seus espectadores sempre que interagirem em suas vivências sociais.

Na sociedade contemporânea, sistemas de representação da realidade se elaboram e se constroem intimamente vinculados aos sistemas de representação dos meios de comunicação. Dentre os diversos materiais simbólicos que fornecem elementos para a constituição social da realidade destacamos as ficções seriadas. Estas podem ser entendidas como instrumentos que, produzindo sentidos através da construção de representações, colaboram na organização da experiência humana e na construção da própria vida social.

Os meios de comunicação, em cujo concerto avulta a televisão (e, entre seus programas, a telenovela), compõem relevantes *contextos*, em cujo interior *indivíduos*, *grupos* e *comunidades* elaboram, propõem, celebram, negociam e defendem suas *identidades*, tomando por base seu *autoconceito* e a sua *autocompreensão*, componentes basilares. (TRINTA, 2007, p.152)

Devemos considerar que as histórias de ficção, que narrativizam e dramatizam a sociedade, estão conectadas a uma ordem real (e simbolicamente habitável), na qual é possível aos públicos alcançar a novas e vastas oportunidades de experiências culturais e sociais. Esta experimentação mediada proporciona uma participação simbólica dos ambientes, de situações sociais e aspectos da existência com as quais boa parte do público não teria possibilidade entrar em contato direto.

A este respeito, Milly Buonanno (2002, p.82-3) traz o conceito de “deslocamento da vida cotidiana”, que podemos definir como o debilitamento ou perda do sentido de lugar em conjunto com a possibilidade de entrar em contato, e inclusive converter em familiar, sujeitos, eventos ou lugares que estão fisicamente

distantes de onde nos encontramos e dos sítios onde se realizam nossas experiências diretas. Para Buonanno, diante da tela de um televisor

somos efectivamente testigos y participantes de la más amplia variedad de situaciones sociales que se desarrollan en una multiplicidad de ambientes y ponen en escena una pluralidad de sujetos y de comportamientos personales y profesionales, los cuales serían muy difícil de encontrar y observar en la experiencia directa de la vida cotidiana. (BUONANNO, 2002, p.82)

Não precisamos mais estar no lugar para sermos testemunhas de espetáculos esportivos, catástrofes naturais, guerras ou celebrações: a mídia nos reserva uma cadeira na primeira fila para assistir e participar daquilo que ocorre em todas as partes do mundo. Entretanto, esta capacidade de deslocamento da vida cotidiana não se dá apenas na esfera do jornalismo. A telenovela, por meio de suas locações e cenários, também nos abre horizontes a uma infinidade de experiências deslocalizadas. A ficção pode atuar como um "dilatador" da gama de situações sociais das quais temos acesso, sem estarmos fisicamente presentes.

Em "Duas caras", por exemplo, a cenografia esforçou-se e gastou cerca de 3 milhões de reais<sup>3</sup> para construir de forma crível a favela da Portelinha aos moldes de uma favela real, a do Rio das Pedras, localizada em Jacarepaguá, Rio de Janeiro. Dos detalhes de janelas e portas de segunda mão, com cores vivas nas paredes, porém cuidadosamente desgastadas, ao esgoto a céu aberto; foram utilizados de 4 a 6 mil metros quadrados<sup>4</sup>, contendo 120 edificações, criadas em minúcia para ativamente tecerem a mediação entre ficção-realidade. Vale ressaltar que nas cenas de plano geral, imagens da Portelinha se fundem às imagens reais da comunidade do Rio das Pedras.

No mais, "Duas caras" tentou reproduzir a qualidade de vida e natureza das organizações sociais dentro de uma favela por meio da Portelinha. Afinal, não se trata de uma favela nos moldes que o público está acostumado a ver em ficções. Trata-se de uma comunidade regida sob as regras de uma milícia (ou associação), organizada em um sistema que inibe o tráfico e a violência, mas ao mesmo tempo cerceia a liberdade individual e regula com mãos de ferro o comércio local. Ainda que haja distinções entre a realidade concreta e a ficcional, esta telenovela

<sup>3</sup> A variação se deu porque foram divulgados números diferentes pelo jornal O Globo.

