

DOS MEIOS ÀS INTERAÇÕES ¹

Romilson Marco dos SANTOS²
Centro Universitário do Sul de Minas, Varginha, MG

RESUMO

Este texto visa a observar as relações que se estabelecem entre telenovela, sociedade e mídia na contemporaneidade. Parece necessário, portanto, repensar a lógica dos Estudos Culturais e desenvolver uma investigação, a qual objetiva analisar as relações que se processam entre meios e interações. Com efeito, não basta observar as mediações geradas por uma telenovela, temos que verificar como o telespectador interfere sobre os meios, obrigando-os a adotarem uma nova postura, sugerindo a promoção do telespectador a co-autor das telenovelas. Nota-se que tal posicionamento metodológico obriga-nos a pensar a telenovela não mais como um resultado literário, mas, sobretudo, como um produto de comunicação para a massa.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Cultura; Convergência; Mediação; Telenovela.

No seu livro *Dos Meios às Mediações, Comunicação, Cultura e Hegemonia* (2009), Jesús Martín-Barbero afirma que devemos deslocar nossas pesquisas em comunicação para as mediações. No seu outro livro *Ofício de Cartógrafo*, ele nos diz:

A necessidade de mudar o lugar desde donde se formulam as perguntas. E o deslocamento metodológico indispensável, feito ao mesmo tempo de aproximação etnográfica e distanciamento cultural, que pudesse permitir ao pesquisador “ver” junto com as pessoas, e “contar” às pessoas o já visto. Isso foi o que, com a passagem dos anos, nos permitiu descobrir, na pesquisa, o uso social da telenovela, descobrir que ‘aquilo de que se fala nas telenovelas, e o que é dito às pessoas, não é algo que esteja de uma vez dito, nem no texto da telenovela nem nas respostas às perguntas duma pesquisa. (...) Em poucas palavras, nosso achado foi este: a maioria das pessoas frui muito mais a telenovela quando a conta do que quando a vê (MARTÍN-BARBERO, 2004,p.32).

Martín-Barbero ainda nos fala que -

¹ Trabalho apresentado no GP FICÇÃO SERIADA do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento

² email: romilsonmarco@hotmail.com

Essas rupturas-deslocamentos estão indicando um avanço estratégico, ao contextualizar o que se produz nos meios de comunicação pela relação com os demais espaços do cotidiano. Refiro-me a alguns espaços-chave: o bairro como novo lugar de luta pela identidade dos grupos populares, (...) os mercados e a sua peculiar articulação entre memória popular e imaginário mercantil, o espaço escolar e familiar. (20004, p.113).

É bom lembrar que não queremos aqui apresentar todas as teorias de Martín-Barbero, desenvolvidas em “Dos Meios às Mediações” (editora, UFRJ, 2009) e “Ofício de Cartógrafo”(Editora Loyola, 2004). No entanto, busca-se apresentar alguns tópicos representativos de sua teoria, os quais nos fazem repensar se esse deslocamento dos meios às mediações seria suficiente para compreender o que ocorre na relação que se estabelece entre: telenovela, telespectador e mídia.

Acrescente-se igualmente que, quando Martín-Barbero afirma que -

Temos que estudar, não o que fazem os meios com as pessoas, mas o que fazem as pessoas com elas mesmas, o que elas fazem com os meios, sua leitura. Atenção, porque isso pode nos levar ao idealismo de crer que o leitor faz o que lhe der vontade; mas há limites sociais muito fortes ao poder do consumidor (2002, p.55).

Martín-Barbero nos alerta para esses limites sociais ao poder do consumidor, que aqui chamaremos - telespectador. Entretanto, essa afirmação de Martín-Barbero parece-nos incompleta, quando consideramos que, hoje, com a TV Digital/interativa, o “poder” do telespectador se ampliou ao ponto de ser chamado de usuário. De fato, tal substituição da denominação de telespectador por usuário já vinha sendo anunciada pelo efeito *zapping*. Acrescente-se, igualmente, que outro motivo que atraiu a nossa observação foi outra citação do mesmo autor:

Estamos discutindo outro modo de ver a comunicação, estamos propondo que o processo de recepção é um processo de interação; na expressão dos italianos, é um processo de negociação do sentido. Não há comunicação se cada um ler, no jornal, o que lhe der na cabeça. Dão-se outras coisas: neuroses, histerias, mas não comunicação. (2002, p. 57).

