



Recepção de Telenovelas: Mediações, Construção de Identidade e Homossexualidade em Mulheres Apaixonadas¹

Joseana Burguez Tonon

Mestranda do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC/Bauru), Universidade Estadual Paulista – UNESP²

RESUMO

Para grande parcela da população brasileira, a telenovela é vista como um dos principais produtos da televisão nacional, especificamente, se falarmos das telenovelas produzidas pela Rede Globo de Televisão, que possui *know-how* para realizar produções como essas. Portanto, compreender de que forma a telenovela brasileira está inserida no contexto das mediações sociais e culturais entre produtores e receptores, e como se constitui num elemento-chave para a construção da cultura-popular-de-massa é o desafio dessa dissertação que utilizará os Estudos Culturais de Recepção e a teoria latino-americana das Mediações como referenciais teóricos, visando a compreender a recepção como prática de construção social e cultural de sentido do sujeito receptor.

Palavras-chave: Telenovela; mediações; recepção.

1 INTRODUÇÃO

Fundamentado teoricamente pelos Estudos Culturais Ingleses e pela vertente latino-americana das Mediações sob a perspectiva de Jesús Martín-Barbero, os quais entendem a comunicação não apenas como instrumento, mas, fundamentalmente, como uma questão de cultura e que, “mais do que de meios, a comunicação é, hoje, questão de mediações, isto é, de cultura” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 19), a proposta desse estudo visa a compreender o fenômeno da recepção não somente como um momento, mas também como um processo que interpela a vida do telespectador em variadas dimensões.

Os Estudos Culturais permitem uma problematização mais elaborada da recepção, em que as características socioculturais dos usuários são integradas na análise não mais de uma difusão, mas, sim, de uma circulação de mensagens no seio de uma dinâmica cultural; o pólo de reflexão é deslocado dos próprios meios para os grupos sociais que estão integrados em práticas sociais e culturais mais amplas.

¹ Trabalho apresentado ao NP 14 – Ficção Seriada, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Docente da Faculdade de Educação São Luis de Jaboticabal – São Paulo, curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda (jotonon@terra.com.br)



Nesse sentido, a teoria das Mediações será aplicada com o objetivo de compreender o processo de recepção de telenovelas mediado pelas práticas sociais e culturais vivenciadas no cotidiano do receptor, enfocando aspectos de identidade e representação social dos telespectadores diante da temática da homossexualidade presente no universo de representação da telenovela “Mulheres Apaixonadas”, escrita por Manuel Carlos, exibida pela Rede Globo de Televisão durante os meses de fevereiro à setembro de 2003, no horário nobre (21:00horas) da grade de programação, a qual compõe o objeto de estudo dessa pesquisa .

Acredita-se que o processo de recepção de telenovelas ocorre em meio ao cotidiano do telespectador, local da construção de sua identidade e do cumprimento de seu papel social em acordo com os modelos, os valores e as convenções sociais e morais instituídos pela cultura de um determinado grupo ou comunidade.

Os Estudos Culturais Ingleses e as Mediações entendem a comunicação como elemento da cultura, ou seja, analisam a comunicação e a sociedade e suas relações com a cultura; portanto, os produtos culturais são considerados agentes da reprodução social, acentuando sua natureza complexa, dinâmica e ativa da sociedade na construção da hegemonia, ao invés do seu consumo passivo e alienado proposto pela Teoria Crítica. Dessa forma, “a cultura popular alcança legitimidade, transformando-se num lugar de atividade crítica e de intervenção” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 157).

O conceito de mediação é entendido, conforme Martín-Barbero (1997, p. 26), “como a interação entre os espaços de produção e de recepção” presentes nos produtos da cultura popular e de massa, analisando como essa interação “responde às exigências da trama cultural e os modos de ver sociais e culturais que os telespectadores fazem em relação às telenovelas, por exemplo”³.

Diante desse posicionamento, “a comunicação, inserida nos contextos de mudanças das estruturas sociais e culturais, passa a ser percebida como um processo de troca social, entendida não só com relação aos meios”⁴, mas também com relação às práticas culturais e os usos sociais que a população dos países latino-americanos fazem da

³ Grifo nosso.

⁴ MALCHER, Maria Ataíde. *A legitimação da telenovela e o gerenciamento de sua memória: o núcleo de pesquisa de telenovela da ECA-USP*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). ECA-USP: São Paulo, 2001, 48.



mídia. A cultura popular nesses países é constituída por uma camada espessa de crenças, valores e tradições muito ricas, consideradas fundamentais para entender as mediações presentes no processo de recepção e de produção de sentido que os telespectadores estabelecem diante dos produtos e das produções culturais veiculadas pela mídia, interagindo a todo o momento com os elementos do processo de comunicação na formação das identidades e das representações dos papéis dos indivíduos em sociedade, de uma maneira geral, e do receptor do universo masculino, em particular.

