



Reflexões sobre o Discurso Social das Telenovelas no Contexto Latino-americano¹

Understanding the Soap Opera Social Speech in the Latin-American Context

Reflexiones sobre el Discurso Social de las Telenovelas en el Contexto Latinoamericano

André Richard Durante VIEIRA²

SANTA CRUZA., Eduardo. **Las telenovelas puerta adentro**: el discurso social de la telenovela chilena. 1. ed. Santiago: LOM Ediciones, 2003.

Eduardo Santa Cruz é um pesquisador chileno da área da Comunicação com ampla experiência em pesquisas relacionadas à indústria cultural, à cultura popular e de massas. Jornalista e sociólogo por formação, pós-graduado em Comunicação Social pelo Centro Internacional de Estudios Superiores en Comunicación para la América Latina (CIESPAL), publicou diversos artigos relacionados à Comunicação e aos contextos socioculturais chilenos. A obra resenhada é fruto de uma pesquisa realizada durante três anos sobre as telenovelas chilenas pelo programa de Comunicação e Cultura, do Centro de Pesquisas Sociais da Universidade ARCIS, de Santiago, Chile.

Mais do que um gênero ficcional, a novela extrapola o sentido de produto midiático. Ela é um produto sociocultural, fala de nós mesmos por meio da sua própria retórica, entregando uma explicação do que somos, do que fomos ou do que poderemos ser no curto espaço de tempo da vida individual, pelo entretenimento. O autor entende que, nesse sentido, a televisão é um protagonista cultural, contextualizado historicamente, multifacetado, mutável, produto de inúmeras e rápidas transformações tecnológicas, imerso em uma trama de interações e mediações socioculturais nas quais se constroem imaginários coletivos e a produção de discursos com força de senso comum.

Na obra resenhada, o foco não é exatamente buscar *o que* é a TV, ou quais efeitos são por ela gerados. A questão que se coloca é outra, ou seja, quais problemas são suscitados pela televisão e de que forma se deve analisar esses problemas (ou fazer parte da análise),

1 Resenha apresentada à oitava edição da Revista Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura, publicação ligada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Paraná.

2 Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná (2001), especialização em Planejamento e Gestão de Negócios, pela UNIFAE, Curitiba, PR (2006) e Mestrado em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná, na linha de pesquisa de Comunicação, Educação e Formações Socioculturais. Atua em pesquisa em Comunicação, Cultura e Sociedade; Comunicação na Escola; Mídias Digitais; Comunicação para Crianças; História da Infância, Desenhos Animados, Educomunicação; Estudos de Estado da Arte. Bolsista REUNI. E-mail: ardvieira@gmail.com



partindo-se do princípio de que para se formar um campo de observação é necessário fazer perguntas que devam ser respondidas não só de forma global, mas transversal, multidisciplinar.

No Brasil, a televisão ocupou-se de uma dupla função: além de informar e entreter, atuou no sentido de reconhecimento de uma identidade nacional. Ela

forneceu ao brasileiro sua autoimagem, a partir da década de 1970. Nossa realidade, marcada por desencontros, por desajustes sociais, por concentração de renda, por abismos entre as classes, serve de base para dinamizar o modelo de televisão que vingou no Brasil. Ela apresenta um jeito próprio de ver o país e o mundo, de perceber as mazelas sociais, e contaminou com ele o modo de perceber dos cidadãos. Desse modo, ela exerce enorme influência na nossa cultura, tendo-se transformado no que, às vezes, é o único suporte de reconhecimento dos brasileiros. Em uma sociedade como a nossa, diferentemente das sociedades desenvolvidas, a TV exerce essa enorme influência porque não existem outros canais de mediação: pouco se lê jornal, poucos têm acesso à literatura, a escola parece estar defasada, a família é também alvo da própria TV (BACCEGA, 2003, p. 58).

Nesse mesmo sentido, Setton (2011) afirma que os meios de massa, em especial a televisão, muito além de informarem e entreterem, atuam como agentes de socialização. Tradicionalmente, a escola, a família e a Igreja constituíam-se nos principais agentes da vida em sociedade, pautando costumes e normas implícitas de conduta. A televisão acabou por concorrer nessa disputa, atuando como matriz de cultura.

Portanto, examinar a televisão requer uma visão crítica, mas também flexível, de forma a abarcar a própria característica mutável e fluida do meio, cada vez mais em rede e com estruturas cada vez menos rígidas. Nessa tentativa de análise da televisão, Santa Cruz concentra seus esforços no estudo das telenovelas, ou, mais especificamente, das telenovelas chilenas, que, assim como no Brasil e na maioria dos países latino-americanos, ocupam uma posição de destaque na grade televisiva. A obra busca foco na produção nacional chilena de telenovelas, sobretudo nos últimos anos da década de 90 e início do século XXI.