Assim sendo, tal citação nos diz que somente o processo de recepção poderia se aproxima da interação, assim como a comunicação é apenas uma negociação do sentido. Salientamos que buscamos um novo modo de ver a comunicação, para além, somente, das negociações de sentido.

De fato, McLuhan afirma que:

Tendo admirado de longa data a espontaneidade e a arte dos homens primitivos das sociedades pré-letradas e semiletradas, encontramos agora a caminho da retribalização por meio de nossa mídia eletrônica. Tendo falado durante longo tempo das tribulações do indivíduo numa sociedade de massas, podemos agora nos preparar para escrever sobre as tribulações do homem das massas num mundo individualista. (2005, p.37, 38).

E McLuhan ainda acrescenta: “Em vez de conceitos antiquados, como o de tornar o público mais consciente dos novos produtos, fala-se agora de tornar o produto mais consciente de seu público, ou alvo” (2005, p. 40). Apesar de o autor estar se referindo ao *design* industrial de hoje, podemos relacionar e aplicar, certamente, às telenovelas brasileiras. Uma vez, que-

A audiência está cada vez mais envolvida no ato criativo, para escândalo das elites que, durante tanto tempo, adotaram nas artes uma orientação voltada para o consumidor. As dicotomias entre cultura de elite e cultura popular, como as dicotomias entre indivíduo e sociedade, são desconfortos transitórios, acentuados por uma nova galáxia tecnológica à medida que esta invade e reconfigura outra galáxia, mais antiga. (MACLUHAN, 2005, p.56).

Esse envolvimento da audiência no ato criativo já ocorria pelo que Pierre Lévy chama de mediação digital.

A mediação digital remodela certas atividades cognitivas fundamentais que envolvem a linguagem, a sensibilidade, o conhecimento e a imaginação inventiva. A escrita, a leitura, a escuta, o jogo e a composição musical, a visão e a elaboração das imagens, a concepção, a perícia, o ensino e o aprendizado, reestruturados por dispositivos técnicos inéditos, estão ingressando em novas configurações sociais. (1998, p.17)

Esses dispositivos técnicos inéditos podem ser exemplificados pela imagem digital que -

pede a exploração ativa do espectador, não só pela interpretação como ainda por intervenções efetivas. Percurso dentro de cidades reais ou imaginárias simuladas, rotação e translação de objetos representados em três dimensões, modificação das cores, da luz, etc.: outras tantas facetas da interação entre o espectador-operador e o sistema infográfico. A imagem digital é essencialmente dinâmica. (...) O espectador pode controlar todos os parâmetros do filme digital que a tela e os órgãos de controle do sistema lhe dão para manusear. (LÉVY, 1998, p.22)

Toda essa mediação digital invade e reconfigura outra galáxia mais antiga como disse McLuhan. Determina-se, com isso, um novo modo na relação que se estabelece com a televisão, enquanto constituído de signos passíveis, portanto, de gerar semiose, desencadeando assim interações. Menos em relação aos avanços tecnológicos e mais pela evidência de que esses meios são meios semióticos. Logo, meios em constante evolução sígnica.