As hipóteses levantadas nesse artigo buscam comprovar a existência de fatores sociais e culturais do sujeito que interferem no processo de recepção e de leitura das mensagens exibidas na telenovela, verificando os usos sociais e a possibilidade de uma dinâmica de influência exercida entre os telespectadores e a novela, refletidos no desenrolar da trama ficcional durante o processo de negociação de sentidos e significados com a realidade vivida pelos receptores e a realidade ficcional exibida, além de indicar as implicações sociais e culturais que o relacionamento lésbico em “Mulheres Apaixonadas” provocou na sociedade, de uma maneira geral, e para o receptor, em particular.

Sugere-se que fatores como as relações de gênero possam interferir nos usos sociais que os telespectadores fazem dos sentidos e significados negociados e apropriados na representação do lesbianismo encenado na novela, tais como:

- ❑ a transformação dos papéis sociais e sexuais interferindo na construção da identidade cultural e da representação do papel sexual e social do homem;
- ❑ as mudanças sociais e culturais proporcionadas pelo movimento feminista tanto para as mulheres quanto para os homens;
- ❑ a conquista do mercado de trabalho pelas mulheres e o impacto dessa conquista para a realidade masculina;
- ❑ a nova configuração comportamental do homem atual;
- ❑ os posicionamentos da geração dos anos 70 rumo à liberdade sexual em oposição à geração dos anos 80, conservadora e repressora;
- ❑ a homossexualidade e suas relações com o machismo, a disfunção psicológica ou biológica, o moralismo, a aceitação ou rejeição social, a anulação do homem frente ao lesbianismo, o mito da castração de Freud, o deboche e a ironia;



- o comportamento social e cultural em comparação com aspectos geracional (adulto e jovens) e de gênero (homens e mulheres), além do econômico e religioso do receptor.

De acordo com os fatores relacionados acima, entende-se que o processo de recepção entre homens e mulheres não é semelhante devido à questão de gêneros, modelos e valores instituídos pela cultura de uma sociedade, alterando, portanto, os modos de ver e de negociar os sentidos de um produto midiático em cada grupo são distintos. Portanto, esse artigo considera fundamental analisar a maneira como a representação social da homossexualidade e a construção da identidade das lésbicas foram mediadas pelos receptores do universo masculino em comparação com o universo feminino.

O impacto das transformações pelas quais os homens estão passando gera novas definições comportamentais que interferem na construção identitária e na representação dos papéis sociais de homens e mulheres, antes claramente definidos.

É necessário, portanto, conhecer o universo sócio-cultural e o espaço que o homem ocupa no processo de audiência e recepção da telenovela, a fim de contextualizar e mapear os usos sociais que faz da telenovela para o seu cotidiano, mediados pelas as práticas sociais e culturais cotidianas de construção de identidade e representação social que resultam desse processo de recepção de telenovela.

2. A DIALÉTICA CULTURAL

A sociedade, em geral e o receptor, em particular estão em constante processo de construção, desconstrução e reconstrução da cultura. Esse movimento é “em realidade, o próprio princípio da evolução de qualquer sistema cultural” (CUCHE, 1999, p. 137) que ocorre em função de demandas sociais, culturais, econômicas, políticas, religiosas e ideológicas presentes na sociedade e que atuam na relação indivíduo-sociedade, ou seja, no modo como o homem constrói a sua identidade de acordo com os diferentes papéis sociais que representa em sociedade, dependendo da posição social em que se encontra.

As relações de poder são produto de conflitos travados entre a classe dominante e as classes subalternas no que se refere às esferas econômicas e, também, no campo simbólico. Entretanto, nem toda assimilação das práticas sociais e culturais hegemônicas por parte das classes subalternas é sinal de submissão, assim como sua recusa não significa resistência e que tudo o que vem “de cima” são valores hegemônicos. Não se trata de uma



conspiração e sim de relações de forças exercidas entre a classe dominante e as subalternas no nível do simbólico, da cultura.

A comunicação deve ser entendida como questão de cultura e, é na recepção que se encontra a produção comunicativa da audiência, na qual o receptor recebe e processa a mensagem enviada de acordo com o seu posicionamento social, político, histórico, cultural e aciona o conjunto de práticas, hábitos e saberes ao qual tem acesso para julgar, avaliar, processar e interpretar os dados.

O processo de recepção de programas televisivos pode ser considerado uma prática social na qual é possível a compreensão da experiência cultural e a constituição social do receptor diante das contradições, resistências ou enfrentamentos na negociação e na apropriação do conteúdo simbólico mediados pela percepção, valores, idéias, instituições e capacidades cognitivas que envolvem o contexto receptor.

