

Caras e falas na arena da palavra - o universo da ficção e da realidade televisiva traduzido na mídia impressa

Maria Marta Jacob

Escola de comunicações e Artes/USP

Marcia Perencin Tondato

Universidade Metodista de São Paulo

Resumo: O objetivo deste trabalho é analisar o discurso de algumas seções das revistas *Contigo* e *TV Brasil* a partir de uma abordagem teórica da construção de sentidos, considerando os indivíduos-sujeitos no universo televisivo representado na mídia impressa. Através de uma aproximação metodológica que contempla a questão qualitativa, procuramos verificar a temática geral do veículo e como os assuntos específicos são tratados, centralizando nossa atenção naqueles em que há cruzamento do mundo real com o mundo ficcional.

Palavras-chaves: televisão, ficção, realidade.

INTRODUÇÃO

A linha de pesquisa das autoras é a interação da ficção e da realidade através dos meios de comunicação. Para abordar este assunto, tão amplo quanto complexo, Maria Marta escolheu o caminho da imprensa escrita. Em sua dissertação de mestrado está estudando a maneira como a imprensa (re)trata a criança de rua. Como tema central de sua tese de doutorado, Márcia trabalha a recepção da programação da TV aberta, caracterizada por um conteúdo violento e de apelo sexual. As duas autoras centram seus estudos na Análise do Discurso, Maria Marta busca no emissor as questões relativas ao seu tema, enquanto Márcia analisa a leitura que o telespectador faz do conteúdo televisivo.

Na busca por uma abordagem metodológica que permita uma avaliação compreensiva das necessidades dos dois estudos, as autoras têm realizado em conjunto trabalhos exploratórios, ora em direção à temática geral da violência, ora em direção aos conteúdos, ora em direção ao emissor/receptor. E é, justamente a partir disso que surge esse estudo do discurso das revistas semanais voltadas ao mundo da televisão, uma busca do universo da ficção e da realidade televisiva, traduzido na mídia impressa.

Nesse trabalho, as autoras analisam o discurso de duas revistas semanais, uma 'tradicional', *Contigo*, lançada na década de 60, e outra mais recente, *TV Brasil*. Através de uma abordagem metodológica que contempla a questão qualitativa, as autoras verificam a temática geral do veículo e como assuntos específicos são tratados, com atenção voltada ao cruzamento dos mundos real e ficcional.

FICÇÃO, REALIDADE E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Emissão, recepção, mensagem. Sempre que se fala em estudar os meios de comunicação de massa, estas três palavras surgem como caminhos de ação. Entretanto, a definição do foco de estudo talvez não deva passar necessariamente por essa especificação, devemos explorar o complexo mundo da interação indivíduos-meios de comunicação através da triangulação de abordagens, uma vez que “os *mass media* como sistemas de representação simbólica constroem e reinterpretam a realidade, fazendo recortes segundo critérios e convenções que refletem/influenciam o processo de percepção sócio-cultural das mensagens disseminadas cotidianamente” (MELO & MORALES).

Uma revista especializada em televisão, o que no Brasil pode ser traduzido por telenovela, é um objeto de estudo ideal para entender essa interação do real e da ficção na medida em que "na comunicação de massa, a telenovela torna-se um espaço privilegiado para tratar da dimensão relacional de existência do indivíduo através da 'vida social' de seus personagens, que tem por princípio a comunicabilidade entre todos (TONDATO, 1998:13).

Nesta análise é importante ressaltar a inter-relação entre a seleção das matérias-primas, a aplicação das rotinas de trabalho e os critérios organizacionais na seleção do conteúdo dos meios de comunicação que se dá através de um processo dinâmico com a necessidade do equilíbrio entre as forças externas e os objetos da organização (McQUAIL, 2000). A utilização dos conceitos do trabalho organizacional dos meios origina-se da pesquisa sobre o noticiário, mas pode ser aplicada de forma relativa a uma gama de outros produtos dos meios. (HIRSCH apud McQUAIL). É nesse sentido que tratamos o conteúdo das revistas especializadas em televisão, entendendo-a também como uma cadeia que se estende da 'notificação' de um 'evento' no mundo, passando pela escrita e filmagem e o preparo da notícia a ser transmitida.

