

Uma paixão nacional e cultural: a temática das telenovelas retratada nas capas da revista *Veja*¹

Viviane Sales Martins – Universidade Federal de Goiás²

Resumo

Este trabalho tem o intuito de entender como o tema das telenovelas brasileiras foi trabalhado na Revista *Veja* em oito edições, em que o assunto de capa foi uma telenovela que marcava presença expressiva no cenário do entretenimento televisivo, no Brasil. Há uma seção da revista chamada “Televisão” em que, assiduamente, é discutido um fato relacionado a alguma novela que está sendo transmitida no país. Nessa pesquisa, entretanto, escolheu-se trabalhar apenas com as reportagens de capa, de uma revista não especializada em assuntos televisivos, justamente pela singularidade e interesse que tal acontecimento desperta. Serão abordados também a interferência das novelas no cotidiano dos espectadores e a relação estreita entre esse gênero televisivo e a cultura brasileira.

Palavras-chave

Telenovelas; cultura; cotidiano; temas polêmicos.

Introdução

Serviram de objeto de estudo para esta pesquisa teórica oito capas da revista semanal *Veja* cujos títulos, datas de publicação e nome da referente novela serão enumerados a seguir:

1. "No país das telenovelas" - 10/09/75 (citando várias novelas da época);
2. "Roque Santeiro" - 02/10/85 (Roque Santeiro);
3. "Como Pantanal está abalando a vida da televisão" - 09/05/90 (Pantanal);
4. "A virada do dramalhão mexicano" - 12/06/91 (Carrossel);
5. "O mago das novelas" 17/11/99 (Terra Nostra);
6. "Nos laços da novela" - 10/01/01 (Laços de Família);
7. "A paixão pela novela das oito" - 09/07/03 (Mulheres Apaixonadas);
8. "O duelo das oito" - 09/02/05 (Senhora do Destino).



¹ Trabalho apresentado ao Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, na sessão nº 2: Comunicação audiovisual (cinema, rádio e televisão).

² Graduanda do quinto período do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo na Universidade Federal de Goiás. vyvymartins@hotmail.com



Nas páginas que seguem, o tema novelas será abordado como sendo um fenômeno cultural dotado de peculiaridades no Brasil. Busca-se refletir como as telenovelas brasileiras conquistaram um espaço de construtoras da realidade e como esse fenômeno televisivo foi retratado, ou explicado, por uma das mais importantes publicações impressas semanais do Brasil, em número de leitores, que é a revista *Veja*.

Para ganhar o destaque de capa de um veículo cujo foco principal de abordagem são questões políticas e econômicas, o mote deve apresentar expressiva relevância no momento da publicação e constituir-se como uma temática de interesse geral, submetida a uma confecção apurada.

Nesse papel de encenar a comunidade, tanto as novelas – objeto de *Veja* nas oito capas analisadas – quanto a própria revista apresentam esse caráter, comum à mídia como um todo, de construção da imagem de comunidades regionais e locais. Para Jesús Martín-Barbero, “a novela e o jornal foram as duas formas de imaginação projetadas pelas mídias, a partir do século XVIII, para a ‘representação’ dessa comunidade imaginada que é a nação”.³

Reflexões iniciais sobre televisão e telenovela

Televisão: o mais poderoso instrumento de comunicação de todos os tempos. Adotada como um membro a mais na família, ela mudou comportamentos, criou hábitos e impulsionou o consumo. Tornando instantânea a informação, a televisão fez de cada telespectador um vizinho de toda a humanidade.

Em um trabalho de pesquisa sobre um gênero da televisão brasileira, entende-se por essencial discorrer algumas linhas sobre seu histórico. A esse respeito, sabe-se que no início da década de 50, um homem chamado Assis Chateaubriand era proprietário de jornais, revistas e emissoras de rádio, entre elas a Rádio Tupi e a Rádio Difusora em São Paulo.

Com o dinheiro de suas empresas, Chateaubriand comprou equipamentos nos Estados Unidos e trouxe a televisão para o Brasil, criando a TV Tupi Difusora. A inauguração oficial da TV foi no dia 18 de setembro de 1950, com a transmissão do "Show na taba", na TV Tupi. Este era um programa de variedades: tinha quadros de humor, explicava o que era a televisão,

³ BARBERO, Jesús Martín. Os exercícios do ver – Hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2001, p 34.



apresentava orquestras, musicais, esportes, etc.

Hoje, cinquenta e sete anos após seu início, no Brasil, indiscutíveis são a relevância e a popularidade que esse veículo audiovisual conquistou desde sua origem. Artur da Távola cita algumas influências que a TV provoca sobre sua massa espectralora:

"Os efeitos diretos são objetivos e imediatos. Eis alguns: incentivo ao consumo e conseqüente expansão do mercado interno de bens; lazer, entretenimento e cultura horizontal e informativa; abertura de mercados; evoluções tecnológicas; crescimento de atividade industrial produtora de eletrodomésticos; mercado de trabalho atingindo variadíssima gama profissional; integração nacional; criação de novas estéticas; participação diária nos acontecimentos nacionais e mundiais; participação em projetos educacionais, etc"⁴.

Com quase sessenta anos de existência no Brasil, a televisão firmou-se como um importante e poderoso instrumento de representação dos indivíduos, em suas mais diversas categorias, como etnias (branco/negro), gêneros (masculino/feminino), gerações (novo/velho) e estética (feio/bonito).