<sup>4</sup> Informações recolhidas no site Globo Online, Revista da TV (<http://oglobo.globo.com/cultura/revistadatv/>), em 1º de outubro de 2007, sob o título "Portelinha de 'Duas caras' lembra bairro de verdade com casas inacabadas", bem como em "Mergulho na vida real", Revista da TV, O Globo, 11 de novembro de 2007, p. 12-4.

apresentou ao telespectador uma outra forma de viver em favela<sup>5</sup>, ampliando os campos simbólicos no que concerne este tipo de experiência.

Outra experiência mediada pela telenovela “Duas caras” diz respeito à invasão da favela da Portelinha por um grupo de traficantes. A vivência deste acontecimento violento, que se repete de fato na rotina de milhões de cariocas, foi apresentada à audiência com as cores da ficção. Desta forma, um conflito real foi reproduzido (ou construído) ficcionalmente na trama proporcionando ao telespectador algumas dimensões não apenas da vida em uma comunidade de baixa renda carioca, como também de seus momentos de drama. Assim, sem abandonar o conforto e a segurança do lar, os telespectadores conheceram o modo de viver e a realidade de uma comunidade carente da cidade do Rio de Janeiro, por mais ficcional e construída que esta realidade seja. Para Aluizio Trinta (CONFERÊNCIA, 2008), “o maior personagem da novela ‘Duas caras’ foi a Portelinha: seu ritmo, sua linguagem, suas experiências, sua estética”.

Utilizaremos os pressupostos de Thompson (2008) para compreendermos os tipos possíveis de mediação, suas características específicas e as relações das experiências mediadas com a construção do *self*. Porém, antes de adentrarmos na análise, nos deteremos rapidamente em dois conceitos importantes: “experiência” e “vida cotidiana”. Vera R. Veiga França (s/ano, p.5-7) nos auxilia com a definição de “experiência”. Etimologicamente, este substantivo vem do latim *experientia*, do verbo *experire*: fazer um ensaio de; ato ou efeito de experimentar. Este primeiro conceito relaciona-se à prática presente na experiência, na perspectiva do sujeito que experimenta o mundo. Além desta definição relacionada à vivência do sujeito no mundo, uma outra acepção seria dada por sua dimensão de conhecimento, resgatando uma esfera sensível. Experimentar como sinônimo de conhecer as coisas pelo sentido. Por fim temos uma dimensão constitutiva da experiência. Em processos de apreender, conhecer e nomear, o sujeito torna o mundo significativo e próprio. Então, a experiência tem uma prática, dimensões de conhecimento e constitutiva.

Nas palavras de Peter Berger e Thomas Luckmann (1996, p. 35)<sup>6</sup>, a vida

<sup>5</sup> Em artigo para a Folha de S. Paulo (7 out. 2007, Ilustrada E9), Bia Abramo critica “Duas caras” por retomar a perspectiva “favela dos meus amores” em contraposição à representação mais violenta e real.

<sup>6</sup> Trata-se, no entanto, da 13ª edição do livro “A construção social da realidade. Tratado de sociologia do conhecimento”, publicado pela primeira vez em 1966.

cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada e compartilhada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente. O mundo da vida cotidiana se origina no pensamento e na ação de homens comuns. Contudo, múltiplas realidades coexistem, mas a realidade da vida cotidiana é “a realidade” por excelência, a dominante, da qual nos distanciamos pelas artes, jogos, elucubrações ou sonhos.

A presença dos meios de comunicação no mundo moderno deu volume a um fenômeno de reestruturação da experiência que se verifica por meio do crescimento e do impacto da experiência mediada. Sempre houve formas e âmbitos de mediação da experiência, assim como a experiência concreta da vida cotidiana ainda é o cerne para os indivíduos, como vimos em Berger e Luckmann. No entanto, não houve em nenhum outro momento histórico uma explosão de experiências mediadas como as que presenciamos hoje. E não se trata de pseudo-experiências virtuais, simuladas ou vazias; estamos falando de experiências plenas.