Lucrécia Ferrara vai ampliar a discussão sobre a interação, considerando-a a própria redefinição do conceito de comunicação, no seu artigo “Comunicação e Semiótica: das mediações aos meios”(2008), no qual nos diz:

Entretanto, no título proposto para esse trabalho “Das Mediações aos Meios” sugere-se uma inversão que não se reduz a uma troca de vocábulos, mas propõe uma sutil ordem que deve considerar a possibilidade de subverter o anterior conceito de comunicação enquanto transmissão, para substituí-lo pela interação que, sistemicamente, cria um ambiente de informação sugerido pelos meios enquanto manifestação semiótica. Essa característica deixa evidente que meios são constituídos por signos e produzem linguagens que, independente da maior ou menor versatilidade tecnológica do instrumento que lhe dá suporte e, exatamente por isso, evidencia inesgotável capacidade de produzir interações, subjetividades, trocas entre igualdades não hegemônicas e, por isso, capazes de contemplar ou fazer surgir diferenças. De modo inalienável, esse movimento ocorre entre interações que se fazem dinâmicas, circulares, comunicativas e solidárias na produção de outras matrizes culturais que, na história, multiplicam a comunicação e a informação. (FERRARA, 2008, p 4).

Nota-se que, na inversão proposta por FERRARA, o conceito de Comunicação se desloca da transmissão para a interação. Parece lícito inferir a possibilidade de um deslocamento dos meios às interações. Logo, pressupondo os meios passíveis de gerar inúmeros processos mediativos que tendem a desencadear interações, em uma simbiose comunicativa, levantamos a seguinte hipótese: como interação, a comunicação nos obriga a superar a observação imediata das reações do telespectador e observar “a circulação de discursos, que constroem o sentido que finalmente vai ter a novela para um grupo social. Ou seja, é necessário verificar que na relação que se estabelece entre telenovela, telespectador e mídia está pressuposta uma cogestão, pois, cada vez mais o telespectador requer o seu direito de coautor na trama.

Segundo, FERRARA -

Nessa radical metamorfose da compreensão dos meios, envolvem-se comunicação e semiótica. Porém passa-se a entender a semiótica como ciência que supera sua rígida, embora eficiente, estratificação metodológica, para considerar os meios nas singularidades da sua codificação sónica e nas possíveis interfaces que podem ocorrer entre elas, gerando outros meios e interações como elementos inevitáveis que estão presentes no imprevisto emaranhado das redes culturais: a interação submete a mensagem à semiose dos signos que evidenciam um modo de comunicar em expansão. Entretanto, o processo que nos leva das mediações aos meios supõe submissões e revisões: da comunicação que deve considerar a interação para perceber que o receptor é cogestor do processo comunicativo; e da semiótica que deve considerar a semiose de todos os signos e linguagens que relativiza os significados e impõe a percepção de que todos os enunciados constroem a cultura e são por ela construídos. (2008, p.5)

Contudo, veremos como ainda são impostos limites ao receptor como coautor. Para tanto, iniciamos nossa pesquisa empírica, buscando observar os relatos de mediações que extrapolaram uma circulação de significações locais/regionais. Considera-se que a escolha dessa circulação de significações deveria considerar, não somente os telespectadores, mas as outras mídias, principalmente, as revistas semanais, já que tentam retratar o que repercutiu na semana e apresentando-o aos leitores, em um processo de transmediação ou contaminação mediática (Jenkins, 2008). Em outras palavras, faz-se circular a significação.

Para compreender o que ocorre na relação que se estabelece entre telenovela, telespectador e mídia, pesquisaram-se telenovelas que sofreram essa contaminação mediática. Ou seja, a justificativa de escolha dos exemplos das telenovelas estaria, exatamente, nesse impacto regional/territorial (nacional) midiático.

Percebemos que houve maior produção de telenovelas, principalmente, nas três maiores emissoras do país, no período de 1998 à 2010, e não apenas na TV Globo. Desenha-se, com isso, o ensaio de uma concorrência entre as emissoras, Globo, Record e SBT, a fim de apreender o eixo de atenção do telespectador naquele período. Com isso, as telenovelas da TV Globo passaram a ter que disputar atenção com as telenovelas da TV Record e do SBT, além de com os programas popularescos, ou como diz Sodré - programas grotescos. Essa situação obriga as emissoras a tentarem buscar maior atenção dos seus telespectadores.