Além disso, é, sobretudo, na representação da política e dos próprios políticos que a televisão adquire seu poder simbólico de construção do significado político de uma sociedade em dado momento histórico. Como defendeu Karl Popper, "a televisão tornou-se hoje em dia um poder colossal; pode mesmo dizer-se que é potencialmente o mais importante de todos, como se tivesse substituído a voz de Deus"⁵.

Nesse formato de produção de padrões estéticos, comportamentais e culturais, uma das principais ferramentas utilizadas pela televisão, em especial no Brasil, para construir, reproduzir e transformar a vida cotidiana em seus valores morais individuais e sociais é a telenovela.

A novela, palavra derivada do francês *nouvelle*, é o gênero televisivo que possivelmente mais produz efeitos sobre a população. Ao contrário de outros meios como o rádio, o teatro ou o cinema que surgiram no Brasil com grande influência de produções estrangeiras, a novela conseguiu se desenvolver como gênero e um fenômeno na televisão, com marcas genuinamente nacionais.

O crítico e historiador da televisão brasileira Artur da Távola definiu criteriosamente o perfil da telenovela brasileira. Em seis tópicos, esse seria o perfil do "produto novela" a que milhões de brasileiros consomem diariamente:

"1) Destina-se a um consumo indiscriminado. Enquanto havia apenas a tecnologia do livro, este, necessariamente, discriminava o consumo, pois só chegava aos letrados. A telenovela veio estender formas literárias ou literalizantes a um público indiscriminado. Chega ao culto e ao não culto. Tal realidade modela -lhe forma e conteúdo.

⁴ TÁVOLA, Artur da. A liberdade do ver - Televisão em leitura crítica. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p.54.

⁵ POPPER, Karl; CONDRY, John. Televisão, um perigo para a democracia. Lisboa: Gradiva, 1994, p. 29.



- 2) Vive da aceitação do mercado. A telenovela está em íntima relação com quem a consome. O telespectador é pesquisado, conhecido, logo sua opinião tem peso.
- 3) Seu mercado se manifesta ao longo dos capítulos e precisa ser permanentemente "consultado" por pesquisas.
- 4) A produção precisa obedecer a um veloz andamento para não comprometer o fluxo dos demais programas. A telenovela, na sua realização, possui um ritmo industrial sendo, portanto, muito mais um serviço dramatúrgico do que, propriamente, uma categoria estética.
- 5) As proposições estéticas e culturais devem-se enquadrar no repertório conceitual do público. Jamais, numa telenovela, o autor pode fazer um discurso isolado, sem estabelecer, para o que queira dizer, pontes de relacionamento com o público.
- 6) Dificilmente a telenovela é obra de um criador isolado. O resultado final depende da equipe realizadora e dos propósitos e condições oferecidas pelo canal produtor, embora, por outro lado, apesar disso, possa haver a presença estilística dos autores, marcando acentuadamente o produto. Essa contradição é típica da telenovela: ao mesmo tempo em que é obra de autor, o é de equipe. Sem se compreender tal dualismo é difícil alcançar a complexidade do seu processo de feitura".⁶

Direcionada para ser reproduzida em um veículo popular de influência e atração de públicos, a novela encontrou na televisão um espaço propício para narrar acontecimentos, distribuídos em capítulos, criando envolvimento, identificação e emoções no espectador. Assim como a fotografia, a pintura e o cinema, a televisão encanta através das imagens.

É com a imagem televisiva que a novela consegue levar o espectador a um mundo de fantasias e sonhos, mas, ao mesmo tempo, mostrar personagens com os quais o público se identifica criando laços fortes de envolvimento emocional, que garante a audiência do produto mercadológico televisivo. É necessário enxergar para se envolver, para perceber a realidade encenada pelo ator e, em seguida, se imaginar na mesma situação retratada.

Muniz Sodré discorre sobre esse encantamento que a imagem televisiva provoca no espectador, como uma marca da nova sociedade a partir dos anos 50:

“Há, assim, um fascínio pela imagem sem mais nem menos, pela simples aparição eletrônica, pela iluminação artificial, de tal maneira que a falta prolongada de energia elétrica em uma grande cidade – como o famoso black-out de Nova Iorque em 1966 – pode causar pânico ou mudanças bruscas de comportamento coletivo”.⁷

A novela como uma prática cultural

Segundo o antropólogo Roberto DaMatta,

"Cultura não é simplesmente um referente que marca uma hierarquia de civilização, mas a maneira de viver total de um grupo, sociedade, país ou pessoa. Cultura é, em Antropologia Social e Sociologia, um mapa, um receituário, um código através do qual as pessoas de um dado grupo pensam, classificam, estudam e modificam o mundo e a si mesmas. (...) No sentido antropológico, portanto, a cultura é um conjunto de regras que nos diz como o mundo pode e deve ser classificado"⁸

⁶ TÁVOLA, Artur da. *Jornal O Globo*. Rio de Janeiro. 1985.

⁷ SODRÉ, Muniz. *A Máquina de Narciso – Televisão, Indivíduo e Poder no Brasil*. São Paulo: Cortez, 1990.p31.

⁸ DAMATTA, Roberto. *Explorações: Ensaios de Sociologia Interpretativa*. Rio de Janeiro: Rocco, 1986. p123-25



É nesse conjunto de regras, estão alguns determinantes da vida social, como regime político, sistema econômico, práticas religiosas, tradições e costumes, enfim, todos elementos formadores da cultura de um povo. Essas atividades da sociedade são refletidas nas novelas. Através destas, é possível entrar em contato com modos de vida que diferem do vivido pelo telespectador.

