

Telenovelas e representações sociais

Em estudo de caso sobre "Mulheres Apaixonadas"

Joseana Burguez Tonon
Universidade Estadual Paulista
Faculdade de Arquitectura, Artes e Comunicação

Índice

1	Introdução	2
2	Tema	4
3	Objectivo	5
3.1	Objectivo Geral	5
3.2	Objetivos Específicos	5
4	Uma introdução aos estudos culturais	5
5	A vertente latino americana das mediações	8
6	A telenovela como expressão cultural	12
7	Mulheres apaixonadas: um estudo caso	18
8	Considerações finais	29
9	Referências	31

Monografia apresentada à disciplina Mídia, Cultura e Sociedade do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Área de Concentração em Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP/Campus de Bauru, sob a responsabilidade do docente Prof. Dr. Cláudio Bertolli Filho.

1 Introdução

Essa monografia estudará as questões sobre representações sociais das identidades dos personagens construídas e as narrativas abordadas em “Mulheres Apaixonadas”, novela do autor Manuel Carlos, exibida no horário nobre da grade de programação da Rede Globo de Televisão, com a finalidade de proporcionar um estudo acerca do referencial teórico utilizado na dissertação de mestrado que tem como objetivo compreender a dinâmica de influência da telenovela no processo de mediação da recepção enfocando as práticas sociais e culturais presentes no cotidiano do universo do receptor masculino.

Nesse sentido, o referencial teórico norteador dessa pesquisa será os Estudos Culturais e o estudo latino-americano das mediações, o qual passa a ver a mediação como um momento privilegiado da recepção e produção de sentido, firmando que “mais do que de meios, a comunicação é hoje, questão de mediações, isto é, de cultura”. (BARBERO, 1997, p. 19).

A estrutura do trabalho será construída em seis momentos distintos: o primeiro momento enfocará o tema desse trabalho; o segundo apresentará os objetivos da proposta dessa monografia; o terceiro apresentará um breve histórico dos Estudos Culturais trazendo informações sobre os objetos de estudo desde sua fase inicial a atual, passando pelo amadurecimento da teoria e as atuais pesquisas desenvolvidas na área de influência e de recepção.

Num quarto momento, o trabalho abordará a moderna tradição latino americana dos estudos de recepção, utilizando, especi-

almente, os conceitos dos usos sociais da mídia, proposto pelo estudo das mediações de Jesús Martín Barbero, analisando as questões sobre a negociação de sentidos simbólicos, hegemonia e práticas sócio-culturais, inseridos no cotidiano das culturas populares.

No quinto momento, o trabalho enfocará o estudo da telenovela no Brasil utilizando os conceitos e teorias abordadas no quarto e no quinto momento, fundamentando teoricamente a proposta dessa monografia e, conseqüentemente, da dissertação de mestrado acima citada.

Enfim, o sexto abordará a metodologia utilizada para alcançar os resultados em termos dos objetivos pretendidos nessa monografia, utilizando “Mulheres Apaixonadas” como um estudo de caso para a compreensão das representações sociais e da identidade nacional que a novela proporciona ao brasileiro de uma maneira geral.

A opção por desenvolver esse estudo sobre os Estudos Culturais, passando pelos estudos das Mediações para analisar a telenovela brasileira justifica-se pelo motivo que esse gênero ficcional é expressão autêntica da cultura popular brasileira que atinge as mais variadas classes sociais do país, desde a classe considerada “baixa” até a classe privilegiada, integrando a nação em torno de um bem cultural nacionalmente consumido e compartilhado, num jogo hegemônico de disputa pela posição e pelo poder entre as classes e, conseqüentemente, pelas culturas populares e dominantes.

As práticas culturais são desenvolvidas cotidianamente pelos indivíduos ou grupo social e que, portanto, devem ser considerados no processo de mediação da recepção dos conteúdos transmitidos pelos meios de comunicação.

Dessa forma, os Estudos Culturais analisam a comunicação como uma questão de cultura e, nesse sentido, as mediações são uma proposta de análise da comunicação também como uma questão de cultura, aplicadas ao enfoque principalmente dos usos sociais que a população dos países da América Latina fazem dos

meios de comunicação de massa. Conforme afirma Martín Barbero (1997), a cultura popular nesses países deve ser vista como uma camada espessa de crenças, valores e tradições muito ricas.

2 Tema

O tema geral dessa monografia está relacionado às questões de representação social e de identidade. Dentro desse contexto, pretende-se discutir a identidade cultural e a identidade nacional, com a finalidade de compreender a dinâmica de influência exercida pela representação social de temáticas e de identidades das personagens femininas construídas pelo autor da novela “Mulheres Apaixonadas” (exibida no horário das 21:00 horas pela Rede Globo de Televisão e de autoria de Manuel Carlos), no processo de mediação da recepção do universo feminino e masculino.

Pretende-se discutir ainda, a mediação que o receptor da telenovela realiza entre o mundo vivido e experimentado por ele e o mundo que é representado na telenovela para estudar qual a implicação da representação social dos temas abordados e das identidades femininas construídas na novela de Manuel Carlos para a sociedade de uma maneira geral.

Sociedade essa que não quer mais a simples exposição caricaturizada de sua realidade, mas sim, quer se ver reconhecida diante do cotidiano ficcional apresentado pela telenovela. Mais que uma questão de representação social, cujo significado está atrelado à imagem construída e a esteriótipos, o telespectador deseja que a realidade nacional, os conflitos familiares, as angústias, as alegrias e as expectativas pessoais da pelos quais os brasileiros vivenciam em seus cotidianos “reais” sejam problematizados, proporcionando a identificação, ou seja, o reconhecimento necessário para que esse telespectador legitime uma produção midiática como é o caso da telenovela, que é considerado “ao mesmo tempo tão próximo e tão irreal ao cotidiano de cada um”. (MARTÍN BARBERO; MUÑOZ, 1992)

3 Objectivo

3.1 Objectivo Geral

Compreender como ocorre o processo de mediação da recepção entre os telespectadores e as representações sociais das identidades femininas construídas e as narrativas abordadas na telenovela “Mulheres Apaixonadas” de Manuel Carlos, comparando o universo de recepção feminino e masculino.

3.2 Objectivos Específicos

- perceber como se estabelece a dinâmica de influência exercida pela mediação entre os telespectadores e a novela “Mulheres Apaixonadas” refletidas no desenrolar da trama e nas práticas sociais e culturais cotidianas dos receptores;
- estudar quais são as implicações que os temas abordados e as identidades femininas construídas por Manuel Carlos em “Mulheres Apaixonadas” provocam na sociedade;
- analisar as diferenças no processo de mediação da recepção da telenovela “Mulheres Apaixonadas” do universo de recepção feminino em relação ao masculino.

