

Identificação e aproveitamento de conteúdos sociais na recepção de telenovelas

Márcia Gomes Marques¹

RESUMO

Usando o referencial teórico dos estudos de recepção, este artigo discorre acerca da participação dos espectadores na construção de sentido, sobre si mesmos e sobre o meio social, a partir da recepção dos produtos midiáticos. A atenção é posta especialmente sobre a qualidade da relação que estabelecem com as telenovelas, como um aspecto que intervém no aproveitamento que é feito dessas obras. Foi feita análise socionarrativa do gênero e de entrevistas em profundidade com telespectadores que assistem a telenovelas. Entre as maneiras de construir conhecimento que decorrem desse contato, destaca-se a abordagem referencial dos conteúdos dos programas, caracterizada pela identificação como forma de atividade e de ação cognitiva dos receptores sobre os textos.

Palavras-chave: identificação, leitura referencial, telenovelas.

ABSTRACT

Identification and benefits from “soap operas” in the reception of social content. Using a theoretical framework from reception analysis, this article discusses the participation of spectators in the construction of meaning, about themselves and about the social environment, taking as a starting point the reception of products from the media. Special attention is given to the quality of the relationship that they establish with television “soap operas”, as an aspect that intervenes in the use made of these works. Partial results of the research are presented here, the object of which is to investigate television and “soap operas” as socializing environments. In this work, social narrative analysis is performed and in depth interviews with the spectators who watch soap operas. Among the ways to build knowledge that arise from this contact; it stands out the approach of referential content of the programs, characterized by identifying as a form of activity and cognitive action of the receptors on the texts.

Key words: identification, referential reading, soap operas.

Introdução

Com relação ao papel dos meios de comunicação na sociedade contemporânea, o tratamento dos diversos aspectos ligados à qualidade e à abrangência da participação dos receptores no processo comunicativo tem sido alvo de grande interesse dentro da área dos estudos da comunicação. Entre os pontos importantes nesse sentido, está a questão sobre até que ponto o público consegue

resistir ou aplacar a influência dos meios de comunicação sobre as suas decisões pessoais e coletivas.

Com os Usos e Gratificações, a participação do público foi inicialmente ressaltada, principalmente no que se refere ao seu poder de seleção, que serviria como um filtro da exposição aos meios, e à interferência do uso instrumental nos efeitos que os produtos da indústria cultural pudessem ocasionar. Com os Estudos Culturais, por sua vez, resgata-se a relativa autonomia que o público tem para decodificar os recursos significantes e para posicionar-se diante da leitura preferencial proposta pelos

¹ Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Cidade Universitária s/n, Caixa Postal 549, 70070-900, Campo Grande, MS, Brasil.
E-mail: marciagm@yahoo.com

produtos culturais, pois faz uso de certo referencial de sentido para decodificar as mensagens que recebe. Dessa forma, há uma separação entre a capacidade de entender e a interpretação que se faz dos textos midiáticos. Mesmo que os espectadores entendam o que o texto preferencialmente propõe, podem chegar a uma interpretação diferente da indicada pelo produto, dependendo de se assumem uma posição negociada ou de oposição (Hall, 1984). Em outras palavras, uma interpretação diferenciada não é diretamente atribuível à falta de compreensão da mensagem proposta, e o entendimento da mensagem não desemboca necessariamente no alinhamento com a leitura preferencial indicada pelo produto.

Este trabalho explora acerca da construção de sentido que os receptores fazem sobre si mesmos e sobre o meio social desde o contato que estabelecem com os produtos culturais midiáticos. Nesse caso, a atenção recai especialmente sobre a qualidade do contato que se estabelece com esses produtos, como um aspecto que faz a diferença no *aproveitamento* que se faz das mensagens midiáticas. Em lugar de enfatizar a quantidade de contato com os meios, indaga-se sobre as suas qualidades, ou seja, sobre as características da relação com os gêneros e produtos midiáticos, como forma de entender os desdobramentos da forte presença dos meios de comunicação nas sociedades contemporâneas. Por aproveitamento, se entende a ação recursiva de usar à sua maneira, de tirar proveito do que se acede por meio da mídia. Mesmo sem poder para definir o que vem ou não a ser proposto pelos meios de comunicação, o público utiliza – reciclando também, se for o caso – os recursos disponibilizados para construir sentido e compreender a própria realidade social.