A mídia oferece um leque de experiências que os indivíduos normalmente não teriam acesso nos contextos práticos da vida. Além de algumas totalmente novas, como aquelas proporcionadas pela cobertura jornalística de guerras ou viagens espaciais, a mídia também oferece o que Thompson (2008, p.196-7) nomeou como “dessequestração” da experiência. Para este autor, algumas formas de experiência traumáticas foram separadas da vida cotidiana no decorrer do desenvolvimento social, deslocadas da esfera doméstica para instituições particulares como penitenciárias, hospitais ou hospícios. Desse modo, as experiências da morte ou da loucura, antes vivenciadas no seio familiar, deixam de ser diretas para serem reintroduzidas através da mídia, muitas vezes de forma ampliada e acentuada. Assim como os açoites aos criminosos condenados, praticados em locais públicos até o século XIX, deixam espaço para prisões alijadas do contexto social do indivíduo comum.

No campo da experimentação do sujeito com o Outro e com o mundo, Thompson (2008, p.78-82) distingue três tipos de interação: face a face, mediada e quase mediada. A interação face a face ocorre num contexto de co-presença; os participantes compartilham um mesmo sistema referencial de espaço e de tempo. Estas interações possuem um caráter dialógico, no sentido de que implicam um

fluxo comunicativo constante<sup>7</sup>. Já as interações mediadas, tais como cartas ou conversas telefônicas, implicam o uso de um meio técnico que possibilita a transmissão de informação e conteúdo simbólico para indivíduos que podem estar situados em contextos espaciais e temporais distintos. As interações quase mediadas, por sua vez, referem-se aquelas estabelecidas pelos meios de comunicação de massa, tais como televisão, rádio ou jornais. Neste tipo de interação o número de receptores é indefinido, bem como se trata de um processo monológico, isto é, o fluxo da comunicação é predominantemente de sentido único.

Entendemos a construção do *self* como um projeto individual calcado nos materiais simbólicos que são disponíveis ao sujeito em sua vivência social, tanto a partir de interações face a face quanto por meio de interações mediadas ou quase mediadas. Se adotarmos esta perspectiva à natureza do *self*, veremos que o desenvolvimento dos meios de comunicação teve profundo impacto neste processo, uma vez que antes a autoformação estava restrita ao “conhecimento local”, transmitido em interações face a face através do intercâmbio oral e adaptado às necessidades práticas da vida. A mídia possibilita o alcance a informações não-locais, a novas formas de conhecimento que ampliam significativamente os horizontes de compreensão dos indivíduos e modificam constantemente seus pontos simbólicos de referência.

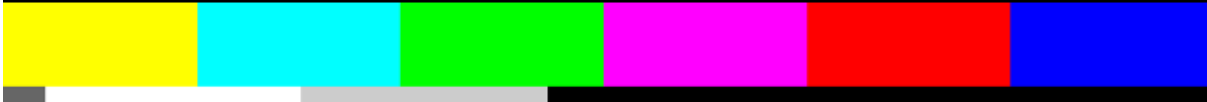
No entanto, Thompson (2008, p.186-90) indica aspectos negativos do crescente papel da mídia na formação do *self*. O primeiro aspecto a ser analisado é a intrusão mediada de mensagens ideológicas que sustentam sistematicamente relações assimétricas de poder. Em nossa análise da construção de modelos identitários para o negro na telenovela, buscaremos enfatizar o caráter contextual da inserção de mensagens ideológicas na vida diária do sujeito por meio da ficção<sup>8</sup>.

O segundo aspecto no qual o desenvolvimento da mídia pode acarretar conseqüências negativas para o processo de formação do *self* é a relação de dependência que pode se configurar entre o sujeito e os materiais simbólicos mediados ofertados.

