

Universidade de Brasília

Chirley Ferreira Mendes

***Uma vitrine do Brasil: telenovelas brasileiras
entre estudantes africanos.***

Brasília,
março de 2012

Universidade de Brasília
Instituto de Ciências Sociais
Departamento de Antropologia
Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social

Uma vitrine do Brasil: telenovelas brasileiras entre estudantes africanos.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Departamento de Antropologia da Universidade de Brasília, como requisito à obtenção do título de Mestre em Antropologia.

Banca Examinadora:

Dra. Andréa de Souza Lobo (orientadora)

Dra. Heloísa Buarque de Almeida

Dra. Juliana Braz Dias

Dr. Luis Roberto Cardoso de Oliveira (suplente)

Brasília,
março de 2012

*Às pessoas que fizeram esse
pedaço da minha trajetória mais
gratificante e bonito.*

Resumo

Este trabalho trata do consumo das telenovelas brasileiras em contextos africanos a partir de pesquisa etnográfica realizada com um grupo de estudantes africanos, de países de língua portuguesa, residentes em Brasília. Seu objetivo é apresentar o processo desse consumo a partir de diálogos com tais interlocutores sobre a telenovela de modo geral e, especificamente, sobre as telenovelas da Rede Globo *Avenida Brasil* e *Cheias de Charme*. Esses diálogos, por sua vez, são relacionados com parte da literatura sobre o tema e com publicações da imprensa especializada. A partir desse contexto são problematizadas as formas pelas quais os estudantes se relacionam com a telenovela brasileira aqui e em seus lugares de origem, estabelecendo proximidades e distanciamentos entre tais contextos. Analiso também o potencial da telenovela em dialogar com os repertórios culturais e com o cotidiano desses consumidores, e a construção de significados e interpretações sobre seus conteúdos e sobre o Brasil que se realiza através desse consumo. Por fim, considero os imaginários que as telenovelas constroem sobre o Brasil, bem como os fluxos de outras mercadorias e trocas entre contextos brasileiros e africanos que o fluxo televisivo pode produzir. Busca-se, portanto, tratar as diversas dimensões envolvidas no consumo de telenovelas brasileiras em contextos transnacionais e trazer elementos etnográficos que contribuam para o enriquecimento do debate.

Palavras-chave: telenovela brasileira; consumo; contextos africanos; etnografia.

Abstract

The dissertation discusses the consumption of Brazilian telenovela in African contexts through an ethnographic research with a group of African students speakers of the Portuguese language living in Brasília. The main objective of the research is to present the process of consumption starting from the dialogues with these interlocutors about the telenovela in general and, specifically, about two of them broadcast by *Rede Globo* channel television; *Avenida Brazil* and *Cheias de Charme*. These dialogues are analyzed through the specialized literature and the press publications on the subject. From this context are problematized the ways in which these students relate to the telenovelas in Brazilian context and in their original countries, establishing nearby and differences between both ones. The research analyses the potential of the telenovela to keep dialogue with cultural repertoires of consumer's daily lives, constructing meanings and interpretations of its contents and about Brazil which is realized through such consumption. Finally, I focus in the build of imaginary about Brazil elaborates by the telenovelas, as well as the flows of goods and other exchanges between Brazilian and African contexts through the television flow. The dissertation treats about the different dimensions involved in the consumption of Brazilian telenovelas in transnational contexts and bring some ethnographic elements which contribute to enrichment this debate.

Key-words: Brazilian telenovela; Consumption; African contexts; Ethnography.

Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, ao apoio constante da minha família, especialmente aos meus pais, pelo carinho, atenção e força nos momentos difíceis, por sempre respeitarem minhas escolhas.

Aos estudantes que de forma muito gentil se dispuseram a participar dessa pesquisa e contribuir com seus conhecimentos e experiências para que esse trabalho fosse possível, alguns deles abrindo as portas de suas casas para mim e permitindo que eu conhecesse uma parte de suas vidas.

À minha orientadora, Andréa de Souza Lobo, pela presença constante ao longo desse trabalho e, sobretudo, pelo apoio e disponibilidade nos seus momentos mais difíceis. Agradeço imensamente a sua compreensão, paciência e as cuidadosas e sensíveis leituras que muito contribuíram para a elaboração desse trabalho.

Ao meu marido, Clayton, que por tantas vezes precisou ter muita paciência com a intensa rotina de trabalho que essa dissertação me exigiu, com as crises e ausências, e ainda assim, soube se fazer presente nesse momento me apoiando, participando do processo da pesquisa, discutindo comigo, e sobretudo, oferecendo o carinho e a atenção que eu precisava. Obrigada pela sua compreensão, afeto e incentivo, que fizeram meus dias em Brasília mais felizes.

À amiga, Sara Santos Morais, que foi quem me possibilitou os contatos com os estudantes que participaram dessa pesquisa e que por vezes me incentivou por meio de nossas conversas e discussões sobre o tema, partilhando suas experiências e me propiciando momentos de reflexão.

Aos colegas da pós-graduação com os quais tanto aprendi durante esses dois anos de mestrado e que partilharam comigo as preocupações do curso, as inspirações e conhecimentos. Agradeço especialmente a Aline, Carol, Julia, Dani, Potyguara, Marco, Hugo, Lediane, Graciela, Cassiane, Angélica e Érika, pela amizade, carinho, pelas conversas que por vezes ensejaram preciosas reflexões, pela partilha das dúvidas, críticas e inseguranças, pelo incentivo e apoio. E, sobretudo, a Aline, Carol, Julia e Dani, por terem feito essa etapa, e a vida em Brasília, mais leves e prazerosas.

Ao CNPq, pela bolsa de estudos que me auxiliou no mestrado.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO 1.....	24
<i>Eu acho que a novela pode ser até um objeto de estudo mesmo como você tá fazendo: a telenovela como objeto da investigação antropológica.....</i>	24
1.1 A telenovela brasileira: história, características e propriedades.....	24
1.2 A telenovela como mediação, bem cultural e narrativa da nação.....	35
1.3 Cenário mercadológico e contexto social das telenovelas brasileiras.....	45
CAPÍTULO 2.....	51
<i>A novela pode ser mais do que uma distração: assistir e interpretar.....</i>	51
2.1 <i>Sempre que dá, que a televisão está na frente, então fica na novela: como, por que e para que assistir à novela.....</i>	51
2.2 <i>Não se pode perder muito a essência da novela: as concepções e interpretações sobre a telenovela.....</i>	67
CAPÍTULO 3.....	83
<i>Essas novelas às vezes nos fazem refletir: construindo sentidos para realidade e a ficção..</i>	83
3.1 Identificações, proximidades e distanciamentos entre ficção e realidade: <i>a realidade (da novela) pode ser tanto o espelho todo limpinho ou um espelho turvo.....</i>	83
3.2 O consumo da telenovela como uma janela para o cotidiano: <i>novela é novela, vida real é vida real (?).....</i>	100
CAPÍTULO 4.....	123
<i>O Brasil pra gente conhecer a novela, ou a novela pra gente conhecer o Brasil?: as representações da nação e outros fluxos produzidos pela telenovela brasileira.....</i>	123

4.1 <i>De fato a novela faz com que toda gente queira saber o que é o Brasil: o consumo do outro e os imaginários construídos pelas telenovelas brasileiras.....</i>	123
4.2 <i>Porque a imagem do povo é principalmente aquilo que você exporta: estereótipos, discursos e representações exportados pelas telenovelas.....</i>	137
4.3 O consumo da telenovela brasileira produzindo outros consumos: os fluxos de produtos brasileiros para países africanos.....	147
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	156
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	163
ANEXOS.....	172

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo empreender uma investigação sobre um campo ainda pouco explorado, o da internacionalização da telenovela brasileira, tendo em vista a ampla comercialização do gênero em mercados transnacionais e a escassez de trabalhos empíricos que tratem de contextos de recepção estrangeiros. Nesse sentido, foi considerada a pertinência de se pesquisar os fluxos televisivos numa perspectiva sul-sul em virtude da conhecida popularidade das telenovelas brasileiras em contextos africanos. E para tanto, fiz opção por realizar o trabalho de pesquisa etnográfica com estudantes de países africanos de língua portuguesa residentes no Brasil. A etnografia dos contextos de recepção dos estudantes e da exibição das telenovelas *Avenida Brasil* e *Cheias de Charme* em diálogo com outros dados da imprensa especializada e com análises teóricas embasadas na literatura do tema, construíram a narrativa aqui apresentada. Nela discuto as várias dimensões envolvidas no consumo da telenovela brasileira entre os estudantes de contextos africanos no intuito de destacar a relação da telenovela com o cotidiano desses consumidores, como também as apreensões e sentidos construídos por eles sobre a narrativa ficcional a partir de seus repertórios culturais, sistemas de valores e concepções de mundo. Apresento, ainda, uma reflexão sobre as representações e estereótipos presentes nas telenovelas que permeiam o imaginário que esses estudantes constroem sobre o Brasil, e sobre os fluxos de outros bens que são impulsionados pela televisão de modo geral e mediados pelos estudantes residentes aqui. Tais elementos são problematizados nesse estudo de caráter exploratório no sentido possibilitar o enriquecimento do debate sobre o assunto e de estimular a formulação de outras questões a respeito, entendendo que o tema é bastante complexo para ser esgotado nas páginas que seguem.

Cenários

Inúmeros estudos atualmente têm tratado os mais diversos contextos urbanos sob o título de sociedade de consumo. Em grande medida os avanços tecnológicos e a entrada dos mais variados produtos em circuitos de mercados globais têm contribuído para que o tema do consumo seja inserido na agenda de pesquisas e debates. A presença do consumo nas mais diversas dimensões da vida social, a crescente estetização e comoditização das mesmas têm

justificado para alguns estudiosos o uso do termo acima ou ainda a sinalização da existência de uma *cultura do consumo*, desencadeando trabalhos em diversas perspectivas sobre a questão, que considero serem complementares umas às outras (BAUDRILLARD, 2007; SLATER 2001; FEATHERSTONE, 1995; MCCRACKEN, 2003; APPADURAI, 2008; DOUGLAS, 2004; BOURDIEU, 2007; CAMPBELL, 2006). Ressalto aqui a necessidade de considerar o papel significativo do consumo de bens materiais, e o lugar da cultura material no mundo contemporâneo apontado por Daniel Miller (2007), mas não deixa de ser também relevante incluir neste cenário os bens culturais imateriais que há muito tempo se destacam por sua circulação em contextos nacionais e internacionais.

Os estudos sobre a indústria cultural começaram a partir da escola frankfurtiana seguindo uma vertente voltada para a esfera da produção de produtos culturais de massa e seus efeitos de dominação e homogeneização sobre os consumidores, bem como do esvaziamento da cultura e da arte pela sua reprodutibilidade em escala industrial (ADORNO, 2005, 1975; HORKHEIMER, 1990; BENJAMIN, 1936; BAUDRILLARD, 2007). Ainda no foco da produção, há um acréscimo à perspectiva anterior por meio de leituras que consideram a especificidade dessa indústria, as tensões internas entre os condicionamentos da produção industrializada e sua padronização, e a manutenção de uma dimensão artística que preserve a originalidade e a criatividade (MORIN, 1969).

Na esfera dos consumidores desses bens culturais de massa, os estudos sobre audiências possibilitaram deslocar o foco da produção e trazer dados sobre as condições de contato e apreensão das mensagens veiculadas por meios de comunicação, bem como de seus efeitos (ANG, 1991). Destaco, sobretudo, as considerações sobre as especificidades dessa indústria e a recusa de considerá-la apenas produtora de mercadorias para o entretenimento (MORIN, 1969), bem como a emergência de perspectivas que conferem relevância às práticas cotidianas envolvidas na apreensão, apropriação e reelaboração das mensagens veiculadas por esses bens (FEATHERSTONE, 1995; HALL, 1986; MARTÍN-BARBERO, 1987). Nesse cenário, as *soap operas*, como gêneros televisivos de grande popularidade, ganham destaque nos estudos sobre *mass media* e indústria cultural televisiva, a partir de reflexões em torno da especificidade do gênero ficcional, seu lugar na comunicação de massa e sua relação com a cultura popular e certos segmentos da audiência tais como o público feminino (ANG, 1985; GERAGHTY, 1999, 2005; DAS, 1995).

Considerando a complementaridade das perspectivas que foram construídas ao longo dos estudos sobre a indústria cultural, tendo em vista que cada uma delas trata aspectos relevantes do processo de consumo desses bens, procuro construir um arranjo que conjugue os pressupostos pertinentes ao recorte proposto para essa pesquisa. Primeiramente, o objetivo é tratar a telenovela como bem cultural que não pode ser excluído da esfera de produção artística e das tradições, devendo ser compreendida não apenas em termos de suas repercussões e efeitos, mas a partir de sua estrutura interna e dos parâmetros aplicáveis a esse gênero televisivo (BORELLI, 2001; ORTIZ E RAMOS, 1991; TÁVOLA, 1996).

Portanto, rejeito, nesse recorte, as concepções de que os produtos da indústria cultural de massa são unicamente mercadorias e de que seu consumo é desprovido de exercício imaginativo e reflexivo por parte dos consumidores. Sem desconsiderar o papel dos produtores culturais na produção de conteúdos carregados de significados simbólicos e interesses mercadológicos que direcionam as leituras e debates dos consumidores em alguma medida, tratarei dos efeitos desses conteúdos no cotidiano dos consumidores não pela via da imposição que eles possam vir a exercer, mas da interação e do diálogo com os repertórios culturais desses últimos, que atuam como sujeitos dotados de agência. Não se trata, no entanto, de olhar apenas para tal agência como elemento preponderante nesse processo, talvez ela ganhe nesse trabalho especial destaque pelo fato de as discussões aqui apresentadas estarem tomando como referências as falas dos consumidores. Por outro lado, seria ingênuo pensar que tais falas nas quais emergem suas interpretações e apropriações sobre os conteúdos televisivos estariam livres das influências dos produtores culturais, sobretudo no que diz respeito ao consumo de bens cuja publicidade é feita através das telenovelas.

Trata-se, portanto, de não restringir a compreensão da dinâmica envolvida nesse consumo nem a uma conformação das apreensões dos sujeitos aos significados propostos pelos produtores, e tão pouco a uma subversão desses significados, necessariamente, pela resistência dos consumidores. As relações tecidas no consumo da telenovela são marcadas pelas disputas sobre a construção de significados sobre os mais variados temas e por isso configuram também relações de poder permeadas por uma reflexividade e atravessadas pelos lugares sociais dos atores envolvidos. De modo que não podemos desconsiderar que a televisão de modo geral ensina a consumir, poderíamos dizer que ela desenvolve uma verdadeira pedagogia do consumo. Assim, pois, o propósito é pensar esses processos a partir da sua inserção nos contextos cotidianos dos consumidores, entendendo que eles podem

conjugar ambas as situações no fluxo de significados que se deslocam entre os polos da produção e da recepção simultânea e mutuamente. Pretendo, portanto, empreender uma análise do consumo da telenovela tanto como uma mercadoria quanto um bem cultural, buscando analisa-lo como um processo no qual essas dimensões estão relacionadas.

Contudo, temos observado que a maioria dos trabalhos sobre o tema têm tratado a produção e a recepção – as duas pontas dessa cadeia de consumo – separadamente. Tais análises concentram-se ora na produção televisiva e em sua trajetória, ora exclusivamente nos contextos de recepção, o que muitas vezes nos leva a acreditar que essas dimensões são incomunicáveis ou independentes. É nesse sentido, que o propósito desse trabalho se situa justamente na problematização das mediações que se estabelecem entre produtores, produto e consumidores na medida em que essas instâncias dialogam e se cruzam na cadeia de consumo (HAMBURGER, 2005). Para tanto, partilho da perspectiva metodológica das mediações de Martín-Barbero (1987), também adotada no trabalho de Lopes, Borelli e Resende (2002), a fim de pensar o consumo da telenovela como um processo constituído pelas mediações estabelecidas entre produtores, consumidores e o produto.