Nesse sentido, Gomes (1996, p. 209) defende que a mediação é “um termo usado para entender a relação entre a sociedade e a cultura, utilizando os meios de comunicação, não apenas como instrumentos de reprodução cultural, mas também como constitutivos das próprias práticas sociais” dos sujeitos receptores. Dessa forma, é necessário conhecer as instituições, as organizações e os sujeitos que estão nelas ligadas nas mais variadas temporalidades sociais e matrizes culturais, pois isso vai implicar as diversas leituras produzidas pelos diversos receptores frente ao seu consumo cultural. Brittos (2003) complementa dizendo que “mediação é um conjunto de fatores que estruturam, organizam e reorganizam a percepção e a apropriação da realidade social por parte do receptor”.

De acordo com Matín-Barbero (1987, p. 90 apud GOMES, 1996, p. 211), “desloca-se a cultura do âmbito da ideologia e, portanto, de sua mera reprodução, para o campo de processos constitutivos e transformadores do social”, no qual se procura entender como os significados culturais são negociados pelo receptor no interior desse campo de forças, determinado pela hegemonia da classe dominante, mas com a cumplicidade da classe dominada que passa a enxergar, como seus, alguns interesses da classe hegemônica, apropriando-se dos sentidos propostos.

Há momentos de resistência como há os momentos de superação. Esta é a dialética da luta cultural que transforma o campo da cultura em uma espécie de campo de batalha permanente, onde não se obtêm vitórias definitivas, mas onde há sempre posições estratégicas a serem conquistadas ou perdidas [...] o que importa é o estado do jogo das relações culturais: a luta de classes na cultura ou em torno dela (HALL, 2003, p. 254-255 e 258).



Durante o processo de recepção, a construção da hegemonia se faz e refaz constantemente, já que é na recepção que o telespectador poderá mobilizar suas resistências e perceber as mensagens de uma sociedade capitalista de interesses, exercendo uma postura crítica diante delas, e promover transformações sociais. Há elementos das culturas dominante e subalterna que se intercambiam constantemente na luta cotidiana pelo “poder simbólico”, definido por Bourdieu (1990, p. 36 apud THOMPSON, 1998, p. 24) como a “capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas”.

Martín-Barbero (1987, p. 61 apud SOUZA, 2000, p. 80) vai dizer que “a ideologia dá lugar ao conceito gramsciano do pensar hegemônico – negociado-mediado, valorizando as mediações em detrimento das determinações sociais”. Gramsci (apud GOMES, 1996, p. 201) conceitua hegemonia como “cultura numa sociedade de classes”, ou seja, processo de luta e resistência ou subordinação cultural da classe dominada diante das ideologias (representações, valores e normas) da classe dominante, no qual não há vencedores, nesse sistema vivo, com lutas e enfrentamentos constantes, de sobreposição, assimilação ou negação de valores, significados e manifestações culturais selecionadas ora pela classe dominante ora pela classe dominada.

Trata-se de uma maneira nova de compreender a atividade cultural posicionada num campo de forças entre duas classes que estabelecem relações de poder entre si, com base na proposta teórica de Jesús Martín Barbero sobre as Mediações inserida no cotidiano das culturas populares. O conhecimento das demandas sociais e culturais de uma sociedade para aprofundar o estudo sobre os meios de comunicação, seus efeitos, influências e usos sociais que deles são feitos pelos receptores. De acordo com Martín-Barbero (2000, p. 31)

É impossível saber o que a televisão faz com as pessoas se desconhecemos as demandas sociais e culturais que as pessoas fazem à televisão. Demandas que põem em jogo o contínuo desfazer-se e refazer-se das identidades coletivas e dos modos como elas se alimentam e se projetam sobre as representações da vida social que a televisão oferece.

Visando a conhecer as demandas sociais, três lugares de mediação devem ser investigados: a cotidianidade familiar (os lares dos receptores se torna o lócus do consumo cultural no qual as diversas competências culturais desses receptores produzirão novos sentidos ao conteúdo simbólico apresentado), a temporalidade social (constituída pelo



tempo repetitivo e fragmentado da televisão e na qual o cotidiano dos telespectadores corre em paralelo ao tempo da telenovela) e a competência cultural (que se reflete no consumo diferenciado dos produtos culturais, perpassando suas convenções e abrange a identidade do receptor em seus diferentes modos de ver e ler as mensagens simbólicas).

Os media têm a capacidade de operar a própria construção dos sistemas de representação, construção social da realidade que se convertem em dispositivos de produção da realidade e de conhecimento, devido a uma generalidade que articula os dados do real e da ficção em torno de hábitos e valores articulados com as lógicas sociais, permitindo analisar as mensagens em relação às formas culturais e às competências dos espectadores (ROMANO, 1996, p. 218).

