



Recepção de Telenovelas e Público Masculino

Luiz Fernando da Silva, UFMS¹

Márcia Gomes M., UFMS²

Resumo

As telenovelas são conhecidas por serem um gênero direcionado ao público feminino, embora também sejam assistidas pelo público masculino. Este estudo trata da relação que os telespectadores do sexo masculino estabelecem com esses programas. Primeiramente é indicado que, mesmo sem ser o público principal dessas obras, as telenovelas prevêm a inclusão do público masculino e atendem as expectativas deste público em vistas de abarcá-lo. Noutra parte são observadas algumas características da recepção desse produto feita pelo público masculino e no que ela se difere da recepção de telenovelas pelo público feminino.

Palavras-chave: telenovelas; recepção; público masculino.

Introdução

Do universo de produtos que constituem a indústria cultural brasileira, a telenovela é certamente o produto de maior destaque, consequência da relevante audiência conquistada pelo gênero ao longo das últimas décadas. A telenovela brasileira difere tanto técnica como discursivamente das telenovelas produzidas em outros países latino-americanos, justamente porque sobre as bases desse tipo de programa, trazido para o Brasil ainda na década de 50, desenvolveu-se um modelo nacional. Cada dia mais presente no cotidiano dos brasileiros, a telenovela tornou-se, ao lado do futebol, uma paixão nacional, paixão essa que se expressa nas discussões acerca dos enredos que ganham páginas nos jornais e revistas de todo país, além dos programas de televisão que tratam do assunto. O surgimento de revistas e de programas de televisão especializados em telenovelas e na vida dos seus atores confirma a força que esse produto alcançou na cultura brasileira. Também por esse motivo a telenovela, não raro, como a maioria dos produtos midiáticos de destaque e grande aceitação pelo público, tornou-se objeto de estudo científico.

¹ Acadêmico do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e bolsista de Iniciação Científica CNPq. e-mail: dasilva.luiz@gmail.com

² Professora do Departamento de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Università Gregoriana - Roma, mestre em Comunicación Social pela Pontifícia Universidad Javeriana, Bogotá, e socióloga formada pela PUC do Rio de Janeiro. e-mail: marciagm@yahoo.com



Pesquisas com diferentes enfoques e perspectivas são realizadas sobre a telenovela, a maioria delas dedicadas ao estudo das representações apresentadas por elas, da recepção que delas é feita, ou ainda da influência que exercem sobre o público. Os estudos realizados sobre a recepção desses programas concentram-se muitas vezes em sua leitura por parte de grupos considerados como minorias sociais, por isso as mulheres, os adolescentes, os imigrantes, os homossexuais e os índios são alguns dos grupos estudados. Este artigo trata da relação de um grupo social específico com a ficção seriada brasileira, no caso da representação e da recepção masculina de telenovelas. A relação desse grupo social com o gênero tem sido pouco explorada, mesmo porque não é considerado uma minoria e porque as telenovelas são tidas como um produto direcionado preferencialmente ao público feminino.

Se as telenovelas são um produto midiático criado para atender, prioritariamente as mulheres, e a visão de mundo delas, interessa saber o que torna os homens – majoritários e dominantes – televidentes assíduos. Ainda pouco estudados, eles constituem hoje um grande público. De acordo com os números do Informativo de Audiência apresentado pelo departamento comercial da TV Morena³, afiliada da Rede Globo no Mato Grosso do Sul, mesmo na audiência dos telejornais, supostamente um produto que interessa mais aos homens que as mulheres, elas formam a maioria do público. Nas telenovelas eles constituem uma grande parcela dos telespectadores atingindo dois terços do total do público feminino no horário das 20h, por exemplo, e metade do total do público feminino em Vale a Pena Ver de Novo, que vai ao ar à tarde e reapresenta telenovelas que já foram exibidas na emissora anteriormente.

Nesse contexto, com a finalidade de explorar a recepção desses produtos feita pelo público masculino, são analisados os tipos de construções textuais e simbólicas utilizadas pelo gênero para fazer a representação masculina. São também examinados os elementos que propiciam o vínculo que os tornam aficionados ao gênero, e explorado como se dá a relação do homem com as telenovelas, já que eles formam um público assíduo.