4 Uma introdução aos estudos culturais

Os Estudos Culturais têm seu nascimento na Inglaterra no final dos anos 50, onde três obras serviram de fundamentação para essa teoria. *The uses of literacy* (1957), de Richard Hoggart, *Culture and Society* (1958), de Raymond Williams e *The making of the English working-class* (1963) de E.P. Thompson. O principal eixo de pesquisa destas obras se situa nas relações entre a cultura contemporânea e a sociedade em suas formas culturais – instituições e práticas culturais – e suas relações com a sociedade e as mudanças sociais.

À partir de 1969, Stuart Hall assume a direção do Centro Contemporâneo de Estudos Culturais (CCCS) e inicia uma série de estudos etnográficos, de análises dos meios massivos e de investigações de práticas de resistências dentro de subculturas, contribuindo bastante para o desenvolvimento das pesquisas dos Estudos Culturais.

Toma-se por partida a atenção sobre as estruturas sociais (de poder) e a importância do contexto histórico como fatores essenciais para a compreensão dos meios massivos, deslocando-se o sentido de cultura da sua tradição elitista para as práticas do cotidiano.

A essa formulação nova de conceito de cultura, Hall (1980, p. 27) define:

Falando de forma ampla, dois passos estavam aqui envolvidos. Em primeiro lugar, o movimento (para dar-lhes especificação bem sintética) em direção a uma definição “antropológica” de cultura – como prática cultural; em segundo lugar, o movimento em direção a uma definição mais histórica de prática cultural – questionando o significado antropológico e sua universalidade por meio dos conceitos de formação social, poder cultural, dominação e regulação, resistência e luta. Esses movimentos, descentrando seu status supostamente privilegiado – apenas um tipo de dados, entre outros.

Os Estudos Culturais não dizem respeito apenas ao estudo da cultura, mas também a relação de dependência da análise da cultura vinculada ao estudo das “realidades sociais concretas dentro das quais existem e a partir das quais se manifestam” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 158), para a compreensão de questões como a influência dos *mass media* e a recepção.

No final dos anos 60, a temática da recepção e a densidade dos consumos midiáticos acentuam-se como reflexões no Centro dos

Estudos Culturais. No texto “Encoding and decoding in television discourse” (1973), Stuart Hall define uma pluralidade (que é socialmente determinada) das modalidades de recepção dos programas televisivos.

Coloca-se em cena três posições hipotéticas de interpretação das mensagens: uma “dominante” ou “preferencial”, onde o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências da sua construção; uma “negociada”, em que o sentido da mensagem entra em negociação com as condições particulares dos receptores e, por fim, a de “oposição”, quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem, mas a interpreta segundo uma estrutura de referência alternativa.

Sobre a intermediação entre cultura hegemônica e cultura popular descrita acima, Escosteguy (1998, p. 149) conclui:

Elas não são vistas como exteriores entre si, mas comportando cruzamentos, transações, intersecções. Em determinados momentos, a cultura popular resiste e impugna a cultura hegemônica; em outros, reproduz a concepção de mundo e de vida das classes hegemônicas.

Se fosse possível dividir os Estudos Culturais enquanto movimento em três fases distintas, elas seriam: uma fase embrionária, iniciada com os textos precursores citados; a segunda iniciando-se com a constituição do Centro de Birmingham (especialmente sob a direção de Stuart Hall) até a produção do final dos anos 70 – fase esta que poderia ser chamada de consolidação dos Estudos Culturais e, finalmente, a terceira, que compreende meados dos anos 80 até os dias atuais, podendo ser chamada de internacionalização, visando compreender o papel dos meios de comunicação de massa na constituição de identidades.

No capítulo abaixo, será analisado como os Estudos Culturais contribuíram e influenciaram a construção da vertente latino americana dos estudos de recepção, baseados principalmente, nas

propostas teóricas de Jesús Martín Barbero sobre as mediações, o cotidiano das práticas culturais e as culturas populares.

5 A vertente latino americana das mediações

Ao utilizar os Estudos Culturais como referencial teórico norteador, estuda-se a comunicação e a sociedade e suas relações com a cultura e, esta por sua vez, se torna suporte para compreender e analisar o processo de mediação da recepção enfocando as práticas sociais e culturais presentes no cotidiano do receptor. Falamos em processo porque a recepção não é apenas um momento, mas ela acontece antes, durante e depois da exposição do sujeito ao conteúdo simbólico transmitido a ele por meio dos meios de comunicação de massa.

De acordo com Martín Barbero (1997), a recepção é mediada por práticas cotidianas que estão inseridas no contexto social e cultural do sujeito receptor e são essas práticas que irão constantemente estar presentes e interferir nas interpretações que os receptores fazem de um conteúdo midiático. O processo de recepção é singular para receptor, pois está sujeito a sua vivência particular e grupal.

Dessa forma, pode-se analisar o processo de recepção não apenas como um fator comunicacional e descontextualizando, mas ir além, enxergando que todo o processo de recepção está inserido num contexto mais amplo que é o tecido cultural o qual pertence a sociedade.

Para Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 15):

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

Nesse momento do trabalho, torna-se necessário explicitar o conceito de mediação, que é aqui entendido, conforme Martín-Barbero (1997, p. 26), “como a interação entre os espaços de produção e de recepção” presentes nos produtos da cultura popular e de massa e, dentro dessa perspectiva, analisar como essa interação “responde às exigências da trama cultural e os modos de ver sociais e culturais que os telespectadores fazem em relação a esses tipos de gêneros ficcionais”.

O telespectador não mais será considerado sujeito passivo e vazio, ele agora toma um novo posicionamento social, atuando como sujeito receptor ativo no processo de comunicação, interagindo na vida social e cultural das sociedades contemporâneas. Folgolari (2001, p. 37) expressa bem essa idéia:

As práticas culturais construídas pelos meios e pelos sujeitos sociais são estruturadas a partir de processos mediadores em que esses meios motivam, sustentam e intercambiam o fazer cultural que é sempre dinâmico e, por isso, escapam de concepções estanques ou deterministas. Em sendo dinâmico, esse processo não se efetua de forma mecânica, mas negociada e adaptando-se às sugestões dos receptores, às suas perspectivas, angústias, cobranças, concordância, englobando e integrando a todos no processo cultural alicerçado em um sistema simbólico.

Diante do posicionamento ativo do sujeito receptor, “a comunicação, inserida nos contextos de mudanças das estruturas sociais e culturais, começou a ser percebida como um processo de troca social, entendida não só com relação aos meios”¹, mas também com relação às práticas sociais e culturais que interagem a

¹ MALCHER, Maria Ataíde. *A legitimação da telenovela e o gerenciamento de sua memória: o núcleo de pesquisa de telenovela da ECA-USP*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). ECA-USP: São Paulo, 2001, 48.

todo o momento com os elementos do processo de comunicação e com a sociedade para a formação das culturas.

