

## **Micro-narrativa do Folhetim Eletrônico: Experiência e Narrativa da Telenovela<sup>1</sup>**

Regina Célia Bichara Varella de Almeida<sup>2</sup>  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio, RJ

### **Resumo**

Na sociedade brasileira, a televisão desempenha um papel extremamente importante em seus mais de 60 anos de história no país. Podemos mesmo dizer que ela se tornou o “terreno cultural” comum do brasileiro e suas práticas culturais se apresentam como formas de narrativas. Nesse contexto, esse trabalho vai investigar a possibilidade de uma micro-narrativa dos temas da telenovela produzida pela mídia de chamadas em relação à narrativa tradicional do folhetim eletrônico.

**Palavras-chave:** narrativas; televisão; telenovela; mídia de chamadas.

### **Texto do Trabalho**

Por que narrar? O pensamento só é elaborado na medida em que é narrado. Podemos então entender que vivemos a vida como uma grande narração. Definimos nossa identidade individual e coletiva através de histórias e nossa história individual se tece a partir de outras narrativas. Com o avanço das tecnologias de comunicação, grande parte da nossa subjetividade passa a ser composta pelo nosso consumo de mídia, especialmente pela televisão.

Paul Ricoeur, em seu livro *Tempo e Narrativa – Tomo I*, nos apresenta a ideia da experiência do tempo como não sendo de ordem cronológica. Para ele, nós vivemos o tempo como o resultado, ou mistura do tempo concreto, ou objetivo, com o tempo subjetivo que se passa na mente de cada um. A narrativa seria uma tentativa de apreender a temporalidade disjuntiva, ou nas palavras dele “... o tempo torna-se tempo humano na medida em que está articulado de modo narrativo, e a narrativa alcança sua significação plenária quando se torna uma condição da existência temporal.” (2010, p.93) Ainda segundo Ricoeur, “...tudo o que se narra acontece no tempo, desenvolve-se temporalmente; e o que se desenvolve no tempo pode ser contado.” (2010, p.24). O novo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do Curso de Comunicação da PUC-Rio, email: [reginavarella@globocom.com](mailto:reginavarella@globocom.com)

mapa das mediações proposto por Martin-Barbero será cenário de nossa investigação no que toca a questão das narrativas. O objetivo principal desse novo mapa é “... reconhecer que os meios de comunicação constituem hoje espaços-chave de condensação e intersecção de múltiplas redes de poder e de produção cultural.” (2003, p.20).

Na sociedade brasileira, a televisão desempenha um papel extremamente importante, já que em seus mais de 60 anos de história no país, por acumular diferentes sentidos “utilitários” que vão desde instrumento político de integração nacional (anos 1960/70) a eletrodoméstico símbolo de estabilização econômica (anos 1990). Ao longo de sua história, a televisão sempre procurou veicular com seus conteúdos, o mais amplamente possível, todas as formas de representações sociais. Através de uma programação que os produtores de TV dizem abranger toda a realidade nacional, temos a sensação de estarmos juntos na construção simbólica dessa mesma realidade. Assim, podemos dizer que a televisão se tornou o “terreno cultural” comum do brasileiro e suas práticas culturais se apresentam como formas de narrativas.

A partir das leituras de Walter Benjamin e, especialmente de Siegfried Kracauer tentaremos demonstrar como elas dialogam e colaboram de forma fundamental, para desenvolver a ideia central de minha tese. Minha pesquisa busca investigar a partir do novo mapa das mediações, de que maneira é desenvolvida a tessitura de uma micro-narrativa a partir de uma estratégia mercadológica que é a mídia de chamadas, que tem como um de seus objetivos, reiterar o discurso da telenovela, entendida, nessa pesquisa, como narrativa dominante dentro do meio televisão. Lançar um olhar sobre essa mídia de chamadas como uma tentativa de criar um sentido para a trama da telenovela, que é estruturada de forma seriada, continuada e quase sem fim. Nesse contexto em que a narrativa é entendida como construção, estratégia, encenação, mediação, o desafio é entender o jogo, a relação que se constitui a partir da exibição simultânea da narrativa dominante da telenovela e da micro-narrativa produzida pela mídia de chamadas.