Faço a opção por não tratar os consumidores aqui referenciados por termos como audiência, recepção, público, espectadores ou telespectadores – apesar de alguns desses termos aparecerem no texto, sobretudo em referência a outros trabalhos –, por considerar, conforme ressalta Almeida (2003), que antes de tudo se consome a própria narrativa, ou seja, assistir às telenovelas é um ato de consumo e sua narrativa um produto. Logo, aqueles que a assistem não são meros espectadores a espera da mensagem a ser recebida, mas consumidores que desenvolvem uma competência específica para se relacionar com esse produto que possibilita reflexões, identificações, avaliações e críticas. A telenovela é considerada aqui como um produto de consumo e não apenas como ficção ou entretenimento. Essa perspectiva também implica em rejeitar sentidos de passividade e conformismo que alguns desses termos carregam, bem como a restrição do papel desse consumidor ao de mero espectador que não intervém no processo. Por outro lado, essa postura nos previne de críticas direcionadas a termos como audiência, que podem retirar a especificidade dos sujeitos pesquisados agrupando-os sob uma categoria demasiadamente abstrata que não os toma como corpo social empírico (HAMBURGER, 2005). Nesse sentido, considero os sujeitos pesquisados como consumidores por partir também da concepção de que “o público é ativo e capaz de construir uma variedade de sentidos a partir de novelas” (ANG, 2010: 87). A ideia é, pois, conferir um

caráter concreto aos nossos sujeitos de pesquisa enquanto pessoas que se inserem num dado contexto sociocultural.

Acredito, como aponta Miller (1995), que os estudos sobre o consumo moderno podem apresentar importantes ferramentas para o entendimento da natureza da modernidade como experiência social. Assim como Douglas (2004), também chamo atenção para o fato de que o consumo deveria ser trazido para dentro do processo social como mediador das relações, deixando de ser encarado apenas como um resultado do trabalho. Desse modo, a proposta é recuperar o valor construtivo do consumo a partir das relações que ele viabiliza entre os mais diversos atores, bem como os processos de classificação e significação de pessoas, objetos e símbolos que ele possibilita, tratando-o, portanto, como “processo social, mecanismo social e estratégia”. Nessa perspectiva

(...) o consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como produtor de sentido e de identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilo de vida e identidades; e uma categoria central na definição da sociedade contemporânea. (CAMPBELL; BARBOSA, 2006: 26)

Partindo de tais pressupostos, a pesquisa proposta para esse estudo buscou empreender uma investigação sobre um campo ainda pouco explorado, o da internacionalização da telenovela brasileira, tendo em vista a ampla comercialização do gênero em mercados transnacionais e a escassez de trabalhos empíricos que tratem de contextos de recepção estrangeiros. Nesse sentido, foi considerada a pertinência de se pesquisar os fluxos televisivos numa perspectiva sul-sul em virtude da conhecida popularidade das telenovelas brasileiras em contextos africanos. E para tanto, fiz opção por realizar o trabalho de pesquisa etnográfica com estudantes de países africanos de língua portuguesa residentes no Brasil por acreditar que o fato de residirem no contexto cultural de produção das telenovelas poderia trazer outros elementos para a discussão. Assim, o ponto crucial desse recorte é proporcionar um acesso aos significados construídos por esses consumidores estrangeiros quando estão em contato de certo modo direto, por não ser mais apenas intermediado pela televisão, com as “realidades” retratadas na ficção.

Contudo, a intenção inicial da pesquisa era conjugar dados construídos não apenas junto aos consumidores, mas também na esfera da produção, privilegiando as telenovelas da

emissora Rede Globo, um investimento bastante difícil de concretizar. Alguns estudiosos já pontuaram a dificuldade de se penetrar em comunidades fechadas ou secretas, bem como de executar procedimentos típicos da etnografia como a observação participante. Um exemplo da problematização em torno desse campo de pesquisa é o trabalho de Ortner (2010), no qual, dentre outros, ela discute esses aspectos de sua experiência etnográfica em estudo sobre Hollywood. Em meio a todos os arranjos burocráticos que esse empreendimento exigiu durante mais de um ano de contatos, entre envio de documentação e negociações, essa possibilidade acabou se tornando inviável para o presente trabalho. Diante da dificuldade de penetração em uma instituição privada e representante dos grupos dominantes da nossa sociedade, os prazos e exigências da emissora fizeram com que não fosse possível coletar os dados até a confecção do trabalho. Tal fato, conseqüentemente, acarretou uma mudança no desenho da pesquisa e deixou algumas lacunas em suas análises, tendo em vista que o objetivo principal era conhecer os processos de exportação das telenovelas, como a emissora se relaciona com o público estrangeiro, e em que medida esses consumidores são levados em consideração nos processos de produção e comercialização.

A estratégia proposta por Ortner (2010) para compensar a impossibilidade de realizar observação participante nesses espaços seria assistir a eventos nos quais essas instituições fechadas se fazem presentes para o público. Quanto à questão do acesso aos sujeitos inseridos nessas instituições para a realização de entrevistas, a autora propõe tornar a impossibilidade de diálogo uma discussão metodológica ao problematizar o interesse do entrevistado no projeto. No caso da pesquisa aqui proposta, a Rede Globo até o momento autorizou a realização de entrevistas com alguns profissionais envolvidos na produção das telenovelas, contudo, o processo ainda está em andamento e a realização da coleta de dados depende da aceitação dos profissionais e de sua disponibilidade em conceder as entrevistas. Diante disso, optei por concentrar as análises nos contextos de recepção e nas formas como ocorre o consumo da telenovela brasileira entre os estudantes africanos aqui pesquisados. A esfera da produção é recuperada em alguns momentos das análises a partir de informações presentes em outros estudos sobre essa dimensão e também por meio de algumas publicações da mídia especializada e dos próprios canais de comunicação da emissora, como demais programas da sua grade televisiva, e também por meio da página virtual.

Em meio a esse cenário o trabalho de campo realizado junto a um grupo de estudantes de alguns países africanos de língua portuguesa – Moçambique, Angola, Cabo Verde, Guiné-

Bissau – iniciou-se no final do mês de abril de 2012 e foi concluído no início de outubro do mesmo ano. O período foi definido principalmente em função da exibição das duas telenovelas aqui abordadas, *Avenida Brasil* e *Cheias de Charme*, que foram exibidas de março a outubro do referido ano. Contudo, cabe ressaltar que este não foi um período de coleta de dados ininterrupto, muito pelo contrário, como todo trabalho de campo ele foi marcado por rupturas e interrupções ocasionadas pela própria dificuldade de se estabelecer contatos e vínculos com os sujeitos pesquisados, bem como pela indisponibilidade dos mesmos, desistências, negativas. No caso dessa pesquisa, o trabalho de campo foi também afetado por um longo período de greve na Universidade de Brasília, que era meu principal espaço de contato com esses estudantes.

O trabalho foi baseado principalmente na realização de entrevistas gravadas fora dos horários de exibição das novelas. Dentre os estudantes que pude entrevistar houve alguns com os quais consegui realizar apenas uma conversa, enquanto com outros pude ter vários encontros ao longo da exibição das duas novelas. No total, foram nove entrevistados. Entretanto, pude fazer mais de uma entrevista e estabelecer contato mais próximo com seis deles, tendo entrado na residência de três desses seis e acompanhado poucas vezes o momento de assistir às novelas com dois deles. A questão de conseguir penetrar a casa das pessoas também é outro fator significativo na pesquisa de campo e que impacta diretamente na qualidade dos dados coletados, contudo, essa também é uma questão bastante delicada e um empreendimento que exige um tempo maior de trabalho de campo ou um contato anterior com os sujeitos da pesquisa, acessando, por exemplo, nossas próprias redes de relações. Porém, no meu caso, tratava-se de um grupo totalmente desconhecido e com o qual não mantinha nenhum tipo de contato anterior à pesquisa, sendo a universidade o único ponto de contato entre nós, e o interesse por novelas. Tendo em vista a complexidade envolvida nesse aspecto da pesquisa de campo, voltarei a este assunto com maiores detalhes em um dos capítulos desse trabalho.

Entretanto, apesar da fragilidade das metodologias aplicadas em estudos de recepção, como aponta Hamburger (2005), e na antropologia em geral, no que diz respeito ao seu potencial de generalização, considero que esse tipo de pesquisa pode apresentar consistentes contribuições para a compreensão dos processos de consumo de narrativas ficcionais e propor questionamentos importantes que podem ser melhor investigados por meio de outros recortes e metodologias. Nesse sentido, é preciso enfatizar que os dados aqui apresentados não têm a

pretensão de conduzir o leitor a generalizações ou apresentar uma concepção unívoca de um suposto “modo africano de ver televisão”. Ao contrário, tais dados compõem um trabalho ainda em caráter exploratório e apresentam um quadro que pode nos apontar questões importantes a serem aprofundadas em pesquisa etnográfica mais duradoura e em uma revisão bibliográfica mais extensa. Ressalto, pois, que todos os dados compilados aqui, de ordem empírica e bibliográfica, estão circunscritos a um recorte obviamente arbitrário e que privilegia um conjunto de concepções, análises e uma construção etnográfica que precisou excluir algumas questões de seu escopo.

Considero que os estudos de recepção já demonstraram claramente que diferentes contextos implicam modos particulares de apreensão dos conteúdos televisivos, e partimos desse pressuposto para analisar os dados aqui apresentados. Nesse sentido, muitas das análises esboçadas nesse trabalho não são inéditas, nem inauguram nenhuma perspectiva ou oferecem conclusões fechadas sobre o assunto. Mas, sua especificidade e sua relevância residem na visibilidade conferida a determinados contextos de recepção ainda não explorados, na qualificação das apreensões e interpretações empreendidas pelos consumidores em questão, como na exploração do corpo analítico já existente para proposição de questionamentos e ampliação dos debates sobre o tema. Assim, proponho que nos perguntemos o que acontece com o produto telenovela ao atravessar as fronteiras nacionais; como consumidores pertencentes a outro contexto cultural apreendem os sentidos presentes na narrativa ficcional; quais relações a telenovela estabelece com seus cotidianos e seus repertórios culturais; em que medida a experiência de morar no Brasil modifica o olhar desses consumidores sobre os conteúdos das telenovelas; até onde a telenovela brasileira pode servir como uma mediadora dos contatos entre sujeitos de contextos distintos e promover uma imagem do país que representa sua identidade no cenário internacional.

Apoiando-me nas palavras de Motter, entendo que para responder a tais questões precisamos ter em mente que

(...) a ficção constrói um mundo paralelo tomando como referente a própria realidade em que está inserida e da qual é representante. Aceitamos considerar, em primeiro lugar, que a ficção é uma dimensão constituinte do processo de construção da realidade social e que, ao mesmo tempo, toma desta última os elementos necessários para sua construção e composição: palavra, roteiro, ação dramática, direção, atuação, cenários, figurinos, iluminação, tomadas de câmera, iluminação, cortes de edição, sonorização, entre outros. (Motter; Jakubaszko, 2007: 57)

Assim, analisar a relação desses estudantes de contextos africanos com a telenovela brasileira é entender qual o lugar desse produto dentro das suas práticas sociais e até que ponto ela se torna um mediador da relação com o Brasil. Mais do que isso, é compreender a partir de quais quadros simbólicos a telenovela é apreendida, quais são os elementos dela apropriados, bem como as dinâmicas dessas apropriações e das suas significações. Além disso, é possível identificar os desejos, valores e concepções de mundo mobilizados nesse consumo, e com isso as imagens do Brasil que se constroem no diálogo com as narrativas da telenovela. Isso não significa, entretanto, que consideremos a telenovela como única produtora de significados e representações sobre o Brasil, pois cabe salientar que outros tantos produtos brasileiros circulam há muito tempo em mercados internacionais, como é o caso da música. Não se trata de partir de uma concepção tão ingênua e limitada da questão, mas de privilegiar a telenovela enquanto um, dentre outros bens, que é amplamente consumido, sobretudo nos contextos aqui abordados, e por considerar que suas próprias qualidades lhe permitem atuar em alguma medida como uma vitrine do Brasil. Qualidades estas que vão desde o recurso à narração de histórias através da imagem até a inserção de outros produtos em seus textos através de ações de merchandising.

É buscando refletir sobre essas questões que a pesquisa aqui apresentada procura, de alguma maneira, analisar a cadeia de mediações presentes no consumo da telenovela brasileira por estrangeiros, demonstrando quais repertórios são compartilhados nesse processo e quais significados vão sendo adicionados e diferenciados no curso dessa cadeia. Considero que pensar o consumo da telenovela em termos de uma cadeia pode nos permitir ampliar o entendimento desse processo ao considerarmos as interlocuções e mediações que se estabelecem entre seus elos e os diversos atores que os compõem. O presente estudo tem como objetivo contribuir com as construções analíticas em torno dessa temática oferecendo um repertório de significados, construções simbólicas e práticas sociais que constituem o recorte de pesquisa aqui exposto.

Personagens

Passemos a apresentação das personagens da narrativa que constitui esse trabalho, e que são tratados na condição de interlocutores que construíram as informações e

conhecimentos aqui apresentados na forma de texto estruturado na narrativa etnográfica atrelada a discussões analíticas. Os principais personagens da nossa narrativa são os estudantes que se puseram a dialogar com a proposta da pesquisa e com a pesquisadora. De modo que farei uma breve apresentação de quem são essas pessoas.

O primeiro interlocutor com o qual fiz contato foi Joaquim, de Guiné-Bissau, que cursou administração na Universidade de Brasília e atualmente trabalha para uma empresa privada do Distrito Federal. Ele me foi apresentado por uma colega da pós-graduação que também havia pesquisado junto a estudantes africanos da universidade. Joaquim já tinha contato com as telenovelas brasileiras em seu país e continuou a consumi-las depois de vir morar no Brasil há cerca de seis anos. Com ele fiz uma única entrevista, depois da qual não conseguimos conciliar um horário para que pudéssemos ter outras conversas, devido principalmente as nossas rotinas de trabalho e estudo. Foi através dele que conheci meu interlocutor de Angola, Pedro. Este veio da capital Luanda em 2011 para estudar Engenharia de Telecomunicações através do Programa de Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G), assim como Joaquim. Pedro vem de um bairro periférico de Luanda, segundo ele, gosta bastante de assistir às novelas brasileiras e já as consumia em seu país através da televisão pública local e dos canais por assinatura. Ao longo da exibição das duas novelas aqui abordadas pude ter vários encontros com Pedro na universidade e com isso manter uma continuidade no nosso diálogo.

Também por meio da mesma colega da pós-graduação, conheci Simone, moçambicana de Maputo que foi meu principal contato para que chegasse às outras moçambicanas que participaram da pesquisa. Simone já cursava doutorado em Ciência da Informação, também na Universidade de Brasília como os demais, e concluiu no segundo semestre de 2012, retornando a Maputo. Com Simone não realizei nenhuma entrevista formal tendo em vista que ela estava escrevendo sua tese e não dispunha de tempo para participar da pesquisa, contudo, foi através dela que conheci Lucia, outra moçambicana de Maputo, e como eram amigas houve algumas ocasiões nas quais estive na casa desta última, em que pude também conversar com Simone. Lucia é dentista e fazia um curso de especialização na área de ortodontia em uma instituição particular em Brasília, quando nos conhecemos ela finalizava o curso e se preparava também para partir, diante disso tivemos poucos encontros, mas todos eles em sua casa, no horário das novelas. Foi durante essas visitas que também estive presente Simone, que acabou participando de algumas conversas e discussões. Ambas já eram familiarizadas

com as novelas brasileiras, pois assistiam em seus países onde possuíam assinatura de canais brasileiros. Juntamente com Lucia morava Camila, que eu só fui conhecer depois da partida de Lucia porque ela estava em Maputo quando iniciei a pesquisa.

Assim que Camila chegou fiz contato com ela e pude esporadicamente lhe fazer visitas em sua casa durante o horário das novelas ao longo dos meses de realização do trabalho de campo, contudo, o fluxo de nossas conversas era interrompido por suas idas periódicas a Maputo. Camila é casada e mãe de duas filhas, o que justifica as constantes visitas à família, também é dentista e faz duas especializações em instituições particulares de Brasília desde o início de 2011. Apesar da rotina cheia com os dois cursos, ela sempre achava um tempo para assistir às novelas brasileiras com as quais também já estava familiarizada por consumi-las já em seu país. Através de Simone conheci mais duas moçambicanas desse círculo, amiga das demais, Janete e Beatriz. A primeira veio para o Brasil acompanhando o marido que é funcionário da embaixada de Moçambique, ela já tinha contato com as telenovelas brasileiras em Maputo, mas afirma que atualmente já não estava assistindo. Com ela tive apenas uma conversa. Beatriz também veio de Maputo para o Brasil há seis anos nas mesmas condições que Janete, acompanhando o marido. Desde então fez mestrado na área de agronegócios e agora cursa doutorado em Política Social no departamento de Serviço Social da Universidade de Brasília. Beatriz também já assistia às novelas brasileiras em seu país e, estando no Brasil, a novela continuou presente em seu cotidiano. Assim, ao longo da exibição de *Avenida Brasil* e *Cheias de Charme*, mantivemos encontros semanais em sua casa fora do horário das novelas, o que fez com que ela fosse a minha principal interlocutora no grupo.