Nesse contexto, a teoria do *gatekeeping* e seleção tem sido largamente utilizada como uma metáfora para descrever o processo pelo qual são feitas as seleções no trabalho dos meios, num sentido mais amplo referindo-se ao poder de dar ou negar acesso a diferentes

vozes na sociedade. Ainda que "algumas fraquezas tenham sido apontadas em relação ao conceito de *gatekeeping*, destacamos seu 'modelo' de uso como apresentado por Shoemaker (apud McQUAIL) que leva em conta o contexto social mais amplo, indo além da tendência de interpretá-lo como um critério individualista de tomada de decisão. A autora chama a atenção para o papel dos anunciantes, relações públicas, grupos de pressão mais uma variedade de fontes e 'novos gerentes' influenciadores de decisão". Como exemplo desses 'novos gerentes' podemos citar uma entrevista à revista Meio & Mensagem, em que Sérgio D'Antino, sócio da D'Antino Associados, um dos mais conhecidos escritórios de agenciamento de artistas do Brasil, afirma que "o talento sem uma infra-estrutura dificulta o surgimento do artista. Ele aparece muito mais rapidamente se contar com um suporte".

O UNIVERSO DA FICÇÃO E DA REALIDADE TELEVISIVA TRADUZIDO NA MÍDIA IMPRESSA

CASTRO (1994) apresenta três gerações ao discorrer sobre os períodos e estilos da imprensa brasileira: a primeira, correspondente ao período entre-guerras, quando o pólo cultural do país ainda era o Rio de Janeiro. Segundo essa autora (1994:63-65) nesta época multiplicavam-se as revistas políticas, reflexo dos "antagonismos existentes entre uma burguesia industrial nascente e a aristocracia do café". A segunda geração, do período de 1945 até fins dos anos 60, é "marcada pela trilogia: foto-magazine, revista de cultura geral e a chamada 'imprensa do coração'", caracterizada pelas revistas *O Cruzeiro*, *Seleções do Reader's Digest* e *Capricho*. *Visão*, no início dos anos 60, e posteriormente *Veja* e *Realidade* em 1968, são exemplos da terceira geração, que reúne também revistas masculinas, *Status* e *Play Boy* e femininas, *Cláudia* e *Nova*.

Tal periodização, entretanto, como a própria autora coloca, não deve ser tomada de maneira rígida, e sim, apenas, como indicação do momento de lançamento de novos conceitos de revistas. Um gênero, todavia, que perpassa todas as épocas, são as revistas especializadas, cujos conteúdos temáticos (esportes, televisão, automobilismo, etc.) buscam públicos específicos, num processo de segmentação que vai intensificar-se na década de 90, facilitado pelo desenvolvimento tecnológico em, praticamente, todas as etapas: produção, reprodução e distribuição. As revistas especializadas em TV fazem parte desse grupo. Falando de televisão, *Ilusão* e *Contigo* nascem nos anos 60, na esteira de *Cinelândia* e *Revista do Rádio*, especializadas em cinema e rádio.

Essas publicações tratam da vida de artistas, fofocas, programas televisivos num contexto em que ficção e realidade convivem de forma dinâmica, ora a ficção trabalha o real,

ora este é retratado por ela. Neste trabalho analisamos duas revistas desse gênero, *Contigo* e *TV Brasil*, cujas publicações atingem as edições 1337 e 68, respectivamente.

Numa perspectiva de análise as duas revistas terão suas seções configuradas conforme as seguintes classificações: capa, eventos, cartas, música, horóscopo, entrevistas diversas, matérias sobre programas de televisão e vida de artistas e resumo dos capítulos das telenovelas. Em cada seção serão consideradas as temáticas abordadas a partir do tamanho do texto, o tipo de linguagem e a profundidade do conteúdo.

De uma maneira geral, o conteúdo das duas revistas trata da vida dos artistas, num intercâmbio real-ficcional. Lembrando McQUAIL (2000:279), “a pesquisa sobre conteúdo dos meios mostra que este tende a seguir um padrão previsível e que diferentes organizações se comportam de uma forma semelhante em se tratando dos mesmos eventos e sob condições equivalentes”. Entretanto, a revista *Contigo* é mais estruturada, apresenta um editorial que faz referências às chamadas da capa, traz matérias mais aprofundadas, enquanto a *TV Brasil* não apresenta editorial e o enfoque de suas matérias é bastante superficial.