Com relação aos conteúdos sociais, os seres humanos interiorizam tudo o que levam consigo, pois além de não serem inatos, são socialmente compartilhados e são “conhecimento à disposição” (Schutz, 1979, p. 7). A seleção dos conteúdos interiorizados se dá, entre outros fatores, em função do lugar social ocupado pelo sujeito e pela sua posição na sociedade. Não há, nesse sentido, o próprio e o alheio, como se poderia argumentar com relação aos conteúdos culturais, em que muitas vezes predomina uma visão de que alguns conteúdos são “de origem controlada”, ou que são usuais e vigentes em certos grupos culturais localizados em determinados territórios geográficos, e não em outros, onde estão situados aqueles que se lhe apropriam. O aproveitamento, por sua vez, se refere à ação tática do sujeito com relação ao que percebe no ambiente – também no midiático –, na qual predomina menos o quesito da coerência do percebido com todo o resto que se tem, e mais a noção de pertinência e de ade-

quação desse algo, sincrética ou não, ao que se é ou que se pretende ser como planos de futuro. Pode implicar uma maior ou menor ressignificação, dependendo dos usos que se faz e de onde se coloca o que é aproveitado, visto que, com relação à situação do recurso observado, sempre há algo de alteridade na biografia (Goffman, 2008) e na posição social de quem o pega para si. Em todo caso, o deslocamento e a reinserção de elementos trazem consigo algum grau de ajuste e, portanto, de ressignificação.

Sendo os meios de comunicação um dos ambientes sociais mais frequentados na hodiernidade, neste trabalho, se entende que os indivíduos usam a observação e a ação cognitiva que exercem sobre os produtos culturais midiáticos para compor o próprio repertório de conhecimentos sobre a vida social. A interação com os programas televisivos em particular constitui uma das oportunidades de socialização que os sujeitos contemporâneos lançam mão para adquirir material expressivo para a própria performance social. No ambiente televisivo, como nos demais ambientes de socialização, os indivíduos encontram elementos para observar e refletir sobre as impressões de si mesmos (Goffman, 1979) mediante as diversas opções de comportamento transmitidos, ou sobre as imagens projetadas (Giddens, 1991) a partir de certos desempenhos dos papéis sociais com os quais têm contato. Assim sendo, tal como ocorre na vida cotidiana e na observação do que fazem os “outros” no contato face a face (Berger e Luckmann, 1969), pelo contato mediado, os indivíduos têm acesso a uma pluralidade de formas de fazer e ser na vida social.

No caso da ficção seriada televisiva em geral, e das telenovelas em particular, o contato com o desempenho dos papéis sociais e com os projetos de identidade propostos pelos personagens se dá a longo prazo. Ao acompanhar o desenvolvimento das tramas, têm-se a oportunidade de explorar as causas e as consequências, as motivações (Schutz, 1972) e as intencionalidades socialmente atribuídas a determinadas formas de fazer em sociedade. Entre as diversas maneiras de coligar-se e aprender com o que é proposto pelas histórias no que se refere à socialização, neste trabalho são exploradas a identificação “de” (reconhecimento) e a identificação “com”, como formas de ação cognitiva que os telespectadores lançam mão na aquisição de conhecimentos de programas como as telenovelas.

O material apresentado é parte dos resultados de uma pesquisa cujo objeto central é indagar sobre como a televisão e as telenovelas são, na atualidade, ambientes socializantes e de socialização. Como procedimento, a análise sicionarrativa do gênero é combinada com a realização de entrevistas em profundidade, no intuito de

capturar o entrelaçamento entre o gênero e a recepção. No que se refere à análise do gênero, foram contemplados, principalmente, os aspectos relativos à matéria da representação, à estrutura do imaginário, à forma do relato e às linguagens do meio e do gênero (Martín Barbero, 1992). As entrevistas foram feitas com pessoas que assistem a telenovelas e que dizem conhecer esses programas enquanto espectadores. Foram realizadas 82 entrevistas em três etapas: a primeira, em 1999, a segunda, em 2004, e a terceira, entre 2005 e 2008. Foram entrevistados mulheres e homens de três faixas etárias: 28 pessoas com idades entre 18 e 39 anos, 26 pessoas com idades entre 40 e 59 anos e 28 pessoas maiores de 60 anos, que viviam em Campo Grande e em outras cidades do Mato Grosso do Sul, em Bagé e Porto Alegre (RS), no Paraná, em Cuiabá (MT), em Dolcinópolis e Guarujá (SP). O foco de análise, nesse caso, é a posição no ciclo vital, como aspecto que norteia a percepção e a seleção de conteúdos sociais à disposição. Explorando justamente a relação entre o modelo de mundo das telenovelas e o acervo sociocultural dos receptores, nas entrevistas se indaga sobre a experiência dos telespectadores com o gênero, os motivos para assistir e a qualidade da relação que se têm com as telenovelas, os hábitos e os rituais de consumo ligados aos meios de comunicação e ao gênero, em particular.

A análise da qualidade do contato que os espectadores desenvolvem com as telenovelas indicou que é feita uma leitura analítica, uma leitura interpretativa e uma referencial desses programas. Mediante a leitura referencial, na qual será posta a atenção neste artigo, os receptores ligam o que vêm com as próprias histórias e experiências de vida social. Entre as três mencionadas, no caso das telenovelas, é a dimensão referencial de leitura a que predomina no discurso que os telespectadores fazem sobre suas televidências, e esta será abordada por meio dos tipos de identificação a que dá lugar.