Por outra via, através de uma reunião da União dos Estudantes Africanos de Brasília (UEAB) realizada no Centro de Convivência Negra da Universidade de Brasília, na qual estive presente por intermédio de um estudante senegalês que me dava aulas de francês, pude conhecer mais alguns estudantes de países africanos de língua portuguesa e falar de minha pesquisa. Dentre cerca de seis estudantes com os quais tentei contato, consegui estabelecer diálogo apenas com uma jovem cabo-verdiana, Maíra, com a qual tive algumas conversas esporádicas durante o período do trabalho de campo na própria universidade e na academia de dança onde dava aulas. O caráter descontínuo de nossos encontros devia-se, em grande medida, à sua rotina de estudos e ao fato de ela residir em uma cidade satélite, o que tornava o contato menos acessível. Maíra cursa faculdade de Artes Plásticas com duas habilitações, licenciatura e bacharelado, e paralelamente procura fazer alguns trabalhos, como as aulas de

dança e exposição de algumas peças em mostras. Apesar de não acompanhar muito as telenovelas por conta dessa rotina, ela sempre estava a par das tramas e mantinha contato com a telenovela brasileira antes de vir para o Brasil.

Por meio dessa reunião dos estudantes africanos também conheci Alexandre, porém, ele não vem de um país de língua portuguesa como os demais, ele é oriundo de Camarões, um país em que há pouca transmissão de telenovelas brasileiras comparado aos demais. Ainda assim, ele me procurou no intuito de contribuir com a pesquisa, mesmo não sendo um consumidor de novelas, pois ele diz não gostar muito do gênero e mostrou-se bastante crítico a esse produto. Diante da sua iniciativa, tivemos uma conversa na qual ele manifestou suas concepções sobre a telenovela brasileira e sua relação com a questão racial.

Os diversos caminhos pelos quais fui alcançando essas pessoas pode nos colocar diante da questão da pertinência do uso da categoria *estudante* para definição desse grupo de pessoas oriundas de países africanos de língua portuguesa. Há atualmente uma gama de estudos voltada para o fluxo de estudantes africanos para as universidades brasileiras e as especificidades desse lugar que eles passam a ocupar em nosso país, e devo reconhecer que o trabalho aqui apresentado não se enquadraria entre tais estudos. No entanto, não vejo no momento outra categoria por meio da qual poderia agrupá-los e fazer referência ao longo do texto que não esta. E, nesse sentido, o uso recorrente da palavra estudantes para me referir a esse grupo de interlocutores é feito aqui de modo mais retórico a fim de fazer referências gerais ao grupo em questão.

Bem, em diálogo com esses interlocutores se situa a pesquisadora que também narra essa história. Sobre mim, posso dizer que cresci com o hábito de assistir às novelas, mesmo na infância já tinha contato com as produções desse gênero. Venho de uma cidade do interior de Minas Gerais, onde houve um tempo em que a televisão era aparelho escasso e levava as pessoas a se aglomerarem nas casas de vizinhos e parentes para ter acesso aos programas televisivos, como fizeram meus pais por diversas vezes. Além disso, por muito tempo a televisão era praticamente o único meio de informação (como também o rádio) e a única forma de lazer. Nesse contexto eu me tornei uma noveleira, digamos, mantendo até hoje o hábito de me colocar de frente à televisão para acompanhar suas ficções.

Essa proximidade foi, sem dúvida, decisiva para que eu optasse por esse objeto de pesquisa e fizesse da distração um trabalho. Recupero aqui, esse contexto para deixar o leitor ciente de minha inserção nesse universo e de minha relação com esse objeto, bem como para

destacar que em todos os diálogos que se desenvolveram ao longo dessa pesquisa eu estive presente não só como pesquisadora, mas como consumidora. Diante disso, recorrentemente precisei mobilizar minha memória e meus conhecimentos acumulados durante todos esses anos sobre novelas e o contexto que as envolve. Ainda assim, tive que me colocar a par de muitos detalhes e passar a acompanhar diariamente informações sobre esse campo.

Durante o período de trabalho de campo, além das conversas com esses interlocutores, mantive uma rotina de assistir sistematicamente às duas novelas com caderno na mão e tomando nota dos detalhes de cenas, falas e personagens. Paralelamente, visitei páginas virtuais da imprensa especializada acessando suas publicações sobre as referidas novelas, bem como a página virtual da emissora acessando informações e conteúdos, além de rever vídeos de alguns capítulos e as antecipações sobre os mesmos. Também acompanhei a programação da emissora e as inserções das duas novelas em outros programas da grade televisiva, recorrendo algumas vezes às suas entrevistas e reportagens. Portanto, as duas novelas aqui apresentadas se tornaram objeto de interlocução, bem como o campo midiático que as circundam¹.

Além da construção dos dados por essas vias, o recorte aqui realizado também se estruturou a partir da revisão de parte significativa da bibliografia sobre o tema antes, durante e depois do trabalho de campo. Portanto, os estudiosos com os quais pude ter contato nesse processo também se convertem aqui em interlocutores e orientam as discussões propostas. Houve ainda outros interlocutores que não são diretamente mencionados nesse texto, mas que contribuíram de alguma forma para a sua construção, uma vez que acabamos levando nossos universos de pesquisa para outros âmbitos de nossas vidas e passamos a partilhá-los com colegas de profissão, familiares, amigos, e todas essas pessoas acabam interferindo de alguma forma no olhar que direcionamos ao nosso objeto de problematização. O que demonstra o quanto esse processo é complexo e como ele vai se construindo e se consolidando ao longo do tempo através de inúmeros reposicionamentos do nosso olhar diante da realidade que ousamos recortar. Portanto, as reflexões propostas nesse trabalho não se esgotam aqui, já que outros interlocutores estabelecerão diálogo com essa narrativa, e eu espero que possa ser assim, que esse trabalho de fato realize o seu propósito, ampliar o debate.

¹ No apêndice desse trabalho disponibilizo para consulta um resumo das narrativas das duas novelas, *Avenida Brasil* e *Cheias de Charme*, e de suas personagens. Essas narrativas não foram recuperadas no trabalho em sua totalidade e em seus detalhes, mas na medida em que eram referenciadas pelos interlocutores e nos detalhes que eles destacavam.

Enredo

Apresento agora a estruturação dessa narrativa por meio de um esboço dos recortes, discussões e análises que compõem o presente trabalho. O primeiro capítulo é de contextualização do cenário teórico da pesquisa a partir da problematização da telenovela como um objeto de estudo antropológico, e está dividido em três seções. O objetivo é familiarizar o leitor com a temática da telenovela, recuperando seu histórico e as especificidades do gênero no Brasil. Demonstrando o seu lugar no contexto da indústria televisiva brasileira, localizo esse objeto dentro do universo acadêmico trazendo uma revisão das principais perspectivas teóricas e pesquisas realizadas no Brasil. Por fim, procuro situar o leitor sobre o contexto atual em se inserem as telenovelas brasileiras e como o gênero foi se atualizando ao longo dos anos, ressaltando o seu processo de internacionalização e sua relação com outras mídias. A discussão confere destaque às potencialidades da telenovela enquanto objeto de estudo e as diversas perspectivas de análise que ela tem possibilitado, ressaltando a sua relevância para o entendimento do consumo de produtos da indústria cultural de massa.

O segundo capítulo, composto por duas seções, tem por objetivo contextualizar as situações de recepção das telenovelas brasileiras junto aos estudantes africanos pesquisados trazendo as suas experiências com o produto vividas em seus países e aqui no Brasil. Paralelamente, apresento suas percepções sobre a telenovela de modo geral e as formas como se relacionam com ela em seu cotidiano através da construção de interpretações sobre seus conteúdos. A recomposição dos cenários – criando uma ponte entre o consumo das telenovelas em seus países e as situações de recepção vivenciadas por eles aqui no Brasil – tem por objetivo apontar as continuidades e rupturas entre os modos de assistir à telenovela lá e aqui, como também o modo pelo qual se estrutura uma vivência em torno do seu consumo através do ato de assisti-la. A discussão proposta nesse capítulo busca problematizar o ato de assistir às novelas, a penetração delas no cotidiano dos consumidores e as percepções que eles constroem sobre esse produto a partir das interpretações de seus conteúdos.

O terceiro capítulo apresentará reflexões acerca da relação entre ficção e realidade, assim como entre a telenovela e o cotidiano, em duas seções. Por meio das apreensões dos conteúdos ficcionais realizadas pelos estudantes africanos demonstro como a telenovela pode atuar como uma mediadora entre os contextos locais desses estudantes e o contexto brasileiro, produzindo aproximações e distanciamentos em relação à realidade representada em sua

narrativa. Procuo problematizar as possibilidades de identificação e demarcação de diferenças entre os dois contextos que o diálogo com as narrativas ficcionais enseja. Demonstro, ainda, que esse diálogo está permeado por concepções de mundo e um conjunto de valores que orientam a apreensão das narrativas e estruturam os significados que lhes são atribuídos pelos consumidores. Na relação que se estabelece entre a ficção televisiva e o cotidiano desses interlocutores, procuro destacar o potencial da telenovela em permitir que se possa acessar outras esferas da vida de seus consumidores e seus repertórios culturais. Argumento, pois, como a telenovela pode se tornar uma janela para o cotidiano por meio da interação na qual ambas as esferas se alimentam e se afetam mutuamente.

O quarto e último capítulo busca apresentar, por meio dos depoimentos dos estudantes, alguns elementos relacionados ao consumo das telenovelas brasileiras em seus países de origem no intuito de oferecer um quadro acerca dos estereótipos e representações que permeiam o imaginário sobre o Brasil. Considerando que esse imaginário é alimentado, em alguma medida, pelas telenovelas, que podem funcionar como uma vitrine do país no cenário internacional, demonstrando, porém, que elas não são as únicas vias de obtenção de informações e conhecimentos sobre o Brasil na construção desse imaginário. Procuo inserir nessa discussão as percepções dos estudantes africanos sobre os estereótipos e representações construídos pelas telenovelas sobre a realidade brasileira. Desse modo, destaco os elementos que esses consumidores mobilizam para confrontar tais representações e estereótipos com a realidade, e estabelecer diálogos entre as narrativas ficcionais, o contexto sociocultural brasileiro e os contextos africanos. Por fim, apresento alguns dados que apontam para o fluxo de outras mercadorias brasileiras para esses países e cuja circulação é impulsionada, em alguma medida, pelos fluxos televisivos, apontando como as telenovelas podem vender modas e estilos de vida através dos mais variados produtos. Movimento este que cria um circuito de trocas mobilizando pessoas no Brasil e nos contextos africanos aqui abordados, e colocando esses contextos em constante contato.

CAPÍTULO 1

Eu acho que a novela pode ser até um objeto de estudo mesmo como você tá fazendo: a telenovela como objeto da investigação antropológica.

Nesse capítulo, o objetivo é familiarizar o leitor com a temática da telenovela, com o lugar que esse gênero ocupa na indústria televisiva brasileira e no campo das principais pesquisas e estudos acadêmicos no Brasil. Mas, acima de tudo, demonstrar as potencialidades da telenovela enquanto objeto de estudo e as diversas perspectivas de análise que ela tem possibilitado, ressaltando a sua relevância para o entendimento do consumo de produtos da indústria cultural de massa. Realizo um breve histórico da telenovela brasileira que ressalta suas características e propriedades apresentando um quadro geral de como esse gênero se consolidou em nosso país. Em seguida, localizo esse objeto de estudo dentro do universo acadêmico trazendo uma revisão das principais perspectivas teóricas e pesquisas realizadas no Brasil e apresentando as lacunas ainda existentes no tratamento dos processos de internacionalização da telenovela. Por último, procuro situar o leitor sobre o contexto atual em que se inserem as telenovelas brasileiras. Essa contextualização é feita a partir de alguns elementos que julgo relevantes para considerar o alcance do seu consumo atualmente, os mecanismos que vem desenvolvendo ao longo dos anos para conhecer seu público e adequar suas produções a ele, bem como as renovações e atualizações pelas quais o gênero continua passando.

1.1- A telenovela brasileira: história, características e propriedades.

A telenovela constitui um gênero ficcional televisivo presente no Brasil desde os anos 50², cujas origens remontam ao folhetim e ao melodrama do século XIX. Apesar de fazer

² A primeira telenovela brasileira foi produzida pela TV Tupi, de São Paulo, em 1951 e era transmitida as terças e quintas no horário de 20 horas, intitulada *Sua Vida me Pertence*. A primeira telenovela com transmissão diária foi *25499 Ocupado*, que estreou em 1963 pela TV Excelsior, enquanto a TV Tupi transmitiu sua primeira telenovela diária, *O Direito de Nascer*, no ano seguinte. Ver: ALENCAR, Mauro. *A Hollywood brasileira: um panorama da telenovela no Brasil*. Rio de Janeiro: Senac, 2002; e FERNANDES, Ismael. *Memória da telenovela brasileira*. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1997.

parte da programação televisiva desde os primórdios da televisão no Brasil, a telenovela não é originalmente uma criação brasileira e vale destacar que as primeiras produzidas aqui foram em sua maioria adaptações de textos latino-americanos, sobretudo, cubanos e argentinos. As narrativas, inicialmente adaptadas de romances literários para o rádio como *radionovelas*, foram transpostas para o formato televisivo segundo o modelo da *soap opera* norte-americana, ou “ópera de sabão”, pelo fato de que eram patrocinadas pelas fábricas de sabonete (ALENCAR, 2002; GOMES, 1998). Mas, ao longo dos anos a telenovela brasileira foi se distanciando de suas origens ao passo que nossa indústria cultural se desenvolveu o bastante para conferir-lhe uma especificidade que fez dela um produto tipicamente brasileiro. Distinguindo-se das produções latino-americanas, a sua singularidade se traduz na fala de Ismael Fernandes ao considerar que “a telenovela brasileira se expressa por si só e tem sua própria história” (FERNANDES, 1997: 20).

O final da década de 60 é considerado pela maioria dos estudiosos como o período em que a telenovela produzida no Brasil assumiu uma linguagem própria e tipicamente brasileira. Até então as narrativas constituíam em adaptações e tramas baseadas em obras do século anterior com personagens excêntricos e ambientadas geralmente em países estrangeiros com cenários distantes da realidade brasileira e desconhecidos, características marcantes da produção da Rede Globo na época³. Para Fernandes (1997), a reformulação da telenovela brasileira no sentido de criar narrativas que refletissem a realidade do país, com personagens que mantivessem alguma identificação com nosso povo e nossa cultura, veio em 1968 com a estreia de *Beto Rockfeller* na TV Tupi. A partir de então a indústria televisiva brasileira começa a produzir telenovelas com características próprias que privilegiavam a representação da realidade e do cotidiano em detrimento dos dramalhões e melodramas, desenvolvendo assim um gênero ficcional que pode ser considerado tipicamente brasileiro.

A Rede Globo, fundada em 1965, já no final da década de 60 detinha o monopólio da audiência e foi a emissora que a partir de então realizou um forte investimento técnico na produção de seus programas, sobretudo das telenovelas, com a criação da Central Globo de

³ Nesse período a maioria das produções era assinada pela autora Glória Magadan, cujo estilo caracterizou toda uma fase, conhecida como a “Era Magadan”. Esta autora foi consagrada por suas obras consideradas dramalhões exóticos. Ver: ALENCAR, Mauro. *A Hollywood brasileira: um panorama da telenovela no Brasil*. Rio de Janeiro: Senac, 2002; e FERNANDES, Ismael. *Memória da telenovela brasileira*. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1997.

Produção e daquilo que é chamado de Padrão Globo de Qualidade⁴. Segundo Borelli e Ramos (1991) no início da produção da telenovela não havia um modelo racionalizado, que definisse questões como duração, custos, horários específicos para certos tipos de trama, o público-alvo segmentado por faixa etária, horários e temas. Esse tipo de estruturação e racionalização do processo produtivo se inicia nos anos 70 e se consolida nos anos 80, com a definição da duração da obra completa e de cada capítulo transmitido. E também com mudanças na estrutura das relações com a publicidade e o marketing a partir do momento em que a Rede Globo passa a vender pacotes de horários para os anunciantes (ALENCAR, 2002).

Segundo Gomes (1998), todo esse processo marcado por mudanças e aperfeiçoamentos na produção da telenovela pode ser sintetizado da seguinte forma: os anos 50 foram marcados pela importação e adaptação do gênero; no final da década de 60 são iniciadas experiências de produção própria, local; nos anos 70 cria-se uma nova concepção do gênero com investimentos na produção do mesmo a partir da criação de uma nova emissora; e os anos 80 constituem um período de consolidação e consagração da telenovela como gênero televisivo nacional que detém um estilo particular. A modernização da televisão brasileira, nesse período, é centrada no produto telenovela e marcada por uma busca por padrões de excelência, pelo estabelecimento de uma racionalidade empresarial na gestão dessa indústria com a estabilização de uma programação e com a qualificação televisiva (BORELLI; RAMOS, 1991).