Exemplos disso podem ser encontrados em novelas como *Pantanal* e *Terra Nostra*, ambas de autoria de Benedito Ruy Barbosa. Segundo a revista *Veja*, a novela *Pantanal*, exibida em 1990, "caiu definitivamente nas graças do público", isso no início da década de 90 quando a extinta emissora Manchete apresentava tal atração.

Para a equipe responsável pela matéria de capa, o principal motivo da novela atingir tão expressiva audiência estava no cenário exótico em que essa se passava:

"Tem-se aí uma novidade visual arrebatadora para o telespectador: em vez das ruas e ambientes por onde ele circula todo dia, um panorama que ele não conhece. Em lugar de carros e uma praça cheia de figurantes, atores que circulam entre jacarés, sucuris, onças pintadas, capivaras e tuiuiús. Pouca gente sabia que o *Pantanal* era tão bonito".⁹

O interesse por uma sub-cultura diferente e desconhecida garantia o sucesso da novela, que mostrava uma civilização com costumes totalmente opostos dos vividos nas cidades brasileiras, em especial nos grandes centros urbanos como Rio de Janeiro e São Paulo. As cenas de maior ibope, ou que garantiam maior número de comentários entre o público, mostravam um ambiente bucólico em que lindos atores desfilavam quase nus e se aventuravam em meio a bichos e plantas.

Esse ambiente atraía moradores dos meios urbanos que chegavam à noite em casa cansados depois de um agitado dia de trabalho e encontravam na televisão um excelente relaxante que os fazia viajar para um outro contexto cultural. Aqui se percebe uma importante marca da televisão: a "telinha" oferece ao público novidades sugestivas, como o contato com uma realidade que rompe com o cotidiano muitas vezes exaustivo do telespectador.

É como se após um longo dia agitado em uma grande cidade, o telespectador fosse convidado a passar uma hora em um outro ambiente bem mais agradável e relaxante, garantindo assim o que Sodré qualifica como "telepresença", ou o simulacro humano realizado na televisão. O indivíduo mantém uma relação privada com os acontecimentos do mundo por meio da "telepresença". É também através dela que o indivíduo diminui sua enorme sensação de solidão em meio à massa gigantesca da cidade grande.

Sodré confirma essa produção de um espaço/tempo social absolutamente novos, técnica que as telenovelas aproveitam para criar seu mundo fantástico de diversão e atração do público.

⁹ "Como *Pantanal* está abalando a vida da televisão". Revista *Veja*. Editora Abril. Edição: 09/05/90.



“Se já se podia caracterizar como mais ou menos divino o poder de ‘ver tudo que se passa’ do sistema panóptico, a técnica televisiva é realmente mágica por multiplicar infinitamente o poder de ubiquidade do espectador, agora confrontado a uma (tele)realidade simultânea, instantânea e global”.¹⁰

Já a telenovela *Terra Nostra*, exibida pela Rede Globo em 1999 e reapresentada em 2002, propiciou aos seus trinta milhões de telespectadores, segundo a reportagem de *Veja*, um contato com um povo diferente em suas tradições e costumes, os italianos. Além disso, a novela expôs uma viagem no tempo para uma época decisiva na história do Brasil, no final do século XIX: fim da escravidão, primórdios da República, vinda de imigrantes europeus, surgimento das primeiras indústrias.

Grande parte dos espectadores que assistiam à novela só ouviram falar desses temas históricos, (quando ouviram), nos tempos da escola. Segundo a reportagem de *Veja*, o sucesso da novela é garantido pela qualidade do trabalho realizado nos bastidores:

"Esse investimento fez diferença e aparece, por exemplo, nas imagens reais dos imigrantes italianos do final do século, recolhidas na Europa durante três meses por uma pesquisadora. Aparece também na caprichada reconstituição de época. Entre outras curiosidades, a novela mostra a Avenida Paulista na época de sua fundação".¹¹

O rigoroso trabalho de pesquisa histórica feito pela equipe de *Terra Nostra* garantiu aos telespectadores um profundo contato com uma cultura diferente por razões de variação temporal e geográfica. A veracidade da imagem televisiva cativava um público que se sentia informado por um folhetim, que mais do que uma aula de história fornecia também um enredo dramático e emocionante.

Mauro Porto¹² defende que "o público vê as novelas não apenas como dramas de ficção distantes da sua realidade, mas sim como uma valiosa fonte de 'informação' sobre como o mundo da política funciona". Ainda usando como referência a novela *Terra Nostra*, Porto completa:

"Devido ao seu papel de orientação e sua popularidade, as novelas brasileiras se tornaram parte central do processo pelo qual cidadãos comuns fazem sentido do mundo da política. Como resultado, apesar de serem freqüentemente vistas com descaso, as novelas se tornaram essenciais para entender os dilemas e perspectivas do processo político brasileiro".¹³

Principalmente quando se fala de um país com profundas desigualdades sociais e distribuição precária de educação de qualidade de forma homogênea, as novelas servem como

¹⁰ SODRÉ, Muniz. *A Máquina de Narciso – Televisão, Indivíduo e Poder no Brasil*. São Paulo: Cortez, 1990.p31.

¹¹ “O mago das novelas”. *Revista Veja*. Editora Abril. Edição: 17/11/99.