Os receptores negociam a mensagem, o sentido e os significados simbólicos presentes nos bens culturais que lhes são transmitidos, interpretando-os de acordo com seu modo de vida, sua identidade cultural e seu contexto social e, é dessa maneira, que a comunicação deve ser pensada: como negociação de sentidos e posições e não como ideologia imposta pelas culturas dominantes em oposição às culturas populares.

Há elementos das duas culturas que se intercambiam constantemente na luta cotidiana pelo “poder simbólico”, “que tem a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas” (BOURDIEU, apud THOMPSON, 1998, p. 24).

Martín Barbero (apud SOUZA, 2000, p. 80) vai dizer que “a ideologia dá lugar ao conceito gramsciano do pensar hegemônico – negociado-mediado valorizando as mediações em detrimento das determinações sociais” .

Assim, a negociação dos conteúdos simbólicos transmitidos pelos meios de comunicação ocorre num ambiente de constantes transformações sociais e culturais pelas quais passam um indivíduo e a sociedade de uma maneira geral. Folgolari (2001, p. 50) entende que “o processo de negociação é conflitivo, justamente porque é permeado por valores em oposição, critérios e ambições de vida desiguais”.

Para Martín Barbero (2000, p. 31), é imprescindível o conhecimento das demandas sociais e culturais de uma sociedade para aprofundar o estudo sobre os meios de comunicação, seus efeitos, influências e usos sociais que deles são feitos pelos receptores. Para ele:

É impossível saber o que a televisão faz com as pessoas se desconhecemos as demandas sociais e culturais que as pessoas fazem à televisão. Demandas

que põem em jogo o contínuo desfazer-se e refazer-se das identidades coletivas e dos modos como elas se alimentam de e se projetam sobre as representações da vida social que a televisão oferece.

A partir da contextualização da sociedade de uma maneira geral e do indivíduo em particular, pode-se estudar a “recepção, que é parte tanto de processos subjetivos quanto objetivos, de processos micro, controlados pelo sujeito, e macro, relativos a estruturas sociais e relações de poder que fogem ao seu controle” (LOPES, BORELLI e RESENDE, 2002, p. 14)

Para que a contextualização ocorra, não se pode esquecer de observar o cotidiano, que constitui-se, portanto, o lócus da investigação dos Estudos Culturais e, também, da Mediação, pois é nesse espaço que as esferas *micro e macro* serão intercambiadas, trocadas, integradas, feitas e desfeitas pelo dinâmico processo hegemônico de negociação de sentidos e significados simbólicos do receptor. No cotidiano, as ações desenvolvidas pelos atores sociais ganham sentido, conforme afirma Martín Barbero (apud LOPES, BORELLI E RESENDE, 2002, p. 14).

São nas práticas cotidianas que estão a chave para a recepção – elas são a arena onde o conflito e o consenso se estabelecem, onde os embates políticos são produzidos. O cotidiano não é insignificante, despolitizado, tampouco insuficiente para se compreender a dinâmica da sociedade. Assim, o processo de recepção não é linear e direto, não está arraigado num sujeito homogêneo, mas está impregnado pelo mundo das mediações que o sustenta, pela pluralidade de condições que o situam. Dessa forma, a recepção também não se dá na relação indivíduo e TV, mas na relação indivíduo, práticas culturais e tv. É nesse espaço que a mediação se estabelece, visto que falar em recepção só tem sentido se ela acenar para as práticas

cotidianas, visto que o sujeito se constrói num processo cultural onde a identidade é a sua marca contextual, num movimento permanente.

Ponto importante a ser abordado no próximo capítulo refere-se ao estudo da telenovela como expressão da cultura nacional brasileira, fazendo um resgate histórico de sua fase de implantação, atingindo a fase de consolidação e legitimação desse gênero ficcional por meio de um elevado padrão de qualidade que destaca as produções de telenovelas da Rede Globo de Televisão.

6 A telenovela como expressão cultural

Programa de maior audiência na América Latina e um dos principais produtos da cultura popular e de massa da televisão brasileira, a telenovela pertence a um universo de significação, intervenção, discussão e introdução de hábitos e valores, que influencia e é influenciada pelos receptores, os quais participam ativamente no processo de recepção, questionando e discutindo os assuntos apresentados pela telenovela ao longo da exibição de seus capítulos e, muitas vezes, interferindo na trama e no percurso de determinadas personagens presentes na telenovela.

Lopes (1997, p. 160) afirma que:

As telenovelas são os programas de maior audiência em toda a América Latina e sua importância cultural e política cresce continuamente porque deixam de ser apenas programas de lazer, e se tornam um espaço cultural de intervenção para a discussão e a introdução de hábitos e valores. O estudo da telenovela permite aprofundar os conhecimentos das relações entre as dimensões da cultura, da comunicação e do poder.

A dinâmica de influência se estabelece por meio de negociações de sentidos e significados simbólicos presentes no desenrolar

da trama ficcional mediados pelos contextos e pelas práticas social e cultural vividas no cotidiano de produtores e de receptores da telenovela. A recepção da telenovela deve ser vista como parte da experiência cultural das pessoas.

Para Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 12-13):

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

Dentro dessa perspectiva, a telenovela é uma autêntica produção midiática da cultura popular latina-americana, mas, de acordo Ortiz, Borelli e Ramos (1991, p. 54), no seu início, era “percebida por produtores, financiadores, atores e diretores como um gênero menor. A telenovela chega ao início dos anos 60 marcada pelo desprestígio, mas também com uma certa presença, pois consegue atravessar mais de uma década no vídeo”:

Atualmente, a telenovela é considerada como um dos principais produtos da Indústria Cultural e uma das principais fontes de renda das emissoras de televisão que se especializaram em produzir esse tipo de produto, como por exemplo, a Rede Globo de Televisão no Brasil. A especialização da Rede Globo decorre de benefícios proporcionados pelo governo militar e pelo acordo Time-Life, conforme elucida Ortiz, Borelli e Ramos (1991, p. 76):

(...) A TV Globo colhe os benefícios da nova fase do capitalismo brasileiro, promovido pelo governo militar, utilizando o moderno sistema de comunicação na formação de sua rede e aproveitando

ao máximo os benefícios do acordo Time-Life. (...) Aliada a esta modernização tecnológica, a Globo irá criar as bases para uma perfeita produção de cultura industrializada, unindo planejamento e estrutura organizacional vertical e centralizada. A emissora incorpora, como nenhuma outra, a necessidade de montar uma Indústria Cultural à nova faze de desenvolvimento.