---

<sup>7</sup> Para Mario Kaplún (1998, p.64) só existe comunicação de fato na medida em que a interação possibilita um fluxo constante e horizontal entre emissor e receptor. Neste sentido, os outros processos de interação sugeridos por Thompson, interação mediada e quase mediada, não seriam processos comunicativos *tout à fait*. Torna-se imprescindível distinguir “comunicação” de “transmissão de informação e entretenimento”.

<sup>8</sup> Este raciocínio será melhor desenvolvido no capítulo 4, onde realizaremos uma análise dos discursos e trajetórias das personagens negras na telenovela “Duas caras”.



O self se torna mais e mais organizado como um projeto reflexivo através do qual ela constrói, na forma de autobiografia narrativa, a própria identidade. Ao mesmo tempo, contudo, os indivíduos se tornam cada vez mais dependentes de um leque de instituições e sistemas sociais que lhes proporcionam os meios \_tanto materiais quanto simbólicos \_ de construção de seus projetos de vida. (THOMPSON, 2008, p.187)

O terceiro apontamento diz respeito a um efeito desorientador. A enorme variedade e multiplicidade de mensagens disponíveis pode provocar o que Thompson nomeia como “sobrecarga simbólica”. Para este autor, os processos de seleção do material simbólico assimilado passam a contar como fontes de conselho que pré-selecionam o que interessaria a cada indivíduo, poupando-os de escolher no escuro. Neste sentido, entendemos a crescimento do mercado de guias, sejam estes de turismo, de culinária, de literatura etc. Neles o sujeito busca pontos de referência e experiência para efetuar suas escolhas de forma mais segura.

O quarto aspecto indicado por Thompson nos fala da absorção do *self* na interação quase mediada. Sabemos que os processos de formação do *self* incluem tanto as interações mediadas quanto aquelas que se realizam face a face nos contextos sociais da família, da escola e do mundo profissional. Entretanto, para muitos sujeitos, os materiais simbólicos mediados deixam de ser um recurso e passam a ser objetos de identificação a que eles se apegam forte e emocionalmente. O caráter reflexivo do *self*, que permitia uma negociação entre as formas simbólicas advindas de todas as esferas, num processo relativamente autônomo de formação do *self*, desaparece quase imperceptivelmente. Os materiais simbólicos mediados, neste contexto, não são simplesmente um recurso a mais para a formação do *self*, mas passam a ser sua preocupação central.

Neste sentido, muitas vezes, as relações que se estabelecem entre a trama e a audiência, como resultado do embate entre os cotidianos ficcional e concreto, mesclam os dois campos e conferem às personagens ficcionais uma força de influência na vida cotidiana dos sujeitos maior que aquela desempenhada por pessoas de seu convívio real. Às personagens são dotadas da ilusão de que podem ser encontradas por cada telespectador em suas relações mais íntimas. Dentro de um espaço simbólico compartilhado, as telenovelas podem gerar sentimentos de familiaridade e apego sentimental. Desta forma, as personagens de uma telenovela estão suscetíveis de serem convertidas em companheiros ou amigos, e a partir de seus discursos, inseridos neste ambiente de absoluta proximidade, obter pontos de



referência e modelos de vida. Neste sentido, cabe ressaltar que a influência de determinada personagem sob a audiência deve ser analisada levando-se em consideração as amplas possibilidades de interação propostas por Buonanno (2002, p.83). Na medida em que a audiência pode estabelecer com as personagens ficcionais vínculos de familiaridade, apego e confiança tão sólidos quanto aqueles que tece com as pessoas do mundo concreto, há que se redimensionar o papel dos discursos da telenovela.

Também é preciso frisar que o forte envolvimento emocional que a história evoca, freqüentemente, faz com que os dramas das personagens das telenovelas tomem um lugar central no cotidiano dos telespectadores; não apenas no período de exibição e nos intervalos comerciais, bem como ao longo de todo o dia articulando sentimentos, estimulando conversas e também influenciando a produção de significados e a articulação e formação de identidade (TUFTE, 2004, p.297)<sup>9</sup>.