A seção de Eventos, “Tá rolando” em *TV Brasil* e “Flagra” e “Constelação” na *Contigo*, é caracterizada por fotos de atividades cotidianas, que se tornam eventos significativos pela presença dos artistas. Para explicar essa abordagem talvez possamos nos apropriar do que McQUAIL (p. 279) diz com respeito à dinâmica dos “meios ocidentais” que preferem notícias sobre eventos que envolvam ações pessoais nem que seja apenas para realizar tarefas e também gostam de ‘personalizar’ tópicos abstratos para torná-los mais concretos e interessantes à audiência”. No caso das revistas televisivas, a inserção do mundo real no ficcional, proporciona o *glamour* dessa atividade, bem como a aproximação do artista como pessoa comum do seu leitor.

No jornalismo as pesquisas indicam que “há uma tendência geral em procurar as pessoas famosas, estrelas e celebridades para que se construam notícias ao seu redor. Quanto mais proeminente for a pessoa envolvida em qualquer esfera, mais atenção e acesso privilegiado como fonte deve ser esperado. As notícias, geralmente, relatam mais o que as pessoas proeminentes dizem sobre os eventos do que os eventos em si”. Na revista de fofoca de TV não existe o evento em si, mas sim ‘notícias’ que se tornam legítimas por se referirem aos atores que se constituíram objeto de elaboração de um indivíduo/sujeito inserido em um contexto simbólico. Em seu trabalho sobre a legitimação da telenovela pela mídia impressa, MELO e MORALES afirmam que “a agenda temática dos mass media com foco na telenovela reconstrói a realidade e interage de modo dinâmico com as aspirações/preferência

dos leitores/telespectadores, co-determinando-as. Gera-se, a longo prazo, um processo de tematização que penetrará na memória coletiva, criando a opinião pública e, por sua vez, formas de perceber o mundo".

Essa interação ficção-realidade faz parte de um processo complexo, cuja finalidade é promover o artista. Nos EUA, para o empresário o *star system* tem como referência o cinema; no Brasil esse processo passa pela TV. Esta relação também se faz presente nas matérias sobre a carreira dos artistas. *TV Brasil* trabalha este aspecto em cinco seções: “Quem é ele” apresenta artistas iniciantes; “Revelação” apresenta artistas mirins que já alcançaram certo destaque; “Sucesso” mostra um artista consagrado e “Talento Mirim” fala de iniciantes mirins. Em *Contigo* seções denominadas “Revelação”, “Medalha de Honra”, “Longe da Telas” e “Pílulas” também tratam dos mesmos assuntos, percebendo-se nos textos a transformação da carreira dos artistas em notícia. Entretanto, quem é notícia de destaque em uma revista pode não ser em outra. Na revista *Contigo* encontramos artistas protagonistas e que estejam atuando no momento em minisséries ou telenovelas de maior audiência.

Uma possível análise da seção de “Cartas” da revista *TV Brasil* mostra que a relação dos leitores com a revista está desvinculada das matérias publicadas. O leitor ocupa um espaço como se fizesse parte do universo dos artistas. Com a chamada: “*Participe! Nós queremos ver você nas páginas da TV Brasil.*”, a revista objetiva valorizar esse leitor, o que significa dedicar-se de maneira especial ao reconhecimento da identidade desse leitor.

Esse reconhecimento pode, entretanto, ser interpretado sob várias perspectivas. Alguns enviam cartas revelando a sua relação com os artistas, como fãs comprometidos com a divulgação dos que admiram. Na carta abaixo, uma leitora, em linguagem coloquial, revela esse comprometimento:

ATENÇÃO FÃS da Flávia Monteiro. Quem entrar de sócio para o fã-clube Flávia Monteiro +QD+ ganhará uma foto da artista autografada. É só enviar uma carta aos meus cuidados para a rua...(leitora do Rio de Janeiro).

Outras leitoras escrevem cartas como se fizessem parte desse mundo da TV ou vissem possibilidades de inserir-se nesse mundo através da revista:

TENHO 16 ANOS e adoraria corresponder com pessoas de diversas partes do Brasil para fazer novas amizades. Prometo responder a todas as cartinhas com muito carinho. Basta que você escreva para...(leitora de Valparaíso,SP).