Sendo assim, demarcado o período de 1998 a 2010, detectamos que, mesmo com várias opções de telenovelas e programas variados no ar, ao fazer um mapeamento dos relatos de mediações, a partir de revistas semanais, verificamos uma quantidade de revistas cujas pautas de reportagens eram sobre as telenovelas da TV Globo. Com isso, concentramos nossa pesquisa nelas.

Focamos nosso mapeamento nas revistas não especializadas em televisão. Por isso, escolhemos as revistas *Veja* e *Isto É*. Como a pesquisa versa sobre as telenovelas da TV Globo, excluímos a revista semanal *Época* por ser uma empresa das Organizações Globo, podendo, com isso, prejudicar as observações na relação que se estabelece entre mídia, telenovela e telespectador. A escolha dessas revistas é significativa, uma vez que nem uma delas é voltada especificamente para a televisão. Pelo contrário, ambas têm no seu histórico,

capas que refletem ou buscam refletir momentos históricos, políticos e de utilidade pública, como questões de saúde.

Chegamos então, aos seguintes exemplos: *Torre de Babel* que mereceu várias páginas, em função dos inúmeros problemas que a telenovela teve, além de *Laços de Família*, *Mulheres Apaixonadas* e *Senhora do Destino* pela repercussão e mobilização que gerou, conseguindo conquistar várias capas dessas revistas.

Em 1998, a revista *Veja* (1/07/1998) publicou reportagem sobre *Torre de Babel* pela qual podemos perceber uma busca pelo controle e estabilização da audiência, através dos resultados de pesquisas de grupo. Segundo a revista,

Enquanto está no ar, toda novela é avaliada pelo menos três vezes em pesquisas de grupos. A primeira normalmente ocorre por volta do capítulo 30. No caso de *Torre de Babel*, diante da rejeição, ela foi antecipada. Na segunda feira 8, quando a novela estava no ar havia apenas doze dias, a pesquisa analítica que estava reservada para *Corpo Dourado*, a novela das 7, no Rio de Janeiro, foi transferida para *Torre de Babel*. Em São Paulo, foi marcada outra para a mesma semana. Sem saber que estavam sendo observados pela cúpula da Globo, os entrevistados falaram sobre a novela durante duas horas e meia. No fim do bate-papo, os diretores estavam assustados. Havia sobrado pouco, bem pouco. A rejeição era quase total. No Rio de Janeiro, os resultados dessa primeira pesquisa foram piores do que São Paulo. O que mais afugenta os telespectadores é o clima sombrio da novela. Para atender às sugestões emitidas na pesquisa, *Torre de Babel* mostrará as pernas de Ângela (Cláudia Raia), até agora escondidas em terninhos. Ombros nus ela já exibiu nas recentes cenas em que aparece de camiseta. A sapeca Sandra fará o contrário: trocará as saias curtas por modelos mais discretos. Os entrevistados criticaram a vulgaridade da personagem. O asqueroso Agenor, seus filhos e o ferro-velho do que é dono, por sua vez, serão recauchutados. Ficarão limpinhos. A Globo sabia que as cenas fortes de *Torre de Babel* criariam polêmica. Mas a emissora não soube avaliar que essas cenas, ao invés de eletrizar os telespectadores, os afastariam. (p.160, 161).

E, ainda segundo reportagem de *Veja*, agora na edição de, 8 de Julho de 1998:

Nas pesquisas realizadas pela Globo, os telespectadores identificaram diversos problemas em *Torre de Babel*, como violência desmedida e atores com passado de personagens bonzinhos vivendo desajustados. Mas o único assunto que obteve rejeição unânime dos entrevistados foi a união homossexual de Rafaela e Leila. Com essa batata quente na mão, a Globo chegou a pensar em, depois da morte de Rafaela, transformar Leila em heterossexual, com namorado e tudo, o que seria ridículo. Acabou optando por também matar a personagem e não tocar mais no assunto. (...) A reação entre os entrevistados pela Globo foi como se o assunto fosse realidade, e não ficção. Por quê? Eis aí, uma pergunta que está suscitando certa discussão entre especialistas em televisão e sociólogos. Uma das respostas possíveis é que Leila e Rafaela formam um casal abertamente feliz, bem resolvido, sem nenhum conflito com sua sexualidade, ao contrário dos casais homossexuais, masculinos e femininos, que já apareceram em outros folhetins. Esse dado perturbador para a esmagadora maioria dos telespectadores de novelas fez com que as personagens trombassem na intolerância barra-pesada da vida real(...) (p.84)