As dimensões de leitura

Entre os aspectos que vêm à tona pela atividade cognitiva que se desencadeia no contato com as telenovelas, neste estudo, se individuaram três caminhos – dimensões de leitura – por meio dos quais os receptores apreendem os vários fatores percebidos na composição desses programas. Cada um desses caminhos constitui um “ângulo de visão” desde o qual se discernem os vários recursos utilizados na composição das obras.

As leituras que emergem na interação texto/receptor expressam a combinação que se dá entre o que nos textos é predisposto como estratégia de interpelação, e os elementos utilizados para captar e apreender o que é percebido nas sucessivas etapas da recepção. Através delas, se podem discriminar, também, os tipos de envolvimento fomentados pelos textos e potencializados na colaboração exercida na interação com os programas. Diferentemente dos níveis ou das modalidades de leitura, as dimensões individuadas não se referem às formas de posicionar-se frente à leitura preferencial (Hall, 1984) ou de decifrar (Ang, 1985) o sentido dos textos. Fazem referência à percepção das partes constitutivas dos programas, que demandam distintas competências e abordagens para que se consiga assimilar, interpretando, as propostas de construção de sentido que oferecem.

As dimensões de leitura se aproximam, por sua vez, dos tipos de respostas cognitivas – a analítica e a interpretativa – propostas por Neuman (1982), por meio das quais os receptores classificam os programas por gênero, por um lado, e avaliam os pontos de contato entre programa e sociedade, e a relevância deles para as suas vidas pessoais, por outro. À diferença desse autor, considera-se aqui que o aproveitamento interpretativo difere substancialmente e não pertence à mesma classe de atividade do aproveitamento referencial. Segundo a proposta deste trabalho, essas formam classes diferentes de atividade: na interpretativa, os telespectadores “juntam os pedaços” para captar o que o texto quer dizer em geral; na referencial, a captura da proposta de sentido feita pelo texto atém-se à vivência e aos interesses dos receptores.

Os tipos de leitura que se manifestam no contato com os textos são também trabalhados por Liebes e Katz (1990), que contrapõem a leitura referencial, em que os receptores conectam os programas à vida real, com a leitura crítica, em que os programas são discutidos como construções fictícias desde seus aspectos estéticos. Diferentemente da proposta desses autores, a ênfase na separação entre ficção e realidade na abordagem dos conteúdos dos textos não é aqui utilizada como critério de classificação das dimensões de leitura. Pelo contrário, desde a perspectiva adotada, tem-se que todos os programas constroem versões e representam a realidade que afirmam mostrar ou retratar. Ainda em contraste com a proposta de Liebes e Katz, que atribui certa ingenuidade ao fato de ligar realidade e ficção na assimilação cognitiva dos textos, neste caso, se ressalta a importância da leitura referencial, já que é conectando-se pessoalmente com os textos que os receptores refletem sobre suas práticas sociais. Segundo a análise proposta, é justamente pela dimensão referencial

que os receptores, ao somar elementos e tornar mais complexos, enriquecem os esquemas de conhecimento que utilizam para monitorar reflexivamente suas ações no mundo social (Giddens, 1991), e para controlar a imagem e as concepções de si que pretendem passar aos demais (Turner, 1983).

Leitura referencial das telenovelas

O traço distintivo dessa dimensão de leitura é que os elementos disponibilizados pelas obras são percebidos desde o quadro de referimento pessoal do telespectador: ele se mete na obra e se deixa implicar (Heller, 1982) por ela, permite-se vincular o que vê ali com o que há visto fora dali, ou explorar aspectos conhecidos por meio dos elementos propostos pela representação. O envolvimento do receptor com as obras é, nesse caso, fundamental, pois ele toma a si mesmo como parâmetro para entender, a partir da comparação de semelhanças e diferenças, ao que assiste nos programas.

Em linhas gerais, as formas de percepção dos conteúdos observados através da leitura referencial dizem respeito, principalmente, à identificação, à projeção e à percepção da diferença. A identificação, nesse caso, subdivide-se em “identificação com”, que implica certa forma de ensimesmamento, e “identificação de” ou reconhecimento, que se refere aos elos construídos com o que já se conhece, como ferramenta para somar elementos ao repertório de saberes que se possui. A projeção que se realiza por meio da leitura referencial, por sua vez, se manifesta mediante as experiências vicárias, as fantasias antecipadoras e a experiência limiar, que os telespectadores vivem pelos conflitos, pela caracterização e pela trajetória de vida apresentada pelos personagens.

A leitura referencial diz respeito tanto à percepção do “eu” e do “nós” (reconhecimento de si, identificação com) como àquela do “eles” (identificação de, alteridade). A observação do que dizem e fazem os personagens permite que os espectadores experimentem e ensaiem pelo “outro” representado (performance e atuação). Com a experiência de vida dos “outros”/personagens e a percepção das várias facetas do “nós” e do “eu” implicados na representação, os receptores descobrem e se descobrem, (re-)conhecem e se (re-)

conhecem, adquirem competências sobre os próprios limites e sobre as alternativas de desempenho e de autoapresentação em nível social. É uma forma de medir forças e de avaliar-se, vivendo de modo vicário e no “lugar do outro”, afrontando situações que podem estar ou não próximas ao que normalmente se vive ou se está em contato.