Tais requisitos que visariam o estabelecimento de padrões de qualidade na produção se potencializaram e se estabeleceram na Rede Globo, considerada um caso exemplar que passou a controlar a forma de se produzir e vender os produtos televisivos. A telenovela brasileira tornou-se, pois, um gênero ficcional extremamente popular e o principal produto da indústria televisiva brasileira, mesclando a estrutura melodramática tradicional e o diálogo com a realidade cotidiana da sociedade brasileira. Esta é uma afirmativa que podemos fazer com segurança, mas importa ainda definir o que vem a ser uma telenovela, quais são as suas

⁴ “No caso da telenovela, este ‘padrão de qualidade’, necessário para a produção industrializada, está hoje cristalizado e foi construído ao longo dos anos 60 e 70, combinando com habilidade o aparato tecnológico e as aspirações dos autores, diretores e atores” (ORTIZ; RAMOS, 1991: 122). Os autores ressaltam que todo um *know-how* vai sendo adquirido e absorvido nos anos 70, caminhando para uma cristalização do padrão tecnológico. Desse modo, todas as etapas da produção de uma telenovela, desde a escolha da sinopse, dos autores, do elenco, passando pelos investimentos no aparato tecnológico, são marcadas pela preocupação constante com a excelência do produto que instala o que os autores chamam de um “padrão de qualidade internacional”. Távola (1996) também destaca que o “padrão de qualidade Globo” se refere à qualidade na produção, tendo como finalidade o uso eficaz da televisão e distanciando-se de uma produção artesanal ao implantar um padrão produtivo altamente industrializado.

principais características, quais especificidades a distinguem de outros gêneros e das produções estrangeiras.

Ao afirmar que “a telenovela é uma incógnita em sua definição”, Fernandes (1997: 19) busca demonstrar a complexidade envolvida numa classificação precisa desse gênero. Segundo Campedelli (1985), o termo *novela* se situa entre o romance e o conto sem tornar-se tão longa como o primeiro nem tão curta como o segundo, mas constitui uma história usualmente curta, ordenada e completa, de fatos fictícios verossímeis. Diante disso podemos concluir, como também o faz a autora, que tal definição não se aplica ao que conhecemos como *telenovela*, uma vez que esta se constitui numa narrativa longa que se desenvolve aos poucos, ou de forma parcelada, ao longo de meses. Tais características fazem com que muitos estudiosos considerem ser o *folhetim* a matriz do estilo que conhecemos como telenovela. Para a autora, “a semântica medieval da palavra é a mais adequada para a moderna telenovela. Na Idade Média, o termo foi usado como substantivo sinônimo de ‘entrecho’, ‘enredo’, ‘narrativa trançada’” (CAMPEDELLI, 1985: 18-19).

De acordo com Fernandes (1997) a expressão que mais se aproximaria de uma definição nacional do termo seria a utilizada pela novelista Janete Clair ao afirmar que a *novela* é “um novelo que vai se desenrolando aos poucos”. Ampliando a compreensão do termo e incorporando aqui as duas pontas dessa cadeia representadas pelos produtores e consumidores desse gênero televisivo, podemos recorrer à definição oferecida por Andrade (2003: 45) de que a telenovela é “um artefato cultural que possui um conjunto de regras para a produção de sentido; regras determinantes de combinações de signos em configurações específicas que regulam o modo como os autores produzem os textos e a maneira como a audiência os lê”.

Apesar de toda complexidade que envolve o gênero telenovela e das atualizações e mudanças pelas quais vem passando ao longo de todos esses anos, podemos ainda visualizar algumas características, mecanismos e propriedades que compõem a sua estrutura formal até os dias atuais. A telenovela apresenta uma narrativa cuja base do discurso está no diálogo e cujo enredo depende do envolvimento entre diversas *bases dramáticas*, como coloca Campedelli (1985), ou o que podemos chamar de *multiplots* segundo Doc Comparato (2009). O *plot* consiste no “nome técnico adotado pelos teóricos da dramaturgia televisiva para designar qualquer enredo, embora a teoria literária o considere um tipo específico de trama romanescas...” (CAMPEDELLI, 1985: 45). Mazziotti (2004: 397-398) define os *plots* como

sendo “tramas argumentais que formatam os relatos básicos”, enumerando os principais *plots* utilizados nas telenovelas, dentre os quais podemos citar: *plot do amor; da cinderela; do triângulo; do regresso; da vingança; do sacrifício*.

Uma narrativa geralmente apresenta vários *plots*, destacando entre eles um principal ao qual os demais estarão relacionados, apesar de parecer que cada unidade dramática tem sua autonomia. O entrelaçamento desses *plots* ou *bases dramáticas* revela uma característica estrutural das telenovelas que é a *sucessividade*, através da qual essas tramas, ao passo que vão se entrelaçando, vão também sucessivamente se revelando ou se mantendo ocultos. Característica esta que, segundo Campedelli, permite a manipulação do suspense, inclusive por meio da consulta ao público sobre a revelação ou não de determinado mistério ou segredo⁵, a manutenção ou não do suspense. Assim, a sucessão dos fatos que envolverão o desfecho da trama e o ordenamento pelo qual se dará são articulados de modo a manter a atenção e o interesse do público. O que nos remete automaticamente a outra característica formal da telenovela brasileira que é a *temporalidade*, uma vez que a especificidade do gênero reside justamente no alongamento da narrativa, que se desenvolve de forma parcelada, seriada, com doses diárias de pequenos desdobramentos das tramas. Nesse sentido, não consiste numa temporalidade real, mas ficcional, na qual o esticar da trama tem por objetivo prender a atenção do público – podendo, no entanto, não ser bem sucedido nesse intento tornando a história maçante – e aumentar os lucros da emissora⁶.

Outro componente presente numa telenovela é o *ponto de partida* que, segundo Campedelli, trata-se da cena inicial que expõe o problema central da trama através da antecipação do relato ou do *flashback*. Muitos escritores e profissionais da área acreditam que a forma como a narrativa é apresentada no primeiro capítulo de uma telenovela pode ser essencial para definir o seu sucesso junto ao público. Uma telenovela também precisa contar com um importante mecanismo conhecido como *gancho* e que consiste em “pequenos ou

⁵ Um bom exemplo dessa manipulação está na novela *Roque Santeiro*, cuja nova versão foi transmitida pela Rede Globo em 1985. Nela o público foi consultado sobre a revelação ou não da identidade da personagem principal que dá título à novela e, conseqüentemente, da verdade sobre o caráter místico que foi imputado à cidade Asa Branca graças a uma mentira. Ver: GOMES, L. G. F. F. *Novela e Sociedade no Brasil*. Niterói: EdUFF, 1998.

⁶ Ortiz e Ramos (1991) ressaltam que a rentabilidade da telenovela, que é responsável pela maior parte dos lucros das emissoras de televisão, no barateamento dos custos de produção através da diluição do produto em vários capítulos. Ou seja, quanto mais tempo uma novela fica no ar, mais a emissora ganha com anúncios publicitários e merchandising. De acordo com os autores, no final dos anos 80 quando realizaram sua pesquisa junto aos produtores de telenovelas, a informação que se tinha era de que os custos iniciais de uma telenovela se pagavam no segundo mês de veiculação.

grandes clímax. Arranjos tais que permitam, também, a inserção de comerciais nos quatro intervalos do capítulo. Há, então, quatro ganchos no decorrer da apresentação: três de menor grau, e um no fim – para o dia seguinte...” (CAMPEDELLI, 1985: 43). Esse recurso leva o telespectador a manter-se preso à narrativa ao alimentar uma expectativa ou um suspense, ou ambos, em relação à sequência da trama. Segundo a autora, no sábado é utilizado o que se chama de *gancho do diálogo* ou *grande break* em decorrência do intervalo maior entre o capítulo deste dia e o próximo já que as telenovelas não são transmitidas no domingo. Ao lado desses recursos, “um dos mais fortes elementos que conduzem à empatia é a trilha sonora que acompanha e sublinha a ação cênica em telenovelas” (CAMPEDELLI, 1985: 50).

Segundo Távola (1996), os principais problemas tratados pelas telenovelas são o *éthos*, o problema moral, e o *éros*, o problema amoroso, recorrentes em suas narrativas que são constituídas pelo romance e dramas amorosos, paralelamente à polarização moral entre o bem e o mal que é expressa nos embates entre heróis e vilões. Os romances presentes nas tramas das telenovelas são marcados pela situação típica do obstáculo que implica numa separação que intensifica o desejo à medida que impõe uma interdição (COSTA, 2000). Já a oposição entre bem e mal personificada nas disputas entre heróis e vilões colocam os primeiros como figuras em que se expressam as virtudes, a justiça, a verdade, a ordem e a honestidade, enquanto os segundos, simetricamente opostos, encarnam os vícios, a injustiça, a mentira e a desordem ou subversão da ordem e da convenção, bem como a desonestidade e falta de escrúpulos⁷.

Outra característica singular da telenovela é o seu potencial de veiculação e resolução de conflitos. Na concepção de Távola (1996: 50) “a certeza de que o conflito abordado possui assimilação comum a quem o vê é fator responsável pelo êxito da atividade”. Também na perspectiva de Gomes (1998), o conflito é sempre apresentado na telenovela de forma negativa em benefício do consenso ou da assimilação de que fala Távola. De modo que, nas palavras da autora, “quando muito, a ambiguidade é o seu ponto de partida, mas nunca o seu ponto de chegada, pois sua mensagem sempre coincide e se consuma numa forma que visa à reconciliação com um sistema de valores e de pensamento consagrados em nossa sociedade...” (GOMES, 1998: 24). Tal característica nos remete a uma propriedade muito

⁷ Esse binarismo que coloca heróis e vilões em posições e oposições rígidas, como ressalta Campedelli (1985), tem tido seu padrão alterado nos últimos anos, ao passo que os autores têm buscado acrescer variadas nuances aos seus personagens na tentativa de torná-los mais complexos e ambíguos como aponta Motter (1998).

atribuída à telenovela que é o seu papel pedagógico, uma vez que ela disponibilizaria para o público, por meio de suas histórias, orientações para sua conduta e modelos de procedimentos diante desses conflitos, como também aponta Gomes (1998).

Podemos observar que quanto ao seu conteúdo, as mensagens veiculadas pelas telenovelas através da exposição de seu texto por meio de diálogos, ações e imagens, combinam discursos variados. Estes, associados aos elementos formais e de certo modo fixos que já foram mencionados aqui, fazem da telenovela um produto híbrido e peculiar. Para Távola (1996: 55), “as telenovelas configuram um produto que precisa misturar, dosando, elementos artísticos, mercadológicos, empáticos, permanentes, conteudísticos, formais, impermanentes, novos, culturais, emocionais, racionais, dramáticos, cômicos, espetaculares, reflexivos”. Mas na concepção deste autor, o discurso das telenovelas é necessariamente um discurso conservador pelo fato de que não pode ultrapassar as propostas ideológicas do estado e do capital já que se vincula em alguma medida a eles como produto dos meios de comunicação. Acredita, pois, que os intelectuais responsáveis pela produção das telenovelas podem atuar no limite da crítica social e não da transformação (TÁVOLA, 1996).

A perspectiva de Gomes (1998: 23) também se aproxima da deste autor, ao afirmar que a telenovela “possui como denominador comum a reprodução de um modelo completo de ordem social”. A autora acredita que a relação entre a telenovela e a sociedade brasileira é intrínseca, pelo fato de que as telenovelas se estruturam de modo a reproduzirem as representações já existentes na sociedade brasileira, sobretudo aquelas que se referem à construção da ordem social, da verdade e, portanto, relacionados às formas de controle social e de resolução de conflitos. Por outro lado, a autora ressalta a capacidade que a telenovela tem “... de conjugar toda a nossa tradição cultural fundada numa relação particular com a oralidade, com a tradição moderna fundada na escrita e na adoção de técnicas de reprodução audiovisual da realidade” (GOMES, 1998: 25). Diante disso, ela conclui que a telenovela é uma *bricolage*⁸, pois reúne várias modalidades de discurso e é nessa característica que reside sua complexidade e especificidade.

⁸ Numa outra perspectiva, mais especificamente referida aos processos de produção da telenovela de forma industrial, racionalizada e padronizada, Ortiz e Ramos (1991) destacam que a divisão de trabalho e a fragmentação do processo produtivo em várias etapas que uma produção em escala industrial exige acabam por transformar o produto final numa espécie de *bricolage*, uma vez que cada setor atua em alguma medida de forma independente. A produção de uma telenovela reúne vários profissionais organizados em diversas equipes dentro de departamentos divididos pela sua função que corresponde a uma parte específica de todo o processo, a começar pela sua escrita que pode contar – e geralmente conta – com mais de um autor e com uma equipe de

De acordo com Távola (1996), o conteúdo das tramas apresenta elementos herdados tanto do romantismo e quanto do realismo. Em relação ao primeiro a telenovela se apropriou do idealismo, da utopia, da esperança, da fé em detrimento da razão. Já do realismo ela tomou a verossimilhança através da busca da verdade, da representação fiel das personagens e a naturalidade, como formas de se aproximar da realidade. Assim, por um lado ela procura satisfazer aos ideais, fantasias e expectativas, com doses de entretenimento, emoção e especulação ao apresentar elencos compatíveis com os sonhos de beleza, carisma e empatia do público. Além disso, enfatiza a sensualidade e afetividade, que reforçam essa aura romântica e glamorosa, como coloca o autor. Por outro lado, ela lança mão dos estereótipos, dos espaços e situações familiares e cotidianas, a fim de sintetizar e simplificar a sua mensagem para que ela seja mais facilmente compreendida. Aqui vale destacar a predominância em suas cenas do ambiente doméstico e da vida privada que, como aponta Gomes (1998), exige uma especialização e um investimento na elaboração dos cenários e figurinos a fim de adequá-los às representações da vida cotidiana⁹.

Uma importante especificidade da telenovela que na opinião de alguns estudiosos constitui um elemento chave para distingui-la de outros gêneros da indústria cultural, é a simultaneidade da produção e do consumo, que tem por consequência a abertura para a participação do público e de outros segmentos envolvidos nesse processo. Segundo Távola (1996: 33), “enquanto as artes decorrentes de tecnologias anteriores como cinema, teatro e literatura vão buscar (...) o mercado após prontas, acabadas, a telenovela faz-se à medida que consulta o mercado” (TÁVOLA, 1996: 33). Apesar de certa antecipação na organização de toda a estrutura necessária à sua feitura e na gravação dos capítulos, a telenovela é praticamente produzida enquanto é transmitida¹⁰. Tal característica leva muitos autores e profissionais da área a classificá-la como uma obra aberta, que vai se desenrolando de acordo

editores, bem como a direção que atualmente trabalha com dois a três diretores. O que, segundo os autores, dificulta uma relação mais íntima entre as partes e o todo.

⁹ Ortiz e Ramos (1991), também apontam como essa preocupação em aproximar-se do real leva a produção das telenovelas a mobilizar esforços, sobretudo de pesquisa, para criar cenas que mantenham uma ligação direta com o telespectador através dos objetos e das vestimentas que compõem os cenários. O que torna a “construção do detalhe” uma dimensão particular da fabricação da telenovela, ao produzir identificações nos telespectadores baseadas, por exemplo, no tipo de mobília de determinado personagem, nas roupas, acessórios, decoração da casa, etc.

¹⁰ De acordo com a pesquisa de Ortiz e Ramos (1991: 134), “uma novela é realizada com uma antecedência de dois meses, antes de o primeiro capítulo estrear. Isto envolve uma racionalização do processo de produção, que tem de ser projetado em seus mínimos detalhes: uso de equipamento, cenários, figurinos, escolha do elenco” (ORTIZ; RAMOS, 1991: 134). De acordo com os autores, as “ilhas” de edição funcionam 24 horas por dia de segunda a sábado gerando uma média de trabalho de 70h/semana somente para as novelas, o que garante uma margem de 10 a 15 capítulos à frente do que está sendo exibido.

com as reações do público, bem como a questionar a autonomia e controle dos produtores de telenovela sobre o curso e desfecho das tramas.