Toda a tradição das artes aponta para uma característica comum do ser humano: o gosto de contar histórias. Nesse sentido, a narrativa da telenovela se insere dentro de uma tradição muito antiga. Para Benjamin, em seu texto *O narrador*, “...contar histórias sempre foi a arte de contá-las de novo” (2012, p. 205) A descoberta do livro *O ornamento da massa* (2009) de Kracauer está sendo de fundamental importância para a construção do diálogo que pretendo estabelecer entre o cinema e a televisão como meios de comunicação de massa.

Em um dos artigos que compõem esse livro, *As pequenas balconistas vão ao cinema*, me permito ressignificar o seguinte trecho:

Para pesquisar a sociedade atual, seria necessário ouvir aquilo que revelam os produtos da grande indústria cinematográfica. Todos eles revelam um segredo rude sem que na realidade o queiram. Na sequência infinita de filmes um número limitado de temas típicos retorna sempre e eles revelam como a própria sociedade deseja ver a si mesma. A quintessência destes temas de filmes é, ao mesmo tempo, a soma das ideologias da sociedade, despidas de seus encantos através da interpretação dos motivos. (2009, p.315)

Sua reflexão sobre a influência da indústria cinematográfica na sociedade nos anos 1920, cabe aproximarmos a dimensão que a televisão ocupa na sociedade brasileira contemporânea. Em *O culto da distração*, outro de seus artigos, ele faz um pequeno histórico da formação da plateia do cinema. Tendo como cenário a Berlin dos anos 1920, Kracauer aponta para o fato de que, naquele momento, as massas deixam de se contentar com os “restos” da alta cultura. O cinema assume então, o lugar preferencial de divertimento das massas ao criar o que ele denomina “o homogêneo público cosmopolita” (2009, p. 345) e ao conseguir ser fruído por todas as classes sociais se constitui como importante meio de comunicação de massa.

Por sua vez, Walter Benjamin em seu texto *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, destaca o fato do indivíduo pertencente a massa como “... um examinador que se distrai”(2012, p. 252) . Ao descrever uma sociedade estratificada em classes, existente nos anos 1920 e como a maior parte do público do início do cinema era composto por uma massa de trabalhadores, operários, Kracauer percebe que os filmes reafirmam os lugares de cada um, mesmo ao projetar mudanças com o artifício do “happy end”. Os valores, a moral, as práticas da sociedade não são atacadas pela indústria cinematográfica. Eles são reafirmados, mesmo com a promessa do final feliz, afinal o produtor ao visar o lucro precisa atender uma demanda subjetiva da sua plateia, mas para realizar seu filme ele precisa tranquilizar seus patrocinadores que integram a elite da pirâmide e acreditam que nada deve mudar na ordem social já estabelecida.

Essa ideia se expressa de forma bastante clara quando ele afirma que,

... a vida é uma invenção dos abastados que os menos favorecidos imitam da melhor maneira possível. Uma vez que é do interesse dos círculos dominantes manter a sociedade como ela é, eles precisam proibir os outros de refletir sobre esta sociedade. Com o auxílio do seu dinheiro são capazes de esquecer durante o seu tempo livre aquela existência, pela qual trabalharam durante todo o dia. Eles vivem. Eles compram um divertimento que permite ao órgão do pensamento se evaporar, pois mantém os outros órgãos completamente ocupados. (2009, p. 318)

O papel do cinema, do rádio e da televisão foi crucial na construção de uma esfera de sentido superficial como os “lugares” onde o homem da massa se distrai e que permite, ao mesmo tempo, a fruição de algo que coloque um pouco de “sentido” em seu cotidiano tão atribulado. A crítica que se faz a esse culto, não percebe que a vida do indivíduo comum trabalhador não é preenchida de um “sentido”. Isso será recuperado, segundo Kracauer, numa “esfera superficial” representada, naquele momento, pelo consumo das fitas cinematográficas.

Na vida contemporânea, essa esfera estaria no consumo dos meios de massa, na televisão e no seu produto símbolo, a telenovela. Não temos dúvida em afirmar que a telenovela cumpre hoje esse papel social desempenhado no passado pelo cinema. Suas, ainda hoje, altas audiências em termos de Brasil comprovam nossa ideia.