Parece-nos que não se leva em consideração que o meio é constituído de signos, por isso mesmo, passível de semiose que, pela sua expansão, não permitem controlar ou estabilizar, apenas interagir. Ferrara irá nos dizer que -

Desse modo, se de um lado, o significado de um signo não é inerente ao objeto que representa ou substitui, mas, ao contrário, produz-se como consequência específica de um modo também singular de representar, de outro lado, um meio nada transmite, mas cria, pelo seu modo de ser, uma interação que lhe é consequente. Assim, cria-se uma operativa simetria entre signo e meio, entre representação e interação e a citação de McLuhan (O meio é a mensagem) sugere a possível inversão do título da obra de Barbero, além de deixar claro que os meios, acompanhando a semiose dos signos, organizam-se, transformam-se nos processos interativos e transitam no espaço da cultura, constituindo-o. Situadas entre o signo e o meio, exige-se que a semiótica e a comunicação subvertam seus pressupostos tradicionais: à comunicação exige-se abandonar a linearidade funcional e instrumental que parte da atividade do emissor para circunscrever a passividade do receptor; à semiótica exige-se abandonar a instrumentação metodológica que disciplina a análise e submete o significado à imanência dos próprios recursos do método e à hermenêutica do sentido. Nessa subversão, ambas, comunicação e semiótica são obrigadas a abandonar o roteiro das mediações pressupostas para aderir à interação que, na sua reiterada circularidade, transforma o modo de ser signos ou meios em elementos de uma semiótica comunicativa. (FERRARA, 2008, p.9)

Na semana do dia 10 de janeiro de 2001, a revista Veja estampa em sua capa a seguinte manchete: “Nos laços da novela. Por que 32 milhões de brasileiros assistem à novela das 8 da Globo, o maior sucesso da televisão nos últimos anos”. Em uma referência ao sucesso da telenovela *Laços de Família* (Globo, 2000-2001). Segundo a revista

Laços de Família como já se disse, é também a vitória do estilo de um autor: o realismo de Manoel Carlos.(...). Manoel Carlos, por sua vez, é o artífice das tramas em que a grande protagonista é a classe média. Em suas novelas não há uma disparidade grande entre ricos e pobres. Todos são mais ou menos remediados, mais ou menos parecidos com o grosso dos telespectadores das novelas da Globo. ‘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’, diz Manoel Carlos. Enquanto na maior parte das novelas se tem a impressão de que todos vivem num ócio permanente – os personagens só aparecem em cenas de amor ou futricando a vida alheia -, nas novelas de Manoel Carlos eles são mostrados indo à padaria, abrindo uma conta no banco ou dirigindo o carro para ir ao trabalho. A pesquisa qualitativa sobre *Laços de Família* encomendada pela Globo demonstra que o autor acerta em cheio ao aproximar a novela do cotidiano mais comezinho. Segundo esse levantamento, uma das maiores razões para o sucesso do folhetim é o fato de os espectadores acharem (sic) a trama verossímil e os personagens críveis.(Revista Veja 10 de janeiro, 2001 “A novela que hipnotiza o país” p. 88, 89.)

Em 2003, a revista Veja volta a estampar em sua capa mais uma telenovela das 8, da TV Globo. A telenovela foi *Mulheres Apaixonadas*. A reportagem diz: “Mulheres Apaixonadas. A paixão pela novela das oito. Amor obsessivo, violência doméstica,

alcoolismo, homossexualidade: os dramas e dilemas dos personagens de Manoel Carlos fascinam o Brasil” Verificamos a aproximação com o universo do telespectador como estratégia para gerar cumplicidade. Nesse momento, o telespectador se vê no direito de fazer sua avaliação social sobre o tema. Esses temas surgem como elementos interativos que, pelas suas características, possibilitam ao telespectador dar sua opinião e discordar, segundo aquilo em que acredita.