Os resultados aqui apresentados fazem parte de uma pesquisa cujo objeto é analisar as contribuições realizadas pela recepção de telenovelas ao processo de

³ Informativo de Audiência: Material elaborado pelo Departamento Comercial/Marketing, TV Morena Campo Grande, 2006.



socialização dos telespectadores⁴. Nela é combinada a análise sócio-narrativa do gênero com a realização de entrevistas em profundidade com pessoas que assistem telenovelas. Do total de 60 entrevistas realizadas em suas três fases de execução, foram utilizadas aqui principalmente 10 delas feitas com homens e mulheres, em diferentes etapas da pesquisa⁵. Nas entrevistas se indaga sobre a experiência dos telespectadores com o gênero, sobre os motivos para assistir e a qualidade da relação que estabelecem com as telenovelas, sobre os hábitos e os rituais de consumo ligados aos meios de comunicação e ao gênero.

1. O rito da recepção

*A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada pelos que querem se subtrair aos processos de trabalho mecanizado, para que estejam de novo em condições de enfrentá-lo.*⁶

Ao propor uma reflexão sobre a recepção de telenovelas, torna-se interessante propor também uma reflexão sobre o meio “televisão” e como ela e seus produtos estão presentes na rotina dos seus televidentes e vice-versa. Sobre os meios de comunicação e sua acomodação na vida das pessoas, McLuhan (1969) diz que “o dinheiro reorganizou a vida dos sentidos dos povos precisamente porque ele é uma extensão da vida de nossos sentidos. Esta mudança não depende da aprovação ou desaprovação dos membros constitutivos da sociedade”⁷.

Antes de falar da forma como os meios de comunicação encaixam-se na vida das pessoas e como a vida das pessoas se encaixam no fluxo contínuo dos meios de comunicação, é preciso discorrer sobre a maneira como o texto, neste caso a narrativa dos programas prevê o seu leitor, ou melhor seu telespectador. Assim como os demais produtos da indústria cultural televisiva, as telenovelas são pensadas e encaixadas num horário a que se destina seu público específico, ou seja, é balizada durante a sua feitura por diversos fatores e um dos principais está ligado à maneira como ela prevê o seu leitor ou seja público modelo. Essa presunção pode vir do fato de como ela produz, isto

⁴ Projeto de pesquisa “Ficção seriada televisiva e representação da realidade social brasileira. A recepção de ficção seriada brasileira no Mato Grosso do Sul”, coordenado pela Prof. Dra. Márcia Gomes M. e que conta com o fomento da FUNDECT.

⁵ Crf. Anexo I, onde há uma breve descrição das pessoas cujas entrevistas foram trabalhadas neste artigo.

⁶ Adorno, Indústria Cultural e Sociedade, p. 30.

⁷ McLuhan, Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem, p.34.



é, de como ela prepara o seu enredo para o público que vai estar sentado na frente da televisão naquela determinada faixa de horário. Dialogando com Eco sobre como o texto se relaciona com o seu leitor modelo⁸, encontra-se que não apenas o texto prevê o seu leitor, no caso específico das telenovelas, mas o leitor também prevê o texto que vai receber, de modo que se o texto não condiz com o que ele esperava receber, ou seja, se a telenovela não efetiva seus desejos de uma maneira ou de outra, os telespectadores tendem a expressar esse desacerto na queda da audiência do programa.

Observando atentamente as “novelas das oito”, como é chamada popularmente a telenovela que é exibida depois do Jornal Nacional na TV Globo, é perceptível que independente dos autores, das obras e das histórias que lá já foram ou serão exibidas, elas constroem o seu telespectador modelo tomando em consideração vários aspectos. Primeiro, vão observar a faixa etária do telespectador modelo do horário, que vai apontar a idade das pessoas expostas à televisão naquele momento da noite. Depois, o telespectador modelo do gênero, que levará em conta os aspectos citados anteriormente, pois vai dizer de acordo com a faixa etária qual é o tipo de telespectador desse gênero de programa televisivo, quem são as pessoas que constituem esse público e quais são suas preferências dentro daquele modelo de programa proposto.

O leitor modelo dessa parte da noite intitulado de “horário nobre” colocam-se a exposição da ficção seriada primeiramente por distração, seja a ficção telenovela ou seriado. Para homens e mulheres que cumprem a jornada de trabalho fora de casa, e até mesmo para as mulheres que dedicam-se a cuidar do próprio lar, esse tipo de programação visa entretê-los, e não apenas isso, propõe-se a atender as expectativas do que eles esperam que aconteçam, do que eles desejam ver ali representado. Depois de um dia cansativo de trabalho nada mais prazeroso que deleitar-se nas tramas da telenovela e deixar-se envolver pela história de um grande amor, intrigas, brigas e situações cômicas. Neste momento a telenovela aparece como uma extensão dos sentidos e dos sentimentos dos telespectadores, que tem o prazer de ver representado na tela à frente emoções e situações instigantes, sejam estas um bom almoço, um banho de mar, uma saída para compras, uma festa, ou ainda o prazer de viver ou lutar por um grande amor, este caso o mais recorrente nas obras.