¹² Mauro Porto, professor da faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília UnB e coordenador do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política - NEMP do CEAM/UnB, dedicou um trabalho exclusivamente à *Terra Nostra*, que no período da pesquisa de campo (setembro-dezembro de 1999) demonstrava os maiores índices de audiência já registrados por uma novela.

¹³ PORTO, Mauro. *Telenovelas e Controvérsias Políticas: Interpretações da Audiência sobre Terra Nostra*. Trabalho do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política - NEMP do CEAM/UnB, Rio de Janeiro, 2002.



um importante meio de democratização da cultura. Este gênero televisivo merece destaque não só por sua eficácia como programa de entretenimento, mas também como uma camada integral da esfera pública na construção de valores políticos e educativos.

Entretanto, para Veja, o sucesso de Terra Nostra não se deve somente à função "educativa" que ela exerce, mas sobretudo à história central que envolve um triste e forte romance: "Benedito usa como matéria-prima apenas os ingredientes universais do folhetim: paixões e desencontros, amizades e traições, cobiça, dinheiro e poder".¹⁴

Diante das análises feitas, é certo que as telenovelas se enquadram em uma importante posição do cenário artístico-cultural brasileiro. O gênero novelesco está inserido como uma matriz cultural híbrida e um produto da cultura popular de massa. A telenovela é também submetida a diversos julgamentos e interpretações de acordo com a "cultura de família" de cada espectador (suas crenças, tradições e desejos).

Assim, tem-se uma relação estreita entre novelas e recepção familiar:

"As práticas cotidianas estão ligadas à recepção da telenovela, conferindo-lhe novos sentidos ou influenciando na própria maneira a partir da qual estes são 'lidos', isto é, entendidos e aprendidos. Os diferentes 'modos de ler' estão muito ligados às tradições, preocupações e expectativas da vida prática, que tentamos apreender através da cultura da família, nas suas expressões materiais e simbólicas, que traduzimos, seja em condições de habitação e sócio-econômicas, seja em trajetórias e marcas da história da família".¹⁵

Discussão de temas polêmicos nas telenovelas

"Há quem diga que as novelas influenciam o comportamento das pessoas, e a quem diga que isso é balela. O que se sabe com certeza, e até já foi comprovado por pesquisas universitárias, é que o produto cultural mais popular do país tem um poder impressionante para pautar debates sobre questões políticas e da intimidade do brasileiro. (...). Realista obstinado, Manoel Carlos, não abre mão de construir seus enredos com base em assuntos polêmicos, que fornecem material infundável para bate-papos no cafezinho do escritório ou à mesa de jantar".¹⁶

É assim que o repórter Ricardo Valladares inicia a matéria de capa da revista Veja com enfoque na telenovela de sucesso *Mulheres Apaixonadas*, de 2003. O autor Manoel Carlos foi o criador de dois expressivos sucessos da teledramaturgia brasileira: *Laços de Família* e *Mulheres Apaixonadas* exibidas em 2001 e 2003, respectivamente. Ambas abordaram temas polêmicos, mas sempre pertencentes ao cotidiano das pessoas.

Nessa mesma edição, Veja taxa o autor de "realista obstinado" e coloca nessa sua característica própria a grande razão do sucesso de suas novelas:

"O realismo de Manoel Carlos tem balizas definidas. Sua mira não está voltada para grandes questões sociais, como miséria, violência urbana ou corrupção. (...). A inclinação

¹⁴ "O mago das novelas". Revista Veja. Editora Abril. Edição: 17/11/99.

¹⁵ LOPES, Maria; BORELLI, Silvia; REZENDE, Vera; SCHAEFER, Maria; BONIN, Jiani; MALDONADO, Alberto. *Mediações na Recepção de Telenovela*. Goiânia: Revista Comunicação & Informação, 1999. p.155.

¹⁶ "Mulheres Apaixonadas e Apaixonantes". Revista Veja. Editora Abril. Edição: 09/07/03.



de Manoel Carlos é muito mais pelo que se poderia chamar de realismo familiar ou doméstico - e aí ele percorre todos os cômodos da casa, do quarto de dormir à área de serviço. As famílias enfocadas são de classe média ou de classe média alta e circulam por um ambiente que o autor conhece bem, porque é lá mesmo que vive: a Zona Sul do Rio de Janeiro. Não se pode dizer que personagens saídos dessa classe social e, mais ainda, desse microcosmo carioca representem o grosso da população brasileira, mas há óbvias vantagens novelísticas em lidar com eles. Situações que perturbariam muitos espectadores se ocorressem na casa de seu vizinho são encaradas com a maior naturalidade porque acontecem naquele ambiente liberal retratado por Manoel Carlos."

Em *Laços de Família*, entre as polêmicas retratadas nas diversas histórias encenadas, apareceu a problemática da prostituição, vivida pela personagem Capitu, "a primeira 'prostituta de família' a aparecer na história das novelas".¹⁷ Manoel Carlos encomendou uma pesquisa sobre prostitutas de alto nível para mostrar o assunto com maior realismo possível e verificou que a maior parte delas cursam universidade, ganham bem e são mães solteiras.

De acordo com a reportagem, para trabalhar o assunto numa novela, o autor recorreu a artifícios que tornassem a história interessante e simpática aos olhos do público:

"No início, ela parecia ser uma moça fútil, que se prostituía para comprar roupas de grife e frequentar restaurantes caros. Como isso causava certa desconfiança em relação à personagem, o autor a transformou em uma mulher capaz de sacrificar-se em favor do filho pequeno e dos pais idosos. Bingo! Não há como não gostar de Capitu."