O que nos parece no caso dessas telenovelas é a caracterização do indivíduo, ou melhor, do telespectador, como sujeito na tela. Como o próprio autor diz, o telespectador gosta de se reconhecer na tela: ao promover, como tema principal a vida cotidiana de pessoas comuns, esboça-se uma sugestão de cumplicidade com o telespectador.

No entanto, ao mesmo tempo, estabelece-se um paradoxo nessa relação entre telespectador e telenovela e, por consequência, a mídia. Se os grupos de discussão são para entender como o telespectador ressignificou a telenovela; se o próprio autor está elegendo como assunto principal de sua trama, o cotidiano das pessoas comuns, como explicar que predomina ainda a imposição vertical do emissor como na citação a seguir?

Muitos personagens, inclusive, nasceram das minhas observações e lembranças da vida real.(...)Veja pergunta: Uma das marcas de suas novelas é a atualidade dos diálogos, a rapidez com que expressões cotidianas de um grupo etário ou social são transpostas para a televisão. Como o senhor se abastece das informações necessárias para conseguir esse resultado? Manoel Carlos: Levo uma vida absolutamente normal. Vou a banco, entro em fila de casa lotérica e frequento feira e bancas de jornal. Ando pela rua e converso com as pessoas. É assim que assimilo as diferentes expressões. A Globo é uma torre de marfim, de onde as pessoas costumam sair pouco. Já eu saio todos os dias, mesmo fazendo novela. (...) Veja pergunta: O senhor já fez grandes mudanças em suas novelas por causa do público? Manoel Carlos responde: Já mudei muito, mas foram mudanças pontuais. Em *Laços de Família*, o ator Henrique Pagnoncellis entrou para fazer seis capítulos com a Capitu (Giovana Antonelli) e, como agradou, ficou até o fim. Em *Baila Comigo*, não matei Fernando Torres por causa das cartas que recebia. Numa delas, o sujeito dizia que tinha ficado órfão havia pouco tempo e, caso o Fernando saísse da novela, ele se sentiria perdendo o pai pela segunda vez. No caso de *Mulheres Apaixonadas*, a quantidade de pedidos para eu poupar a Fernanda (Vanessa Gerbelli, que vive uma história de amor com o personagem de Tony Ramos) foi enorme. Por causa disso, a personagem teve uma sobrevida de mais de 100 capítulos. Mas sua morte já está decidida. (Revista VEJA 9 de Julho, 2003 “Mulheres apaixonadas e apaixonantes. p.75-77.)

O que queremos dizer é que, parece que não se leva em consideração as alteridades das mediações, visto que, como afirma FERRARA(2008), isso pressuporia considerar as consequências de submissões e revisões, ou seja, considerar a comunicação como interação e a participação do receptor como coautor. Ou seja, considerar a semiose daquela interação:

se toda telenovela é constituída de signos, cada telenovela irá gerar uma evolução na percepção do telespectador, por meio da semióse. Sendo assim, manter uma estrutura fixa básica para uma telenovela, como ocorre com Manoel Carlos e com outros autores, parece-nos que é pensar que o telespectador irá assistir às telenovelas, da mesma forma sempre. Em outras palavras, supõe-se que, habituando-se a ver televisão, o telespectador não iria adquirir uma percepção apurada que o credenciasse a se tornar, também, um especialista em telenovela.