### **Narrativização da sociedade**

Os aspectos que ampliam na telenovela este potencial de penetração no cotidiano do espectador, provocando muitas vezes laços fortes de afetividade que interferem sobremaneira na formação identitária, dizem respeito ao seu formato seriado coligado ao tempo da vida cotidiana e a sua capacidade de *narrativização da sociedade*. Recorrendo a Milly Buonanno (2002, p.76-85; 2004, p.339), precisamos levar a sério as histórias, e especialmente aquelas transmitidas pela televisão, porque é meio destas histórias que a sociedade se representa. A telenovela *nos fala* e, ao mesmo tempo, *fala de nós*. Assim sendo, seja contemplando as experiências centrais de nossa vida cotidiana, de nossa história e memória, de nosso mundo social, seja por meio de tramas fantásticas ou realistas, utilizando-se de 'Marias', 'Lauras' e 'Joanas', de dramaturgias complexas ou maniqueístas, a sociedade constrói e é construída nas tramas da ficção seriada.

Buonanno (2002) acrescenta o conceito de *fictionscape* para que possamos mensurar a importância social das telenovelas como instrumento de narrativização

---

<sup>9</sup> Estas conclusões foram resultado de um estudo de caso realizado por Thomas Tufte com 13 mulheres de baixa renda, de três diferentes cidades brasileiras, com consumo médio de 3-4 telenovelas por dia.

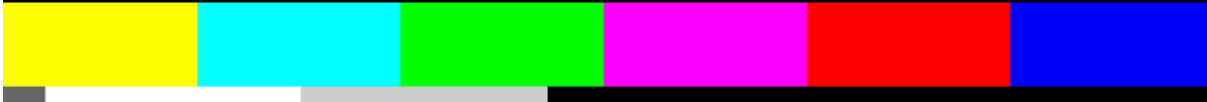


da sociedade. *Fictionscape* seria o território imaginário determinado e aberto por um conjunto de histórias de ficção oferecidas num período de tempo específico. Dentro do *fictionscape* circulam todos os componentes das histórias narradas como lugares, personagens, temas, estruturas de sentimentos e de valores. A observação deste cenário nos proporciona uma melhor compreensão de como uma sociedade representa a si mesma em uma determinada época ou momento social ou cultural. Ao mergulhar no *fictionscape* proposto por uma telenovela, o espectador pode conhecer realidades culturais diferentes da sua, vislumbrar paisagens desconhecidas e mergulhar em aventuras que o distanciam de seu cotidiano.

Poderíamos nos perguntar como a telenovela conseguiu estabelecer vínculos tão fortes e íntimos com a vida diária de seus públicos. Segundo Roger Silverstone (1994, p.22-7) a estrutura do cotidiano se organiza a partir da necessidade de ordem, regularidade e familiaridade que inibem as sensações de angústia e medo. A mídia tornou-se essencial para nossas percepções e organização do tempo na medida em que criou uma ordem no calendário dos eventos locais, nacionais ou globais, bem como marcou os ritmos da semana e do dia por meio das consistências de horários. Para este autor, ver televisão, falar e ler sobre ela faz parte de nossa rotina. Oscilando entre a atenção focada e desfocada, entre estados de consciência ou inconsciência, a televisão nos parece tão natural quanto o é a vida cotidiana.

A afirmativa de Silverstone (2002, p.25) de que “a mídia é do cotidiano e ao mesmo tempo uma alternativa a ele” encaixa-se perfeitamente no papel social desempenhado pela telenovela no dia-a-dia de seus públicos. A ficção seriada oferece aos telespectadores histórias capazes de deslocá-los e, de forma concomitante, os mantém no conforto e na segurança das estruturas melodramáticas que dispensam sua contínua atenção. Assim como o noticiário e a previsão do tempo, segundo Silverstone, a telenovela transmite a “segurança no amanhã”.

Para a assistência de telenovela rotineira é fundamental o comprometimento com a trama e este vínculo dá-se especialmente em relação às personagens. É por meio da credibilidade das personagens e da atração por suas histórias que a telenovela penetra os lares e cativa às audiências. Neste sentido, é preciso construir personagens que pareçam reais.