Campedelli (1985) argumenta que o novelista não é o dono absoluto de sua história uma vez que, juntamente com ele, o público, os patrocinadores, os diretores, o Ibope, e a censura – como já ocorreu em outros tempos – também contribuem para “escrevê-la”. Mas, na opinião de Mauro Alencar (2002: 96) “ainda que se trate de uma obra aberta – ou ‘em movimento’ –, escrita em parceria com milhões de telespectadores, a novela tem dono: o autor”, que precisa seguir um roteiro-base que apresente todas esses elementos que pontuamos até aqui. Por outra via Gomes (1998) questiona o fato de ser atribuído às telenovelas o título de obra aberta. Na concepção da autora, a telenovela constitui um gênero narrativo que apresenta algumas das características formais das obras consideradas “abertas”, dentre elas a serialidade, a simultaneidade entre produção e transmissão que permite modificações no curso da produção da obra e a participação do público.

Mas, apesar disso, a autora rejeita tal definição pelo fato de que a produção e transmissão das telenovelas obedecem a um esquema, estando, de algum modo, condicionadas pelo cálculo econômico, além de dependerem do bom desempenho dos atores no que diz respeito ao seu potencial de influenciar as atitudes do público. Logo, ela não poderia ser considerada aberta mediante tais limitações. Ao invés do título de *obra aberta*, Gomes (1998) sugere que a telenovela seja entendida como uma história dramatizada coletivamente, dada a sua capacidade narrativa que coloca o telespectador como coadjuvante, testemunha e também narrador. Entretanto, ela afirma que a definição da telenovela como uma obra aberta consiste numa estratégia de marketing que busca garantir a sua legitimidade cultural mais do que garantir a sua condição de obra aberta pela abertura a uma efetiva participação e intervenção do público. Para a autora, ao buscar reproduzir um modelo de ordem social as telenovelas se revestem de uma ambição totalitária que, conseqüentemente, as afasta do que seria de fato uma “obra aberta”¹¹, aproximando-as muito mais do mito.

¹¹ A argumentação da autora retoma os conceitos apresentados por Humberto Eco no livro *Obra Aberta*, no qual o autor destaca a oposição entre “discurso aberto” e “discurso persuasivo”. Segundo ele, o “discurso aberto” é primeiramente ambíguo, não propondo uma definição unívoca da realidade, apresentando aspectos dessa realidade que ultrapassam os hábitos já conquistados, colocando problemas e não soluções, renovando a percepção e o modo de compreender as coisas. Constitui um apelo à escolha individual, e seu significado está presente muito mais na forma como diz algo, do que propriamente no que é dito. Já o “discurso persuasivo” propõe conclusões definitivas e prescrições. A autora lança mão dessa distinção para defender que a telenovela apresenta um discurso persuasivo e não aberto ao propor soluções para as ambigüidades de modo a promover uma reconciliação com o sistema de valores vigentes e não uma renovação da forma de perceber e compreender a realidade (GOMES, 1998).

Não obstante os argumentos da autora, entendo que a telenovela não constitui uma obra aberta no sentido de possibilitar uma total abertura para mudanças no seu curso ou de não manter nenhum tipo de estruturação interna ou convenção formal. Ao contrário, o que gostaria de destacar é o fato de que tanto a sua produção quanto o seu consumo se realizam através da interação entre produtores e consumidores, uma vez que ela é oferecida ao público e confeccionada simultaneamente. Assim, como ressalta Martín-Barbero (2004), a telenovela é escrita dia a dia, porém sobre um plano, uma estrutura que por sua vez é permeável às reações do público, pelo menos em alguma medida. Trata-se de certas configurações que, segundo o autor, é o fator responsável pelo êxito popular do gênero. Desse modo, talvez a melhor definição para essa configuração seja a de Hamburger (2005) de que as telenovelas são “proto-interativas”, segundo a autora

cada capítulo delas está carregado de resultados de interações prévias, ocorridas não só na véspera de sua exibição mas também ao longo dos anos, entre certos segmentos de telespectadores e produtores (...). O gênero poderia ser definido como um jogo complexo de interações desiguais. Os capítulos são escritos enquanto a novela está no ar, configurando um fenômeno ‘proto-interativo’ especialmente adequado para o estudo das noções e práticas de mediação eletrônica envolvidas na produção e recepção de significados e representações no mundo contemporâneo. (HAMBURGER, 2005: 19).

Essa interação desigual de produção e recepção das telenovelas, nos leva a pensar se o diálogo entre essas duas esferas não se caracterizaria muito mais pela constante tensão entre esses dois polos. Foi mantendo essas características essenciais de sua estrutural formal e de conteúdo associadas ao uso de técnicas mais aperfeiçoadas de mensuração da audiência e preferência de seu público consumidor, que a telenovela brasileira tornou-se um dos produtos mais lucrativos da indústria cultural em nosso país. De acordo com Ortiz e Ramos (1991: 117-118), foi com “gastos pequenos diante dos preços elevadíssimos da publicidade, competitiva mesmo enfrentando uma política de preços reduzidos efetuada pelas empresas americanas, diálogo certo e sintonizado com o grande público” que a telenovela brasileira conseguiu estabelecer-se como principal produto da nossa indústria televisiva. Todo esse contexto de consolidação e modernização da indústria televisiva nacional também levou a telenovela brasileira a ultrapassar as fronteiras nacionais e tornar-se um produto de exportação desde 1973.

Neste ano, *O Bem-Amado* estreava como a primeira telenovela a cores pela Rede Globo e era exportada para o México, e em 1976 para o Uruguai e outros países latino-

americanos (Ortiz e Ramos, 1991; Fernandes, 1997; Alencar, 2002; Hamburger, 2005). A telenovela brasileira se consolidou como produto de exportação no cenário internacional a partir dos anos 80 com o lançamento de *Escrava Isaura*¹² no mercado americano (ALENCAR, 2002). Tamanha foi a ampliação desse mercado exportador, que já alcança mais de 130 países, que em 1976 a Rede Globo criou a Divisão Internacional¹³ para atuar na comercialização da telenovela fora do país, o que consolidou ainda mais a emissora como detentora de um *know-how*¹⁴, uma expertise, fundada no padrão de qualidade de seu produto. A telenovela brasileira conferiu distinção à indústria cultural nacional no cenário mundial ao ser exportada para os mais diversos países, inclusive para os países de primeiro mundo (HAMBURGER, 2005).

Segundo Ortiz e Ramos (1991), todo o processo de comercialização das telenovelas da Rede Globo para o exterior era realizado por esse departamento internacional que constitui uma divisão autônoma em relação aos demais setores e que se comunica diretamente com a Central Globo de Produção. O que significa dizer que o trabalho realizado nas telenovelas para sua comercialização é feito depois que ela já constitui um produto final acabado e as mudanças necessárias, principalmente voltadas para redução do número de capítulos, não têm mais nenhuma relação com os seus produtores originais, sejam os autores, diretores e demais. Esse trabalho refere-se à compactação da telenovela, sua tradução e a transcodificação da fita para o sistema televisivo do país que a adquire¹⁵. O fato é que, de acordo com os dados da pesquisa desses autores, as telenovelas são encurtadas para exportação, eliminando-se cenas redundantes, regionais e também o *merchandising*.

Esse cenário se amplia ainda mais quando em 1999, a Rede Globo funda a Globo Internacional (TVGI), um canal fechado, ou seja, por assinatura, transmitido 24 horas via satélite ou cabo e cujo acesso se dá através de operadoras locais, e que conta atualmente com mais de 620 mil assinantes e cobertura de 118 países, dentre os quais 23 estão localizados no

¹² De acordo com Fernandes (1997), *Escrava Isaura* foi comercializada em mais de 30 países.

¹³ Segundo Helena Bernardi (2004: 403), “na área internacional da Globo temos uma missão que é vender a Globo como um “produtor”, e não de vender a novela separadamente”. À época da publicação a autora era funcionária da emissora no referido departamento. Ver: BERNARDI, Helena. Área de importação/exportação da Rede Globo. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. LOPES, M. I. V. de (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp. 403-407.

¹⁴ Mauro Alencar (2002) comenta que o altíssimo padrão das novelas brasileiras fez o Chile importar não apenas o produto final, mas esse *know-how*, ao comprar textos brasileiros e realizar suas próprias adaptações, bem como a levar para lá profissionais brasileiros da área para que lhes ensinar o “jeito brasileiro” de se fazer novela.

¹⁵ Esse processo é descrito em detalhes por Ortiz e Ramos (1991) no capítulo *A produção industrial e cultural da telenovela*.

continente africano¹⁶. Essa internacionalização das telenovelas brasileiras ainda tem sido pouco explorada pelas pesquisas que têm se concentrado, em grande medida, na análise do consumo interno desse produto, nos seus efeitos, nas mudanças dos padrões de audiência, bem como nas relações que o produto estabelece com o contexto sociocultural.

Interessa-me, a partir desse contexto, agregar novos elementos ao arcabouço teórico já consolidado por essas pesquisas ao tratar do consumo das telenovelas brasileiras por estrangeiros residentes no Brasil. Tal perspectiva nos coloca diante das formas pelas quais as narrativas ficcionais brasileiras, que também constituem narrativas sobre o país, são apreendidas e interpretadas por estudantes africanos fora de seus contextos locais. Se de um lado, esses atores sociais estão inseridos no contexto em que essas narrativas são produzidas, podendo confrontá-las com a realidade que elas representam, por outro, não compartilham os mesmos repertórios culturais que constituem tais narrativas e tal realidade. Suas percepções sobre as telenovelas são, primeiramente, resultado da interseção entre os contextos culturais aos quais pertencem e o contexto cultural em que se encontram nesse momento.

Consequentemente, pois, essa perspectiva também permite explorar quais são os imaginários e concepções construídas sobre o Brasil a partir das telenovelas, tomando-as aqui como *narrativas da nação* (Lopes). Considero, portanto, que tal abordagem, ainda que exploratória, confere visibilidade a um público que ainda tem sido pouco investigado. Além disso, pode contribuir para ampliar o debate sobre o consumo de bens da indústria cultural de modo geral, bem como sobre os vários aspectos envolvidos no consumo de produtos estrangeiros. A relevância do recorte da presente pesquisa reside, pois, na possibilidade de evidenciar a complexa dinâmica envolvida nesse processo e de levantar questões que possam estimular novos estudos e novas discussões.

1.2- A telenovela como mediação, bem cultural e narrativa da nação.

Os gêneros ficcionais têm sido, ao longo dos anos, objeto de análise para estudiosos de diversas áreas do conhecimento. Dentre eles, a telenovela sempre se destacou pela sua popularidade e sua ampla produção nos países latino-americanos e, principalmente, no Brasil.

¹⁶

Fontes: <http://tvglobointernacional.globo.com/institucional.aspx>; http://pt.wikipedia.org/wiki/TV_Globo_Internacional. Acesso em: 09/01/2013.

É lugar comum dizer e ouvir que “o Brasil é o país das telenovelas” e muitos consideram que o consumo desse tipo de ficção já se tornou um hábito enraizado em nossa sociedade. Entretanto, por muito tempo persistiu, se ainda não persiste, um preconceito acadêmico em relação à telenovela que, na condição de um produto da indústria cultural de massa não constituiria um objeto digno de preocupação teórica. Segundo Borelli (2001), esse preconceito se deve ao fato de que o debate acadêmico sempre considerou a cultura como sinônimo de culto, erudito. De acordo com a autora, “tais critérios concebiam – e ainda concebem – as narrativas ficcionais televisivas apenas como produtos industriais, simples entretenimento, exteriores à produção artística e às tradições e distantes da esfera dos bens culturais” (BORELLI, 2001:30).

Tal concepção levou a maioria dos estudos sobre os gêneros ficcionais a se concentrarem na esfera da produção e no discurso propriamente dito dessas narrativas, bem como de suas influências sobre os consumidores. A crença de que – estando a indústria cultural vinculada aos interesses das classes dominantes – as narrativas ficcionais produziram unicamente representações das estruturas de poder no intuito de legitimar uma determinada ordem social, produziu análises voltadas para o potencial massificador e homogeneizante dessa indústria. Nesse contexto cabe destaque à Escola de Frankfurt¹⁷ cujos estudiosos se dedicaram intensamente ao tema, mas que se mantiveram focados na capacidade de massificação e dominação da indústria cultural, e cujos trabalhos dizem muito pouco, ou nada, sobre a esfera do consumo ou das percepções elaboradas pelos telespectadores.

Andrade (2003: 25) ressalta que “nesta concepção, a consciência crítica das audiências é substituída definitivamente pela alienação que se revela por inteiro no consumo dos últimos lançamentos de decoração e vestuário e na utilização de jargões e estereótipos”. Esses estudos se concentram, em sua maioria, na análise de conteúdo e nos diálogos que os discursos veiculados pelas telenovelas estabelecem com as representações sociais e culturais da sociedade brasileira. Seu enfoque quase sempre reside nas proximidades e distâncias entre a ficção e a realidade, bem como nas possíveis influências desses discursos sobre os telespectadores. Influências e efeitos estes que são muitas vezes deduzidos a partir de

¹⁷ Aqui chamamos atenção, sobretudo, para os trabalhos de Adorno e Horkheimer como os principais representantes dessa escola. Para maiores detalhes sobre suas teses sobre a televisão e a indústria cultural ver: ADORNO, Theodor W. (1963; 1968). “Televisão, consciência e indústria cultural”; “A indústria cultural”. In: *Comunicação e Indústria Cultural*. COHN, Gabriel (org.). Trad. de Gabriel Cohn. 2. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975; HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. “A indústria cultural. O iluminismo como mistificação de massas”. In: *Teoria da Cultura de Massa*. Introdução, comentários e seleção de Luiz Costa Lima. Trad. de Júlia Elisabeth Levy. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

conjecturas sobre os interesses dos produtores culturais, sem a realização de pesquisas junto ao público. Este passa a ser considerado uma massa incapaz de apresentar resistência aos estímulos da televisão ou atribuir-lhes outros sentidos para além da manipulação dos meios de comunicação. De acordo com Andrade (2003), até a década de 1990 os estudos sobre telenovela, no Brasil, eram voltados para esse tipo de análise salvo poucas exceções.

A ênfase no âmbito da produção e da análise de conteúdo começa a se deslocar nos anos 1970 a partir dos *estudos culturais*, para dar maior visibilidade ao âmbito da recepção desses conteúdos pelos sujeitos. De acordo com Lopes, Borelli e Resende (2002), apresentando uma crítica ao modelo reducionista dos efeitos do contato com a produção cultural de massa, esses estudos inserem a produção e a recepção num quadro semiológico inspirado no marxismo que coloca a recepção como prática complexa de construção social. Segundo as autoras, tal perspectiva se fundamenta no conceito de hegemonia gramsciano e busca demonstrar os modos concretos de negociação e subversão dos significados dos meios por audiências específicas¹⁸. As autoras ainda ressaltam que “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” (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002: 29; grifo meu).

Entretanto, tais estudos concentraram suas análises sobre as práticas de recepção em seu potencial de resistência e reelaboração dos conteúdos, ou seja, no extremo oposto da perspectiva anterior, o que pode produzir simplificações e reduções que não necessariamente refletem a realidade. Mas, ainda assim, essa perspectiva sem dúvida ampliou enormemente as possibilidades de pesquisa e análise dos contextos de recepção, ao demonstrar que nem toda mensagem ou conteúdo faz sentido e, tão pouco, o mesmo sentido, para todos os sujeitos que a recebem. Além disso, trouxe para o debate a questão de que os receptores reagem crítica e analiticamente aos sentidos propostos, e não impostos indiscriminadamente, pela indústria cultural. Em suma, os *estudos culturais* nos colocaram diante do caráter polissêmico dos textos, como destaca Hamburger (2005).

Posteriormente, surge uma nova perspectiva em contraposição às reflexões dualistas que se desdobravam através de conceitos como reelaboração, resistência, refuncionalização, por um lado, e às análises permeadas por concepções ideológicas que denunciavam o controle

¹⁸ Dentre os principais trabalhos dessa linha está *Encoding/decoding* de Stuart Hall.

das classes dominantes sobre as classes populares através dos meios de comunicação de massa, por outro. Nos anos 80 são realizadas as primeiras pesquisas dentro dos *estudos de recepção* que persistiram na perspectiva, adotada pelos *estudos culturais*, de que um mesmo texto pode ser interpretado de diferentes formas em contextos de recepção distintos. Esses estudos buscavam fazer uma reflexão alternativa sobre a comunicação e a cultura de massas em relação às perspectivas funcionalistas, semióticas e frankfutianas, a partir do modelo gramsciano¹⁹ (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002). Segundo Hamburger (2005:16), “essa ênfase na recepção pode ser encontrada, nos níveis histórico e conceitual, em trabalhos que se situam na linhagem da Escola de Frankfurt, ou em trabalhos empíricos sobre situações contemporâneas, que seguem a linha dos estudos culturais inspirados na pesquisa gramsciana da Escola de Birmingham na Inglaterra”. O que é importante enfatizar sobre esse momento dos estudos sobre os gêneros ficcionais, em especial sobre as telenovelas, é que neles o receptor, ou o telespectador, é visto como sujeito ativo que elabora os mais variados sentidos de acordo com o contexto no qual ele se insere.