Já a seção “Cartas” da revista *Contigo* traduz uma possível análise que os leitores fazem das matérias publicadas.

Essas cartas configuram um universo em que há interação entre enunciador/enunciatório, enunciatório/enunciador, mediada pela linguagem verbal; nessa interação, realidade e ficção ora dialogam, ora se cruzam, ora se con-fundem.

A palavra (linguagem verbal) insere-se, então, num processo de metassignificação ou seja a palavra vai revelar sua natureza social, não individual; ou ainda “a fala indissolivelmente ligada às condições de comunicação, que, por sua vez, estão sempre ligadas às estruturas sociais”.(Bakhtin, 1997:14)

Uma mulher do Rio de Janeiro enviou uma carta à revista *Contigo*, referindo-se à reportagem sobre o sucesso de Guilherme Fontes na novela *Estrela-Guia*:

Li a reportagem de capa e não acredito que o sucesso do personagem do Tony, interpretado pelo Guilherme Fontes, nasça do fato de ele ser um dos protagonistas ao lado de Sandy. Independentemente da jovem, o Guilherme sempre foi um bom ator e isso ninguém pode negar.

Ora, o discurso dessa leitora revela uma tomada de posição ideológica, que assegura a legitimidade de que Guilherme é um bom ator. O uso dos advérbios “não”, “independentemente”, “sempre” e do pronome “ninguém” reforça essa legitimidade e demonstra que a leitora quer ampliar o poder de persuasão de sua tese.

Uma outra carta, na mesma revista, escrita por uma mulher de Praia Grande sobre Hebe Camargo e o troféu *Imprensa*, também revela um poder de convencimento e a interação verbal revista/leitor:

*Deixo aqui minha crítica à atitude de Hebe, na edição 1335, ao dizer que quem deveria ter ganhado o Troféu *Imprensa* seria ela. Se a Adriane Galisteu não merecia ter ficado com o prêmio, a Hebe também não.*

A partir da leitura da matéria da revista, estabelece-se um efeito de sentido entre locutores, os múltiplos efeitos das relações de sujeitos e de sentidos, a leitora utiliza o advérbio “não” para mostrar sua indignação à postura de Hebe Camargo.

Esse efeito de sentido amplia-se ao analisarmos duas cartas, uma de São Paulo sobre as Chiquititas e outra de Belo Horizonte sobre a atriz Taís Araújo:

Legal a reportagem sobre a garotada que há dois anos era sucesso total, como as estrelinhas de Chiquititas, exibida pelo SBT. Como será que essas crianças estão encarando a volta ao anonimato? Será que os pais estão sabendo orientá-las corretamente?

Li a entrevista com Taís Araújo (edição 1335) e achei muito visíveis as mudanças pelas quais a jovem vem passando desde a época em que interpretou a Xica da Silva, na extinta TV Manchete. Taís vem crescendo a cada novo papel e tem tudo para se transformar em uma das grandes estrelas globais.

Nesses discursos, há um sentido de proximidade entre os leitores e os atores; esses leitores tratam seus astros como pessoas que fazem parte do seu cotidiano, dão conselhos, opinam sobre suas carreiras, seus trabalhos, como se fossem especialistas em comportamento humano, ou diretores de telenovelas.

Dessa forma, os sujeitos desse diálogo revista/leitor estão em um processo de troca e persuasão. Há um jogo de estratégias discursivas que envolve os meios de comunicação e um indivíduo/sujeito que só conhece a realidade analisada a partir desses meios, portanto uma análise parcial definida por Lippman: “Cada uma de nós vive e trabalha numa pequena parte da superfície da Terra, move-se num círculo restrito e, das coisas que conhece, conhece intimamente apenas umas poucas. De qualquer acontecimento público, que exerça amplos efeitos, na melhor das hipóteses, só vemos uma fase e um aspecto” (LIPPMAN, 1972:149).