Exibida em um período no qual a maioria dos brasileiros já fez, ou está para fazer a última refeição do dia, a telenovela vem servir de sobremesa, ou mesmo de pano

⁸ ECO, Umberto. Lector in Fabula.

de fundo para o jantar - nas casas onde o aparelho de televisão está presente próximo a mesa das refeições - ou ainda comumente o local da refeição desloca-se da mesa para o sofá da sala. Ao utilizar garfos e talheres como extensões de seu corpo para fazer as refeições, os telespectadores servem-se ali da telenovela como extensão dos seus sentimentos, envolvidos pelo conjunto da obra (personagens, história, trilha sonora, etc.) eles transferem para lá desejos e anseios, utilizando-a dessa forma como instrumento de realização de suas aspirações mais profundas.

Ao analisar as características da recepção de telenovelas pelo público feminino e masculino foi possível constatar algumas diferenças que se traduziam principalmente na visão que tinham do programa, nas coisas que lá observavam e da maneira como se utilizam das mensagens propostas pela narrativa.

2. Recepção de telenovelas: homens *versus* mulheres

*A ideologia (...) faz parte de um sistema de dominação que serve para aumentar a opressão ao legitimar forças e instituições que reprimem e oprimem. (...) Por exemplo, diz-se que as mulheres por natureza são passivas, domésticas, submissas, etc., e que o seu domínio é a esfera privada, o lar, enquanto a esfera pública é reservada aos homens, supostamente mais ativos, racionais e dominadores (...)*⁹

As telenovelas são um gênero que tem como característica principal o enredo construído sobre as relações humanas. As tramas privilegiam os relacionamentos interpessoais, os laços de amizade e inimizade, os interesses pessoais e as relações amorosas são alguns dos principais focos do conteúdo discursivo que a telenovela apresenta. Ao dedicar-se mais a estes aspectos do relacionamento humano, elas acabam por direcionar-se mais aos âmbitos emocionais e afetivos das relações interpessoais. As telenovelas tematizam os sentimentos, as relações representadas com forte inclinação emotiva e menos racionais. As narrativas femininas – como é o caso das telenovelas – dedicam-se mais às pessoas e as suas relações, enquanto as narrativas masculinas – como a policial, por exemplo – focam principalmente as metas, os desafios e as realizações. O homem, de acordo com a construção social feita de sua imagem, é mais propenso à racionalidade, enquanto as mulheres são aos sentimentos.¹⁰

⁹ Ver Douglas Kellner “A Cultura da Mídia”, p. 84.

¹⁰ Ver Fiske, Television and Culture.

Sendo as telenovelas um gênero feminino, interessa saber quais são as características que esse produto apresenta que fazem com que os homens – mesmo que em quantidade menor em relação ao número de telespectadoras mulheres – tornem-se aficionados a esses programas televisivos. O objetivo é desenvolver alguns aspectos que ajudam a explicar a natureza da recepção masculina de telenovelas, estabelecendo a cada argumento uma relação — por vezes de contraponto — com a recepção feminina.

Em primeiro lugar, há a indicação de que para os homens não importa o encadeamento da trama, ou seja, a seqüência, eles vêm muitas vezes por hábito, comodidade, e atribuem esta escolha à falta de opção. A telenovela funciona para os telespectadores desse segmento, de certo modo, como uma forma de evasão ligada ao escapismo. Desta maneira, em lugar de transferir-se para a obra e desde lá olhar e refletir sobre o que nelas há sobre a vivência de cada qual em sociedade, que caracteriza a evasão ligada à liminaridade¹¹, o público masculino ressalta o transferir-se como ruptura, como momento de distensão despreocupada, que vem mesmo da negação do vínculo ou do isolamento das experiências passadas, presentes ou futuras (projeção) dos receptores. Neste contexto, chama justamente a atenção que, ao menos no nível do discurso, do que eles afirmam fazer com as telenovelas, a percepção masculina desse tipo de programa é oposta à feminina, onde prevalece a evasão ligada à liminaridade. De um modo geral, elas acentuam a distensão e o relaxamento na recepção desses programas, mas parte do deleite, neste caso, vem justamente do vínculo e não da ruptura com a realidade. Elas insistem sobre o fato de haver conhecimento no conteúdo transmitido pelas telenovelas, porém, notável que referem-se a conhecimentos úteis à vida em sociedade, ou seja, ensinamentos sobre conduta moral e social, não referindo-se necessariamente ao conhecimento técnico empregado nas salas de aula. Na perspectiva masculina, pelo contrário, prevalece a negação de que a telenovela possa trazer algum avanço no campo do conhecimento: neste caso, o conhecimento é entendido principalmente como um conjunto de saberes técnicos ensinados através da educação formal das escolas e universidades.