Da comunicação, exige-se perceber que os meios não são instrumentos a serviço da linearidade mediativa como imaginava a indústria cultural repelida pela Escola de Frankfurt; da semiótica exige-se considerar que os signos são moventes à medida em que sofrem a descontinuidade fenomenológica da alteridade presente em cada mediação, porém enquanto capacidade signica e representativa, essa descontinuidade tende a ser superada em novas e reabilitadoras representações signicas e enunciativas. Desse modo, nos dois casos, exige-se considerar que as interações correspondem a fases processuais marcadas pela alteridade que não esgota o processo ou a capacidade signica do meio que, comunicador por excelência, se expande semioticamente, utilizando-se ou não das técnicas e tecnologias que lhe estão disponíveis. (FERRARA, 2008, p 13)

Na semana do dia 3 de novembro de 2004, foi a vez da revista ISTOÉ estampar sua capa com os personagens da telenovela *Senhora dos Destino*. A manchete era: “Os segredos das senhoras (e dos senhores do destino)”. Segundo a revista:

A cena em que Do Carmo bate em Nazaré por, entre outras coisas, ter roubado seu bebê na maternidade, deu à novela o maior Ibope até agora: atingiu 58 pontos de média e um *share* de 79%, ou seja, de cada 100 domicílios com tevê ligada, 79 estavam sintonizados na emissora. (...) Com seu carrossel de emoções, o folhetim de Aguinaldo Silva traz de volta os tempos áureos da novela das oito, desbancando a crença de que a fórmula estava esgotada. De novo, o país se reconhece e se incorpora em um drama fictício. A identificação se completa no elenco de veteranos talentosos que aciona a memória familiar dos telespectadores, acostumados a ver José Wilker, Renata Sorrah, Raul Cortez, Glória Menezes, Suzana Vieira, Yoná Magalhães, Ítalo Rossi e José Mayer em suas salas há pelo menos duas décadas. Nas casas de papelão do Projac, está o Brasil de verdade, na expressão de sua cultura e de seus dramas, como o da protagonista, uma mulher honesta que sai do Nordeste para vencer na cidade grande. Adriana Lessa é Rita, uma moradora de favela; Raul Cortez é o Barão, ex-nobre falido que rememora um antigo tempo de delicadeza; Eduardo Moscovis é Reginaldo, o político corrupto que todos adoram odiar, e Débora Falabella é Maria Eduarda, a romântica sonhadora, porque afinal, ninguém é de ferro para cultivar só a dura realidade. (Revista ISTOÉ 3 de novembro de 2004. “Surra em horário nobre” p.85-87.)

Em 9 de fevereiro de 2005, novamente, *Senhora do Destino* volta a ser capa de uma revista semanal, agora é a revista *Veja*, que estampa em sua capa, os personagens da trama de Aguinaldo Silva.

Segundo VEJA,

As razões do sucesso de Maria do Carmo ficaram claras numa pesquisa recente conduzida pela Globo. Ela é uma mulher de fibra e elemento agregador de uma família grande, que tem gente de todas as índoles: trabalhadora, vadia, gentil ou calhorda. Como dizem os sociólogos, a sociedade brasileira é historicamente patriarcal, mas a casa e a vida íntima do brasileiro sempre foram regidas por mulheres com perfil parecido ao de Maria do Carmo, em qualquer classe social. Ao lado dessas características mais tradicionais, Maria do Carmo encarna também a determinação de uma nova brasileira. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), o número de famílias chefiadas por mulheres cresceu 30%, na última década. Na imensa maioria dos 14.6 milhões de lares nessas condições, a mulher é divorciada ou o pai abandonou a família como no caso da personagem de *Senhora do Destino*. 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 (Revista VEJA 9 de Fevereiro, 2005. “Acima do bem e do mal” 60.)

Aqui observamos a utilização do resultado da pesquisa como fator de explicação generalizada do sucesso da telenovela.