O surgimento da televisão tirou do cinema o primeiro lugar de diversão das massas. O culto da distração passou a ser possível em milhares de lares e, sem dúvida, a telenovela contribui de maneira decisiva para a perpetuação dessa experiência. A televisão e suas mensagens devem ser consideradas como produtos da sociedade na qual vivemos por ser produzida por esta sociedade. Sendo produto dessa sociedade, revela como essa se organiza, quais são seus valores e quais são seus costumes.

Douglas Kellner (2001) nos mostra que a televisão é predominantemente regida pela estética do realismo representacional, de imagens e histórias que fabricam o real e tentam produzir um efeito de realidade. Para ele, a televisão como forma de “cultura da mídia”, desempenha um papel fundamental na reestruturação da identidade contemporânea, assim como nos pensamentos e comportamentos atuais. Ainda segundo Kellner (2001), a velocidade e a intensidade das imagens geradas pela televisão podem, às vezes, criar uma sensação de ficarmos esmagados, quase indiferentes, fazendo com que a função significante

da televisão possa ser descentrada e simplesmente ruir. Para ele, “...as pessoas realmente modelam comportamentos, estilos e atitudes pelas imagens da televisão e os anúncios por ela veiculados, de fato, desempenham certo papel na manipulação na demanda do consumidor.” (2001, p. 303)

Não podemos negar que a televisão integra a população numa espécie de ordem social, reforça os valores dominantes, oferecendo modelos de pensamento e comportamento. Segundo Dominique Wolton, “...a televisão é um fator de identidade cultural e de integração nacional, devido à dupla condição de ser uma televisão assistida por todas as classes sociais e de ser um espelho da identidade nacional.” (1996, p. 139). Programa símbolo da televisão aberta no Brasil, a telenovela consegue obter sucesso de audiência, desde seu surgimento até os dias de hoje, por ser uma forma de narrativa que além de se preocupar com a recepção, se alimenta dessa recepção e só existe enquanto satisfizer, em vários sentidos, essa recepção.

A telenovela brasileira tem seus antecedentes no folhetim do século XIX, nas radionovela latinas e na *soap opera* americana. Entretanto aqui, ela consegue expressar-se por si só e tem sua própria história. Para Renata Pallottini (1998), a telenovela herda do romance-folhetim uma de suas principais características: a redundância. No século XIX, ela foi usada na recapitulação da história para os leitores esquecidos ou de primeira viagem e, atualmente, a redundância é uma arma na disputa pela atenção do espectador.

Como uma narrativa audiovisual a telenovela se estrutura em capítulos que por sua vez são semelhantes a um conto. O clímax encontra-se, normalmente, no final de cada capítulo, induzindo o espectador a assistir no dia seguinte a continuação da trama. O gênero ficcional da telenovela é uma mediação com a nossa realidade, possibilitando um diálogo inserido em uma narrativa de momentos vividos pelo público, com a situação que os personagens vivem na trama.

Entendemos que o gênero é uma mediação entre o produtor (o texto) e o receptor. Quando se trabalha com gênero, estamos trabalhando com graus de repetições. É pela semelhança, pela repetição de determinadas características que se define o gênero. No caso da cultura de massa, o gênero é sempre um mecanismo de reconhecimento. Segundo Paul Ricoeur, “...uma estética de recepção não pode incluir o problema da comunicação sem incluir também o de referência. O que é comunicado é, em última instância, para além do sentido de uma obra, o mundo que ela projeta e que constitui seu horizonte.” (2010, p.132).

A telenovela tornou-se um objeto de estudo importante na observação de como ela influencia as pessoas e como se tornou um dos produtos de maior prestígio da comunicação de massa. A telenovela é capaz de interferir sobre comportamentos, valores, hábitos e até mesmo a linguagem do espectador. A narrativa da telenovela cria um mundo onde as pessoas participam da vida alheia. Mesmo vivendo dentro de nossas casas, temos a sensação de participar do mundo criado pela telenovela. O público é apresentado aos personagens, sabe de suas vidas e de seus problemas e a cada ação deles, o comentário sobre essa ação é discutido por uma grande parte da sociedade brasileira.