“Eu assisto TV por que ali você não fica pensando em nada assim, parece que esvazia a cabeça, ai você fica lá olhando, vendo os atores, dá umas risadas. Vamos supor que não tem nada que fazer, não tenho cabeça pra estudar pra fazer nada assim, nem entrar na internet, às vezes é tanta dor de cabeça, daí é útil pra você ter alguma coisa pra fazer,

¹¹ Sobre a diferença entre a evasão ligada ao escapismo e a ligada à liminaridade, crf. Márcia Gomes M., “La Experiencia Liminal en la Recepción de Telenovelas”, IAMCR Conference, Barcelona 2002.



passando o tempo, nesse ponto é útil, mas eu não acredito que a novela possa me trazer algum progresso em nenhum aspecto”. (André, 23 anos)

“Ah, eu acho que dá sim, dá pra aprender, tem uns temas muito bons que eles abordam assim, pra meninada da idade deles [referindo-se a seus filhos] (...) Eu aprendo também alguma coisa sim. Acho que eu aprendo também”.

Entrevistador: Por exemplo?

“Um comportamento assim que às vezes eu faço alguma coisa assim, brigo com algum filho, alguma coisa, eu vejo mais ou menos o exemplo lá e ela resolveu de outra maneira. Então, eu acho que eu deveria ter feito igual ao personagem da novela”. (Zélia, 50 anos)

Um segundo aspecto relevante na recepção masculina e que se manifesta seja no decorrer da fala dos entrevistados, seja no contexto em que a entrevista é realizada, é o de não assumirem em alguns tipos de convívio e perante outros homens que vêm telenovela diariamente, e quando assumem o fazem com muitas ressalvas. Essa resistência está ligada ao fato de que as telenovelas são programas de gênero tipicamente feminino, o que constitui um dos maiores entraves na admissão da assiduidade dos telespectadores masculinos. É um gênero popular, terceiro-mundista e feminino, ou seja, triplamente desqualificado desde o ponto de vista dominante na sociedade ocidental, que valoriza o erudito, o primeiro-mundista e o masculino. A pressão por frequentar ambientes que contrariam a posição de dominação masculina faz com que muitos deles deixem de revelar que são aficionados ao produto. De uma forma geral, é consenso entre eles e elas que os homens assistem telenovelas, mas que não assumem isso. É importante ressaltar que eles não assumem entre outros homens ou frente a pessoas desconhecidas, pois perante mulheres ou colegas que sabem que também assistem sentem-se mais à vontade para assumir, conversar ou comentar sobre o que acontece nas tramas.

“Olha, no meu serviço tem muitas mulheres que adoram novela e lá quando chega numa segunda-feira elas querem contar tudo o que passou na novela pra você né?” Ah você viu fulano, ah você viu sicrano, ah você viu não sei quem, o que ele fez?”, e aí não deixa de haver alguma fofoca né, eu também acabo me envolvendo, isso aí é normal. Todo final de semana, segunda-feira tem conversa sobre novela não tenha dúvida”.(João Carlos, 49 anos)

“Ah comento com os amigos, conhecidos assim”.

Entrevistador: Na faculdade?

“Ah raramente, muito raramente”.

Entrevistador: É, por que?

“Ah por que eu acho que é um assunto que não caia bem ali, entendeu, ainda mais em meio desse tipo de engenharia assim, dá muito homem. Aí fica: ah, o cara assiste novela! Aí cai aquela gozação, mas é muito difícil”.

Entrevistador: Eles não assistem?



“Todos assim, a verdade é que todos assistem, mas ninguém assume que assiste, entendeu?”

Entrevistador: Por que será?

“Ah, por que eles acham que novela é coisa de mulher. Se bem que, é, se olhar, é, mas ah é legal, de vez em quando é bom assistir, se bem que...”