Outros temas polêmicos discutidos por Manoel Carlos, na novela *Laços de Família* foram: leucemia (transplante de medula, compatibilidade do doador); impotência sexual; câncer de próstata; machismo; relacionamento amoroso entre pessoas com grande diferença de idade; mães extremadas que renunciam um grande amor pela felicidade de sua filha.

E na novela *Mulheres Apaixonadas*, o teor picante e atrativo da produção foi garantido por assuntos como: a violência doméstica contra a mulher; as conseqüências do ciúme exagerado em um relacionamento amoroso; o preconceito contra velhos; o alcoolismo vivido por uma professora de ensino médio; o lesbianismo entre adolescentes; as conseqüências da traição em uma relação amorosa; o misticismo ou premonição vividos por uma criança que pressentia fatos do futuro; o celibato clerical.

Verifica-se aqui um importante papel dessas telenovelas ao buscarem apresentar temáticas polêmicas de uma forma reflexiva e educativa, objetivando destruir preconceitos e informar, principalmente, os mais carentes de educação e de participação em debates ou discussões sobre tais temas. Segundo Florestan Fernandes, "O romance, como fenômeno cultural que é, tem sua evolução delimitada e determinada pela própria

¹⁷ "A novela que hipnotiza o país". Revista Veja. Editora Abril. Edição: 10/01/01.



transformação da sociedade".¹⁸

Argumento que prova tal afirmação é encontrado na matéria de capa da *Veja*:

"Mulheres Apaixonadas, por exemplo, conseguiu uma proeza: pela primeira vez, um caso de relacionamento lésbico é retratado numa novela sem causar rejeição do público. Na última ocasião em que algo do gênero foi tentado, em *Torre de Babel* (1998), as lésbicas tiveram de ser arrancadas da trama às pressas na explosão de um shopping center. Uma das chaves para a aceitação do romance entre Clara (Aline Moraes) e Rafaela (Paula Picarelli) é que, além de dar-se entre adolescentes - há uma certa tolerância social para com os dilemas enfrentados por pessoas nessa faixa etária -, ele acontece numa escola ultraprogressista, onde ninguém as rejeita nem recrimina".¹⁹

A abordagem desse tema de forma tão aberta foi possível, também, pelas transformações vividas pela sociedade brasileira nos últimos anos, com o aumento de campanhas realizadas por homossexuais contra o preconceito e pela divulgação, por parte da mídia, do assunto como um fenômeno real que merece a atenção e respeito em sua análise, o que gerou uma mudança de valores por parte das pessoas.

Assim, entende-se que a mudança de pensamento da sociedade refletiu na mudança de receptividade de um tema polêmico mostrado na tela da TV. Afinal, como escreveu Grace Spínola: "As novelas são espelhos do que as pessoas querem e daquilo que já têm. Nenhum autor, por mais inexperiente que seja, teria a audácia de transmitir valores que ainda não foram engolidos pela grande massa. Seria imprudência e fracasso".²⁰

Já a novela *Senhora do Destino*, exibida em 2005, que apareceu na última edição analisada de *Veja* neste trabalho, conquistou o espaço de capa da revista, entre outros motivos, por atingir 45 milhões de brasileiros ou 80% dos televisores ligados no horário de sua transmissão. Tal proeza foi conquistada pelo enfoque em temas como: corrupção na política; lesbianismo liberado e adoção de crianças por parte de casais homossexuais; a relação de familiares com uma vítima da doença de *Alzheimer*; violência doméstica; e gravidez na adolescência.

Assim como *Senhora do Destino*, *Roque Santeiro*, novela de 1985 e reprisada duas vezes: em 1991 e em 2000, ganhou o destaque de capa da revista *Veja* pela abordagem de temas que motivavam a discussão por parte dos telespectadores. Entre esses assuntos, destacavam os debates em torno da política:

"A notável eficácia de *Roque Santeiro* não pode ser atribuída apenas à criatividade dos autores. (...). *Roque* é, antes de mais nada, a conjugação meio mágica do acaso com a máquina de produções da Rede Globo e o talento de uma série de artistas e técnicos que aparecem na frente e atrás das câmeras".²¹

¹⁸ FERNANDES, Florestan. O romance político contemporâneo. Folha da Manhã, publicado a 27 de julho de 1944.

¹⁹ "Mulheres Apaixonadas e Apaixonantes". Revista *Veja*. Editora Abril. Edição: 09/07/03.

²⁰ SPÍNOLA, Grace. Espelho do Mundo. Site Canal da Imprensa, ano II, 19ª edição: A novela nossa de cada dia 18/09/03.

²¹ "Roque Santeiro". Revista *Veja*. Editora Abril. Edição: 02/10/85.



Além disso, um dos principais núcleos de Roque Santeiro envolvia-se também numa questão polêmica: a corrupção nos bastidores do cenário político brasileiro. Assim, o tratamento de temas delicados é recorrente nas telenovelas, no Brasil, influenciando os pensamentos e opiniões da população e a fazendo refletir e encarar as diferenças ou o "mundo do outro" a partir de uma mentalidade cultural mais aberta difundida na televisão.