A partir do novo mapa das mediações proposto por Martín-Barbero (2003) vamos usar sua ideia de “matriz cultural” como lugar de pertencimento do melodrama. Ao fazer uma analogia entre o melodrama e a narração, ele afirma,

...A ideia de espetáculo total não se restringe no melodrama só ao nível da encenação, está também no plano de sua estrutura dramática. Tendo como eixo central quatro sentimentos básicos – medo, entusiasmo, dor e riso -, a eles correspondem quatro tipos de situações que são ao mesmo tempo sensações terríveis, excitantes, ternas e burlescas - personificadas ou “vivas” por quatro personagens – o Traidor o Justiceiro, a Vítima e o Bobo – que ao juntar-se realizam a mistura de quatro gêneros: romance de ação, epopeia, tragédia e comédia. Essa estrutura nos revela no melodrama uma tal pretensão de intensidade que só se pode alcançar a custa da complexidade. (2003, p.174/5)

Ao fazer uma derivação do cinema para a telenovela percebemos o quanto, ainda hoje, o folhetim eletrônico obtém sucesso de audiência ao reproduzir em sua narrativa temas que têm sua origem no melodrama.

Ao longo de sua obra *O ornamento da massa* (2009) , Kracauer passeia pelo romance e pelo drama mostrando como os dois gêneros são usados pelo cinema / telenovela com o intuito de preservar o status quo de cada espectador: sonha com o romance, sofre com o drama e no fim tudo continua como está. Ao possibilitar a experiência do sonho, da emoção, do sofrimento, a telenovela cumpre um papel social de “distrair” o homem / a mulher comum dos problemas do seu cotidiano. Não podemos esquecer que o melodrama, matriz cultural da telenovela, traz em sua maior parte, a questão moral bem resolvida: o amor será mais forte que o mal, que o dinheiro e no final todos serão felizes para sempre.

As cenas descritas em outro artigo do mesmo livro, *As pequenas balconistas vão ao cinema*, podem ainda hoje, representar a vida de uma parcela significativa da audiência da televisão no Brasil. Ao analisar o rádio, Kracauer traz questões que serão também pertinentes à televisão. Ao mostrar o uso do rádio nos ambientes privado e público, ele demonstra como esse meio, naquela época, e a televisão ainda hoje ocupa o lugar de um enunciador maior, um narrador que possibilita a criação de “laços sociais” (conceito desenvolvido por Dominique Wolton em seu livro *O elogio do grande público* - 1996). Laços esses que se estabelecem a partir do consumo de um conteúdo comum às pessoas de todas as classes sociais. No caso, cria-se a possibilidade real de conversa entre pessoas que não teriam assunto, não fosse o conteúdo veiculado pela mídia, pela televisão. Laços esses que criam a ilusão de estarem todos em um mesmo lugar.

Claro está que não estamos falando apenas no lugar geográfico, barreira essa quebrada há muito tempo pela televisão, mas essencialmente do lugar social. Muito da força e do poder da televisão advém de características intrínsecas ao meio. A possibilidade de atingir grandes audiências ainda hoje no Brasil, torna ainda mais importante a criação e a manutenção desses laços.

Devido à sua longa extensão ( em média tem a duração de oito meses) e as frequentes interrupções para a exibição de comerciais, a telenovela precisa de mecanismos de reiteração da narrativa para reassegurar o entendimento do espectador já cativo, mas que eventualmente tenha perdido algum capítulo e para fisgar o espectador não-cativo, seduzindo-o para o acompanhamento de uma trama com a qual não está familiarizado. Um dos principais mecanismos estratégicos e mercadológicos usados pelas emissoras de televisão é a mídia de chamadas da telenovela.

A micro-narrativa desenvolvida pela mídia de chamadas da telenovela, vive da tensão, dos conflitos exibidos pela trama do folhetim. Ao reiterar a narrativa da telenovela, ela cria a possibilidade de uma nova narrativa, diferente, que vive do conflito das tramas do início ao fim da exibição da telenovela. A narrativa da telenovela vai sendo resolvida, ou desenvolvida, ao longo dos capítulos. Ao contrário, a micro-narrativa produzida pela mídia de chamadas não se resolve nunca. Ela só existe enquanto lança luz aos conflitos da trama da telenovela. Ao reiterar estereótipos fica porém, apenas nos conflitos.