Com a finalidade de compreender mais acerca dos tipos de aproveitamento que apontam no sentido de somar e enriquecer os conhecimentos que se têm sobre o desempenho dos indivíduos em sociedade, a seguir são indicadas as formas predominantes de identificação que se verificam a partir do contato com o gênero telenovelas. Cabe ressaltar, no entanto, que a identificação, neste trabalho, é tratada menos como inscrição estrutural (Todorov, 2007, p. 92), ou seja, como um mecanismo interior ao texto, e mais como ela se produz desde a ação do receptor empírico sobre os elementos constitutivos do texto. Como a exploração da qualidade do contato e dos desdobramentos sociocognitivos é feita em relação a um tipo de programa televisivo, os resultados obtidos falam tanto sobre a qualidade da atividade dos telespectadores, quanto permitem saber mais sobre as especificidades desse gênero televisivo, a partir do tipo de apropriação que essa classe de programas dá lugar.

A identificação “de”

O reconhecimento ou “identificação de” aspectos da própria vivência no que é apresentado pelas telenovelas é uma operação cognitiva que se verifica quando se estabelece uma relação de identidade entre dois elementos ou entre uma classe de elementos, dos quais um deles é percebido como representado de alguma maneira na telenovela e o outro está ausente: é algo que está em outro lugar ou em outro tempo, e se está no passado do telespectador, faz-se presente através de um resgate na memória. Essa operação implica procedimentos de compreensão que permitem discernir tanto as identidades/semelhanças, quanto as alteridades entre os elementos da relação. O reconhecimento não pode ser reduzido, então, à mera redundância, à repetição gratuita do que já se havia adquirido como conhecimento, pois se dá desde o sentir-se interpelar individual e coletivamente, desde a reelaboração a partir do vínculo com os demais (Martín Barbero, 1993, p. 243-244).

Na recepção de telenovelas, o reconhecimento se verifica quando se percebe algo que se conhece no que está sendo apresentado pela história. Esse algo, porém, sempre traz consigo uma parte de alteridade, seja pelo ambiente onde se apresenta situado, seja pela forma com que se associa a outros elementos da história. Reconhecendo partes do que se conhecia combinadas de modo insólito, os indivíduos têm a oportunidade de considerar a riqueza de aspectos implicados e de somar elementos aos modelos já assimilados, passando a entender melhor o que em partes já sabiam. A operação de (re-)conhecer permite tanto “refrescar a memória”, quanto reforçar o conhecimento adquirido e reconfirmar o que já se havia apreendido. Através do reconhecimento se enxerga com mais nitidez e se produz inteligibilidade, visto que o contraste entre as partes permite discernir as qualidades afins, que muitas vezes não se pronunciam de modo evidente nas circunstâncias onde se manifestam corriqueiramente. É uma operação cognitiva que possibilita, então, acrescentar, enriquecer, somar elementos e saberes ao repertório que se possui.

ela [Clara, Barriga de Aluguel] emprestou a barriga, depois ela não conseguia entregar o bebê porque ela se sentiu mãe, ela se apegou àquela criança. Como ela gerou é como se fosse dela, e o que eu concordo com ela plenamente. Acho que se você gera uma criança [...] você tem que trabalhar muito o psicológico pra você ter aquele bebê e entregar a outra pessoa. Como eu vi há pouco tempo na TV, a sogra que...você viu? Uma sogra que a nora não tinha útero, acho que nasceu sem, não sei, e ela emprestou a barriga e gerou uma menina (Marli, dona de casa, 58 anos).

Através do que se assiste nas telenovelas, os telespectadores têm a oportunidade de voltar-se e rever o que, tendo ficado para trás, está de alguma maneira vivo e presente em suas vidas. Voltando-se e recordando, os espectadores resgatam aspectos marcantes da própria história pessoal, que caracterizam suas situações de vida e projetos de futuro. As imagens e situações apresentadas nas telenovelas chamam do passado não só o que se viu e viveu em primeira pessoa: o resgate na memória diz respeito, também, ao que se teve contato por livros ou pelo que se estudou na escola, por exemplo.

[dá pra aprender] Muita coisa [se refere à Força de um Desejo]. As dificuldades que existiam pro transporte, era uma coisa incrível! Era feito tudo com mula e o pobre do escravo no costado, viu? [...] eles viajavam de carro, puxado a cavalo, porque o trem de ferro era muito cansativo ainda, e recém estava aparecendo, praticamente. Eram os carros frutol, que chamavam os carros, os breques, ou então era carroça. [...] Eu já sabia de todas essas coisas, tanto que eu gosto de ver. Porque eu já sabia que eram assim, através da tal História do Brasil e outras coisas assim que eu estudei na elementar (Julieta, dona de casa, 67 anos).