A relação entre novelas e cotidiano

"As novelas são os meios mais eficazes de manipulação e transmissão de novas ideologias. Ao retratar o cotidiano, elas sutilmente inculcam no espectador a aceitação irreflexível de valores dantes inaceitáveis. A sociedade irremediavelmente absorve tudo; copia tudo o que vê. Muitos dizem que as novelas são o retrato do cotidiano. Na realidade, o cotidiano que é o retrato das novelas. Portanto, as influências que estas exercem na população são palpáveis".²²

Assim, é indiscutível a capacidade das novelas, por intermédio direto da expressividade e alcance da televisão, de moldar o cotidiano, constituindo imaginários coletivos, pelos quais as pessoas se reconhecem e manifestam seus desejos. A televisão e, por extensão, as telenovelas exercem uma influência estratégica na cultura cotidiana, ao estimular comportamentos e estilos de vida, divulgar modas e retratar "realidades" próximas a do espectador.

"Pois, encante-nos ou nos dê asco, a televisão constitui hoje, simultaneamente, o mais sofisticado dispositivo de moldagem e deformação do cotidiano e dos gostos populares e uma das mediações históricas mais expressivas de matrizes narrativas, gestuais e cenográficas do mundo cultural popular".²³

Na capa primeira capa de *Veja* utilizada neste trabalho, publicada em 1975, a revista não discorre sobre uma novela apenas. São citadas: *Meu Rico Português*, *Bravo*, *Ovelha Negra*, *O Sheik de Ipanema*, *Gabriela*, *Escalada* e *Vila do Arco*. O que de mais interessante se tira do texto da revista é conhecer como a população lidava, há 30 anos atrás com o fenômeno relativamente recente das telenovelas:

"Em Oliveira, quieta cidade mineira de 40.000 habitantes, a duas horas de Belo Horizonte, o vento gelado da terça-feira passada esbarrava numa platéia silenciosa plantada em pé na praça da Matriz. Cercados de rosas e margaridas, bem em frente à igreja, eles mantinham os olhos fixos numa coluna de 5 metros de altura, - feita de cimento, ferro e acrílico, em cujo topo brilhava um aparelho de televisão de 24 polegadas, emitindo radiações coloridas e sonoras: era mais um pedaço da história de um cidadão de educado sotaque, o *Meu Rico Português*.

Naquela mesma noite havia maré alta em Guaraqueçaba, cidadezinha paranaense de

²² JOUGUET, Katianne. *Ficção em realidade*. Site Canal da Imprensa, ano II, 19ª edição: A novela nossa de cada dia, 18/09/03.

²³ BARBERO, Jesús Martín. *Os exercícios do ver – Hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac, 2001, p 26.



8000 habitantes, a quatro horas de Curitiba, e o mar invadia os porões da casa do pescador Manoel Teóffio dos Anjos, assentada sobre alicerces bem altos. Nenhum motivo para se alterar a rotina diária: dentro da casa, o barulho da arrebentação se confundia com as duvidosas sinfonias que brotavam do aparelho estrategicamente colocado para que o pescador, sua mulher, sete filhos e alguns vizinhos contemplassem o talento de um maestro ameaçado por gente perversa, em Bravo!”.²⁴

Tem-se aqui um considerável exemplo da influência exercida pelas novelas na vida das pessoas que mudavam seus hábitos e adequavam-nos de acordo com o horário de exibição desses programas que já se mostravam como preferência nacional. Isso tudo em uma época em que "52% dos domicílios brasileiros sequer possuíam luz elétrica e 76% não tinham televisão", segundo a reportagem de Veja.

Era programa comum na época sair de casa para se divertir em frente de um entretenimento televisivo que era assistido em conjunto, por uma platéia como no cinema, na praça ou na casa de um vizinho, parente ou amigo que tinha o aparelho de televisão em casa e recebia o público para aquele programa cultural coletivo.

Outro folhetim que foi destacado em uma das capas de Veja foi a novela Carrossel, que virou referência na infância de muitas pessoas. A novela foi produzida pela rede mexicana Televisa, em 1989, e exibida pelo SBT, no Brasil, em 1991. A revista enumerou alguns pontos responsáveis pelo sucesso do programa infantil, entre eles a linguagem simples, o direcionamento claro às crianças e a abordagem de fatos comezinhos na vida infantil:

"Carrossel fala de problemas do dia-a-dia do público: do menino que não fez a lição de casa, do pai que não tem dinheiro para comprar uma bola de futebol para o filho, da menina que tem dificuldade em se enturmar na classe, do garoto frágil espezinhado pelo grandalhão na hora do recreio".²⁵

Entretanto, Carrossel também expunha as crianças a temas mais delicados, como desemprego ou separação dos pais, mostrando uma realidade muitas vezes escondida das crianças pelos pais ou parentes com o argumento de “poupá-las”. Para isso, a novela recorria a uma linguagem simples e impregnada de fantasia para não assustar o público mirim e, ao mesmo tempo, garantir sua atenção e interesse na discussão desses temas mais sérios.

Barbero fala em uma transformação na forma de circular a informação no lar entre pais e filhos: “O que há de verdadeiramente revolucionário na televisão é que ela permite aos mais jovens estar presentes nas interações entre adultos.(...) A telinha as expõe aos temas e comportamentos que os adultos se esforçaram para ocultar-lhes durante séculos”.²⁶

E nessas constatações de que retratar o cotidiano é deixar o telespectador mais à

²⁴ “No país das telenovelas”. Revista Veja. Editora Abril. Edição: 10/09/75.

²⁵ “Carrossel Mexicano”. Revista Veja. Editora Abril. Edição: 12/06/91.