Focado no estudo das telenovelas brasileiras, veiculadas pela Rede Globo de Televisão, algumas informações se tornam necessárias para evidenciar a afirmação acima e discorrer sobre a proposta do tema dessa monografia.

Ortiz, Borelli e Ramos (1991, p. 120) relatam que para garantir esse sucesso, a telenovela produzida pelo padrão de qualidade Globo, somente ganhará destaque se:

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

A telenovela da Rede Globo de Televisão provou ser uma fórmula economicamente rentável e viável, pois mantém o público atento e interessado em cenas e capítulos que ainda serão apresentados ao longo de meses de exibição.

O investimento total em cada novela é elevado, mas as propagandas e merchandising veiculadas nos intervalos da produção e, mesmo durante a exibição da novela, além da exportação dessas produções garantem o retorno do investimento, “sem contar que há um barateamento dos custos que são diluídos em vários capítulos”² e, nesse sentido, a emissora, obedecendo à “receita”

² ORTIZ, Renato, BORELLI, Silvia e RAMOS, José Mario Ortiz. A telenovela: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1991, p. 112

acima “percebeu que a telenovela é parte de todo um universo de significações, gostos, valores e do cotidiano das pessoas” (LEAL, 1986, 25).

Nesse contexto, a escolha por telenovelas da Rede Globo de Televisão, deve-se ao fato que esta é uma produção originariamente brasileira realizada com alta tecnologia e um elevado padrão de qualidade em termos de produção técnica, recursos materiais e humanos, atingindo altos índices de audiência, pois no horário nobre, das 20:00 horas, a maioria da população brasileira se encontra em casa. Uma grande maioria dela, com os aparelhos televisores ligados e, dessa porcentagem, uma fatia considerável assistindo à telenovela.

De acordo com Dominique Wolton (1998, p. 157), “a televisão é um fator de identidade cultural e de integração social, devido à dupla condição de ser uma televisão assistida por todas as classes sociais e de ser um espelho da identidade nacional”.

Programas de televisão, nesse caso em especial, a telenovela, somente consegue obter sucesso se privilegiar temáticas e narrativas relacionadas ao cotidiano de seus telespectadores, estimulando, portanto, *as projeções-identificações* do público frente ao universo de representação presente na novela, que é realizada por meio da mediação entre o mundo vivido e o mundo representado.

Morin (1997, p. 101 e 107) explica que:

A projeção-identificação intervém em todas as relações humanas, desde que estas sejam coloridas de afetividade. (...) E por isso o imaginário se acha comprometido como tecido cotidiano de nossas vidas. (...) Os olímpianos, por meio de sua dupla natureza, divina e humana, efetuam a circulação permanente de projeção-identificação. Eles realizam os fantasmas que os mortais não podem realizar, mas chamam os mortais para realizar o imaginário.

Desenvolve-se então, um contrato de leitura entre aquele que produz novelas (autor, diretor, elenco) e aqueles que as assistem

(os receptores), os quais, embora desconheçam as regras de produção e as tecnologias empregadas para a realização de uma novela, conhecem as construções arquetípicas, o estilo, a linguagem e a construção estética apresentadas

Além do contrato de leitura, outro ponto importante a ser considerado na recepção da telenovela pelo conjunto de telespectadores refere-se ao repertório compartilhado. Conforme Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 368):

O uso da telenovela depende da dimensão simbólica configurada por cada grupo e cada sujeito, as lógicas dos usos superam os limites de classe social e respondem a demandas próprias do universo psíquico, do gênero, da geração e do perfil ideológico. Entretanto, independentemente do sentido construído por cada grupo ou pessoa, observamos um repertório compartilhado, uma espécie de agenda de temas comuns considerados importantes para todas as famílias. A telenovela coloca modelos de comportamentos por meio das personagens que apresenta, e tais personagens servem para o debate, a interpretação, a crítica, a projeção ou a rejeição dos públicos.

Importante observar na citação acima que o repertório comum existe independentemente do entendimento e da negociação de sentidos que cada receptor, ou ainda, cada grupo social fará do processo de mediação da recepção da telenovela. A maneira com que cada sujeito recebe e reelabora os significados, os sentidos e os conteúdos simbólicos culturais está atrelada as suas experiências reais obtidas dentro de uma cultura e comunidade específicas, única e singular.

Portanto, a telenovela deve ter a capacidade promover um contrato de leitura que envolva seus telespectadores de forma crítica, mas emocional, não podendo desprezar os aspectos tradicionais do folhetim, mas sempre se modernizando quando à abordagem

de temáticas inovadoras e polêmicas e a utilização de modernas tecnologias de produção dos tempos atuais.

Adicionar a isso, elementos de identificação e de representação nos quais os receptores poderão participar como protagonistas das histórias, transitando, opinando e interferindo no desenrolar da trama, numa catarse diária de emoções, instintos e impulsos, proporcionando-lhes alívio momentâneo para novamente enfrentar o cotidiano no dia seguinte.

Finalizando, Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 186) utilizam Wiliams para melhor definir a função da televisão e, portanto, também da telenovela:

A televisão aparece como uma forma natural de perceber o mundo, ela é parte da história da cultura, enfim, da dinâmica da sociedade na qual está inserida. (...). Raymond Williams afirma que o sistema de programação televisual funciona como um complexo de significação através do qual a sociedade se faz representar. Esse sistema, formado a partir da fusão do conjunto de textos individuais envolve vivências cotidianas e histórias de vida reinterpretadas que, por sua vez, vão gerar novos contextos. No conjunto das experiências culturais ao qual se refere Williams, explicita-se a capacidade humana de perceber e sentir o mundo à sua volta, de fazer valer seu modo próprio de interpretar e articular suas experiências a outras, de formular e integrar-se a sua história, a de sua cultura e outros contextos.

O próximo capítulo abordará como ocorre a identificação e o reconhecimento do receptor diante da telenovela ao explicitar os conceitos que dizem respeito a compreensão das questões sobre representações sociais e identidade nacional, inserindo a produção midiática telenovela na análise do processo de mediação da recepção e da dinâmica de influência exercida entre emissores e

telespectadores, compreendendo assim, as implicações que os temas presentes na telenovela geram para a sociedade.

7 Mulheres apaixonadas: um estudo caso

Ao analisar o processo de mediação da recepção, toma-se a telenovela “Mulheres Apaixonadas” de Manuel Carlos como um estudo de caso para discutir a questão da dinâmica de influência que é exercida entre emissores e telespectadores desse gênero ficcional, além de buscar compreender as implicações das representações sociais das identidades femininas construídas e as narrativas abordadas na novela de Manuel Carlos.