A partir da contextualização da sociedade de uma maneira geral e do indivíduo em particular, pode-se estudar a “recepção, como parte de processos subjetivos e objetivos, de processos micro, controlados pelo sujeito, e macro, relativos a estruturas sociais e relações de poder que fogem ao seu controle” (LOPES, BORELLI e RESENDE, 2002, p. 14), intercambiadas, integradas, feitas e desfeitas pelo dinâmico processo hegemônico de negociação de sentidos e significados simbólicos.

3 A TELENOVELA COMO EXPERIENCIA CULTURAL

Segundo Costa (2000, p. 134), novela “é o nome pelo qual ficou conhecida essa narrativa de natureza sentimental, melodramática e seriada, produzida na América, em suas versões literária, radiofônica e televisiva”.

Compreender o folhetim significa verificar como um fenômeno da cultura popular foi inserido e ampliado pela cultura de massa através da indústria cultural, já que o massivo foi gerado lentamente a partir do popular, no momento em que a classe dominada/trabalhadora manteve, segundo Hall (2003, p. 250-251), “uma relação específica com a reestruturação do capital e as relações e condições materiais de poder que conseguiram construir uma cultura que permaneceu intocada pela ideologia dominante”.

Primeiramente, a cultura popular deveria reeducar-se para a nova estrutura econômica, política e social, que visava à homogeneização dos gostos e dos bens simbólicos e à padronização das formas de produção cultural em contraponto com a heterogeneidade de tradições e hábitos culturais praticados pela cultura popular em complexas formações e diferenciações internas. Os artefatos da cultura popular passaram a



ser “fabricados” pela nova estrutura de mercantilização da cultura, ou seja, produzidos pelas instituições organizadas pelo capital para o povo e não pelo povo, “caracterizando-as com traços populares”.

As relações políticas e culturais hegemônicas entre as classes dominante e dominada foram deslocadas ou superpostas pelas práticas culturais de legitimação e resistência aos bens simbólicos utilizados para o controle da democracia, reprodução social e, portanto, manutenção do *status quo* ou, em outro extremo, para a mudança social do sistema.

Portanto, entender a cultura como ponto importante e inter-relacionado ao aspecto econômico e ao desenvolvimento das instituições sociais é posicioná-la no campo das relações de poder e da hegemonia entre a classe dominante e a classe dominada, “sem vitórias definitivas e posições estratégicas a serem conquistadas ou perdidas” (HALL, 2003, p. 254-255) na dialética da luta cultural. O folhetim conquistou um espaço privilegiado nos meios de comunicação de massa, pois perpassa a cultura popular e permite variadas interpretações de sentidos que vão além da leitura do campo ideológico e alcança o reconhecimento do telespectador .

A originalidade da narrativa do folhetim e o efeito mais secreto da ideologia encontra-se na dinâmica da provocação-pacificação. O folhetim aponta e denuncia contradições atroz na sociedade, mas no mesmo movimento trata de resolvê-las “sem mexer no leitor”, a solução corresponderá àquilo que ele espera e assim há de lhe devolver a paz MARTIN-BARBERO, 1997, p. 201).

Os gêneros narrativos são construídos de acordo com as competências culturais e as lógicas de produção da localidade em que são veiculados, respondendo às demandas sociais e culturais de consumo simbólico dos telespectadores. De acordo com esse contexto, o folhetim surgiu no Brasil à partir das leituras coletivas noturnas que aconteciam na Casa Grande e se transformou em um vício, constituindo-se num novo formato de contar histórias que passou pelas emissoras de rádio e chegou às redes de televisão latino-americanas, como precursor dos melodramas, das *soap operas* e das telenovelas.

Costa (2000, p.168-169) entende que a telenovela mescla o “popular com o erudito, o conservador com a modernidade, o tradicional com o inovador [...], incorporando tradições e esquemas narrativos de modo a se tornar antes de tudo versáteis fragmentadas”, cumprindo, assim, sua função de entretenimento no cotidiano dos lares brasileiros, tanto ao



promover a mudança social e quanto ao reproduzir o sistema, pois o debate de temas propostos na ficção acerca do cotidiano brasileiro promove a identificação de seus receptores quanto, podendo levar à legitimação ou à resistência da mensagem enviada.

As telenovelas podem promover a *mudança social* por meio de debates de temáticas polêmicas abordadas pelos autores em suas narrativas que vão apresentar novos valores, desafiar hábitos cotidianos, preconceitos e opiniões formadas pelo público que participa desse processo legitimando ou rejeitando os valores propostos nas novelas que ultrapassam o envolvimento emocional do público com as personagens e a narrativa encenada. Podem promover, igualmente, a reprodução de valores sociais fazendo uso da comunicação emocional, proporcionadas pelo uso da imagem, do som, da música e do contato diário de longo prazo com o telespectador. Estimula o reconhecimento de um certo poder manipulador, visto como reproduzidor de um equilíbrio social desigual e hegemônico, favorecendo determinados grupos no poder e na continuidade do *status quo*. (JUNQUEIRA, 2003).