Muitos atores que atuaram como “vilões” em minisséries, filmes, telenovelas e ganharam a antipatia do público já se encontraram em situações desconfortáveis andando pelas ruas, shoppings, supermercados etc., foram “agredidos” por telespectadores. As pessoas analisaram os atores considerando apenas “aquele papel”, confiando na equipe que montou a trama ficcional e deu vida aos personagens.

A atitude desses leitores/ telespectadores ilustra o que diz BOSI (1987) “sabemos que transfiguramos uma cena por nós assistida, e ela sofre uma distorção causada pelo ponto de

vista. Como se a nossa percepção das coisas fosse, mais do que uma recepção, uma construção, uma tarefa sobre o mundo”.

Essa transfiguração legitima o processo de construção de uma audiência pelos meios de comunicação, o êxito comercial alcançado pelas telenovelas, que passam a ocupar um espaço significativo no cotidiano das pessoas. Segundo MOTTER (2000:57), através do seu mundo ficcional, com o recurso de figurativização, ou seja, através da dramatização, a telenovela busca reproduzir, naquela micro-universo, os problemas do nosso dia-a-dia, para que possamos, por um processo analógico, ler e entender um pouco o que nos acontece.

A telenovela, a partir do momento que passou a salientar situações, tornando-se parte de um gênero de entretenimento esquemático no qual é possível sentir emoções sem sofrer insegurança ou exigências, contempla o espectador com uma estrutura estável que ele conhece e é capaz de apreciar, mas que contém, também, elementos variáveis. O intercâmbio entre a repetição e a inovação desses elementos constituintes da telenovela liga os reinos da fantasia e realidade. Ao permitir a transformação da ficção em notícia, as revistas especializadas em televisão, estariam, talvez, servindo como uma busca de ampliação do campo referencial da espectadora/leitora, definido esse com um conceito subjetivo de realidade que permite a assimilação de relações fundamentalmente diferentes sem ter que enfrentar a tarefa insolúvel de definir a essência da objetividade (TONDATO, 1998:17)

Em 1951, veiculou-se uma propaganda sobre a TV:

Você quer ou não quer a televisão? Para tornar a televisão uma realidade no Brasil, um consórcio radiojornalístico investiu milhões de cruzeiros! Agora é sua vez – qual sua será sua contribuição para sustentar tão grandioso empreendimento? Do seu apoio dependerá o progresso, em nossa terra, dessa maravilha da ciência eletrônica. Bater palmas e aclamar admiravelmente, é louvável, mas não basta – seu apoio só será efetivo quando você adquirir um televisor. (MATTOS, 96).

A força desse discurso/texto, no início da TV no Brasil, já enunciava “uma relação determinada entre os que exercem o poder e os que lhe estão sujeitos, quer dizer, isto é, na própria estrutura do campo em que se produz e se reproduz a crença”. (BOURDIEU, 1998:14-15)

Ora, no momento em que se instaura essa relação entre os sujeitos, configura-se um “eu plural”, de que nos fala BACCEGA, cuja competência dependerá do conhecimento de mundo desse indivíduo/sujeito.

Outros exemplos que ilustram a tese em pauta estão representados pelas matérias referentes à nova novela das 18h da Rede Globo, "A Padroeira".

Na revista *TV Brasil*, o texto com o título *O pontapé inicial de A Padroeira*, nos fornece dados factuais da novela que estréia em junho próximo.

Em linguagem direta e jornalística, o leitor é informado sobre o local da gravação, a temática, nome dos atores e seus personagens.

Numa fazenda em Paciência, zona Norte do Rio, foram gravadas no último dia 17 as primeiras cenas de A Padroeira, novela de Walcyr Carrasco que substituirá Estrela-Guia, com os atores Luís Melo, Deborah Secco, Andréa Avancini e Antônio Marques, artista português que faz uma participação especial apenas nos capítulos iniciais. A trama ambientada em 1717 conta a saga da imagem de Nossa Senhora Aparecida, que serve de pano de fundo para a luta de Valentim (Luigi Baricelli) pelo amor de Cecília (Deborah Secco), jovem prometida a D. Fernão (Maurício Mattar).

Após esse parágrafo, com o subtítulo *Muita ação vai marcar as primeiras cenas da novela*, a revista faz uma narração da seqüência do primeiro capítulo que dá início à trama, única abordagem mais subjetiva do assunto. Essa narração objetiva levantar as expectativas do leitor para a novela.