Ponto importante dessa pesquisa reside no entendimento da maneira com que essas representações e temáticas abordadas na novela são mediadas pelos telespectadores do universo feminino e do universo masculino, pois acredita-se que o processo de recepção entre homens e mulheres não é semelhante devido à questão de gêneros, modelos e valores instituídos pela cultura de uma sociedade, alterando, portanto, os modos de ver e de negociar os sentidos de um produto midiático em cada grupo.

Os estudos de recepção na América Latina estão adotando a categoria de gênero para indicar uma distinção sexual entre feminino e masculino, isto é, como uma variável sócio-demográfica. "Afirma-se que, se a distinção de gênero é universal, as categorias de gênero são sempre culturalmente determinadas. Seu uso designa, ou deveria fazê-lo, a dimensão inerente de uma escolha cultural e de conteúdo relacional"(HEILBORN, 1992, p. 41 apud ESCOSTEGUY, 2002³).

³ Artigo retirado do site disponível em: www.uff.br/mesti, revista ciberlegenda, nº 07, 2002, sob o título: Os estudos de recepção e as relações de gênero: algumas anotações provisórias.

Ao abordar a recepção em telenovela, logo se pensa em audiência feminina para desenvolver estudos, os quais não podem deixar de analisar o papel social da mulher desempenhado nos últimos tempos. Nesse caso, o ambiente de investigação recai principalmente no espaço doméstico e no espaço da família, pois a mulher exerce fortes influências na audiência e na recepção de produções midiáticas como é o caso da telenovela. Os demais membros da família vêm a mulher, a mãe, ou a dona-de-casa, como um filtro que analisa e legitima uma produção midiática, portanto ela é considerada um elemento de mediação da recepção dentro do espaço doméstico.

Mas, será que a opinião de que novela é considerada “coisa de mulher” continua valendo na atualidade? Qual o espaço ocupado pelos homens em relação ao processo de audiência e recepção de uma telenovela? Quais as diferenças presentes entre os gêneros no processo de mediação da recepção da telenovela? É necessário conhecer o universo cultural e social da mulher e do homem, revelando o contexto no qual recebem as mensagens midiáticas e quais os usos que fazem dessas narrativas dentro de sua vida cotidiana para conseguirmos responder a tais indagações.

Portanto para estudar, analisar e compreender os objetivos dessa monografia, o procedimento metodológico utilizado será o estudo de caso da novela “Mulheres Apaixonadas” exibida atualmente pela Rede Globo de Televisão, no horário nobre da programação da emissora e escrita pelo autor Manuel Carlos. A pesquisa será do tipo qualitativa, usando como técnicas de pesquisa a análise de conteúdo da Reportagem Especial de Capa da Revista Veja, edição do dia 9 de julho de 2003, de autoria de Ricardo Valadares, sob o título: “Mulheres Apaixonantes e Apaixonadas”; a entrevista com o autor da novela dada a jornalista Silvia Rogar, também nessa edição da Revista Veja, sob o título: “Escrevo sobre o que conheço”, além da aplicação de uma entrevista em profundidade com um receptor, idade 58 anos, casado, empresário, classe média e uma mulher de 54 anos, casada, professora, classe média, ambos da cidade de Americana, estado de São Paulo. Foi

realizada também uma pesquisa bibliográfica em torno do referencial teórico sobre as representações sociais, as identidades culturais e a identidade nacional.

Iniciando a última etapa dessa monografia que tem como finalidade de compreender a dinâmica de influência exercida pela representação social de temáticas e de identidades das personagens femininas construídas pelo autor da novela “Mulheres Apaixonadas” (exibida no horário das 21:00 horas pela Rede Globo de Televisão e de autoria de Manuel Carlos), no processo de mediação da recepção do universo feminino e masculino, acredito ser necessário definir alguns conceitos que serão aqui usados com frequência.

O primeiro deles se trata do conceito de representação social, entendido por Moscovici (apud LIMA, 2001) como “categorias de pensamento através das quais determinada sociedade elabora, expressa, explica, justifica ou questiona a sua realidade”. Para outra autora, representação social “é uma forma de conhecimento socialmente elaborada e partilhada em que o objetivo final é a construção de uma realidade comum” (JODELET, apud LIMA, 2001)⁴, permitindo assim, a identificação do grupo.

Por meio da representação social, a sociedade constrói práticas de significação da realidade e se movem em função delas. Nesse sentido, a telenovela oferece uma gama de significados que são negociados, interpretados e reelaborados pelos telespectadores durante o processo de mediação da recepção. A recepção da telenovela se estende às conversações cotidianas que os telespectadores mantêm entre os membros de uma comunidade, promovendo a circulação dos sentidos e significados presentes na novela que geram, conseqüentemente, debates e discussões sobre temas salustares em diversas áreas.

Dessa forma, a telenovela também exerce sua responsabili-

⁴ Artigo retirado pela internet, disponível em: www.bocc.ubi.pt em 22/07/2003 sob o título: Representações em Imagens Equilaventes. Dissertação de mestrado (Ciências de Comunicação) da Universidade Federal de Pernambuco em 2001.

dade social, proporcionando aprendizado e informação ao telespectador ao abordar questões sociais, problemas familiares, catalizando uma discussão nacional e participando da construção da representação de uma sociedade. “A novela é de certa forma a caixa de ressonância de um debate público que a ultrapassa” (ORTIZ, BORELLI E RAMOS, 1991, p. 111).

As conversações cotidianas e a circulação de significados simbólicos entre os membros de uma comunidade justificam a popularidade que determinadas novelas, personagens ou até mesmo os temas presentes e abordados pelos autores das novelas possuem para a sociedade, influenciando o comportamento dos receptores e pautando os debates sobre questões sociais, culturais, políticas, econômicas ou de intimidade dos brasileiros.

Ortiz, Borelli e Ramos (1991) dirão que um programa veiculado pelos meios de comunicação de massa somente se tornará legítimo se esse tiver a capacidade de exibir seu público em suas particularidades, detalhes e situações reais enfrentadas por eles no cotidiano de suas experiências, respondendo as suas necessidades, expectativas e gostos.

Para o autor de “Mulheres Apaixonadas”, a novela tem que criar polêmica, “é o que faz a novela ultrapassar seu horário de exibição, transbordando para o dia seguinte, com comentários nas ruas”. Lima (2001) afirma que:

As representações são formadas quando as pessoas encontram-se para falar, argumentar, discutir o cotidiano, ou quando as pessoas estão expostas às instituições, aos meios de comunicação, aos mitos e à herança histórico cultural de suas sociedades. Por isso é importante que os indivíduos entendam e encontrem o seu lugar na sociedade através de uma identidade social.