No primeiro capítulo, o autor aborda a mecânica e a lógica da indústria televisiva, com foco nas telenovelas chilenas. Para isso, demonstra os processos desde a pesquisa temática (como, por exemplo, o uso de grupos focais para conhecer e determinar a temática a ser abordada ou os caminhos para se delinear o roteiro de uma telenovela), a lógica comercial da veiculação (horário de transmissão, as chamadas das novelas em outros programas da grade), os ditos *star system*, nos quais atores viram cantores, apresentadores de programas de entretenimento, e todo o *merchandising* proveniente da comercialização de produtos relacionados às novelas, desde roupas e produtos de limpeza a trilhas sonoras e produtos domésticos.

Santa Cruz também ressalta o fato de que a indústria de novelas no Chile é relativamente recente e modesta, se comparada a outros países latino-americanos, em especial Brasil, México



e Venezuela. Além disso, aponta que a produção no Chile tem sido tradicionalmente voltada ao mercado interno, com pouco êxito na exportação de novelas a outros países.

Outra característica citada pelo autor refere-se às dimensões que alcançam o âmbito do senso comum e dos imaginários coletivos. Nesse sentido, revela-se a crescente heterogeneidade e massividade das telenovelas, destronando falsos estigmas de que novela seja, por exemplo, coisa de donas de casa ou de classes sociais mais pobres. Para isso, cita uma pesquisa de audiência realizada em 1997³ que, entre diversos pontos, revela que a proporção entre público feminino e masculino é muito mais próxima do que se imaginava (58% de mulheres e 42% de homens) e que as classes sociais de baixa renda respondiam por apenas 30,6% da audiência das telenovelas no Chile.

No segundo capítulo, o autor introduz a distinção entre os modelos de telenovelas latino-americanas e outros gêneros seriados televisivos, como a *soap opera* americana. Uma dessas diferenças reside no fato de que a telenovela tem um eixo narrativo central que rumo a um fim, a um episódio final, muito embora o que prenda a atenção das pessoas não seja exatamente o final em si, mas o desenlace da história no decorrer da novela. Nas *soap operas*, por outro lado, esse eixo narrativo é mais difuso. Embora haja uma unidade temática e de personagens, vivem-se diferentes histórias em cada episódio, desconexas de um capítulo para outro, sem um desenlace narrativo que caminhe a um fim.

Recorrendo a Martín-Barbero, Santa Cruz propõe dois modelos ou tipos de telenovelas latino-americanas: o modelo melodramático e o modelo brasileiro. Por modelo melodramático entende aquele que tem como matriz cultural básica o melodrama clássico, com fortes laços de parentesco com outros produtos comunicacionais, como o folhetim, o tango, o bolero, a imprensa popular massiva e o radioteatro. O melodrama carrega em si a noção de reconhecimento, sendo que o “que move a trama, portanto, é sempre o desconhecimento de uma identidade e a luta contra o que é aparente, o que oculta, disfarça ou dificulta a luta por deixar-se fazer reconhecer” (SANTA CRUZ, 2003, p. 22).

Martín-Barbero (2003) associa essa necessidade de reconhecimento presente nas tramas melodramáticas à própria história de formação cultural e de identidades dos povos latino-americanos. Além disso, a linguagem e a narrativa melodramáticas se situam, para este autor, no plano de uma sociedade primitiva, formada por laços de parentesco, amizade e solidariedade territoriais, em contraste com a sociedade moderna do capital e do trabalho. Dessa anacronia entre uma sociedade primitiva e uma sociedade industrial surge o melodrama como mediador entre o tempo da vida e o tempo da história.⁴

Santa Cruz reflete também sobre o modelo de telenovela brasileiro, um modelo que

3 Pesquisa realizada pelo Consejo Nacional de TV (CNTV), publicada no Informe Estadístico de Agosto-October de 1997.

4 Martín-Barbero, nesse sentido, compreende que no caso latino-americano trata-se de um contraste entre um tempo de uma sociedade negada, desvalorizada política e economicamente, embora rica culturalmente, e o tempo da história, possibilitando que as pessoas possam se reconhecer na telenovela.



não somente adquiriu um caráter bastante particular, mas que possibilitou a expansão por todo o mundo. O desenvolvimento de sua produção gerou o que Ortiz (1996, citado por SANTA CRUZ, 2003)⁵ classifica como o surgimento de subgêneros, como as telenovelas realistas, preocupadas em retratar a realidade de maneira crítica, as telenovelas literárias (com pretensões de resgate de uma identidade e cultura nacionais, com temáticas em torno da natureza, erotismo e lendas brasileiras), as telenovelas comédias (surgidas a partir dos anos de 1980) e, finalmente, as novelas do tipo folhetim modernizados. Essas últimas seriam um eixo mais duradouro e eficiente de ficção televisiva brasileira, com elementos do cotidiano de uma sociedade em processo de modernização.