É a partir desse cenário que podemos situar a *perspectiva teórica das mediações* que possui um “... *desenho globalizador* do processo de investigação, envolvendo a estrutura e a dinâmica da produção das mensagens, os usos e apropriações desses textos, e a composição textual” (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002: 30-31). No contexto brasileiro devemos destacar o trabalho de Lopes, Borelli e Resende, publicado sob o título *Vivendo com a telenovela*, no qual as autoras aplicam a perspectiva teórica das mediações à análise da recepção da telenovela *A Indomada*²⁰ entre quatro grupos de classes sociais distintas. As autoras utilizam o conceito de *mediações* de Martín-Barbero, que as define como sendo “esse ‘lugar’ de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que se produz na televisão não responde unicamente a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver” (MARTÍN-BARBERO; MUNHOZ, 1992: 20 *apud* LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002: 39). Defendem, pois, que essa linha de análise “organiza-se, então, como

¹⁹ As autoras pontuam que “é sobretudo dentro da temática das *culturas populares* que uma teoria complexa e multifacetada da recepção começou a ser desenvolvida, tendo como eixos básicos de reflexão o deslocamento dos ‘meios às mediações’ (Martín-Barbero, 1987) e os processos de ‘hibridização cultural’ (García Canclini, 1990)” (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002: 29). Na opinião das autoras, os estudos de recepção constituem uma *teorização atrasada* em relação à reflexão *avançada* da teoria das mediações. Uma crítica justificada pela inadequação metodológica dos estudos realizados no Brasil à teoria das mediações, uma vez que os métodos utilizados pelos estudos de recepção não conseguiriam abarcar a complexidade desse modelo teórico e analítico.

²⁰ Telenovela transmitida pela Rede Globo em 1997 no horário das 20 horas.

uma perspectiva que pretende integrar todos os âmbitos da comunicação, tanto a produção, como o produto e a recepção” (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002: 33). Para Hamburger

os trabalhos que focalizam a recepção ou a produção como polos dissociados do processo de comunicação tendem a tratar a televisão como um ‘outro’ externo. Além de uma lógica comercial capitalista que determinaria conteúdos ideológicos básicos, programas televisivos não teriam especificidade própria. A televisão aparece nessa literatura como se estivesse situada fora da sociedade, reproduzindo ideologias e valores dominantes que seriam absorvidos ou repelidos, tal como emitidos, pelos telespectadores. (HAMBURGER, 2005: 18)

Considero que esse tipo de abordagem nos permite problematizar a complexidade do consumo da telenovela em sua totalidade, uma vez que ela não negligencia nenhuma das pontas dessa cadeia ao considerar as mediações possíveis entre produção e consumo. Portanto, não se trata de desconsiderar o potencial da indústria cultural de reproduzir estruturas de poder e modelos de ordem social através da formulação de um conjunto determinado de significados, representações e estereótipos. Nem tão pouco considerar que as percepções e significações construídas pelos sujeitos consumidores são plenamente autônomas em relação a esse conjunto de formulações sociais e culturais que a televisão oferece. Mas trata-se de pensar a interação entre potencialidades e possibilidades presentes nos significados e representações difundidos pelas telenovelas e na apropriação e significação que cada sujeito opera a partir de seu repertório cultural. É bastante pertinente aqui, para elucidar o nosso posicionamento, a afirmação de Hamburger (2005: 20) de que “a novela é uma obra audiovisual que resulta de um diálogo e faz a mediação da relação entre produtores e receptores, incorporando uma gama de significados possíveis, nem sempre intencionais”.

A autora ainda acrescenta que a mediação entre produtores e receptores na construção dessa gama de significados também é feita por uma série de outros atores envolvidos nesse cenário, como especialistas em comentar televisão nas mais diversas mídias, músicos que compõem as trilhas sonoras das telenovelas, fãs e mesmo pesquisadores e outros profissionais do mercado. Ela argumenta que não se pode, portanto, reduzir os conteúdos produzidos pela indústria televisiva a ideologias dominantes situando a diversidade de significados e as interpretações alternativas apenas na esfera da recepção. Da mesma forma que não se pode pensar esta última apenas em termos da resistência e da atribuição de significados distintos daqueles produzidos pelos meios de comunicação.

A partir dos *estudos de recepção* muitas pesquisas passaram a se valer de abordagens que se aproximam das utilizadas pela antropologia para compreender os contextos de recepção e os modos de “ver televisão” que compõem o cotidiano dos telespectadores. De acordo com Hamburger, paralelo a esse interesse dos estudos na área de comunicação pelos métodos e técnicas antropológicas operou-se também uma “preocupação antropológica com a ordem global contemporânea, e especificamente, com as maneiras como os fluxos globais de mídia são apropriados em situações locais e nacionais” (HAMBURGER, 2005: 16).

E é justamente motivado por essa preocupação, que o presente estudo busca compreender em que termos a telenovela, enquanto produto cultural brasileiro, é apreendida por sujeitos que compartilham um repertório cultural distinto daquele que compõe as narrativas e práticas presentes nas telenovelas brasileiras. Bem como as questões implicadas no processo de internacionalização da telenovela brasileira que de algum modo comercializa não apenas ficções, mas representações sobre o Brasil a partir dos diálogos que a ficção estabelece com o cotidiano da sociedade brasileira.

No Brasil muitos trabalhos se debruçaram sobre problematizações diversas em torno de diferentes contextos de recepção. Dentre os trabalhos cujo recorte dos contextos de recepção foi feito através da categoria *classe*, estão os de Miceli (1974)²¹; Sarques (1986)²²; Leal (1990) e Andrade (2003). Destaco os dois últimos que realizaram análises comparativas da recepção entre classes dominantes, ou podemos dizer elites, e classes populares. Dentre os trabalhos com recorte a partir da categoria gênero podemos situar os de Prado (1987)²³ e Almeida (2003, 2002, 2007). Cabe destaque à pesquisa desta última que também traz para a sua análise a questão do consumo, incluindo dados da área da publicidade, e a capacidade das telenovelas promoverem, através de seus conteúdos, mudanças nos costumes e processos de modernização. Os trabalhos de Gomes (1991) e Hamburger (2005) tratam de maneiras distintas a relação do gênero telenovela com a sociedade brasileira. A primeira apresenta uma perspectiva na qual a telenovela figura como instrumento de controle social e resolução de

²¹ A autora produziu um trabalho apresentado como dissertação de mestrado no qual entrevistou homens e mulheres de classes populares paulistanas. Ver: MICELI, Sonia M. P. de B. *Imitação da vida*. Departamento de Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 1974, dissertação de mestrado.

²² A obra é resultado de pesquisa sobre a recepção da telenovela *Os Gigantes* junto a mulheres de classes sociais diferentes em Brasília. Ver: SARQUES, Jane J. *A ideologia sexual de Os gigantes*. Goiânia: Editora da Universidade Federal de Goiás, 1986.

²³ Ver: PRADO, Rosane M. *Mulher de novela e mulher de verdade: estudo sobre cidade pequena, mulher e telenovela*. Rio de Janeiro: Museu Nacional/Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1987, dissertação de mestrado.

conflitos por meio do reforço de consensos, a partir de um recorte mais voltado para a produção e o conteúdo textual da telenovela. Já o trabalho Hamburger traz dados de diversas fontes relacionando produção e recepção, de modo a demonstrar como as telenovelas participam da construção de significados no Brasil contemporâneo, promovendo também mudanças na sociedade brasileira por meio de processos de modernização.

Os trabalhos de La Pastina estão entre os que primeiro se detiveram sobre a questão da transnacionalização da telenovela relacionando-a com os processos de consumo local. Entre os anos de 1995 e 1997 ele pesquisou a recepção das telenovelas *O rei do gado* e *Marimar*²⁴ na comunidade rural de Macambira, Rio Grande do Norte. Nesse trabalho ele constata que vários espectadores se identificavam mais com os conteúdos da telenovela mexicana do que com os da brasileira. Esta, apesar de bastante popular na região centro-sul, apresentava subtextos políticos e sociais cuja leitura exigia um capital cultural do qual não dispunham os espectadores daquela região. Também em pesquisa realizada em uma comunidade no sul da Itália ele observa a preferência pela telenovela brasileira *Terra Nostra*, que retratava a imigração italiana, apesar da vasta produção local. O autor conclui que em determinados contextos de recepção os espectadores podem estabelecer identificações com produções estrangeiras em detrimento dos produtos locais (LA PASTINA, 2004; 2005).

Os estudos aqui apresentados demonstram que na área das Ciências Sociais, em sua maioria, houve uma concentração no estudo da recepção. Atualmente, os estudos sobre telenovelas no Brasil contam com pesquisadores que continuam acompanhando as mudanças do gênero, a narrativa ficcional como narrativa da nação, suas relações com a realidade social brasileira e a representatividade de certos temas nas narrativas, entre outras questões. Dentre os principais estudiosos, além dos que já foram mencionados, podemos destacar Motter, Borelli, Resende, Lopes, Lima, Bonin, Barros, Sifuentes, entre outros. Todas as produções acadêmicas aqui mencionadas têm analisado a telenovela brasileira enquanto um bem cultural, como um gênero ficcional que está intimamente ligado às configurações sociais e culturais de nossa sociedade, e não meramente como produto de entretenimento. Ela se configura como mercadoria produzida em um processo industrial, mas, ao mesmo tempo, como bem cultural que capta e expressa à realidade, e nela intervém contribuindo para construí-la em alguma medida.

²⁴ A primeira, novela brasileira exibida pela Rede Globo, e a segunda uma novela mexicana transmitida pelo SBT.

Nesse sentido, cabe pontuar a consideração de Ortiz de que “... a cultura, mesmo quando industrializada, não é nunca inteiramente mercadoria, ela encerra um ‘valor de uso’ que é intrínseco à sua manifestação” (ORTIZ, 1995: 146). O que implica dizer que a mercadoria da indústria cultural não pode ser reduzida a simples valor de troca uma vez que necessita ser legitimada e sua aceitação junto ao público consumidor depende do quanto ela consegue dialogar com os contextos e repertórios culturais dos consumidores. Nessa condição, a telenovela se converte em mediadora privilegiada das interações entre a indústria cultural brasileira e a população, produtores e consumidores, bem como de ambos com os repertórios culturais da sociedade brasileira.

Tais questões nos remetem ao potencial da telenovela em narrar a sociedade brasileira, que está problematizado nas leituras de Hamburger (2005) e Ortiz (1995), mas também nas obras de Buonanno (2004) e Lopes (2002; 2004; 2010). Buonanno (2004) nos oferece o conceito de *narrativização da sociedade* que considera as narrativas das telenovelas como um meio pelo qual a sociedade se representa. Para Lopes (2010), que também vê a telenovela como uma narrativa da nação, a telenovela se tornou uma longa e profunda construção discursivo-cultural do país como uma “comunidade imaginada”. Essas leituras tomam a telenovela como espaço de construção de narrativas sobre o Brasil e, portanto, da identidade nacional, bem como mecanismo que permite – ou pelo menos tenta – “soldar” a diversidade existente no seio da unidade nacional, como coloca Ortiz (1995; 1999).

Tais perspectivas remontam, pois, ao conceito de Anderson (1983) de *imagined communities* – comunidades imaginadas – como representações capazes de forjar um senso de comunidade em torno de uma nação a partir de seus repertórios e práticas compartilhadas pelos seus cidadãos. Faz-se necessário, no entanto, problematizar a dinâmica que essas narrativas, enquanto representações do Brasil, assumem ao entrar em contato com outros contextos e repertórios culturais de nacionalidades distintas. Alguns estudiosos dedicaram-se a esse tipo de análise pesquisando contextos de recepção de produtos televisivos estrangeiros, como o já citado trabalho de La Pastina sobre a recepção da telenovela mexicana no contexto brasileiro, e da telenovela brasileira no contexto italiano. Na obra *Telenovela: internacionalização e interculturalidade* (2004), além do estudo de La Pastina, constam os trabalhos de Alvarado sobre a exportação da telenovela mexicana para os Estados Unidos e sua audiência hispânica, e de Cunha sobre a aceitação das telenovelas brasileiras em Portugal a partir de dados estatísticos.

Podemos também destacar o clássico trabalho de Ien Ang (1985) sobre a recepção da *soap opera* norte americana *Dallas* no contexto europeu, no qual a autora demonstra a possibilidade de leituras diferenciadas a partir da articulação discursiva entre prazer privado e justificação pública. É possível, ainda, citar ainda estudos que focaram as produções televisivas locais em diálogo com os discursos nacionais de desenvolvimento e modernização e consolidação nacional, bem como suas repercussões nos comportamentos dos sujeitos que os consomem. Dentre eles podemos destacar o trabalho de Abu-Lughod (2003) sobre o melodrama egípcio e o de Das (1995) sobre o contexto de produção e recepção local de produções indianas. Diversos estudos têm também abordado a expressividade e a popularidade da produção televisiva latino-americana, seu processo de entrada no mercado internacional e as consequências dessa ampliação do mercado na sua produção e nas suas características, como os de Martín-Barbero²⁵ – que também fundou a perspectiva teórica das mediações.

Outros têm abordado a importância da televisão em contextos de migração e diáspora como um mecanismo de vinculação à cultura de origem, por um lado, e de adaptação ao novo contexto cultural, por outro²⁶. Contudo, a esfera da exportação das telenovelas brasileiras tem sido pouco explorada por pesquisas empíricas voltadas para o seu consumo por pessoas de outras nacionalidades dentro e fora do Brasil. Nesse campo ainda restrito de produções podemos citar o trabalho de Brandalise (2011), no qual a autora realiza uma pesquisa junto a consumidores brasileiros, paraguaios, argentinos e uruguaios em áreas fronteiriças, buscando demonstrar as articulações das identidades culturais nesses espaços a partir de narrativas televisivas brasileiras, como a telenovela. Podemos também citar o trabalho de Silva (2007), no qual são analisadas as percepções de mulheres de uma pequena comunidade em Portugal sobre o erotismo presente na telenovela brasileira *Senhora do Destino*. Há, ainda, a pesquisa de Bonin (2005) sobre a recepção da telenovela *Suave Veneno* entre famílias camponesas alemãs e italianas, residentes em Urubici, Santa Catarina, a partir da mediação da identidade étnica dessas famílias.

²⁵ Ver: MARTÍN-BARBERO, Jesús. “Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela”. In: LOPES, M^a. I. V. de. (org.). *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004.

²⁶ Ver: JARDIM, Denise; MAGALHÃES, Nara; URIARTE, Pilar; ETCHEVERRY, Daniel. Televisão e sociabilidade em cenas de migração. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Época II, v. XVI, n. 32, Colima, 2010, pp. 127-153. BRANCO, Inês M. A língua portuguesa e os média na vivência de imigrantes nepaleses em Portugal. *Revista Comunicando*, v. 1, n. 1, 2012, pp. 66-88.

Como já foi dito, embora o processo de exportação da telenovela brasileira para o mundo não seja um fenômeno recente poucos são os estudos que sobre ele se debruçaram, sobretudo em contextos africanos. Nos países africanos de língua portuguesa, as telenovelas brasileiras ocupam parte significativa da programação das televisões abertas. E, mais recentemente, alguns domicílios, localizados principalmente nas capitais, já têm tido acesso ao canal fechado da TV Globo Internacional. Alguns estudos com grupos oriundos de países africanos como os de Silva (2010), Subuhana (2008), Gusmão (2008), Morais e Silva (2011), que tratam principalmente do fluxo e circulação de estudantes africanos para o Brasil através de convênios de cooperação entre os dois países, já identificaram a presença marcante das telenovelas. Dias et al (2009) também chamam atenção para a significativa audiência que as telenovelas brasileiras têm nesses países e para o fato de que ela se torna fornecedora de novos repertórios culturais. Elas figuraram como um gênero televisivo de grande popularidade seja alimentando as noções sobre a cultura brasileira e o que é viver no Brasil, ou o consumo de produtos brasileiros, sobretudo da moda.