²⁶ BARBERO, Jesús Martín. Os exercícios do ver – Hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2001, p 55.

vontade com a história a que assiste e fazê-lo enxergar nos personagens sua própria pessoa ou indivíduos com os quais se relaciona, fica evidente que as novelas tem um grande poder de influenciar decisões e atitudes da vida cotidiana das pessoas.

Como afirmou o autor Manoel Carlos na reportagem de Veja sobre Laços de Família: "O sujeito que acompanha as minhas tramas gosta de reconhecer ali situações parecidas com as que ele vive e personagens semelhantes aos seus próprios parentes. Eu me empenho para que ele não se decepcione".²⁷

E é isso que se verifica nas novelas do autor, conforme discorreu a revista sobre Laços de Família na matéria em questão:

"A novela tem cerca de dezoito locações externas por semana. A média dos folhetins da Globo é de seis. A idéia é mostrar os personagens freqüentando lugares como restaurantes, bancos e padarias, o que os aproxima do cotidiano dos espectadores. Os atores usam aproximadamente doze figurinos por semana, o dobro do usual. Isso ocorre porque o autor faz questão de apresentá-los em diversos momentos do dia: de pijama ao acordar, de roupa de trabalho, produzidos para sair à noite, etc. O folhetim tem oitenta personagens, contra uma média de quarenta nas novelas das oito da Globo. Esse número é inflado pelo imenso elenco de apoio. Manoel Carlos faz questão de dar voz aos médicos, jornalheiros, porteiros, padeiros etc, com quem os personagens convivem".

Merchandising comercial e "merchandising do bem"

O merchandising é uma eficaz ferramenta publicitária utilizada nas novelas, já que essas são um expressivo veículo de entretenimento que influencia seus espectadores. Assim, no sentido comercial das propagandas, prevalece a máxima: se o personagem que tanto admiro usa ou compra certa marca, por que eu também não o posso fazer?

A revista Veja destacou o papel da publicidade na novela Terra Nostra, em sua edição cuja capa foi dedicada a esse grande sucesso do autor Benedito Ruy Barbosa:

"(...) Terra Nostra será a primeira novela de época a negociar ações de merchandising, ou seja, a anunciar produtos através de sua exposição nas cenas. Os anunciantes serão empresas que já existiam no Brasil no início do século, interessadas em conquistar a confiança do telespectador, mostrando que têm cem anos de tradição. Uma delas será uma marca de açúcar. Outra será a Light, que pretende mostrar na novela como a luz elétrica substituiu o lampião a gás na iluminação nas ruas de São Paulo. Uma marca paulista de cerveja está prestes a fechar negócio para mostrar que já era consumida nas mesas dos barões de café."²⁸

Além da publicidade meramente voltada para a adoção de hábitos de consumo de determinados produtos, as novelas utilizam também uma espécie de prestação de serviços ou de informações sobre doenças, ou problemas sociais, por exemplo. Trata-se do chamado "merchandising do bem". O debate de assuntos polêmicos ou dos quais a população tem

²⁷ "A novela que hipnotiza o país". Revista Veja. Editora Abril. Edição: 10/01/01.

²⁸ "O mago das novelas". Revista Veja. Editora Abril. Edição: 17/11/99.



interesse em conhecer melhor é realizado pelas “propagandas do bem” encenadas nas novelas.

Em seu sentido social, o merchandising pode ser um importante meio de conscientização, como exemplifica Veja na matéria sobre Senhora do Destino:

"Em matéria de merchandising do bem, a novela também não decepciona. Um de seus temas é a gravidez na adolescência, debatida a partir da personagem Lady Daiane. As conversas da garota com uma amiguinha são utilizadas para falar de educação sexual. Com suas crises de memória, a baronesa de Bonsucesso serviu de mote para transmitir informações sobre a doença de Alzheimer".²⁹

A lógica das telenovelas

Roque de Barros Laraia defende que: "A coerência de um hábito cultural somente pode ser analisada a partir do sistema a que pertence".³⁰ Assim, a cultura apresenta sua lógica própria. Apoiando-se nessa idéia torna-se mais fácil entender o fenômeno de popularidade que se transformou a novela, no Brasil. Se ela reflete ou influencia, aliena ou conscientiza, são várias as correntes de opinião que tentam dar respostas.

O que é indiscutível é que esse gênero cultural atinge de forma surpreendente e ascendente milhões de brasileiros todos os dias. E entender esse fato sem considerar o contexto sócio-econômico em que ele está inserido seria estudá-lo de modo limitado. O país das novelas é um local ainda marcado por um subdesenvolvimento lamentável que se reflete em educação precária e mal distribuída, profunda desigualdade de renda salarial, e baixo incentivo a práticas culturais como cinema, dança, hábitos de leitura, expressões artísticas, em geral, tanto as obras de arte, quanto as obras de pensamento.

Todo esse cenário favorece a busca por um entretenimento barato e de linguagem acessível por parte daqueles que têm acesso a poucos instrumentos de diversão e cultura, entre eles a telenovela. Uma fábrica de sonhos para quem é obrigado a encarar uma dura realidade na sociedade brasileira, os desempregados ou membros das classes C e D, por exemplo.

Fábrica de esperanças, também, como destacou Veja na edição em que cita a trajetória da personagem Maria do Carmo, da novela Senhora do Destino, como exemplo de força e determinação de uma retirante nordestina que, como chefe de sua família, conseguiu sair da pobreza: "Para as espectadoras, Maria do Carmo é alguém que triunfa sobre a pobreza sem se corromper. A personagem traz à tona a força feminina na construção do Brasil, diz o antropólogo Roberto DaMatta".³¹

Todavia, as novelas não são apreciadas apenas pelos ocupantes das esferas mais baixas

²⁹ "O duelo das oito". Revista Veja. Editora Abril. Edição: 09/02/05.