Tradicionalmente, considerar o meio nos levou a perceber sua maior ou menor eficiência instrumental no transporte da mensagem, mas se considerarmos as mediações e seus processos interativos, aquela eficiência pode não ser válida ou ser bastante relativizada. Isto quer dizer que meios e mediações não se processam de modo linear, monovalente ou programado. Se o comunicar subjacente à mensagem tende a apresentar-se de modo exaustivo e monocórdico, ele impede ou abafa a característica dialogante do contínuo que dá origem às tensões e transformações culturais, impedindo, portanto, que a entonação semiótica dos meios se faça audível. Ao contrário, se superarmos a dicotomia tradicional que se observa entre meio e signo ou entre comunicação e semiótica, observaremos que, em processo, eles assinalam o ambiente interativo que, cada vez mais e como consequência inalienável das próprias tecnologias da comunicação, constitui a realidade social e cultural dos nossos dias, apontada por Sodré (2003) como o novo ambiente biosmiol tico. (FERRARA, 2008, p. 10)

O que buscamos   estudar: o telespectador   um simples reproduzidor da telenovela ao recont -la, misturada com suas experiências pessoais ou esse mesmo telespectador deseja assumir uma postura de coautor, que ultrapassa as representa es convencionais das tramas, manifestando uma semiose que expande o próprio modo de se fazer telenovela no Brasil?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERRARA, Lucrecia D’Alessio. **Comunica o e Semiótica: das media es aos meios.** em Significa o 29, Rev. do Centro de Pesquisa em Poética da Imagem/ Eca- USP. São Paulo: Annablume, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jéus. **Dos Meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6a edição.- Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

————— **Ofício de Cartógrafo. Travessia latino-americana da comunicação na cultura.** Tradução Fidelina González e Renata Pallotini. – São Paulo: Edições Loyola, 2004.

————— **América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social.** In: Souza, Mauro Wilton. **Sujeito, o lado oculto do receptor.** – São Paulo: Brasiliense, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** 2a Ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **A máquina universo. Criação, cognição e cultura informática.** – Porto Alegre: ArtMed, 1998.

MCLUHAN, Marshall (Stephanie McLuhan e David Staines org.) **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas.** - Rio de Janeiro, Ediouro, 2005.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço.** São Paulo: Itaú Cultural; Unesp, 2003.

PERIÓDICOS

LIMA, João Gabriel; CAMACHO, Marcelo. **A novela que hipnotiza o país.** Revista Veja, 10 de Janeiro, 2001, p.88-93.

LOBATO, Eliane. **Qual é o seu tipo? O ideal das mulheres seria encontrar um parceiro que misture características do machão e do homem frágil e sensível.** Revista ISTOÉ. 1 de Novembro de 2000.

LOBATO, Eliana. **Deu Giovanni na cabeça. José Wilker vive grande momento na pele do espirituoso personagem que mudou os rumos da novela Senhora do Destino.** Revista ISTOÉ 16 de fevereiro de 2005. p. 74 – 79.

LOBATO, Eliane. **Surra em horário nobre.** Revista ISTOÉ - 3 de Novembro de 2004, p.84-89.

MENDONÇA, Martha. **Como se faz uma novela.** Revista Época - 13 de Outubro de 2003.

MORAES, Rita. **Respeite meus cabelos brancos. Como Dóris, de Mulheres apaixonadas, muitos jovens não sabem lidar com idosos. Refletem uma sociedade que não valoriza os mais velhos.** Revista ISTOÉ – 7 de Maio de 2003. P . 46 – 49.

PAIXÃO, Roberta. **Gambiarra urgente. Globo faz uma boa reforma em Torre de Babel para tentar erguer sua baixa audiência.** Revista VEJA - 1 de Julho de 1998. P. 160-161.

LIMA, João Gabriel de; CAMACHO, Marcelo. A novela que hipnotiza o país. Revista VEJA - 10 de Janeiro de 2001. P.86-93.

VALLADARES, Ricardo. **Mulheres apaixonadas e apaixonantes.** Revista Veja, 9 de Julho, 2003. P. 68-77.

VALLADARES, Ricardo. **Mulheres apaixonadas e apaixonantes.** Revista VEJA - 9 de Julho de 2003. P. 68-77.

VALADARES, Ricardo. **Acima do bem e do mal.** Revista VEJA - 9 de Fevereiro de 2005. P.58-68.