Os conteúdos presentes nas telenovelas não são essencialmente manipulatórios, pois, conforme propõe Hall (2003, p. 255), “junto com o falso apelo e a redução de perspectiva, há elementos de reconhecimento e identificação que se assemelham à recriação de experiências e atitudes reconhecíveis, às quais as pessoas respondem”, e que permitem aos receptores se imaginarem como protagonistas das histórias, opinando e interferindo no desenrolar da trama, numa catarse diária de emoções, instintos e impulso que transformaram a telenovela em expressão da cultura nacional brasileira, consolidadas e legitimadas principalmente pelas produções de elevado padrão de qualidade da Rede Globo de Televisão.

4. AS TELENÓVELAS DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO

O estudo de recepção de telenovelas entende que esse gênero ficcional é expressão autêntica da cultura popular e de massa brasileira, atingindo as mais variadas classes e posições sociais do país. Nesse sentido, as produções da Rede Globo de Televisão, são realizadas com alta tecnologia e elevado padrão de qualidade em termos de produção técnica, recursos materiais e humanos, atingindo elevados índices de audiência, revelados pelas pesquisas de aferição de audiências mensuradas pelo IBOPE⁵. Constata-se também, que no horário nobre da grade de programação televisiva (21:00horas), a maioria da

⁵ Instituto Brasileiro de Opinião e Pesquisa



população brasileira se encontra em casa, uma grande maioria dela, com os aparelhos televisores ligados e, dessa porcentagem, uma fatia considerável assistindo às telenovelas globais.

Destacando a importância cultural da telenovela, torna-se fundamental esclarecer que a novela é um produto simbólico, produtor de sentido, inserido em uma prática sócio-histórica com uma função ideológica. Raymond Williams (apud BORDWELL, STAIGER e THOMPSON, 1985, p. 87) afirma que é necessário entender que essa produção de sentido que a novela desempenha não está desvinculada do seu modo de produção, ou seja, dos aspectos econômicos – capitalistas – perpassam a produção de um produto cultural como a telenovela, mas é preciso estabelecer as “condições de existência da prática de realização (da novela), sua relação com essas condições e suas mudanças ao longo do tempo”. Deve ser considerado, portanto, a base econômica e ideológica que resulta da base, a tecnologia e os efeitos de todos eles na produção de uma telenovela e que, conseqüentemente estarão presentes nos cenários de representação das narrativas transmitidas aos telespectadores.

Inserida na lógica de produção capitalista, cujo objetivo maior é a comercialização e o garantia de elevadas margens de lucro, a telenovela representa um dos principais produtos da indústria cultural e uma das principais fontes de renda das emissoras de televisão, mas somente garantirá sucesso e ganhará destaque se:

a) elas estiverem de acordo com as necessidades que os telespectadores pretendem satisfazerem ao assistirem a essas produções; b) se garantirem um certo grau de qualidade para produzi-las; c) se os detentores do poder das emissoras de televisão considerarem a produção viável e rentável e, d) se o produto for uma iniciativa lucrativa. (ORTIZ, BORELLI E RAMOS, 1991, P. 120).

O investimento total em cada novela da rede Globo é elevado, mas as propagandas e merchandising veiculadas nos intervalos da produção, e mesmo durante a exibição da novela, além da exportação dessas produções, garantem o retorno do investimento, “sem contar que há um barateamento dos custos que são diluídos em vários capítulos” (ORTIZ, BORELLI e RAMOS, 1991, p. 112).

A telenovela da Rede Globo de Televisão provou ser uma fórmula economicamente rentável e viável, pois “percebeu que a telenovela é parte de todo um universo de significações, gostos, valores e do cotidiano das pessoas” (LEAL, 1986, 25),



que influencia e é influenciada pelos receptores, os quais participam ativamente no processo de recepção, por meio de negociações de sentidos e significados simbólicos presentes no desenrolar da trama ficcional, interferindo na história e no percurso de determinadas personagens presentes na telenovela.

Embora seja considerada “obra aberta”⁶, podendo ser alterada durante a realização e exibição, os critérios de criação de telenovelas são padronizados de acordo com as demandas e com as regras de produção da emissora, estabelecendo controles e limites para a participação popular. No entanto, em detrimento das determinações presentes na lógica capitalista analisada acima, estabelece-se a luta hegemônica entre as posições de classe dominante e subalterna, mediada pela negociação dos sentidos e significados presentes nas narrativas das telenovelas. Para Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 12-13):

A telenovela representa um repertório de representações identitárias compartilhado por produtores e consumidores, construído no Brasil ao longo de 35 anos, e, por meio dela é possível estudar a recepção não um momento em si, mas uma perspectiva a partir da qual se pode estudar todo o processo de comunicação, a partir da qual a vertente latino-americana das mediações aparece explicitamente ligada ao reposicionamento que o estudo sobre as culturas populares produz no campo da comunicação.