Entrevistador: Por que é coisa de mulher? De onde você tirou isso?

“Ah, isso aí acho que é o pessoal que já impõe há muito tempo atrás, os mais antigos falam: não, novela é coisa de mulher, homem só assiste jornal e vai dormir, ou faz outro tipo de coisa, vai pra rua, mulher é que fica assistindo novela em casa. Isso aí é coisa dos mais antigos”. (César, 26 anos)

Entrevistador: Alguém já se burlou do fato da senhora ver novela?

Anésia: “Não, não, todo mundo assiste menina, me fala quem não assiste? Não é? Todos, eu acho que de repente você pode achar um pouco engraçado homem noveleiro. “Ah, ele é noveleiro, ah, que engraçado”, porque parece que é uma coisa assim mais feminina, essa coisa de ver novela, né? Mas no fim, eu tenho impressão que o homem, acompanha a novela por causa da mulher e acaba também se interessando, viu”. (Anésia, 65 anos)

Uma terceira característica observada que marca a recepção masculina e a distingue dos tipos de consumo desses programas pelo público feminino está relacionada ao entendimento dos dois gêneros sexuais sobre a casa onde se mora e onde se assiste televisão: o que cabe a cada qual dentro de casa, como responsabilidades e afazeres. Ou seja, as telenovelas são transmitidas pelos canais de televisão e a televisão é tipicamente assistida no ambiente doméstico, de modo que a forma de cada grupo sexual pensar o seu papel e a sua forma de inserção na vida doméstica/familiar interfere no modo de consumir os programas televisivos. Segundo Da Matta (1991), a casa constitui um mundo à parte, um local de domínio para a mulher, enquanto que a rua é ligada à dura realidade da vida cotidiana e ao masculino. A esse propósito, Fiske (1997) indica que para os homens a casa é tida como lugar de prazer e relaxamento que eles acreditam ter conquistado devido ao que trabalham fora de casa, portanto, o público masculino pensa poder ter seus prazeres dentro de casa sem distração e sem culpa. Para a mulher, no entanto, a casa é um lugar de trabalho, não de prazer: elas não adquirem o direito a ter na casa um lugar exclusivo de descanso e distensão mesmo quando trabalham fora de casa¹². Para elas tais atividades prazerosas, como assistir televisão, precisam ser encaixadas no infundável fluxo de afazeres domésticos e nas atividades cotidianas que desenvolvem nesse ambiente.

Entrevistador: O senhor janta vendo televisão?

“Jantamos”.

Entrevistador: E quando o senhor decide cozinhar, o senhor cozinha no horário da novela?

¹² David Morley, “Television and gender”.



“Não, só intervalo, quando tiver dando o intervalo, aí eu faço um bife suculento né, um arroz uma batatinha frita né, aí eu faço”. (Tito Neves da Silva, 77 anos)

“Chego lá em casa vejo uma coisa que tem que fazer, né? Gosto sempre de largar minha casa organizada. Que daí eu gosto muito de assistir a novela América [Globo, 2005], né? (...) Mas também vou olhando minhas panelas no fogo”. (Maria Fausta, 39 anos)

Entrevistador: E quando você vê novela, que você fica fazendo?

“Eu faço origami, ou então eu faço caixa, ou então eu faço anotações, ou então eu penso nas histórias que eu quero escrever”.

Entrevistador: Caixinhas de papelão?

“Não, também, caixinhas de origami e caixinhas de papelão também, que você corta os pedaços, monta”. (Priscila, 27 anos)

Em quarto lugar, entre os aspectos que permitem esclarecer o universo da recepção de telenovelas pelo público masculino, faz-se notar a busca pelo entretenimento e do humor como motivos que levam os homens a essa exposição. Nas entrevistas, em um momento ou outro esse atributo transparece. Quando não há uma ênfase no humor, mesmo que através do núcleo cômico, a obra perde um pouco do interesse para eles. Bem mais que as mulheres, eles enfatizam o interesse pela sátira dos costumes, e se divertem ao ver representadas contravenções dos costumes socialmente tidos como legítimos. Neste caso, muitas vezes os personagens cômicos potencialmente capazes de garantir a televidência masculina aparecem na pele de pessoas que não reafirmam os padrões legitimados atualmente de comportamento e de moral. Este é o caso, por exemplo, da personagem Creuza da telenovela América (Globo, 2005), que perante o namorado e a sogra apresentava um comportamento bastante conservador, mas que distante deles revelava uma outra identidade, carregada, por assim dizer, de malícia e esperteza, para enganar a todos e ter para si os homens que desejava, o que acaba tornando-a “engraçada”. Os charlatões que se disfarçam de falsos adivinhadores para conseguir dinheiro das pessoas, também, podem servir de motivo de riso para os telespectadores. Para as mulheres, pelo contrário, mesmo quando apresentados de modo cômico, os personagens que transgridem as normas socialmente aceitas, principalmente no que se refere a personagens femininos e à sua conduta sexual, são fortemente recriminados e não caem nas graças das telespectadoras. Em casos como o da Creuza, o uso da risada como artifício para libertar da moral conservadora, e o uso da risada ligada à dissimulação e ao mascaramento¹³, que problematiza a unicidade e a coerência rígida dos projetos de identidade social, é bem aceito pelo público masculino, mas rejeitado