Um dos elementos fundamentais para que esse efeito se realize [para que as personagens pareçam reais], está, a nosso ver, na estruturação da personagem a partir da instituição de um cotidiano que o prenda, que o ancore no espaço e no tempo. Tecido de reiteraões e recorrências, o cotidiano participa na construção da personagem marcando-a por hábitos rotineiros, cuja sucessão demarca sua individualidade, sua existência enquanto ser e lhe garante similitude com o real. Seu cotidiano individual é organizado também em função do cotidiano que se articula na trama geral da narrativa e da qual todos os personagens participam como integrantes desse universo particular. (MOTTER, 2003, p.32)

Conforme Maria Lourdes Motter, existe um vínculo entre o hábito cotidiano de assistir a telenovelas e um cotidiano dentro da telenovela. Em outras palavras, se tece um paralelismo entre as rotinas das personagens e da audiência, que marca as coincidências não apenas no ordenamento dos fatos ao decorrer do dia, como das estações, datas festivas e eventos sociais.

Em “Duas caras”, podemos citar exemplos da tentativa do autor de organizar um paralelismo entre a trama e a realidade brasileira. As personagens vivenciaram as festas de fim de ano, natal e reveillon, além de festas de aniversários, batizados, noivados, casamentos e nascimentos de bebês; fatos corriqueiros do dia-a-dia que auxiliaram na construção do cotidiano dentro da telinha. Cabe maior destaque, contudo, ao carnaval e às eleições municipais.

O carnaval foi intensamente vivenciado em “Duas caras”. Com antecedência de uma semana para as festividades reais, os moradores da Portelinha desfilaram e ganharam o título do Grupo de Acesso no tradicional desfile de escolas de samba do Rio de Janeiro, colocando dentro da ficção um concurso real. A valorização do carnaval é significativa nesta telenovela, pois auxiliou na construção da comunidade da Portelinha como uma típica “comunidade carioca carente”, para qual o carnaval tem uma importância maior: não se trata apenas de uma festa popular e, sim, a afirmação da identidade de um grupo social alijado de oportunidades de expressão e divertimento.

Outra questão de destaque na trama, que também colabora para o embate entre os cotidianos ficcional e concreto, é a realização de eleições municipais. De fato, em 2008 acontecerão eleições que vão eleger prefeitos e vereadores em todo o País. Em “Duas caras”, o debate político se intensificou nos três meses finais da

telenovela<sup>10</sup> e discutiu a importância do voto, as diferentes moralidades éticas presentes no jogo político e, nos últimos momentos da ficção, o surgimento de um movimento organizado por civis que ultimava dar um “chega” na desordem social.

A simbiose entre realidade e ficção espelha um diálogo que é parte constitutiva e diferencial da ficção brasileira. Neste sentido, a telenovela não apenas reproduz os valores e costumes da sociedade, bem como colabora na reconfiguração desse universo simbólico que constitui a realidade social.

Eliseo Verón (1980; 1993) tenta dar conta da forma pela qual a mídia produz socialmente os sistemas de operação-representação que constituem “o real”. Para ele, a produção social dos discursos midiáticos faz parte de um campo mais vasto que é a produção social de sentidos. A realidade seria nada mais que o discurso que a anuncia e, desta forma, os meios massivos não mistificam o real, não o deformam, nem tampouco o reproduzem: eles de fato o produzem.

No que diz respeito às telenovelas, para Verón é imprescindível a compreensão do funcionamento discursivo, ou seja, o entendimento de como opera um sistema de relações entre uma certa economia discursiva e suas condições de produção e consumo. Não se trata, no entanto, de julgar esteticamente as obras, nem de analisá-las a partir de suas estruturas “visíveis”, uma vez que a produção social de sentido se esconde nas entrelinhas discursivas. Para este autor, o poder da mídia está na produção de sentidos. Se é possível aferir que um discurso midiático tem efetivamente um poder de influência sobre seus receptores, esse poder só existe por meio da forma de sentido produzido: comportamentos, falas, gestos que definem, por seu turno, relações sociais determinadas entretidas por esses receptores e que se entrelaçam na rede infinita da semiose social.