O processo de mediação da recepção perpassa o ambiente doméstico e alcança as ruas, promovendo a circulação de sentidos e a produção de significados, justificando a popularidade de determinadas novelas. O processo criativo se alimenta diariamente ao coletar dados da realidade que circunda o autor de novela. Ortiz, Borelli e Ramos (1991) dirão que um programa veiculado pelos meios de comunicação de massa somente se tornará legítimo se esse tiver a capacidade de exibir seu público em suas particularidades, detalhes e situações reais enfrentadas por eles no cotidiano de suas experiências, respondendo as suas necessidades, expectativas e gostos.

Nesse sentido, o processo criativo da elaboração da telenovela envolve a sensibilidade do autor para captar no cotidiano as experiências vivenciadas pela sociedade a qual ele representa, promovendo o reconhecimento e a identificação dos telespectadores em relação à telenovela, quanto ao mundo por ele vivido e o mundo representado na novela por meio das representações sociais de personagens, ambientações, cenários, temáticas e

⁶ conceito definido por Umberto Eco.



narrativas abordados. O autor pinça esses pontos dentro de seu espaço de produção, elabora o capítulo que vai ao ar e devolve à sociedade, como se fosse um espelho daquilo que ele entende que ela é.

O processo de recepção é singular, pois cada receptor constrói uma vivência particular para conviver em sociedade, expressa em termos de identidade e representação social e manifestadas por meio das suas práticas sociais e culturais cotidianas. Pensar a recepção é pensar um processo que está inserido numa teia de experiências e relações interpessoais que compreendem o tecido cultural no qual o sujeito está envolto e no qual a sociedade pertence. Entretanto, Folgolari (2001, p. 50) entende que “o processo de negociação é conflitivo, justamente porque é permeado por valores em oposição, critérios e ambições de vida desiguais”.

Assim, o receptor elabora sua compreensão da realidade e, à partir delas, constrói e reconstrói sua identidade, sua cultura e suas ações sociais. Cuche (1999, p. 159) afirma que “por mais “padronizado” que seja o produto de uma emissão, sua recepção não pode ser uniforme e depende muito das particularidades culturais de cada grupo, bem como da situação que cada grupo vive no momento da recepção” e que cada membro vive dentro do grupo.

De acordo com Lopes (1997, p. 160), a importância cultural e política da telenovela não está apenas no fato de ser considerada programa de lazer, mas de tornar-se espaço de intervenção cultural, da discussão da sociedade, da introdução de hábitos e valores, contribuindo para mudanças sociais mais do que uma simples reprodução do sistema, ao aprofundar os questionamentos em torno das relações da cultura, da comunicação e do poder. Nesse sentido, a telenovela vincula-se ao tecido cultural e ao contexto social do brasileiro e torna-se expressão de uma cultura, parte da identidade de um país, representando os símbolos construídos coletivamente por uma sociedade e que por ela são exteriorizados por meio de conversações diárias.



5. MULHERES APAIXONADAS: UM ESTUDO DE CASO

Muitas vezes, a introdução de temáticas polêmicas vira pauta de conversa entre a população, promove a queda de *tabus*, diminui o preconceito social em relação a convenções estabelecidas em nome da moral social ou ainda promove mudança na estrutura social de uma determinada comunidade ou até mesmo nação, como ocorreu na novela “Mulheres Apaixonadas” ao abordar a homossexualidade em seu universo de representação.

Nesse sentido, a seleção da novela “Mulheres Apaixonadas” justifica-se pelo realismo doméstico e familiar com que as temáticas e o *repertório de representações* identitárias foram construídas pelo autor e compartilhados pelos telespectadores, ou seja, representadas de modo liberal sem escandalizar ou chocar os telespectadores. As representações de identidade não foram estereotipadas, caricatas e nem grotescas, pois o autor caprichou nos detalhes de encenação e composição do personagem, obtidos a partir de um trabalho de pesquisa que conferiu veracidade ao tema ou personagem, como no caso do relacionamento lésbico entre Clara (Aline de Moraes) e Rafaela (Paula Picarelli).

Nesse contexto, o autor revela que a novela tem de criar polêmica, “é o que faz a novela ultrapassar seu horário de exibição, transbordando para o dia seguinte, com comentários nas ruas” (CARLOS, 2003, p. 75-77). As implicações dos temas e personagens representados podem estimular o debate em torno de problemas domésticos comuns a todas as classes sociais do País sem preconceitos, receios ou intransparências.