¹³ Jesús Martín Barbero, “Redescubriendo al pueblo: la cultura como espacio de hegemonía”.

pelo feminino, que não se alinha com esses personagens por levarem a sério a afirmação dos padrões de comportamento propostas por esses programas.

“Bem engraçado assim esse personagem [Creuza, América/Globo], por que ela engana uma galera, assim, aí depois ela vai lá e desdenha dos caras lá, eu acho *massa* assim”.

Entrevistador: Mas você... acha ela simpática ou mais ou menos?

“Não, como assim simpática?”

Entrevistador: Você gosta de ver ela ali?

“É eu acho engraçado, agora tipo assim se fosse pra conhecer uma pessoa dessa assim é lógico que num... num consideraria uma pessoa de boa índole, eu acho que não, mas é, é bem engraçado, eu acho bem engraçado”. (André, 23 anos)

“Me irrita. A ... o papel da Creuza [América] mesmo, ela a certo ponto ela me irrita, ela é engraçada, você entendeu por que ela chama atenção do Tião deixa ele doido, tudo, só que ela me irrita.

Entrevistador: Por que?

“Por que ela é muito falsa. Ela é cínica. E também tem aquele outro lá... o ... aquele que levou a Sol para os Estados Unidos. Eu esqueci o nome dele... o Thiago Lacerda [Alex, um dos vilões desta obra].” (Edinalva, 33 anos)

“Primeiro eu gosto da parte humorística, sabe que às vezes eu gosto de ver novela sem ter que... me envolve, né?”. [...]

“Aquele rapaz [sobre Matheus Nachtergaele, Da Cor do Pecado, Globo, 2004] eu tenho assim uma admiração por ele muito grande, é, eu acho ele fantástico, e o trabalho que ele fez, assim, recebendo aqueles espíritos foi um negócio assim maluco, foi realmente, o cara foi muito bom mesmo, só aquilo ali já valeu a novela inteira, né? Ele dá um show enorme quando ele apareceu nessa novela, foi interessante né, é bom se divertir um pouco dar um pouco de risada de vez em quando né”.

Entrevistador: E a família Sardinha, por que?

“Porque é aquela trapalhada toda né, deles ali com aquelas, aquela parte humorística mesmo né. que foi criada toda em cima da família que é muito engraçado né, é uma família legal assim né os... é um família interessante, a diversidade é grande dentro da família, eles extrapolam um pouco e ai fica mais engraçado”. (Airton, 52 anos)

Por último, outro aspecto que contribui para caracterizar o contato do público masculino com as telenovelas é a ênfase que colocam no aspecto físico das atrizes de telenovelas, e no contato físico de tipo sexual entre os personagens, como fatores que os motivam a assistir esses programas. À diferença das mulheres, que pouco se referem ao aspecto físico dos personagens masculinos e que não justificam assistir telenovelas pela contemplação da beleza física dos personagens, os homens ressaltam a atenção que põem na beleza física das atrizes e apontam esse fator como algo que realmente lhes chama atenção nessas obras. Ainda nesse sentido, outra vez à diferença das mulheres, que quando mencionam espontaneamente as cenas de sexo é para criticá-las e taxá-las de impróprias para serem assistidas em família e na presença de jovens e de crianças, o público masculino acentua ser esta uma das partes que muito lhes interessa nesses programas. No caso da televidência masculina, a ênfase no físico/sexual apresenta-se

vinculada a reafirmação do masculino/dominante com relação a um gênero tido como principalmente direcionado as mulheres. Reafirma-se esta posição, por exemplo, através da ênfase no interesse pela exposição dos atributos estéticos do físico dos personagens femininos: as partes do corpo consideradas belas e sensuais, e os trajes diminutos que permitem uma visão desses corpos. Reafirma-se, também, através da liberdade por assumir o prazer gerado pelo apelo sexual feito pelas tramas, através do reforço dado a certos tipos de contatos físicos ou simbólicos entre os personagens. Reafirma-se, também, através do discurso que justifica a assiduidade ao programa não por seus conteúdos ou por seu modelo (feminino) de mundo, mas por aspectos socialmente permitidos aos homens, que é o aceitar-se como ser sexual e que se sente atraído física e sexualmente pela exposição da beleza feminina¹⁴.