Entrementes, defender o conceito da telenovela como agente construtor da realidade não equivale a afirmar e sustentar que a ficção televisiva, por meio dos sentidos que produz e reproduz, influi sobre os públicos na mesma intensidade com que transmite conteúdos e representações simbólicas. O consumo de produtos de entretenimento massivo, como a telenovela, por exemplo, não é apenas *reprodução* dos discursos ali inseridos; nem tampouco todos os discursos da telenovela possuem vertentes de manutenção do *status quo* ou alienação social.

---

<sup>10</sup> Poderíamos considerar que o debate político esteve presente em toda a trama por meio dos conflitos que circundaram a Associação de Moradores da Favela da Portelinha, no comando de ‘Juvenal Antena’ (Antonio Fagundes).

Nas palavras de Jesús Martín-Barbero (1993, p.52) o consumo de uma telenovela é uma prática de produção de sentido e é um lugar de luta que não se esgota na posse dos objetos, pois passa pelos usos que lhes conferem uma forma social e que os inscrevem em demandas e dispositivos de ação que provêm das diferentes competências culturais. A perspectiva proposta por Néstor García Canclini (2006, p.29) vai ao encontro da assertiva de Martín-Barbero ao apontar que no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade. Este seria, por sua vez, um processo que transforma desejos em atos socialmente regulados, enfim, como uma prática social, correlativa e ativa.

As perspectivas de Martín-Barbero, Canclini e Buonanno não corroboram com o conceito do espectador "vazio", nem o compreendem a partir de uma suposta "passividade". A apropriação dos conteúdos pelos públicos, seja esta consciente ou inconscientemente, não se dá de forma pura e simples e sim por meio de processos de interpretação, discussão e negociação dos significados.

Según una concepción no transmisora de la comunicación, la construcción de la realidad no es un *producto* (de la influencia de los medios de comunicación) sino un *proceso*, durante el cual se presentan, se interpretan, se comparan, se discuten, se negocian significados sobre diversos aspectos de la vida cotidiana y del mundo social. (BUONANNO, 1999, p.78-9)

Não obstante, há que se tomar o cuidado para não superestimar a capacidade crítica do telespectador, uma vez que o poder de reinterpretar os sentidos dificilmente se equipara à força discursiva das fontes emissoras. Da mesma maneira, não devemos compreender como frustrado o papel da telenovela como um dos agentes midiáticos construtor de realidade. Devemos empreendê-lo na complexidade dos processos simbólicos por meio dos quais a realidade se produz, se mantém, se reconstitui e se transforma. As representações ficcionais continuam sendo atores importantes ao fornecerem ao espectador visões e versões do mundo.

Não devemos nos esquecer que há relações de poder por trás de sistemas de representação de grupos sociais. Desta forma, ao criar determinada personagem exercendo um papel social, dar-lhe um discurso e colocá-la em ação, a produção de uma telenovela está operando na representação de um sujeito social por meio de interesses e ideologias. Nada é aleatório. Nas palavras de Tomaz Tadeu da Silva:

A representação não é simplesmente um meio transparente de expressão de algum suposto referente. Em vez disso, a representação é, como qualquer sistema de significação, uma

forma de atribuição de sentido. Como tal, a representação é um sistema lingüístico e cultural: arbitrário, indeterminado e estreitamente ligado a relações de poder. (SILVA, 2000, p.91)

Se a telenovela tem a capacidade de representar a sociedade narrando suas histórias e memórias do mundo social, se ela interfere ativamente na constituição dos discursos do telespectador sobre si mesmo e sobre o Outro e, ainda, pode intrometer-se na formação das experiências do sujeito, torna-se imprescindível investigar quais princípios norteiam sua produção. Uma vez que a construção identitária se dá por meio de escolhas e negociações amplamente influenciadas pelo conteúdo midiático, faz-se importante analisar os discursos advindos da telenovela como elementos que colaboram para a solidificação de conceitos a respeito do Outro bem como de grupos sociais. A telenovela, como produto midiático, pode construir e veicular modelos identitários que afetam a forma como se *narra a sociedade* assim como *as experiências do nosso tempo*.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

\_\_\_\_\_. **Identidade**. Entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2005.