A identificação “com”

A “identificação “com” o que é apresentado pelas telenovelas se dá quando o telespectador se sente mencionado pelo programa: sente-se aludido no que observa, vislumbra a si mesmo no que é proposto pelos personagens ou nas situações apresentadas. Essa identificação se manifesta tanto em relação a uma ação singular, quanto em relação a um comportamento, a uma maneira de ser, a uma experiência concreta, a algo que se quer ou deseja para si. Manifesta-se, principalmente, como visão de si, como expressão de algo que existe (como presença ou ausência) no que os telespectadores são/fazem, desejam ou valorizam. Essa forma de identificação diz respeito, então, aos vínculos estabelecidos entre as passagens retratadas na história e alguma experiência ou característica específica da própria trajetória de vida, hierarquia de valores ou projeto de identidade social. O telespectador, nesse caso, realiza *analogias* entre si mesmo e o que é representado pelas tramas, acedendo a conhecer-se melhor através desse recurso também muito utilizado na vida cotidiana para adquirir conhecimento². Na posição de espectador, o receptor vê de fora e visualiza aspectos de si na representação, avalia os resultados e as impressões passadas aos demais com a composição de aspectos propostos pelas tramas.

² Junto com a analogia, Heller (1998) apresenta os seguintes modos de apropriação de conhecimento típicos do comportamento na vida cotidiana: o pragmatismo, a probabilidade, a imitação, o tratamento aproximativo da singularidade e a hipergeneralização. Com relação ao aproveitamento dos conteúdos televisivos, os telespectadores replicam as formas de obter conhecimento e orientar a ação que adotam na vida cotidiana.

O personagem [Luana, O Rei do Gado] propunha um sentido de garra, de luta, de buscar... Quer dizer, ela era uma menina que buscava, foi adquirindo uma consciência de justiça. Isso sim. Não importando o tipo de profissão nem daonde que vem, mas o espírito sim, acho que nisso sim eu me identificava. E sempre a ideia também do príncipe encantado, quer dizer, o grande amor que eu acho isso, que é uma coisa que pervade quase todo mundo. Me identifico no sentido espírito sim, isto sim (Rosana, docente universitária, 39 anos).

Uma das formas de identificação “com” o que põem esses programas se dá com o (re-)conhecimento de si em alguma propriedade, atributo ou característica utilizada pelos personagens para articular a imagem aos projetos de identidade nas tramas. Nas formas de ser e fazer dos personagens, nos qualificativos utilizados para organizar o “eu” individual e as hierarquias de prioridades que constituem os projetos de identidade propostos por eles, os receptores se vêem de alguma maneira implicados, envolvidos na representação. Nesse caso, o elo emocional e cognitivo acontece com a individuação primeira de um rol de qualidades por meio do *tratamento aproximativo da singularidade*: o receptor primeiro discerne um conjunto de características ou atributos no personagem, para depois coligar-se a ele no conjunto ou em alguma de suas partes. O que é expressado pelo personagem é, assim, utilizado como referimento para visualizar aspectos da própria forma de ser e de se expor aos demais.

tem um personagem que eu acho que é muito parecido comigo, é a Júlia Montana [Andando nas Nuvens], que é interpretada pela Débora Bloch, na questão da entrega, do amor. Hoje não, eu tô casada, mas eu não deixava as pessoas se aproximarem, eu não me apaixonava facilmente (Sherry, assistente social, 28 anos).

A identificação “com” se expressa também vinculada ao que os espectadores admiram ou aprovam nos personagens. Nesse caso, essa forma de identificação ocorre de três modos distintos. Em primeiro lugar, tem-se o que Sluyter-Beltrão (1992) chama de identificação indireta, que aponta mais para exprimir o que se valoriza e deseja, quase que de modo onírico, sem que se tenha, necessariamente, a intencionalidade de traduzir isso em uma ação concreta. Em segundo lugar, está o vínculo que aponta para o desejo de realizar, de vir a possuir algo para obter um resultado parecido com o que se observava no enredo ou no desempenho do personagem. Aos olhos do telespectador, é como se o personagem oferecesse

um exemplo bem-sucedido de como expressar aos demais certas propriedades, que se admira e desejaria ter para si, sem que necessariamente as tenha. A atenção é posta, por exemplo, em certos traços ou propriedades que exprimem, de forma justa e apropriada, determinadas ideias e noções do que se pretende, ao menos como desejo e intenção, transmitir de si mesmo. Nesse caso, porém, a identificação exprime a vontade, a intencionalidade de conseguir replicar, de aproximar-se ou de adquirir, senão a propriedade efetiva, ao menos a imagem exterior produzida por ela.