“Ah, primeiro eu vejo pelas atrizes entendeu? fala ‘pô tem aquela atriz que é bonita e tal’, daí fico lá assistindo. (...) A Serena é muito bonita, faz a... ah, tem a mulher que trabalha lá na floricultura e tal que tem o cabelo enroladinho assim e tal. (...) Aquela mulher que faz os vestidos lá que tem o olho azul, ela não aparece muito né? mas quando parece ela chama a atenção por que ela é bem bonita né? o olho dela chama muito a atenção”. (André, 23 anos)

“Só mulher bonita era muito *bão eita*, muita cena de sexo, muita mulher bonita. Ai eu gostei ai eu achei *bão demais*”.

Entrevistador: Então o senhor via por causa das cenas de sexo?

“Também, era *bão também*”. (...).

“Era todo mundo com todo mundo. Ninguém escolhia nada cada dia era um, não tinha jeito não. Era uma festa só. Sexo ao vivo e a cores às oito da noite na televisão. A Darlene [Deborah Secco, Celebridade], coitadinha, o dia que ela pegou o menininho lá na primeira vez foi um terror. A Jack Joy [Juliana Paes] ali, nossa, eu não vou lembrando muito do pessoal não. A Laura era com vários né? ai depende do interesse, ela era dependendo do interesse. Apareceu mesmo sem censura. Ali aparecia tudo, aparecia nu frontal praticamente direto”. (Airton, 52 anos)

Conclusão

Dos aspectos característicos da recepção masculina de telenovelas pode-se ressaltar, por exemplo, a atenção posta no aspecto humorístico dos programas. Há, também, a resistência em admitir a assiduidade ao gênero, que pode ser explicada principalmente pela chacota que podem vir a sofrer dos amigos em certos locais ou, então, por tratar-se de um programa feminino. A recepção masculina desses programas mostrou-se marcada por uma atenção especial no contato físico de tipo sensual entre os dois sexos. A ênfase posta por certas telenovelas nos aspectos físicos dos relacionamentos afetivos pode constituir-se, no caso da audiência masculina, em uma opção de entretenimento que contempla, mesmo que de forma tímida, esse tipo de

¹⁴ Sobre as diferenças entre as visões masculinas e femininas sobre os aspectos físicos e sexuais nas telenovelas, crf. Márcia Gomes M., “Telenovelas: papéis sociais, identidade cultural e socialização”.

preferência. Por último, cabe também ressaltar que a insistência nos aspectos estéticos dos personagens e físicos das relações emocionais pode ser indicativo, também, da percepção de que é o outro grupo sexual que conduz a ação nas tramas, e que as razões e motivações centrais da ação têm outra visão de mundo como motor.

A partir das proposições apresentadas sobre a recepção masculina de telenovelas, é possível afirmar que a recepção desse gênero televisivo pelos homens não pode ser explicada completamente pelos mesmos fatores que explicam a recepção feminina. Existem diferenças de visão de mundo ligadas ao gênero sexual, ou seja, fatores diversos que motivam os homens, diferentemente das mulheres, à exposição.

Deve-se ressaltar, por último, que o apelo das diversas tramas ao televidente masculino vai depender, nesse sentido, da maneira como a obra “atende aos seus gostos”, seja por insistência que por extensão. Em síntese, esses são elementos que permitem explicar a recepção masculina deste tipo de programação televisiva.

Perfil dos entrevistados – (Anexo I)

André Luiz, 23 anos, solteiro, vive com a mãe e os irmãos em Campo Grande, onde estuda Engenharia Elétrica na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. A entrevista foi realizada em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, no dia 30 de setembro de 2005.

João Carlos, 49 anos, e funcionário público, é casado e vive com a esposa e os três filhos em Cuiabá. A entrevista foi realizada em Cuiabá – MT, no dia 05 de agosto de 2005.