BERGER, Peter L. LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Tratado de sociologia do conhecimento. 13.ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

BUONANNO, Milly. **El drama televisivo**. Barcelona: Gedisa Editorial, 1999.

Conceptos clave para el *story-telling* televisivo. Calidad, mediación, ciudadanía. **Diálogos de la Comunicación**. n.64. Perú. 2002. Disponível: [http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/64-06MillyBuonanno.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/64-06MillyBuonanno.pdf) Consultado em 11 fev 2008.

Colóquio Internacional  
**Televisão e Realidade**

21 a 24 de outubro de 2008 - [www.tvrealidade.ufba.br](http://www.tvrealidade.ufba.br)

\_\_\_\_\_. Além da proximidade cultural: não contra a identidade, mas a favor da alteridade.

*In.*: **Telenovela**. Internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Loyola, 2004, p. 331-360.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos**. 6.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

GONZÁLES, Cantalina. Identidade, alteridad y comunicación: definiciones y relaciones. *In.*: **Signo y pensamiento**. Año XVI. nº.30. Bogotá: Universidad Javeriana: Facultad de Comunicación y Lenguaje, 1997, p.77-84.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

\_\_\_\_\_. **Da diáspora**. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Humanitas, 2003.

\_\_\_\_\_. Quem precisa da identidade? *In.*: **Identidade e diferença**. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2005, p.103-133.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

\_\_\_\_\_.; REY, Germán. **Los ejercicios del ver**. Barcelona: Gedisa Editorial, 1999.

\_\_\_\_\_. Culturas/Tecnicidades/Comunicación. **Iberoamérica, Unidad Cultural en la Diversidad, OEI**. 2000. Disponível: <http://www.campus-oei.org/cultura/barbero.htm>> Consultado em 11 fev 2008.

\_\_\_\_\_. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. *In.*: **Telenovela**. Internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Loyola, 2004, p. 23-46.

MAZZIOTTI, Nora. **La industria de la telenovela**. Buenos Aires: Paidós, 1996.

\_\_\_\_\_. A força da emoção. A telenovela: negócios, audiências, histórias. *In.*: **Telenovela**.

Colóquio Internacional  
**Televisão e Realidade**

21 a 24 de outubro de 2008 – [www.tvrealidade.ufba.br](http://www.tvrealidade.ufba.br)

Internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Loyola, 2004, p. 383-402.

MOTTER, Maria Lourdes. **Ficção e realidade**: a construção do cotidiano na telenovela. São Paulo: Alexa Cultural, Comunicação & Cultura \_ Ficção Televisiva, 2003.

\_\_\_\_\_. Mecanismos de renovação do gênero telenovela. Empréstimos e doações. *In*: **Telenovela**. Internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Loyola, 2004, p. 251-291.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. *In*: **Identidade e diferença**. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2005, p.73-102.

SILVERSTONE, Roger. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrutu, 1996.

\_\_\_\_\_. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia. 9.ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

TRINTA, Aluizio Ramos. Identidade, identificação e projeção: telenovela e papéis sociais, no Brasil. *In*: **Comunicação**: tecnologia e identidade. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p.151-164.

TUFTE, Thomas. Telenovelas, cultura e mudanças sociais: da polissemia, prazer e resistência à comunicação estratégica e ao desenvolvimento social. *In*: **Telenovela**. Internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Loyola, 2004, p. 293-319.

VERÓN, Eliseo. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, 1980.

WOLTON, Dominique. **Elogio ao grande público**. São Paulo: Ática, 1996.