ela [Telma Paraguaçu, O Bem Amado] fazia o que ela queria, o tempo inteiro. [...] Ela falava com quem ela queria na cidade e o pai ficava revoltado; porque o pai queria fazer politicagem o dia inteiro, e se ela fosse falar com os inimigos dele, ser amiga dos inimigos dele, estragava os negócios dele. Mas ela falava, porque ela não estava preocupada com os negócios do pai: ela falava o que ela queria, com quem ela quisesse. Era mais ou menos isso. E teve uma época que ela teve um caso de amor com o Jardel Filho, até bonitíssimo! E não é bem por ele ser bonito que era legal, é porque eles ficavam na praia o tempo todo andando. Era uma delícia ver aquelas cenas. [...] Eu achava aquilo assim, eu não achava ainda o máximo como eu achava a outra, eu achava, como é que eu vou dizer? Eu achava que era isso que era viver: você fazer o que você quisesse. Isso, o que você tinha vontade de fazer! Então eu gostava muito dela (Patrícia, professora, 36 anos).

Por último, a admiração dá lugar à identificação com algo que é indicativo não da presença de algo compartilhado, mas da ausência, da falta, de algo sentido como uma privação em relação ao que se desejaria ter tido ou vivido, mas que já passou e não se teve. Nesse caso, o sentimento de perda é acentuado porque, por alguma circunstância ou pela posição que se ocupa no ciclo vital³, o que não se teve é visto como algo que já ficou no passado, que não faz parte do que se tem ainda possibilidade de possuir ou provar.

Ajudam [a sonhar]. Pra mim é nesse ponto, né? A gente pensa, às vezes eu falo pra minha filha: ‘eu queria ter um amor assim’. Porque amor que nem da novela não existe, né? Acho eu que não existe (risos). Eu queria ter uma pessoa assim, um companheiro, como tem na novela, que aparece, aquilo lá tão bonito, tudo. Daí ainda digo pra ela: mas é só na novela que a gente vê isso (Elizabetha, dona de casa, 71 anos).

³ Sobre as constrições relativas à prospectiva temporal causadas pelas mudanças no curso do ciclo vital, ver Turner (1983).

A identificação com os modelos de posição

Quando se trata de determinar porque os televidentes se identificam com os modelos apresentados pelos diversos personagens e situações, enfrenta-se a questão de estabelecer por que certos modelos chamam mais atenção que outros e por que alguém se identifica com um determinado modelo e não com outro. Nesse sentido, é útil distinguir entre os modelos pessoais (individuais a partir do tratamento aproximativo da singularidade) e os modelos de posição (Danziger, 1979). Um modelo pessoal produz identificação por via das características individuais, enquanto que um modelo de posição é percebido por meio dos atributos que dizem respeito à posição social definida pela profissão, pela idade, pelo sexo etc. A percepção através dos modelos de posição, muitas vezes, estabelece um elo entre as comunidades de referência (Orozco, 1993) do papel representado com aquelas de quem recebe esse papel.

Como modelo a ser adotado ou seguido como exemplo, os modos de desempenho assimilados são tidos como úteis para compor – por se aproximarem ou se ajustarem – a imagem que se quer ter ou construir. Como no mundo social fazer significa ser (Goffman, 1979), para expressar o que se quer ou o que se deseja ser os indivíduos têm que controlar a atividade expressiva tanto através da escolha de papéis, como por meio da forma de gerir a multiplicidade de aspectos envolvida na coordenação do complexo de papéis que executam. Ao tomar para si ou imitar modalidades de desempenho ligadas a um modelo de posição, adquire-se elementos relativos à atuação ou à representação dos papéis sociais, não a estilos pessoais.

Entre os aspectos mais marcantes na percepção dos personagens desde o desempenho de papéis sociais, a idade, no caso das telenovelas, é um fator marcante. Isso porque a maior parte dos papéis centrais nas tramas é preenchida por personagens com idades que variam entre 20 e 40 anos, aproximadamente. A ação desses personagens centrais é observada pelos telespectadores em geral, pois são os protagonistas. À diferença deles, os personagens secundários (de todas as idades) em geral são mencionados principalmente por receptores de uma faixa etária equivalente à do personagem, de

maneira que a posição no ciclo vital intervém na intensidade da atenção com que o telespectador contempla certos papéis: eles não se desfazem da própria posição no ciclo vital para observar e deleitar-se com a atuação dos personagens.

Um segundo aspecto relevante em relação à identificação com os modelos de posição é a hierarquia dos papéis sociais estabelecida para si pelos receptores e a atenção preferencial aos personagens que enfatizam os papéis valorizados na composição da própria identidade social. Assim, os telespectadores que se definem primeiramente desde a profissão que exercem, colocam atenção e comentam mais o desempenho profissional dos personagens e os definem também desde suas profissões; os espectadores que se definem primeiramente desde os papéis sociais que desempenham dentro da família (mãe, avó), colocam principalmente atenção no desempenho dos personagens quanto a esses papéis e se identificam com aqueles que os exercem de maneira para eles “exemplar” ou próxima ao ideal.