Diante das mudanças sociais, culturais, econômicas, políticas, históricas pelas quais tem-se passado na modernidade, vê-se também, uma modificação nas formas de representação social

e, dentro desse contexto, a representação de identidades dos personagens da telenovela e de temáticas abordadas devem estar de acordo com as posições que os indivíduos assumiram na atualidade, como por exemplo, a fragilidade do homem em contraposição à liberdade e a conquista do mercado de trabalho pela mulher, proporcionado a eles a identificação imediata com o universo de representação do personagem da novela.

Essas questões estão diretamente relacionadas à identidade. Não à identidade particular ou individual, mas à identidade nacional que um produto cultural midiático como a telenovela tem a capacidade de oferecer aos brasileiros.

Para Hall (2001, p. 22):

a identidade é formada na “interação” entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem.

A catarse e a descarga emocional que os telespectadores de telenovela descarregam diariamente estão intimamente relacionadas à dinâmica do momento vivido na história do país e às pressões por eles experimentadas em seus cotidianos de práticas sociais e culturais. Por meio dessas duas características presentes nas novelas que o público receptor elabora sua compreensão da realidade e, a partir delas, constrói e reconstrói sua identidade para enfrentar o dia seguinte das pressões existentes no mundo vivido.

O brasileiro se reconhece na televisão e na telenovela, portanto, legitima esse tipo de produção midiática, como já foi comentado acima e esse fato ocorre porque a modernização da nação ocorreu juntamente com a implantação de uma rede de televisão que unia o Brasil de Norte a Sul, de Leste a Oeste, como é o caso da Rede Globo de Televisão. “A história da televisão no Brasil participa da história da integração nacional, pois será considerada

agente unificador da sociedade brasileira (ORTIZ, BORELLI E RAMOS, 1991, p. 36).

Portanto, é assim que a televisão se vincula no contexto social e cultural do brasileiro, participando ativamente no processo de construção de sua identidade individual, mas, além disso, também de sua identidade social, já que o indivíduo está inserido numa comunidade. Cucho (1999, p. 177) complementa esse texto dizendo que:

Todo o grupo é dotado de uma identidade que corresponde à sua definição social, que permite situá-lo no conjunto social. A construção da identidade se faz no interior de contextos sociais que determinam a posição dos agentes e por isso mesmo orientam suas representações e escolhas.

No entanto, o processo de construção da identidade não é rígido. Ao contrário, é flexível, pois está sujeito às variações, reformulações e manipulações, assim como são flexíveis e dinâmicos a experiência cotidiana e o próprio processo de formação e transformação cultural, social, histórico, político e econômico, por exemplo.

As mudanças são resultados das interações sociais. Os indivíduos interagem constantemente com o ambiente e com a comunidade nos quais estão inseridos, sujeitando-se as regras, valores e convenções, ou seja, ao contexto de práticas sociais e culturais dos membros pertencentes a essa comunidade. O processo de mediação da recepção perpassa o ambiente doméstico e alcança as ruas, promovendo a circulação de sentidos e a produção de significados.

Manuel Carlos afirma que escreve novelas utilizando personagens que nasceram das suas observações e lembranças, para ele, suas novelas são o espelho da sociedade na qual vive. Para que esse espelho continue a refletir a sociedade do autor, a novela é considerada uma obra aberta, ou seja, conta com a participação, aprovação ou rejeição por parte do público para assim conquistar

sua legitimidade. A história de uma novela é escrita durante o momento em que ela se encontra no ar, facilitando sua adaptação em detrimento daquilo que a audiência espera ver na novela e que corresponda a sua realidade. O processo criativo se alimenta diariamente ao coletar dados da realidade que circunda o autor de novela.

Para Dias Gomes, em entrevista à ORTIZ, BORELLI E RAMOS (1991, p. 69) “as reações do público orientam e influenciam as situações, as personagens, o curso da narração, definindo a novela como uma “obra aberta”, podendo ser alterada durante a sua realização”

A percepção da influência exercida pelos telespectadores em relação ao enredo ou em relação a determinados personagens fica evidenciada pelos índices de audiências medidos pelo IBOPE. Se os números indicam queda é sinal que o autor deve mudar os rumos da trama e oferecer ao público aquilo que ele deseja. Portanto, o público interfere diretamente no processo de criação do autor.

Manuel Carlos afirma que mudou muitos pontos de algumas de suas novelas. Ele exemplifica dizendo que:

(...) em “Laços de Família”, o ator Henrique Pagnoncellis entrou para fazer seis capítulos com a Capitu (Giovanna Antonelli) e, agradou, ficou até o fim. (...) No caso de “Mulheres Apaixonadas”, a quantidade de pedidos para eu poupar a Fernanda (Vanessa Gerbelli, que vive a história de amor com o personagem de Tony Ramos) foi enorme. Por causa disso a personagem teve uma sobrevida de mais 100 capítulos. Mas sua morte já está decidida.

O caso da personagem Fernanda mobilizou o país e, especificamente a cidade do Rio de Janeiro, havendo intervenção da prefeita da cidade (Rosinha Garotinho) e do governador do Estado (César Maia) para impedir que a personagem de Fernanda morresse vítima de bala perdida, argumentando que essa cena poderia

denegrir (ainda mais) a imagem do Rio de Janeiro, vista como uma cidade violenta.

Manuel Carlos é um autor polêmico, aborda temas e representações de identidades que fazem a sociedade discuti-los, provocando uma espécie de apropriação temporária dos sentidos veiculados nas mensagens das novelas já que se trata de um produto midiático que cai no esquecimento dos telespectadores muito facilmente, pois não foram feitas para serem lembradas, mas, uma vez no ar, é impossível ficar apático às suas mensagens, pois a “abordagem de temas polêmicos motiva o público, desperta seu interesse, estimula sua atenção. As campanhas que normalmente incluo nas histórias que conto têm um saldo positivo, pelo que podemos avaliar” (Manuel Carlos em entrevista concedida à revista veja, edição de 9 de julho de 2003).

Dessa forma, evidencia-se a dinâmica de influência existente entre autor, novela, receptor e sociedade no processo de mediação da recepção de “Mulheres Apaixonadas”. As práticas sociais e culturais presentes numa determinada sociedade são fundamentais para o processo de elaboração de um produto midiático como no caso da telenovela. Se ainda o autor tiver a sensibilidade de conseguir captar essas práticas no cotidiano das experiências vivenciadas pela sociedade a qual ele representa, provavelmente conseguirá que os receptores se vejam reconhecidos na tela, promovendo o processo de identificação entre receptor e personagem, ou ainda, entre o mundo por ele vivido e o mundo representado na novela.