Nesse cenário, vale destacar o único estudo, com o qual me deparei até o momento, que relaciona as telenovelas brasileiras ao seu consumo em países africanos de língua portuguesa. Trata-se da tese de doutorado de Luciene Barbosa (2008), intitulada *As representações das relações raciais na telenovela brasileira – Brasil e Angola: caminhos que se cruzam pelas narrativas da ficção*. Nesse trabalho a autora busca analisar, de forma comparativa, a recepção das representações de relações raciais presentes nas telenovelas brasileiras no contexto brasileiro e angolano, a partir da leitura de estudantes universitários. Suas análises ainda problematizam algumas questões relativas à presença da telenovela brasileira em Angola e suas influências na cultura local, a partir de entrevistas realizadas também com professores universitários.

Mas o que nos importa nesse momento é pensar em que medida a telenovela brasileira – enquanto um bem cultural que narra a realidade social brasileira e a propaga para além de nossas fronteiras – também se converte numa mediadora das relações que sujeitos de outras nacionalidades estabelecem com o Brasil e das percepções que eles elaboram acerca da cultura brasileira e da realidade social do país. Além disso, se faz necessário problematizar a reelaboração dessas percepções e relações quando esses sujeitos entram em contato direto com os repertórios socioculturais do contexto narrado nas telenovelas, no caso, a sociedade brasileira. Por outro lado, as formas pelas quais esse produto será consumido por estudantes

africanos residentes no Brasil, serão resultado das relações estabelecidas entre seus contextos de origem e o contexto brasileiro. É nesse sentido, que a presente pesquisa propõe a reflexão sobre os modos pelos quais a telenovela brasileira está presente no cotidiano desses estudantes aqui no Brasil. Bem como os significados por eles construídos através do diálogo que tal produto estabelece com esse cotidiano ao articular experiências dos contextos de origem e da realidade vivenciada aqui.

1.3- Cenário mercadológico e contexto social das telenovelas brasileiras.

Discutiu-se até aqui o histórico da telenovela no Brasil, as especificidades que esse formato de ficção assumiu em nosso país, e também recuperamos parte da trajetória de estudos que compõem o cenário de pesquisas sobre as telenovelas. Creio ser importante, ainda, mapear o contexto atual no qual se inserem as duas telenovelas que serão objeto de estudo nesse trabalho – *Avenida Brasil* e *Cheias de Charme* – pontuando as atualizações e renovações do gênero. Primeiramente, é preciso lembrar que alguns dos estudos apresentados até aqui trataram a recepção de telenovelas em períodos em que ela ainda encontrava-se no seu auge, com altos índices de audiência.

Um caso exemplar é o da novela *Roque Santeiro* que, segundo Gomes (1998), chegou a manter um pico de audiência de 80 pontos²⁷ diários. Tais índices são algo inimaginável no contexto atual em que as telenovelas de maior sucesso mal atingem uma média de 50 pontos em seus capítulos de mais alta audiência, mantendo um índice que oscila entre os 30 e 40 pontos, para as tramas das 19 e 21 horas, ao longo dos meses de exibição. O fato deve-se em parte a uma ruptura da hegemonia da Rede Globo que vem perdendo espaço para outras emissoras, principalmente a Rede Record, que têm investido na diversificação da programação e também em tecnologias capazes de produzir teledramaturgia com níveis de qualidade próximos aos da primeira.

²⁷ Segundo o Ibope, um ponto de audiência equivale a 1% do universo pesquisado, seja esse universo referente a indivíduos ou domicílios. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/duvidas-frequentes/Paginas/Audiencia-de-televisao.aspx>. Acesso em: 14/01/13. O Ibope ainda define que cada ponto equivale a 60 mil domicílios na Grande São Paulo, e a 36 mil domicílios no Rio de Janeiro. No país um ponto corresponde a 191 mil domicílios. Números aos quais geralmente se remetem os veículos de mídia que informam tais índices. Disponível em: <http://br.tv.yahoo.com/blogs/folhetim/ibope-muda-conta-ponto-audi%C3%Aancia-190300569.html>. Acesso em: 14/01/2013.

Mas essa mudança nos índices de audiência da programação das televisões abertas e de seu principal produto, a telenovela, é decorrente também do acesso de uma parcela de consumidores à televisão por assinatura e à internet. Segundo Bolaño e Brittos (2007), a TV por assinatura está instalada no Brasil desde 1988, no entanto, sua expansão é lenta devido aos custos mensais incompatíveis com a renda média do brasileiro. Porém, mesmo com tais limitações ela vem aumentando seu alcance e ganhando mais clientes a cada dia. De acordo com a Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA), o número de assinantes de TV por assinatura no Brasil teve um aumento de 7% no primeiro trimestre de 2012. Comparando os dados atuais com os utilizados por Bolaño e Brittos (2007) observamos que o percentual de assinantes subiu de 15% em 2006 para 31% em 2012, totalizando 14,5 milhões em junho de 2012²⁸. Os autores também concordam que a queda significativa e sustentada da audiência média da Rede Globo é um fato relevante por demonstrar que o novo cenário televisivo nacional é desfavorável à manutenção dos índices que a emissora alcançava até os anos 90, uma vez que a variedade de canais, pagos e abertos, existente hoje tende a diluir a quantidade de público. Outro efeito da expansão da TV por assinatura apontado pelos autores, é que ela tende a conduzir a televisão aberta na direção dos consumidores de menor renda em decorrência do fato de que os seguimentos com renda mais elevada estão sendo absorvidos pelos canais fechados²⁹.

Na obra *Telenovela: internacionalização e interculturalidade* (2004), Geraldo Casé, então diretor artístico da área internacional da Globo, comenta que em cada país tanto a televisão quanto o público têm comportamentos, respostas e expectativas diferentes em relação às telenovelas brasileiras. Casé reforça a necessidade de compactação das telenovelas que exige cortes e reduções em função da grade televisiva dos países que as importam e da existência de assuntos alheios à compreensão do público de cada país. Ele comenta que em geral os produtos exportados são dublados por companhias dubladoras que recebem novos scripts, diferentes dos originais, em português. Ou seja, são feitas modificações e correções

²⁸ O número de assinantes de Internet de alta velocidade também cresceu 6% no primeiro trimestre de 2012 e 20% em relação ao primeiro trimestre de 2011, chegando a 4,85 milhões de pessoas. Fonte: Associação Brasileira de Televisão por Assinatura. *Dados do setor*. Disponível em: http://www.abta.com.br/dados_do_setor.asp. Acesso em: 14/01/2013.

²⁹ Os dados da ABTA também demonstram as discrepâncias no acesso a Tv por assinatura por classe social, apontando que a classe C é a que concentra menor número de assinantes, com 29% contra 59% da classe B e 85% da classe A. A conclusão é de que 1 em cada 5 brasileiros vê tv por assinatura, dentre os quais 8 em cada 10 na classe A, 1 em cada 2 na classe B e 1 em cada 4 na classe C. Fonte: Associação Brasileira de Televisão por Assinatura. *Dados do setor*. Disponível em: http://www.abta.com.br/dados_do_setor.asp. Acesso em: 14/01/2013.

nas versões originais das telenovelas, mas em que medida tais correções são feitas para se adequar o produto às exigências do público consumidor, o diretor não esclarece. De acordo com a fala de Casé, ao que parece, a maioria dessas intervenções são de ordem mais técnica e visam corrigir o que ele chama de impropriedades, reestruturando inclusive finais de novelas. Segundo o diretor, “... a cultura no assistir televisão é muito peculiar em cada país. A maneira de assistir televisão é específica, porém o que agrada e, o mais importante, (...) é uma boa história” (CASÉ, 2004: 326-327).

Contudo, o acesso a TV a cabo, a canais por assinatura, antenas parabólicas, não tem ocorrido apenas no Brasil, mas também em países africanos, que são nosso foco aqui. E as telenovelas brasileiras já podem ser assistidas por essa via sem compactação, sem correções, sem cortes de certas cenas e assuntos. Em outras palavras, aqueles que têm acesso ao canal da TV Globo Internacional, em qualquer país, podem assistir às novelas em tempo real, apenas com um certo atraso na transmissão, mas tendo acesso ao mesmo produto que está sendo exibido no Brasil. Faltam, porém, estudos que tratem mais diretamente o consumo das telenovelas brasileiras por meio do canal por assinatura em países estrangeiros e das estratégias utilizadas pela emissora para se comunicar com esse público e conquistar sua audiência. Uma questão que a presente pesquisa não terá condições de tratar pelo fato de que não foi possível coletar dados junto à emissora. Mas o que gostaria de ressaltar aqui, é que a penetração da televisão por assinatura no Brasil tem retirado dos canais abertos uma parcela de seus consumidores, enquanto que em países estrangeiros, como os africanos, esse processo tem ampliado os mercados consumidores para a emissora brasileira. Que, nesse processo, passam a comercializar não só as telenovelas, mas toda a sua programação.

A partir de uma série de mecanismos a telenovela vem se adequando a esse panorama da televisão no Brasil e aos novos desafios colocados por ele, e ampliando seu público ao inserir seus produtos em mercados internacionais. A tendência das telenovelas tem sido retratar temáticas diversificadas, aperfeiçoando os textos, tornando os diálogos e cenas cada vez mais naturais, veiculando modas e produtos através de seu merchandising, e fazendo uso também do *merchandising social*³⁰. Na percepção de Motter (1998; 2003), questões como estas apontam para uma renovação do gênero, sobretudo, pela intensificação de seu diálogo

³⁰ Essa é a denominação aceita e largamente utilizada para fazer referência a campanhas, temas e demais inserções de cunho social presentes nas telenovelas.

com a realidade social e o cotidiano dos consumidores, propondo uma agenda de debates para a mídia e para a sociedade.

Segundo a autora, a telenovela tem utilizado vários modos de reiteração e expansão de seus conteúdos por meio de relações intramídia e intermídia. A primeira caracteriza-se, principalmente, pelo recurso, já muito utilizado pela Rede Globo, de levar os temas, debates e atores das telenovelas para outros programas de sua grade a fim de ampliar o diálogo em torno das histórias ficcionais, como de promover o seu produto. E as relações intermídia decorrem de sua repercussão junto à opinião pública e à crítica que a levam a se tornar objeto de várias publicações em outros meios de comunicação, na mídia impressa e virtual. Ao comentar a atualização do folhetim eletrônico, em outras palavras, da telenovela, Hamburger (2012) afirma que ela passa a combinar seus ingredientes arcaicos com um jogo contemporâneo de interlocuções mediadas em forma de rede.

Mais recentemente as telenovelas têm ampliado seu contato com o público também por meio de suas páginas virtuais, no website da emissora, que além de se tornar um espaço de comunicação com o consumidor, também alimenta o universo de fofocas e comentários sobre as tramas e seu elenco. O canal Globo Internacional também faz uso dessa estratégia disponibilizando na página da emissora a possibilidade de assinar o canal, ter acesso à programação, alguns detalhes dos programas, inclusive das novelas, suporte e contato para anunciantes. Nos países africanos dos estudantes que participaram dessa pesquisa, pode-se observar a existência de uma elite urbana que já tem acesso ao canal da emissora por assinatura e à internet. Tal expansão demonstra que a internet e as suas redes sociais têm se mostrado um eficaz meio de comunicação e interação, o que tem feito com que a Rede Globo disponibilize vários conteúdos sobre sua programação por essa via para estabelecer um contato mais direto com seu público e ampliar o alcance das narrativas, como aponta Murakami (2012).

Entretanto, concordamos com Hamburger (2005) quando ela enfatiza que não foi apenas essa conjuntura de concorrência, da entrada da TV por assinatura, da distribuição do público consumidor e da diversificação dos meios de comunicação, que ocasionou decréscimo na audiência da telenovela. A autora considera que esse dado sugere haver uma dificuldade por parte da produção das telenovelas em criar representações que contemplem a diversidade da sociedade brasileira e em dialogar com determinados seguimentos. E é exatamente nessa questão que acreditamos residir o ponto de emergência das tramas que abordaremos nesse

trabalho, que são apresentadas ao público num momento em que a emissora começa a investir em uma programação mais popular como já foi mencionado anteriormente. Um investimento que coincide com a emergência da chamada *nova classe média*³¹, ou classe C, caracterizada e definida em função do aumento do seu poder de consumo possibilitado pelos Programas de Transferência de Renda e pela concessão de crédito, como também do aumento dos níveis de escolaridade³².

É nesse contexto que *Avenida Brasil* e *Cheias de Charme* se inserem, figurando como telenovelas que apresentam importantes atualizações no formato do gênero, sendo uma delas a centralidade que personagens representativos de classes populares, da *nova classe média*, adquirem em suas tramas. *Avenida Brasil* com cenas concentradas em um bairro do subúrbio em meio a jogadores de futebol e cabeleireiras, por um lado, e *Cheias de Charme* apresentando três empregadas domésticas como protagonistas, por outro, parecem se colocar em diálogo com esses seguimentos a nível nacional, mesmo retratando uma realidade carioca. Ambas também surgem num momento em que a emissora tem conferido mais espaço aos novos escritores e às novas propostas que possam trazer renovação ao gênero, ainda que conservem os elementos tradicionais do gênero.

Mas o que busquei demonstrar aqui é como a trajetória da telenovela brasileira vem mudando e como ela vem se aperfeiçoando desde que começou a ser produzida como um produto tipicamente brasileiro, bem como a necessidade de estarmos cientes desse contexto no qual ela se encontra atualmente, um contexto de avanços tecnológicos, concorrência com outras mídias, com outras emissoras e com canais por assinatura no mercado interno. Além disso, a telenovela precisa garantir sua competitividade no mercado internacional onde disputa espaço com produtos estrangeiros do gênero, com outros gêneros televisivos – como os seriados norte-americanos – e ainda com as produções locais dos países para os quais ela é exportada.

³¹ FGV. *A nova classe média: o lado brilhante dos pobres*. Disponível em: www.fgv.br/cps. FGV. *Os emergentes dos emergentes*. Disponível em: www.fgv.br/cps. Acesso em: 11/02/2012; Folha de São Paulo, jan. 2012. Disponível em: http://cps.fgv.br/sites/cps.fgv.br/files/artigo/Folha_ncm.jpg. Acesso em: 15/02/2012; Secretaria de Assuntos Estratégicos – SAE. *A média faz diferença*. Disponível em: http://www.sae.gov.br/site/?post_type=post&p=10576. Acesso em 12/02/2012. Agência Brasil, ago. 2011. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2011-08-08/nova-classe-media-tem-maioria-feminina-branca-e-com-mais-de-25-anos>. Acesso em: 12/02/2012.

³² “Nos últimos sete anos, 40 milhões de pessoas ascenderam das classes D e E para a C. Um público consumidor que ninguém quer perder”. Ver: ZYLBERKAN, Mariana. *A classe C no horário nobre*. Coluna Televisão da revista Veja. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/a-globo-e-pop>. Acesso em: 15/01/12.

Portanto, esse cenário também nos chama atenção para o fato de que ela é ainda um meio privilegiado para propagar um imaginário sobre o Brasil lá fora dada a sua capacidade de representar a realidade, embora não seja o único. Nesse sentido, as telenovelas brasileiras carregam o potencial de atuar como uma vitrine do Brasil a nível mundial, porém elas não têm sido, ao longo de todos esses anos, o único produto por meio do qual a cultura brasileira é exportada. Sabemos que a comercialização de produtos como a música, a moda, o futebol, entre outros, em mercados transnacionais tem sido há muito tempo uma via de difusão e circulação de elementos da cultura brasileira. Ainda assim, a telenovela mantém seu sucesso junto aos mercados estrangeiros, mas em virtude da utilização dos recursos já mencionados e da constante atualização de seus formatos e conteúdos. Entre recortes sobre a realidade brasileira, recursos melodramáticos, investimentos constantes na melhoria da qualidade técnica e dramaturgica, bem como por meio da publicidade, a telenovela continua a fazer as pessoas pararem para ouvir suas histórias. Cabe, pois, à pesquisa antropológica repensar o seu papel nos dias atuais e quais questões ela nos permite formular a respeito de sua interação com os mais variados contextos culturais e, de modo geral, sobre o consumo de produtos da indústria cultural de massa.

CAPÍTULO 2

A novela pode ser mais do que uma distração: assistir e interpretar.