Na verdade eu me identifico com o personagem do Chico Mota [Andando nas Nuvens], que é o repórter. Porque ele também, ele é superético, assim. Eu já perdi muita matéria por confiar nas pessoas também, por ser ética, de não publicar antes, de ir atrás de uma informação, e aí perde dois ou três dias, aí você vê que foi uma mancada, que foi um blefe, que é mentira. Ele vive assim, ele vive dançando por acreditar nas pessoas. Eu já fiz muito isso, até hoje ainda, eu sempre acredito (Rosimeire, jornalista, 39 anos).

Através da identificação com as obras, os receptores recuperam elementos nas telenovelas para *narrar a si mesmos* (Barker, 1997). Com os elementos percebidos, organizam um discurso sobre a própria forma de ser e sobre as experiências que têm, à luz da percepção das características e dos atributos apresentados pelos personagens. No discurso dos telespectadores, se associa, pelas comparações que estabelecem, o “eles” (personagens) com o “eu” de cada um. O que se percebe nos personagens é utilizado como material, como repertório e argumento, para revisar e reinterpretar (Bruner e Weisser, 1997) o que já passou e para estabelecer elos entre o passado, com a ação presente e os planos para o futuro: ou seja, para construir sentido sobre si mesmo e sobre o próprio projeto de identidade social.

O reconhecimento de si

Esse tipo de interação cognitiva se verifica quando os espectadores lançam mão dos recursos fornecidos pelas obras para se descreverem e explicar como são e o que pensam sobre o que observam. A novela, nesse caso, é usada como texto e pretexto para falar de si: é utilizada como ponto de partida, lugar desde onde comentar e matéria-prima para explicar a própria maneira de fazer em sociedade. O reconhecimento de si a partir do oferecido pelas obras se explicita no deslocamento da narrativa sobre o “outro” (particular ou generalizado) sobre o “eu”, com o predomínio da primeira pessoa do singular como elemento distintivo na construção narrativa: “eu fiz”, “eu penso”, “eu acredito”, ou seja, “eu sou ou pretendo ser assim”. O telespectador se transporta da história contada pela telenovela para a narrativa sobre a sua própria história de vida.

não tem nada de mim. Ela [Carlota Valdés, Suave Veneno] só é uma pessoa que gosta de fazer o bem, gosta de ajudar os asilos. Ah, nisso ela se parece comigo, sabe? Porque eu por muito tempo ajudei os asilos aqui, sabe? Por muitos anos eu ajudei. [...] Ela é uma pessoa, ela era uma pessoa exibida, na maneira de se vestir e tudo mais. Completamente diferente. Eu sempre fui uma pessoa muito singela, muito simples (Joaquina, dona de casa, 90 anos).

As telenovelas, nesse caso, dão um mapa seja do que falar (matéria da representação), seja de como falar sobre esse algo (estrutura do imaginário e forma do relato). Através da sua configuração de modelo de mundo, elas oferecem parâmetros de comparação com relação a comportamentos, escala de valores, atitudes e hierarquias de prioridades com relação aos vários âmbitos da vida. Oferecem, ademais, um repertório de temas desde onde se observar e avaliar o próprio desempenho social. Proporcionam, também, a oportunidade (mediante o comentário feito sobre os personagens) de expor a própria opinião sem ser taxado de fofoqueiro ou intrometido na vida dos “demais”.

As revisões do próprio passado e as versões sobre o que e como se é são alimentadas pelo reconhecimento das semelhanças (identificação) e das diferenças (alteridade) com relação ao observado. Comparando-se com o que veem, os telespectadores tiram proveito dos recursos expressivos lançados pela atuação dos personagens para definir e qualificar as características da própria identidade social.

Considerações finais

As telenovelas são programas de ficção, e as pessoas que assistem a elas são cientes dessa sua característica. O fato de contarem histórias fictícias, contudo, não constitui obstáculo para que se “tire alguma coisa dali”, ou se aprenda com o que é percebido nesses programas. Além do que nesses programas há de posição e inatendível, existem partes do que é ali apresentado que são sentidas pelos telespectadores como menção, como manifestação (reflexos), como algo que se aproxima do possível, do geral (generalizações). Confrontar-se e interagir com algo que é de uma parte ilusão e de outra alusão propicia a oportunidade de aliviar-se, de distender(-se), de evadir (escapar), de transportar-se (transferindo-se) para o mundo do texto e desfrutar desde lá dos prazeres do que no texto se alude e se ilude. Propicia, também, a utilização dos aspectos oferecidos pela ilusão para explorar o que se deseja e sonha de olhos abertos ou o uso do que se alude como meio para explorar outros aspectos de si mesmo e da própria realidade social.