César, 26 anos, estudante universitário, vive em Campo Grande desde os 14 anos, quando deixou a casa dos pais em Cáceres no Mato Grosso para estudar. Entrevista realizada em Campo Grande, no dia 10 de novembro de 2005.

Airton, 52 anos, economista e fazendeiro, casado vive com a esposa e os dois filhos em Campo Grande. Entrevista realizada em Campo Grande, no dia 14 de agosto de 2004.

Tito Neves, 77 anos, aposentado, casado em segundas núpcias com uma senhora também viúva do primeiro casamento, sem filhos, é natural de Corumbá, mas vive em Campo Grande há cerca de 10 anos. Entrevista realizada em Campo Grande, no dia 05 de julho de 2006.

Anésia, 65 anos, dona de casa, viúva e casada em segundas núpcias, vive no Guarujá, litoral paulista, onde também cursa a Faculdade da Maturidade (FAMA) que oferece aulas de extensão cultural a idosos. A entrevista foi realizada em Campo Grande, no dia 11 de novembro de 2005.

Zélia, 50 anos, funcionária pública aposentada, natural de Cuiabá, é casada e vive com o marido e os três filhos em Campo Grande. A entrevista foi realizada em Campo Grande, no dia 13 de julho de 2006.

Maria Fausta, 39 anos, funcionária de um condomínio onde é responsável pela limpeza, separada, vive com os dois filhos em Campo Grande. Entrevista realizada em Campo Grande, no dia 27 de setembro de 2005.



Edinalva, 33 anos, professora de História do ensino fundamental e médio, vive em uma casa com mais duas amigas em Francisco Morato, na Grande São Paulo desde 2005, quando deixou Dolcinópolis no interior do estado. Entrevista realizada em Dolcinópolis - SP, em julho de 2005.

Priscila, 27 anos, estudante, solteira, vive sozinha em Campo Grande, além de ter morado com a família em várias cidades brasileiras morou também em Moçambique e na África do Sul. Entrevista realizada em Campo Grande, no dia 21 de outubro de 2005, com Priscila 27 anos, estudante.

Bibliografia

ADORNO, Theodor, HORKHEIMER, Max. “A indústria cultural – o iluminismo como mistificação das massas”. In ADORNO, T. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 07-74.

ANDRADE, Roberta M. de Barros. A Multiplicidade de leitura e de leitores na telenovela brasileira. **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM**, Belo Horizonte, 2002.

BARBERO, Jesús Martín. “Redescubriendo al pueblo: la cultura como espacio de hegemonia”. In: **De los Medios a las Mediaciones**. México: Gustavo Gili, 1993.

BERGER, Peter. LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 1999.

DAMATTA, Roberto. **A Casa e a Rua**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1991.

ECO, Umberto. **Lector in Fabula**. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi, Milano: Il Molino, 1997.

FISKE, John. **Television Culture**. London: Routledge, 1997.

GOMES, Márcia. “Telenovelas, aprendizagem de conteúdos sociais e entretenimento”. In: **Estudos de Sociologia**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE. Vol.11 n°1e2. Recife: Editora Universitária UFPE, 2005.

_____. “Telenovelas: papéis sociais, identidade cultural e socialização”, **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM**, Belo Horizonte, 2003.

_____. “La Experiencia Liminal en la Recepción de Telenovelas”, **IAMCR Conference**, Barcelona, 2002.



Informativo de Audiência: Material elaborado pelo Departamento Comercial/Marketing, TV Morena Campo Grande, Mato Grosso do Sul, junho de 2006.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: Edusc, 2001.

McLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.

MAZZIOTTI, Nora. **Telenovela: industria y prácticas sociales**. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2006.

MODLESKI'S, Tania. **Loving with a vengeance: mass produced fantasies for women**. London: Methuen, 1982.

MORLEY, David. "Television and gender". In: **Popular Fiction. Technology, ideology, production, reading**. London, 1990.

SOUZA, M. C. J.. "Amor e Felicidade em Mulheres Apaixonadas: pacto de recepção com os ideais de felicidade". In: JACKS, Nilda; SOUZA, Maria Carmem Jacob. (Org.). **Mídia e Recepção**. 1 ed. Salvador: Edufba, 2006, v. 1, p. 192-210.

SIMÕES, Paula G.. "**Representações do amor no diálogo entre ficção e realidade: telenovela e sociedade brasileira**", Rio de Janeiro, Intercom 2005.

SILVA, Tomaz Tadeu. **A poética e a política do currículo como representação**. 21^a Reunião Anual da ANPEd, 1998.