Embora finalizada sua exibição, “Mulheres Apaixonadas” conseguiu colocar na ordem das discussões da sociedade, um assunto bastante polêmico e delicado. De acordo com a revista *Veja* (VALLADARES, 2003, p. 70), “Manuel Carlos conseguiu uma proeza: pela primeira vez, um caso de relacionamento lésbico (representado na novela por duas adolescentes, classe média alta, “alunas de uma escola ultraprogredista, onde ninguém as rejeitava nem recriminava) é retratado numa novela sem causar rejeição do público” (VALLADARES, 2003, p. 70), demonstrando a aceitação dos telespectadores em discutir o assunto, antes considerado um *tabu* para a sociedade brasileira. Numa tentativa anterior, as lésbicas da novela *Torre de Babel*, de autoria de Silvio de Abreu (1998) foram “arrancadas da trama às pressas na explosão de um shopping center” (VALLADARES, 2003, p. 72),



devido à recusa dos telespectadores em aceitar o assunto. Os autores, ao falar de homossexualidade na novela, promovem:

A desconstrução do estereótipo do homossexual e a construção de uma relação amorosa plena de sensibilidade, delicadeza e integridade, ampliada a partir do companheirismo e da amizade que promovem a aceitação do público. [...] personagens construídas solidamente na sua individualidade, como seres dignos, íntegros, fortes, amados, que vencem os preconceitos, as resistências e legitimam sua decisão de assumirem uma vida em comum. [...] a telenovela trouxe como contribuição permitir que a sociedade brasileira reconhecesse nessas personagens, não o direito à opção de esconder-se ou integrar-se ao grupo de homossexuais, mas o direito de assumir sua orientação no âmbito da sociedade, exercendo o papel de levar os telespectadores a conviver com a diferença e experimentar, pela via ficcional, uma situação que irá conquistar, na realidade, foro e espaço para existir (MOTTER, 2003, p. 138).

A homossexualidade representada na novela “Mulheres Apaixonadas” abordou a identidade e a opção sexual a ser seguida por duas jovens lésbicas, plenamente aceita e reconhecida pelos mais variados segmentos da sociedade, contribuindo para a diminuição do preconceito dos relacionamentos homossexuais, promovendo a mudança social da população frente a essa situação, convencionada por valores morais e religiosos de uma sociedade patriarcal ultrapassada.

Mais uma vez, a escola foi o ambiente escolhido pelo autor para criar o cenário de representação da união homossexual, talvez porque os jovens sejam mais tolerantes ao assunto. O relacionamento desenvolveu-se lentamente, com base no amor e na amizade entre as duas jovens adolescentes, com o conhecimento de professores, colegas de escola e amigos. Esse cenário de representação pode ser considerado elemento favorável na conquista da simpatia e da aprovação pelo público, provavelmente, contribuindo para a diminuição do preconceito em relação à união homossexual pela sociedade. As novas gerações mostram-se menos resistentes ao tema quando o assunto é discutido na escola e, se o preconceito ainda predomina, há pessoas empenhadas em “quebrar o silêncio, levando o tema para dentro da sala de aula, preparar o professor para lidar com o tema como um conteúdo transversal a ser abordado em qualquer disciplina, conforme previsto nos parâmetros curriculares nacionais (PCN)” (KAMINSKI e CHARÃO, 2004, p. 84). Além disso, os meios de comunicação de massa se convergem em instrumentos de pauta para a



discussão nacional de assuntos e temas domésticos que afetam o indivíduo em suas mais variadas tensões e angústias.

“Mulheres Apaixonadas” contribuiu para que os homossexuais se posicionem de acordo com as suas preferências sexuais e com a representação de papéis sociais distintos, optando por outras identidades que não as rigidamente segmentadas entre o feminino e o masculino, ou seja, os gays e as lésbicas.

O fato é que a questão da homossexualidade tem recebido destaque nas produções das telenovelas brasileiras e o que antes era visto como assunto *tabu*, hoje pode ser discutido no horário nobre da televisão com menos repulsa. De acordo com Brittos (2003), “as novelas se tornam fator relevante para o entendimento da mudança ou permanência dos valores sociais e crenças na sociedade brasileira com função de reprodução do sistema ou mudança social”.

De acordo com esse posicionamento, a discussão da homossexualidade pela sociedade, estimulada pela novela “Mulheres Apaixonadas”, que soube colocar o assunto na pauta das discussões diárias do brasileiro, demonstrou que a telenovela se constitui num espaço de enfrentamento e resistência da sociedade, promovendo transformações de representações importantes para a composição social e cultural no que se refere ao entendimento e aceitação da sociedade brasileira frente à homossexualidade e à identidade do homossexual, contribuindo para a construção de uma nova hegemonia.