No que se refere aos aspectos observados do comportamento e dos projetos de identidade apresentados pelos personagens, a experiência com as telenovelas é utilizada como uma opção à aprendizagem e à acumulação de experiências que os indivíduos fazem no contato face a face no cotidiano. A experiência adquirida dessa forma é, de certo modo, substitutiva das relações sociais; é uma maneira alternativa – e mediada – de refletir e comentar (trocar ideias) sobre os comportamentos e as atitudes que as pessoas tomam diante de situações corriqueiras. O envolvimento cognitivo e o empenho em compreender e interpretar a ação dos personagens é, em grande parte, expressão do forte interesse que os telespectadores desses programas têm pelos temas e pelos aspectos da vida social ali trabalhados. Saber mais acerca dos aspectos *aproveitados*, na visão deste estudo, permite entender melhor esses produtos televisivos, e compreender mais acerca do que significam esses programas para as receptoras que os assistem.

Por ser um contato mediado, não há o risco de ser apontado como pouco respeitoso da privacidade alheia por comentar sobre a vida dos “demais”. A posição de receptor oferece, portanto, um lugar menos compromete-

dor para implicar-se e analisar a conduta das pessoas/dos personagens. Oferece, ainda, um panorama mais completo (explicado, detalhado, inteiriço) e conveniente (protegido) para refletir sobre as consequências da própria forma de se conduzir e comportar, através das representações feitas por esses “outros” das histórias.

Referências

- ANG, I. 1985. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London, Methuen, 148 p.
- BARKER, C. 1997. Television and the reflexive project of the self: soaps, teenage talk and hybrid identities. *The British Journal of Sociology*, 48(4):611-628. <http://dx.doi.org/10.2307/591599>
- BRUNER, J; WEISSER, S. 1997. A invenção do ser: a autobiografia e suas formas. In: D. OLSON; N. TORRANCE (ed.), *Cultura Escrita e Oralidade*. São Paulo, Ática, p. 141-161.
- BERGER, P; LUCKMANN, T. 1969. *La Realtà come Costruzione Sociale*. Bologna, Il Mulino, 290 p.
- DANZIGER, K. 1979. *La Socializzazzione*. Bologna, Il Mulino, 194 p.
- GIDDENS, A. 1991. *Modernity and Self-Identity. Self and society in the late modern age*. Cambridge, Polity Press, 256 p.
- GOFFMAN, E. 1979. *Espressione e identità*. Milano, Mondadori, 155 p.
- GOFFMAN, E. 2008. *Estigma. La identidad deteriorada*. 2ª ed., Buenos Aires, Amorrortu, 183 p.
- HALL, S. 1984. Encoding/decoding. In: S. HALL; D. HOBSON; A. LOWE; P. WILLIS (ed.), *Culture, Media, Language*. London, Hutchinson, p. 128-139.
- HELLER, A. 1998. *Sociología de la Vida Cotidiana*. Barcelona, Península, 418 p.
- HELLER, A. 1982. *Teoría de los Sentimientos*. 2ª ed., Barcelona, Fontamara, 315 p.
- LIEBES, T.; KATZ, E. 1990. *The Export of Meaning. Cross-cultural reading of Dallas*. New York, Oxford University Press, 188 p.
- MARTÍN BARBERO, J. 1992. El proyecto: producción, composición y usos del melodrama televisivo. In: J. MARTÍN BARBERO; S. MUÑOZ (org.), *Televisión y Melodrama. Géneros y lectura de la telenovela en Colombia*. Bogotá, Tercer Mundo Editores, p. 19-37.
- MARTÍN BARBERO, J. 1993. *De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, Gustavo Gili, 300 p.
- NEUMAN, W.R. 1982. Television and American culture: the mass medium and the pluralist audience. *Public Opinion Quarterly*, 46(4):471-487. <http://dx.doi.org/10.1086/268745>
- OROZCO, G. 1993. Cultura y Televisión: de las comunidades de referencia a la producción de sentido en el proceso de recepción. In: N. GARCÍA CANCLINI (org.), *El Consumo Cultural en México*. México, CONACULTA, p. 262-294.
- SCHUTZ, A. 1979. *Saggi Sociologici*. Torino, Unione Tipografico – Editrice Torinese, 472 p.
- SCHUTZ, A. 1972. *Fenomenología del Mundo Social*. Buenos Aires, Editorial Paidós, 277 p.
- SLUYTER-BELTRÃO, M. 1992. Interpreting Brazilian telenovelas. Biography and fiction in a rural-urban audience. In: A. FADUL (ed.), *Ficção Seriada na TV. As telenovelas latinoamericanas com uma bibliografia anotada da telenovela brasileira*. São Paulo, Núcleo de Pesquisa de Telenovela, ECA-USP, p. 63-76.
- TODOROV, T. 2007. *Introdução à Literatura Fantástica*. São Paulo, Perspectiva, 192 p.
- TURNER, R. 1983. La concezione di sé nell'interazione sociale. In: L. SCIOLLA (ed.), *Identità, percorsi di analisi in sociologia*. Torino, Rosenberg & Sellier, p. 89-116.

Submetido: 04/12/2010

Aceito: 01/05/2011