³⁰ LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1986, p.90.

³¹ "O duelo das oito". Revista Veja. Editora Abril. Edição: 09/02/05.



da pirâmide social. Para os mais abonados, tal programa reflete a realidade vivida por eles próprios, ou seja, assistem suas próprias vidas serem encenadas na televisão com uma dose de lirismo e emoção. Vêm expostas na televisão cenas fantasiadas que lembram seus cotidianos. Trata-se da busca por uma arte mais popular que encene fatos corriqueiros do dia-a-dia e assim leve os espectadores a contemplar na televisão aquilo que vivem no seu cotidiano.

Por isso, as novelas retratam cenas comezinhas como pessoas conversando na mesa do jantar, alguém acordando ou indo dormir, penteando o cabelo ou dirigindo em meio a um trânsito caótico. E mesmo as cenas que não remetem diretamente à realidade dessas classes sociais A e B são contempladas como um entretenimento que permite ver as tristezas da vida de um modo mais bonito, encenadas por atores conhecidos, e menos triste.

Conclusão

Chegando ao final deste estudo reflexivo, conclui-se que Veja adotou durante todo o período de 30 anos em que foi analisada, uma posição de admiradora das telenovelas que ilustraram suas capas. Dessa forma, não foram abordados nas páginas dessa análise assuntos importantes como a problemática do racismo na televisão.

Em nenhuma das oito capas de Veja aparece a foto de um negro, já que essas eram ilustradas sempre pelos protagonistas das novelas destacadas. Assim, tem-se a comprovação de que atores negros, na grande maioria das novelas, recebem papéis pequenos, quase sempre associados a um emprego de empregada doméstica, porteiro de prédio, ou qualquer outro que não esteja no cerne da história principal.

Como a proposta do trabalho era analisar o tratamento que Veja deu à temática das telenovelas que ilustraram oito vezes suas capas e esse veículo midiático não destacou a presença do racismo nas novelas, não se discorreu sobre o assunto, nem foi feita uma crítica sobre a imagem passada das pessoas negras, como pobres ou envolvidas com o mundo do crime, nas telenovelas, o que reflete clara demonstração de racismo.

Em suma, as telenovelas brasileiras aparecem nas páginas analisadas de Veja e são vistas por seus milhões de telespectadores como um produto cultural híbrido que representa dois lados do Brasil, o arcaico e o moderno. Além disso, percebe-se as novelas como uma narrativa popular que garante diversão para quem as assiste, sendo também um importante seguimento comunicativo de divulgação e discussão de temas polêmicos da sociedade.

Convém identificar a produção novelesca ainda como uma atividade comercial que usa sua publicidade também em prol de causas sociais e como uma manifestação artística que é influenciada e influencia as tradições e costumes do povo brasileiro.



Referências Bibliográficas

BARBERO, Jesús Martín. Os exercícios do ver – Hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2001, p 26, 34 e 55.

BONIN, Jiani; BORELLI, Silvia; LOPES, Maria; MALDONADO, Alberto; REZENDE, Vera; SCHAEFER, Maria. Mediações na Recepção de Telenovela. Goiânia: Revista Comunicação & Informação, 1999. p.155.

DAMATTA, Roberto. Explorações: Ensaio de Sociologia Interpretativa. Rio de Janeiro: Rocco, 1986. p123-25.

FERNANDES, Florestan. O romance político contemporâneo. Folha da Manhã, publicado a 27 de julho de 1944.

JOUGUET, Katianne. Ficção em realidade. Site Canal da Imprensa: www.canaldaimprensa.com.br, ano II, 19ª edição: A novela nossa de cada dia, 18/09/03. Acessado nos meses de fevereiro, março, abril e maio de 2007.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1986, p.90.

POPPER, Karl; CONDRY, John. Televisão, um perigo para a democracia. Lisboa: Gradiva, 1994. p. 29.

PORTO, Mauro. Telenovelas e Controvérsias Políticas: Interpretações da Audiência sobre Terra Nostra. Trabalho do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política - NEMP do CEAM/UnB, Rio de Janeiro, 2002.

SPÍNOLA, Grace. Espelho do Mundo. Site Canal da Imprensa: www.canaldaimprensa.com.br, ano II, 19ª edição: A novela nossa de cada dia 18/09/03. Acessado nos meses de fevereiro, março, abril e maio de 2007.

SODRÉ, Muniz. A Máquina de Narciso – Televisão, Indivíduo e Poder no Brasil. São Paulo: Cortez, 1990.p31.

TÁVOLA, Artur da. A liberdade do ver - Televisão em leitura crítica. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p.54.

TÁVOLA, Artur da. Jornal O Globo. Rio de Janeiro. 1985.

VEJA, Revista. Editora Abril. Edições: No país das telenovelas - 10/09/75; Roque Santeiro - 02/10/85; Como Pantanal está abalando a vida da televisão - 09/05/90; Carrossel Mexicano - 12/06/91; O mago das novelas - 17/11/99; A novela que hipnotiza o país - 10/01/01; Mulheres Apaixonadas e Apaixonantes - 09/07/03; O duelo das oito - 09/02/05. Site: www.vejaonline.abril.com.br. Acessado nos meses de fevereiro, março, abril e maio de 2007.