Um produto da cultura popular de massa, como a telenovela, inserida na lógica capitalista, constitui-se elemento importante no exercício das relações de poder travadas entre os interesses dos telespectadores e os interesses hegemônicos, promovendo a dialética cultural entre a mudança social gerada a partir do enfrentamento e da resistência aos conteúdos simbólicos hegemônicos e a reprodução do sistema gerada a partir da legitimação das produções culturais pelos telespectadores. Essa dialética, travada no âmbito da cultura, se estabelece por meio do processo de recepção, no qual o sujeito negocia os sentidos das mensagens ficcionais mediados pelas suas práticas sociais e culturais cotidianas que resultam no processo de construção da identidade e da representação social.

Muitos telespectadores entram em contato com a realidade ficcional e refletem sobre a sua realidade cotidiana ao comparar suas experiências pessoais e as da ficção, propiciando o exercício da mediação entre a sua realidade e a ficção, negociando os



conteúdos simbólicos presentes numa variedade de núcleos de representação que a telenovela lhe apresenta, distintos do seu universo particular, permitindo que ele entre em “contato com certas situações e sentimentos e reflita ou discuta sobre sua vida privada, sobre certas concepções sociais que são veiculadas pelas novelas e que permitem a revisão de suas próprias concepções” (ALMEIDA, 2001, 165), alterando as práticas culturais de uma sociedade em constante transformação, como, por exemplo, as relações de gênero e as representações de papéis sociais segmentados de acordo com a função biológica de homens e mulheres.

Referências bibliográficas

BORDWELL, David; STAIGER, Janet; THOMPSON, Kristin. *The classical Hollywood cinema. Film style & mode of production to 1960*. Nova York: Columbia University Press, 1985.

BRITTOS, Valério Cruz. *Comunicação e cultura: o processo de recepção*. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 22 de julho de 2003.

CARLOS, Manuel. Escrevo sobre o que conheço. **Veja**, São Paulo, n. 1810, p. 75 - 77, 9 jul. 2003. Entrevista concedida a Sílvia Rogar.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. A era da informação: economia, sociedade e cultura, volume 2. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

COSTA, Maria Cristina. *A milésima segunda noite*. São Paulo: Annablume, 2000.

CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, 1999.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Os estudos culturais. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luis; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001. p. 151-154.

FOLGOLARI, Élide Maria. *Fazenda esperança: estudo sobre as mediações culturais e a recepção da telenovela Terra Nostra*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

FRY, Peter; MACRAE, Edward. *O que é homossexualidade*. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

GOMES, Itania Mota. Recepção e mediações: crítica à filiação crítica dos estudos de recepção. **Revista Compós**. Rio de Janeiro, p. 208-215, 1996.

HALL, Stuart (org.). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

KAMINSKI, Kristhian; CHARÃO, Cristina. O preconceito é uma doença. **Revista Educação**. São Paulo, nº 84, p. 42-51, abr. 2004.



LAGO, Maria; PARAMELLE, France. *A mulher homossexual: ensaio sobre a homossexualidade feminina*. Rio de Janeiro: Publicações Europa-América, 1978.

LEAL, Ondina Fachel. *Leitura social da novela das oito*. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.

LOPES, Denílson. Estudos gays: panorâmica e proposta. **Revista Lugar Comum**: estudos de mídia, cultura e democracia. Rio de Janeiro, nº. 13-14, p. 125- 130, 1999.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo., BORELLI, Sílvia Helena Simões, RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MOTTER, Maria Loudes. *A construção do cotidiano na telenovela*. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.

O HOMEM em nova pele. Reportagem Especial. **Veja**: São Paulo, nº1822, p. 62-68, 01 out. 2003.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia; RAMOS, José Mario Ortiz. *A telenovela: história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

ROMANO, Maria Carmem Jacob. Análise da composição textual das telenovelas: percurso necessário para pensar o fenômeno da recepção. **Revista Compós**. Rio de Janeiro, p. 216-226, 1996.

SAMUEL, Raphael. People's history and socialist theory. London: Routledge and Kegan Paul, 1981. In: HALL, Stuart (org.). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003, p. 247-263.

SOUZA, Mauro Wilton de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense/ECA-USP, 1995.

VALLADARES, Ricardo. Mulheres apaixonadas e apaixonantes. **Veja**, São Paulo, n. 1810, p. 68 – 74, 9 jul. 2003.

VELHO, Gilberto. Algo de novo no ar: a representação de homens e mulheres na propaganda. In: XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2003, Belo Horizonte. CD-ROM.

WOLTON, Domenique. *O elogio ao grande público*. São Paulo: Ática, 1996.