A novela, por meio dos meios de comunicação de massa, exterioriza as idéias que os membros de uma comunidade ou até mesmo de uma sociedade fazem de si mesmos por meio das representações sociais de personagens, ambientações, cenários, temáticas e narrativas abordados. O autor pinça esses pontos dentro de seu espaço de produção, elabora o capítulo que vai ao ar e devolve à sociedade, como se fosse um espelho daquilo que ele entende que ela é. “Por mais “padronizado” que seja o produto de uma emissão, sua recepção não pode ser uniforme e depende

muito das particularidades culturais de cada grupo, bem como da situação que cada grupo vive no momento da recepção” (CUCHE, 1999, p.159).

A novela deve acompanhar a dinâmica do momento pelo qual a sociedade vivencia, estando inserida no contexto dos membros de uma comunidade ou de uma sociedade, de uma maneira geral. É assim que uma telenovela se torna expressão de uma cultura, parte da identidade de um país, representando os símbolos construídos coletivamente por uma sociedade e, que por ela são exteriorizados por meio de conversações diárias. Durante essas conversações, os telespectadores devolvem a sua opinião para o autor da novela em forma de índices de audiência medidos pelo IBOPE.

“Mulheres Apaixonadas” está gerando polêmica em torno de assuntos cotidianos, mas que são abordados com sensibilidade e inteligência, provendo assim, o debate em torno desses temas pela sociedade. Prova disso foi a iniciativa que a revista *Veja* teve em elaborar uma reportagem de capa para discutir os dramas e os dilemas das personagens de Manuel Carlos que andam fascinando o Brasil.

Baseado nessa reportagem, foram selecionadas as personagens e as representações sociais das identidades que essas personagens apresentam em cena, aproveitando as definições de *Veja* para a aplicação da entrevista em profundidade com um receptor e com uma mulher, além da análise do conteúdo da reportagem e da entrevista de Manuel Carlos à *Veja*, com o intuito de verificar as implicações que esses temas e personagens têm trazido para a vida dos brasileiros.

Entre as “Mulheres apaixonadas e apaixonantes”⁵, estão: a espancada (Raquel, vivida por Helena Ranaldi) que tenta se livrar de Marcos (Dan Stulbach), o marido que a surra; a obsessiva (Helóisa, vivida por Giulia Gam) que sofre crises de ciúme pelo marido Sérgio (Marcello Antony); a outra (Gracinha, vivida por Carol Castro), filha da empregada da casa de Cláudio (Erik Marmo),

⁵ Título da reportagem da *veja*, de autoria de Ricardo Valladares.

namorado de Edwiges (Carolina Dieckmann), engravida; a romântica (Helena, vivida por Christiane Torloni) nutre uma paixão incurável pelo neurocirurgião César (José Mayer); a liberada (Lorena, vivida por Suzana Vieira) vive um romance com Expedito (Rafael Calomeni), entre ambos há uma enorme diferença de idade; a alcoólatra (Santana, vivida por Vera Holtz), a professora enfrenta grandes dificuldades para se livrar o vício do da bebida; as lésbicas (Rafaela, vivida por Paula Picarelli e Clara, vivida por Aline Moraes) casal de lésbicas que conquistou a simpatia dos telespectadores; a órfã (Salete, vivida pela atriz Bruna Marquezine) que ficará órfã após a morte da mãe, que será vítima de uma bala perdida num tiroteio no Rio de Janeiro; a assanhada (Sílvia, vivida por Natalia do Vale) vive um caso com o noivo de sua empresa, o taxista Caetano (Paulo Coronato) e a malcriada (Doris, vivida por Regiane Alves), egoísta, arrogante e maltrata os avós.

Há seis meses no ar a novela já pôs na ordem do dia discussões sobre agressão contra mulheres, comportamento obsessivo no amor, preconceito contra idosos, alcoolismo, lesbianismo, entre outras. Assim define a revista *Veja* sobre a polêmica novela de Manuel Carlos, que atingiu média de 58 pontos de IBOPE, na grande São Paulo.

Sua novela não discute grandes questões sociais como a fome, miséria e corrupção; sua trama envolve o realismo doméstico ou familiar da classe média ou média alta da Zona sul do Rio de Janeiro, discutindo com naturalidade temas espinhosos que são tratados em consultórios de especialistas, na Justiça ou em programas policiais, afirma Teresa Góes Negreiros, professora do departamento de psicologia da PUC- Rio, complementando a reportagem de *Veja*. Essas são as implicações dos temas e personagens: estimular o debate em torno de problemas domésticos comuns a todas as classes sociais do país sem preconceitos, receios ou intransparências.

As representações de identidade não são estereotipadas, caricatas e nem grotescas, pois o autor capricha nos detalhes de encenação e composição do personagem, obtido a partir de um

trabalho de pesquisa que confere veracidade ao tema ou personagem, como no caso de Heloísa. Ponto importante na sua obra é que Manuel Carlos dá o mesmo peso a várias tramas paralelas em vez de privilegiar um único enredo; “é um jeito de evitar aqueles períodos cheios de flashbacks dos protagonistas, em que a história começa a chover no molhado e nada de novo acontece” diz o autor.

Em relação à questão de diferenças nos processos de mediação da recepção entre homens e mulheres, a aplicação da entrevista em profundidade demonstrou que o homem se interessa igualmente por novelas, assim como as mulheres. Eles a assistem e consideram uma importante fonte de informação e discussão de temas sociais e do cotidiano familiar.

Entretanto, a mulher recebe a novela de maneira mais sentimental, carregada de emoções, se envolvendo muito mais às tramas e conflitos vivenciados pelos personagens, enquanto o homem se atém mais as questões racionais pelas quais os personagens se envolvem, procurando discutir a situação real que o personagem enfrenta, seu envolvimento é menos emocional e mais realístico.

O entrevistado, ao ser questionado sobre o drama de Raquel, responde que sente raiva de Marcos e, não pena de Raquel. Ele afirma que o marido da professora é sarcástico e isso lhe incomoda, e que Raquel deveria tomar uma atitude em relação a essa situação. Em contraposição, a entrevistada, ao ser questionada sobre a mesma situação, afirma que Raquel sofre calada as agressões do marido por ainda nutrir uma esperança de ver o lado bom do marido, ou seja, ela o ama e esse amor lhe dá esperanças para continuar a viver com ele, mesmo sofrendo as agressões que sofre. Atualmente, a personagem de Raquel enfrenta um outro drama, pois se denunciar as agressões de Marcos, colocará em risco o conceito e a imagem da escola em que é professora, causando mal a todos que lá estão, podendo levar a escola a fechar as suas portas devido ao escândalo que o marido poderá proporcionar-lhe.