No último capítulo, Santa Cruz argumenta que as mudanças ocorridas nas telenovelas chilenas nas últimas décadas representaram não só mudanças do macro discurso televisivo, mas também a complexa e mutante relação com outros discursos e contextos sociais e culturais reinterpretados e reescritos no melodrama. O autor foge, no entanto, da discussão polarizada, do embate entre apocalípticos e integrados sobre o papel que a televisão exerce sobre a sociedade (como a influência sobre as crianças, por exemplo), argumentando que a distinção adjacente a essa discussão – ou seja, a distinção entre o campo cultural e a cultura cotidiana, está de fato permeada por uma complexa trama de relações e mediações sociais.

Nesse sentido, Martín-Barbero (2003) identificou que a televisão da América Latina, mais notadamente a partir dos anos 1960 e 1970, operou no sentido de massificar pela absorção das diferenças culturais e sociais. A lógica era comunicar para o maior número de pessoas, o que implicava construir um público relativamente homogêneo. Ao absorver as multiplicidades, com a adesão das diferentes culturas, facilitava-se o desenlace da comunicação e, conseqüentemente, aumentava-se a rentabilidade dos meios de comunicação. A televisão conseguiu

a expansão do mercado hegemônico sem que os subalternos se ressentam dessa agressão. Se somos capazes de consumir o mesmo que os desenvolvidos, é porque definitivamente nos desenvolvemos, e para além da percentagem de programas importados dos Estados Unidos, e inclusive da imitação dos formatos de seus programas, o que nos afetará mais decisivamente será a importação do modelo norte-americano de televisão: este que não consiste apenas na privatização das redes (...), e sim na tendência à constituição de um só público (...) (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 249-250).

Partindo dessa premissa, Santa Cruz entende que o campo cultural (a cultura erudita) e a cultura cotidiana (popular) não são de fato dois polos autônomos e independentes, contraditórios entre si, mas sim dois planos de manifestação da realidade social e cultural. Destaca, assim, o papel de algumas emissoras chilenas (a TVN, por exemplo) que conseguem equilibrar em seu

5 ORTIZ R., José Mario. Telenovela brasileira: sedimentación histórica y condición contemporánea. Revista Dialogos, Puerto Rico, FELAFACS, n. 44, p. 9-22, março de 1996.



discurso um modelo inclusivo dessas duas perspectivas, possibilitando a divulgação de uma programação voltada a um público com demandas heterogêneas e segmentadas.

No entanto, ainda que iniciativas como essa subsistam, prevalece uma perspectiva de difusão televisiva sob uma ótica hegemônica, algo que na maioria das vezes se dá de forma desarticulada ou desproposita. Os meios precisam sistematizar suas decisões, fazer escolhas relacionadas a programação, conteúdos, discursos e, muitas vezes, a imposição do ritmo diário de produção faz com que o perfil desse meio seja delineado de forma prática, sem grandes discussões teóricas ou acadêmicas. Santa Cruz concebe isso como estratégias comunicacionais, ou seja, a maneira pela qual dado meio constrói sua visão de mundo e a repassa à sua audiência, operando em processos socioculturais profundos, na formação de identidades e de produções simbólicas, materializando uma visão massiva do que é e de como se deve pensar o mundo em si.

A obra de Santa Cruz, embora focada no contexto sociocultural chileno, muito nos tem a dizer sobre nossa própria história e a relação das telenovelas brasileiras como mediadoras da vida cotidiana. Nesse sentido, a novela televisiva é um terreno fértil para falar de nós mesmos e para nós mesmos, e é, em especial, relevante o esforço em examinar e compreender que tipo e que visão de sociedade temos e que projeção fazemos dela no plano do melodrama televisivo.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida. **Televisão e escola: uma mediação possível?** São Paulo: Editora SENAC, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

SANTA CRUZ A., Eduardo. **Las telenovelas puerta adentro: el discurso social de la telenovela chilena.** Santiago: LOM Ediciones, 2003.

SETTON, Maria da Graça. **Mídia e educação.** São Paulo: Contexto, 2011.