As chamadas da telenovela têm em média a duração de 30 segundos. No nosso dia a dia corrido, no qual desempenhamos vários e múltiplos papéis sociais, o

consumo massivo das chamadas, imposto pela veiculação da mídia, acaba permitindo o consumo, quase sem se dar conta (por parte das pessoas), dos temas desenvolvidos na narrativa original da telenovela.

Ao veicular massivamente, através da mídia de chamadas, os temas da telenovela, ousaríamos entender como de certa importância o papel desempenhado por essa micro-narrativa da construção do imaginário coletivo que é mobilizado por esses laços sociais.

A descoberta do livro *O ornamento da massa* e em especial do texto *O culto da distração* (pág. 343) de Kracauer, está sendo de fundamental importância para a construção de minha tese. Como meu objeto de estudo é a possibilidade de criação de uma micro-narrativa dos temas das telenovelas desenvolvida pela mídia de chamadas, as ideias apresentadas neste livro reforçam meu entendimento do poder dessa micro-narrativa no novo mapa das mediações na contemporaneidade.

## REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. *Arte Retórica e Arte Poética*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.

ADORNO, Theodor W. *A Indústria Cultural* In: COHN, Gabriel (org.) São Paulo: Ática, 1986.

ANDRADE, Roberta Manuela B, de. *O fascínio de Scherazade. Os usos sociais da telenovela*. São Paulo: Annablume Editora, 2003.

BALOGH, Ana Maria. *O Discurso Ficcional na TV*. São Paulo: Edusp, 2002.

BARBOSA, Marialva Carlos. *Percursos do olhar: Comunicação, Narrativa e Memória*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2007.

BARTHES, Roland. *O rumor da língua*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

\_\_\_\_\_. *Introdução à análise da narrativa*. Petrópolis: Vozes, 1971.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* In: *Obras escolhidas I: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

- \_\_\_\_\_. *O narrador*. In: *Obras escolhidas I: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- \_\_\_\_\_. *Illuminations*. New York: Schockenbooks, 2007.
- BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, 2002.
- BROOKS, Peter. *The Melodramatic Imagination. - Balzac, Henry James, melodrama and the mode of excess*. Yale University Press, 1995.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de Massa sem Massa*. São Paulo: Summus Editorial, 1986.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede (a era da informação: economia, sociedade e cultura)*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DIZARD, Wilson. *A Nova Mídia: a comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- \_\_\_\_\_. *As formas do conteúdo*. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- FERNANDES, Ismael. *Memórias da Telenovela Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- FERRÈS, Joan. *Televisão subliminar – socializando através de comunicações despercebidas*. Porto Alegre: Artmed, 1998.
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- HAMBURGER, Ester. *O Brasil antenado. A sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- JAMESON, Fredric. *Pós-Modernismo*. São Paulo: Ática, 1997.
- KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia*. Bauru, SP: EDUSC, 2001
- KRACAUER, Siegfried. *O ornamento da massa*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo; BORELLI, Sílvia Helena Simões; RESENDE e Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

- MACHADO, Arlindo. *A Televisão Levada a Sério*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- MARTIN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: SENAC, 2004.
- MATTELART, Armand e Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.
- MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira – uma visão econômica, social e política*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MORAES, Denis. *O Planeta Mídia*. Campo Grande: Letra Livre, 1998.
- \_\_\_\_\_. (Org.) *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massa no Século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.
- ORTIZ, Renato. *Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena S.; RAMOS, José Mario O. *Telenovela: História e Produção*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- PALLOTTINI, Renata. *Dramaturgia de Televisão*. São Paulo: Moderna, 1998.
- RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa. 1 – A intriga e a narrativa histórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Tempo e Narrativa. 2 – A configuração do tempo na narrativa de ficção*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Tempo e Narrativa. 3 – O tempo narrado*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- SFEZ, Lucien. *Crítica da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.
- SOUZA, José Carlos Aronchi de. *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo: Summus, 2004.
- TARDE, Gabriel. *A Opinião e as Massas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- WOLTON, Dominique. *O Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.