Uma semelhança entre os dois entrevistados reside no fato

que ambos afirmaram que ao assistir a novela, eles estabelecem relações com o cotidiano de suas experiências de práticas sociais e culturais. Assimilam situações que ocorrem na novela com momentos vivenciados ou sensações já experimentadas durante suas vidas, mostrando que o momento da recepção está repleto de mediações entre o mundo representado na novela e o mundo vivido pelos telespectadores. Dizem ainda que o universo de representação da telenovela, as narrativas tratadas e as personagens construídas podem ser encaradas como situações reais do cotidiano de uma sociedade, confirmando a tese de Manuel Carlos, que a novela deve ser encarada como um espelho da sociedade na qual seus membros possam se ver reconhecidos nessas produções midiáticas e possam se identificar com as situações cotidianas e reais. A telenovela, para os entrevistados tem a função de proporcionar aos telespectadores um momento de reflexão em torno dos temas que aborda, sejam eles sociais ou familiares.

Dessa forma, essa monografia se propôs a estudar brevemente a dinâmica de influência de uma telenovela no processo de mediação da recepção no universo feminino em comparação ao universo masculino, destacando a importância da análise das questões sobre a representação social construída em torno de personagens e temas abordados numa novela e a identidade nacional as novelas, de uma maneira geral, revelam ao Brasil.

8 Considerações finais

Esse texto busca aprofundar o entendimento da teoria dos Estudos Culturais, e, da vertente latino-americana de estudo da recepção com base nas propostas de Jesús Martín Barbero sobre as mediações e os usos sociais dos meios de comunicação pela cultura popular de massa, como se refere Martín Barbero às culturas populares existentes na América Latina.

Com base nesse aporte teórico, desenvolveu-se essa monografia em torno da compreensão dos estudos da cultura e da comunicação, para, a partir desse quadro, analisar o processo de medi-

ação da recepção aplicado à telenovela brasileira da Rede Globo de Televisão, objeto de estudo da dissertação de mestrado que tem como objetivo compreender a dinâmica de influência da telenovela no processo de mediação da recepção enfocando as práticas sociais e culturais presentes no cotidiano do universo do receptor masculino.

A mediação é a interação entre duas instâncias: uma que produz e outra que recebe produtos culturais. Essa dupla operação dinâmica articula, de um lado, as produções dos meios com o universo de referência do receptor e seu repertório cultural e, de outro lado, estratégias de apropriação e de reapropriação, ou seja, a produção de sentido por parte do receptor (MATÍN BARBERO apud LOPES, BORELLI E RESENDE, 2002, p. 183).

Para compreender a mediação, é fundamental posicionar os elementos e os meios de comunicação de massa dentro do âmbito da cultura, como fez os Estudos Culturais. Ao divergir do ponto de vista que entende os meios de comunicação de massa como simples instrumentos de manipulação e controle da classe dirigente, os Estudos Culturais compreendem os produtos culturais como agentes da reprodução social, acentuando sua natureza complexa, dinâmica e ativa da sociedade na construção da hegemonia, ao invés do seu consumo passivo e alienado proposto pela Teoria Crítica. Dessa forma, “a cultura popular alcança legitimidade, transformando-se num lugar de atividade crítica e de intervenção”(ESCOSTEGUY, 2001, p. 157).

A sociedade, em geral e o receptor, em particular estão em constante processo de construção, desconstrução e reconstrução da cultura, esse processo é “em realidade o próprio princípio da evolução de qualquer sistema cultural” (CUCHE, 1999, p. 137) que ocorre em função das demandas sociais, culturais, econômicas, políticas, ideológicas entre outras presentes no cotidiano das

práticas desenvolvidas pelos atores sociais, num processo constante de luta hegemônica travada pelas culturas dominantes em relação às culturas populares, as quais apropriam-se, resistem, reformulam ou negam os bens culturais.

A telenovela é um exemplo de mudança de concepção de um gênero cultural pela sociedade. Na fase inicial das exposições das telenovelas, estas eram consideradas uma produção de mau gosto, desprestigiada pelos produtores e pelos receptores que preferiam assistir produções mais eruditas, como os programas culturais, os teatros.

Com a popularização da televisão, as telenovelas entram para o cotidiano das famílias brasileiras e torna-se mania nacional, pois aos poucos o público se habituou a fixar os horários, captando uma mudança de hábito que se enraíza nas diversas camadas da sociedade brasileira, evidenciando que uma produção midiática pode ser capaz de integrar o país e fornecer ao Brasil a construção da sua identidade nacional.

9 Referências

- CARLOS, Manuel. *Escrevo sobre o que conheço*. Veja, São Paulo, n. 1810, p. 75 - 77, 9 jul. 2003. Entrevista concedida a Silvia Rogar.
- CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, 1999.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Os estudos culturais*. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luis; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001. p. 151 - 170.
- FOLGOLARI, Elide Maria. *Fazenda esperança: estudo sobre as mediações culturais e a recepção da telenovela Terra Nostra*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação).

Escola de Comunicação e Artes – Universidade São Paulo, São Paulo, 2001.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luis; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

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

LIMA, Claudia Albuquerque de; SILVA, Nerivanha Maria Bezerra. *Representações em imagens equivalentes*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 22 de julho de 2003.

LOPES, Maria Immacolata V. *Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção*. Intercom – Revista Brasileira de Comunicação. Vol. XVI, nº 2, São Paulo: Intercom, 1993.

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

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

MARTIN-BARBERO, Jesus. *O medo da mídia: política, televisão e novos modos de representação*. In: DOWBOR, Ladislau et all (org). *Desafios da comunicação*. RJ: Vozes, 2000.

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

MARTIN-BARBERO, Jesus. y MUÑOZ, Sonia (orgs) *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tecer Mundo Editores, 1992.

- MORIN, Edgar. *Cultura de massa no século XX. O espírito do tempo I. Neurose*. 9^a ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia; RAMOS, José Mario Ortiz. *A telenovela: história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- SILVA, Tomas Tadeu da (org). *O que é afinal, Estudos Culturais?*. 2ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.
- Revista Veja*. Sessão de cartas. São Paulo, n. 1811, p. 24, 16 jul. 2003.
- SOUZA, Mauro Wilton de. *Novos cenários no estudo da recepção mediática*. In: LOPES, Dirceu Fernandez e SANTOS, Eugenio Trivinho (org). *Sociedade mediática: significação, mediação e exclusão*. São Paulo: Ed. Leopoldianum, 2000.
- SOUZA, Mauro Wilton de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense/ECA-USP, 1995.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. RJ: Vozes, 1998.
- VALLADARES, Ricardo. *Mulheres apaixonadas e apaixonantes*. *Veja*, São Paulo, n. 1810, p. 68 – 74, 9 jul. 2003.
- WOLTON, Dominique. *O elogio ao grande público*. São Paulo: Atica, 1996.