A revista *Contigo*, por sua vez, traz um texto com uma abordagem sobre a novela bem diferente. Parte de um título instigante, "Belos e Selvagens", para traduzir o novo visual e o papel dos atores Luigi Baricelli e Maurício Mattar na próxima trama de Walcyr Carrasco.

Ao representar discursivamente esses aspectos dos atores, ou seja, os sujeitos dos enunciados subseqüentes, o jornalista Cleodon Coelho configura um conjunto de características pertencentes a repertórios diferentes da vida real e ficcional de Luigi e Maurício.

Com os cabelos alongados por um megahair e barba crescida, Luigi vibra com a transformação. "Não consigo mais me ver sem barba".(...) O ator está tendo aulas de esgrima e montaria para compor o personagem. Para Luigi, o entusiasmo no campo profissional coincide com outro presente na vida real: ele será pai pela terceira vez.

Já Maurício não se deu bem com a cabeleira postiça. Um dia após alongar as madeixas, ele precisou retirar os fios falsos por causa de uma reação alérgica.(...) Cavalgar não era novidade para o ator, que adora equitação.(...) Sempre zen, o namorado de Angélica divide a rotina das gravações com a finalização de seu novo disco.

Essas passagens dos discursos/textos revelam claramente a mistura ficção/realidade: posição dos atores em relação aos seus personagens, transformações físicas, atuação no enredo, valores e procedimentos pertencentes ao universo de cada um, num sentido mais amplo um engajamento profundo da telenovela com o cotidiano concreto dos atores.

Essas diferentes formas de abordagem podem explicar, em parte, os diferentes conteúdos da seção de cartas das duas revistas. Enquanto uma traz apenas a correspondência entre seus leitores, na outra vemos cartas em que há tomadas de posição dos leitores em relação às matérias publicadas em números anteriores.

Isso reforça a interação verbal de que nos fala BAKHTIN, para que haja troca é preciso haver conteúdo. O sentido da palavra está na fusão entre o locutor e o ouvinte. Quando se dizia que o receptor era passivo, talvez, a questão de análise estivesse no emissor, pois poderia estar enviando mensagens cujos significados não produziam reações no receptor.

Os discursos analisados nas duas revistas refletem-se como formas discursivas de uma mesma conjuntura. Cada uma delas representada por indivíduos/sujeitos selecionou o que podia ou devia ser dito a partir da sua posição, de sua “historicidade”. Essa possibilidade evidencia a propriedade admirável da linguagem: a de produzir imagens em todas as direções.

Referências bibliográficas :

- BACCEGA, Maria Aparecida. Palavra e Discurso – história e literatura. São Paulo: Ática, 1995.
- BAKHTIN, Mikhail. Marxismo e filosofia da linguagem. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BOSI, Ecléa. A opinião e o estereótipo. Revista Contexto, 1987, pp. 97-104.
- BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- CASTRO, Ana Lúcia de. Revistas femininas: matrizes histórico-culturais e estratégias de comunicabilidade IN BORELLI, Silvia Helena Simões (org.). Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa. São Paulo: Intercom, 1994, coleção GT's, no. 1.
- LIPPMAN, Walter. Estereótipos. IN STEINBERG, Charles S. (org.) Meios de comunicação de massa. São Paulo: Cultrix, 1970, pp. 149-15.
- MATTOS, Sérgio. A televisão no Brasil – 50 anos de história (1950-2000). Salvador: PAS/Ianamá, 2000.
- McQUAIL, Denis. McQuail's Mass Communication Theory. London: SAGE, 2000.

MELO, José Marques de. MORALES, Ofélia Torres. A legitimação da telenovela pela mídia impressa no Brasil. Catálogo do grupo de trabalho – ficção seriada televisiva, São Paulo: Intercom/ECA/USP, 1997, p.53.

MOTTER, Maria Lourdes. Telenovela e educação: um processo interativo. Revista Comunicação & educação, no. 17, jan./abril, 2000.

TONDATO, Márcia Perencin. Um estudo das telenovelas brasileiras exportadas - uma narrativa aceita em países com características sociais e culturais diversas das brasileiras. Dissertação de mestrado. São Bernardo do Campo: UMESP, 1998.