O presente capítulo tem por objetivo contextualizar as situações de recepção das telenovelas brasileiras junto aos estudantes africanos pesquisados trazendo as suas experiências vividas com o produto em seus países e aqui no Brasil, bem como suas percepções sobre a telenovela de modo geral e a construção de interpretações sobre seus conteúdos. Trata-se de recuperar a relação estabelecida com as telenovelas brasileiras, a construção do hábito de assisti-las e de uma memória em torno delas, e paralelamente, demonstrar o lugar dessa narrativa ficcional em seus cotidianos e o modo pelo qual se estrutura uma vivência em torno do seu consumo. A recomposição dos cenários – criando uma ponte entre o consumo das telenovelas em seus países e as situações de recepção vivenciadas por eles aqui no Brasil – tem por objetivo apontar as continuidades e rupturas entre os modos de assistir à telenovela lá e aqui. Recuperando as formas pelas quais esses estudantes se relacionam com a telenovela em seus contextos de recepção, busco demonstrar como essa relação é construída no ato de assisti-la. Considero que este, por sua vez, está intimamente ligado às suas rotinas e às dinâmicas espaciais e temporais que conferem contornos a essa situação. Por fim, apresento as concepções desses sujeitos sobre a telenovela e as formas de interpretação de seus conteúdos. Dados que nos permitem situar os contextos de fala de nossos interlocutores e o conjunto de valores e visões de mundo que permeiam o processo de atribuição de sentidos aos conteúdos ficcionais.

2.1- *Sempre que dá, que a televisão está na frente, então fica na novela: como, por que e para que assistir à novela.*

Esta seção tem por objetivo oferecer ao leitor um quadro geral dos contextos de recepção em que estão inseridos os estudantes africanos que participaram da pesquisa. Procuo demonstrar a presença das telenovelas brasileiras nos seus países de origem a partir

das informações oferecidas pelos meus interlocutores e também a inserção da telenovela no cotidiano desses estudantes. Apresento, pois, uma caracterização dos diferentes contextos de recepção encontrados no grupo, pontuando as formas como esses estudantes têm acesso à telenovela, aos canais de televisão fechados e a outras mídias, e ainda como assistir à telenovela se tornou um hábito presente em seus cotidianos. Dialogo, portanto, com as razões pelas quais esses estudantes explicam como e por que consomem (ou deixam de consumir) a telenovela brasileira, e qual o lugar que ela ocupa em suas rotinas diárias privilegiando uma discussão acerca da espacialidade dentro da qual se relacionam com as ficções em seu cotidiano. De modo geral, o objetivo dessa seção é oferecer ao leitor algumas informações relevantes para apreensão dos contextos em que os estudantes estão inseridos e do contexto da pesquisa como tal, que permitem uma melhor compreensão dos dados apresentados ao longo do trabalho.

Começando por Moçambique, mais especificamente Maputo, a primeira moçambicana com a qual conversei, Lucia, comenta que a televisão moçambicana sempre deu espaço para as novelas, e mais especificamente para novelas brasileiras. Ela ressalta que de uns anos pra cá começou a aparecer uma avalanche de televisões nacionais, mas que uma delas é praticamente um canal que só passa a programação da TV Record³³. Trata-se da TV Miramar que transmite a mesma programação da Record do Brasil e alguns programas locais. Com relação à presença da Rede Globo em Moçambique, Lucia diz que o acesso ao canal é restrito àqueles que possuem TV a cabo, o que é mais comum nas cidades, nas zonas urbanas e, segundo ela, a maior parte da população ainda se encontra em zonas nas quais o alcance da televisão é restrito, muitas delas nas quais não há sequer acesso à televisão nacional.

Lucia ainda menciona a presença da telenovela brasileira na programação da televisão aberta e, apesar de ter a assinatura do canal fechado, ela diz assistir às novelas nos dois canais, ou seja, assiste tanto as novelas antigas quanto as atuais. A televisão aberta a que se refere conta com a Televisão Independente de Moçambique (TIM), a Soico Televisão (STV) e a Miramar – canais pertencentes a grupos de comunicação privados –, e ainda com a Televisão de Moçambique (TVM), emissora pública instalada em Maputo, e todas elas transmitem as

³³ A televisão à qual Lucia se refere é a TV Miramar que pertence à Record Internacional e tem sede em Maputo, com retransmissoras nas demais províncias, além de uma estação de rádio Ver: WIKIPÉDIA. *Record Moçambique*. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Record_Mo%C3%A7ambique. Acesso em: 19/02/13.

novelas brasileiras³⁴. A diferença é que nas televisões abertas as novelas transmitidas não são as atuais, aquelas que estão sendo exibidas no momento aqui no Brasil – com exceção da TV Miramar. Essas emissoras compram junto à rede de televisão brasileira o produto final, as produções já concluídas, que são encurtadas, passando por todo um processo de correções, reduções e recodificações, como vimos no capítulo anterior.

Em conversa também com outra moçambicana, Janete, ela diz que em Maputo “todo mundo assiste novela” e que os canais locais sempre buscam programação brasileira, o que faz com que a maior parte da programação da televisão aberta venha daqui, pois, segundo ela, os canais locais praticamente dependem do Brasil. Mas podemos observar que nos últimos anos esse quadro tem mudado um pouco, já que atualmente as novelas brasileiras dividem espaço com duas produções mexicanas, *Teresa* e *O privilégio de amar*³⁵, e com seriados norte-americanos na grade televisiva da TVM. Dados que demonstram que a televisão moçambicana não é assim tão dependente dos produtos brasileiros, apesar do sucesso que estes ainda fazem no país. Tal fato também pode decorrer da ampliação do acesso a canais por assinatura, o que possivelmente pode ter levado as televisões locais a adquirirem menos produtos estrangeiros já que eles podem ser consumidos por meio da TV a cabo e, com isso, elas investem mais numa programação local.

Lucia ressalta que a vantagem do canal fechado é a de transmitir as novelas em tempo real, com um dia de atraso ou dois no máximo em relação ao Brasil, assim como a TV Miramar, que apesar de aberta também transmite a mesma programação que está no ar no Brasil. Ela e Camila, sua amiga moçambicana com a qual dividia a moradia aqui no Brasil, comentam que quando conversam com parentes e amigos que estão em Maputo e estes perguntam o que aconteceu na novela elas dizem, “ah, espera pra ver, (...) só por causa de mais algumas horas, esperas e vês”. Lucia diz ainda que houve um tempo em que o acesso a canais fechados era bastante restrito, no entanto, hoje uma boa parte da população urbana

³⁴ As quatro emissoras seguem o padrão global de exibir novelas e seriados após o telejornal, mas vale destacar que a Miramar exibe apenas novelas da Record e a TIM exibe também novelas portuguesas ao lado das brasileiras em sua programação. Ver: NIERO, Michell. *Brasilian way of life: Angola e Moçambique*. Disponível em: http://www.agostinhoneto.org/index.php?option=com_content&view=article&id=361:brasilian-way-of-life-angola-e-mocambiq. Acesso em: 19/02/2013. Ver: WIKIPÉDIA. *Televisão de Moçambique. Soico Televisão*. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o_de_Mo%C3%A7ambique; http://pt.wikipedia.org/wiki/Soico_Televis%C3%A3o. Acesso em: 19/02/13.

³⁵ Ver página on-line da TVM. Disponível em: http://www.tvm.co.mz/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=872&Itemid=199; http://www.tvm.co.mz/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=877&Itemid=201. Acesso em: 19/03/13.

consegue pagar por televisão. Camila, também comenta que as novidades às quais ela tem acesso aqui geralmente já estão sendo consumidas simultaneamente em Maputo por uma parcela de pessoas que possui canais por assinatura e acesso à internet, meios estes que acabam tendo um alcance maior na capital. Ela evidencia fazer parte de um de pessoas que mantém contato com diversas mídias digitais e que consome várias tecnologias, como notebooks, tablets, e diversos dispositivos móveis, com acesso às redes virtuais.

Essas falas e considerações reforçam que precisamos ter em mente a impossibilidade de generalizações não apenas pelo fato de a pesquisa ter sido realizada aqui no Brasil, mas porque ela se construiu no diálogo com um grupo de pessoas inseridas em contextos bastante específicos. Uma vez que suas narrativas colocam em questão o lugar de onde estão falando, cabe retomar a observação de Thomaz (2009) de que as telenovelas brasileiras e outros programas passaram a constituir recentemente um repertório possível principalmente para as elites urbanas de países como Moçambique. Logo, é necessário estar ciente de que as formas como esses estudantes consomem as novelas brasileiras estão intimamente ligadas às suas localizações nos contextos de seus países de origem e também nos contextos em que se inserem aqui no Brasil, sendo o produto da intersecção desses dois lugares de fala.

Também em Angola o acesso às tecnologias, como a antena parabólica, tem possibilitado o consumo das telenovelas brasileiras, bem como de toda a programação da Rede Globo. Pedro, um rapaz da periferia da capital Luanda, afirma que o principal contato que os angolanos têm com o Brasil é através da televisão, sobretudo das novelas, mas também por meio da música, que também se populariza graças às novelas. Ele diz que “as pessoas gostam mesmo de novela lá”, conta-me que geralmente os homens, em Angola, assistem às novelas cercados por mulheres, e que em sua casa na hora da novela a sala está sempre cheia. Isso porque como há muitos problemas de falta de energia³⁶, quando alguma novela é aquela que “tá a bater”, está fazendo sucesso, uma novela boa, que está na moda, então ocorre que os vizinhos vão assisti-la em sua casa que possui um gerador. Familiares e vizinhos assistem as novelas que estão sendo exibidas na televisão brasileira através da antena parabólica que oferece pacotes de canais fechados para assinatura e, segundo ele, pode-se dizer que em cada dez casas na capital, quatro possuem o aparelho. No caso de seu bairro, que está localizado na periferia, como as pessoas entre a vizinhança são bastante próximas, se alguém não tem

³⁶ Segundo Pedro, praticamente todos os dias a energia acaba por volta das dezoito horas o que, em sua opinião, parece proposital no sentido de obrigar as pessoas a comprarem geradores já que o dono desse tipo de indústria é uma pessoa do governo.

antena parabólica e fica sabendo que alguma novela ‘tá a bater’, logo vai para a casa do vizinho que disponha do canal brasileiro, o que faz com que no fim das contas todo mundo acabe assistindo, como ressalta Pedro. A programação estrangeira termina por alcançar não só as famílias que possuem os meios para sua recepção, uma vez que assistir à televisão passa a ser um ato coletivo, como também aponta Barbosa (2008).

Além do acesso à televisão brasileira por esta via, os angolanos ainda contam com a exibição de novelas brasileiras pela Televisão Pública de Angola (TPA) que, assim como Moçambique e outros países, compra da Rede Globo as fitas de novelas já exibidas no Brasil. Contudo, na página on-line do canal podemos observar que atualmente não há novelas brasileiras em sua grade televisiva, mas está sendo exibida a novela mexicana *Amanhã é para sempre* (Mañana es para siempre) produzida pela Televisa³⁷. Pedro de fato já havia comentado que, em Angola, há algum tempo as novelas brasileiras têm dividido espaço com novelas mexicanas, alguns seriados norte-americanos e também de outros países. A TPA tem sede em Luanda, conta com dois canais e possui parceria com a Rádio e Televisão Portuguesa (RTP), além dela há ainda no país os canais privados da TV Record Angola, da TV Zimbo e o de emissões via satélite Ango TV³⁸.

Outro país em que há forte presença das novelas brasileiras e da televisão brasileira de modo geral é Cabo Verde, onde o mercado que funciona como principal centro de comércio leva o nome da cidade fictícia da novela brasileira *O Bem Amado*, Sucupira. A estudante cabo-verdiana Maíra, residente na Ilha de São Vicente, acredita que a aproximação cultural entre Brasil e Cabo Verde se deu principalmente através da novela. O país conta atualmente com três emissoras de televisão abertas, a Radiotelevisão Cabo-verdiana (RTC), a RTP África, a Televisão da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (TV CPLP) e a TV Record Cabo Verde, todos canais abertos. A primeira é uma televisão pública que representa o maior grupo de comunicação de Cabo Verde e atualmente é detentora do canal Televisão de Cabo Verde (TCV) e da Rádio de Cabo Verde (RCV)³⁹.

³⁷ Ver página on-line da TPA. Disponível em: <http://tpa.sapo.ao/programacao>. Acesso em: 19/02/13.

³⁸ A TV Record Angola é uma filial da TV Record África. Ver: WIKIÉDIA. *Televisão em Angola*. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o_em_Angola. Acesso em: 19/02/13.

³⁹ A RTP África é uma emissora estatal portuguesa transmitida em vários países africanos, já a TV CPLP é um canal de televisão proposto pela Comunidade de Países de Língua Portuguesa para transmissão internacional e que é mantida pela UNESCO e pelo governo português. WIKIPÉDIA. *Categoria: canais de televisão de Cabo Verde*. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Canais_de_televis%C3%A3o_de_Cabo_Verde. Acesso em 19/02/13. Ver também página on-line da TCV. Disponível em: <http://www.rtc.cv/tcv/index.php>. Acesso em: 19/02/13.

Maíra informa que já é possível ter acesso à programação das televisões brasileiras por meio de TV a cabo e que inclusive já ocorreu de ela estar assistindo uma novela aqui no Brasil e quando vai para Cabo Verde de férias consegue continuar assistindo. Contudo, ela ressalta que algumas vezes há falhas nas transmissões que impedem o acesso aos canais fechados. Ela diz que no início a presença da programação brasileira na televisão local era maior pelo fato de que a TCV não produzia horas de programação suficientes para ocupar toda a grade televisiva, porém ela destaca que ultimamente a programação local já ocupa mais espaço. O acesso à página da TCV confirma sua afirmação, lá é possível acessar a programação da emissora e verificar a presença considerável de programas locais. Mas a emissora ainda conta com dois horários diários reservados às novelas brasileiras importadas da Rede Globo, e a presença de seriados e filmes norte-americanos⁴⁰.

Maíra lembra que antes da entrada de tantos canais, quando contavam apenas com a transmissão de novelas na televisão local, ocorria muito de as pessoas alugarem fitas de vídeo das novelas em locadoras, como geralmente se faz com os filmes. Ela relembra como as pessoas se reuniam umas nas casas das outras para a sessão de novela, e comenta que apesar de serem novelas que já haviam sido exibidas no Brasil, esse formato permitia assisti-las de acordo com a disponibilidade de tempo de cada um. Ou seja, a hora que quisessem poderiam sentar e ver uma novela inteira em uma semana, por exemplo. Isso demonstra que o consumo de novelas brasileiras em seu país foi sempre um hábito que colocou os cabo-verdianos em contato com a cultura brasileira e que concentrou o consumo nesse produto pela ausência de possibilidades de acesso a outros produtos televisivos.

Trazer esses cenários para a discussão tem por objetivo oferecer alguns elementos que nos possibilitem apreender de forma mais ampla a relação que esses estudantes têm com a televisão, com a programação brasileira e com outras mídias, destacando que ela começa em seus países, em seus contextos culturais de origem. Também nos permite esboçar os lugares de fala de cada um, bem como seus posicionamentos num contexto mais amplo das sociedades às quais pertencem, ao pontuarmos por quais vias estabeleceram relação com a telenovela, que tipo de acesso eles têm a esse produto e a outras mídias. Esses dados nos situam quanto à penetração da televisão brasileira nesses países e sua disputa de espaço com

⁴⁰ Maíra conta também que a programação brasileira sempre dividiu espaço com a televisão portuguesa, primeiramente com a RTP África e recentemente com a SIC (Sociedade Independente de Comunicação), esta última, uma televisão portuguesa privada de sinal aberto WIKIPÉDIA. SIC. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/SIC>. Acesso em: 19/02/13.

outros produtores e mídias – que comecei a esboçar no capítulo anterior. O que evita que venhamos dimensionar de forma equivocada o lugar da telenovela nesses países e no cotidiano desses estudantes ao demonstrar as diversas questões envolvidas nesse consumo. Tal contextualização, ao nos colocar diante das possibilidades de consumir produtos televisivos brasileiros, e especificamente a telenovela, nos coloca em condições de compreender melhor o ato de assistir, a penetração desse produto no cotidiano dessas pessoas e as relações que com ele estabelecem.

Nas conversas com esses estudantes inicialmente me pus a pensar se de fato as novelas brasileiras seriam assim tão populares junto a esse público e assistidas com assiduidade, já que por vezes, sobretudo nos primeiros encontros, alguns deles relataram não assistir muito ou não ter tempo para as novelas. Na minha conversa com Janete, ela afirma: “como eu já te falei, eu já fui viciada em novelas, ultimamente eu não assisto assim tanto”, inclusive ela insiste comigo que o ideal mesmo seria eu fazer a pesquisa em Maputo, pois lá sim as pessoas assistem a todas as novelas, o que me permitiria ver de perto tudo o que acontece em torno desse consumo. Com aqueles junto aos quais pude estabelecer um diálogo mais constante, observei que durante os primeiros encontros quando perguntava se estavam acompanhando o curso das novelas *Cheias de Charme* e *Avenida Brasil*, quase sempre a resposta era que não estavam assistindo muito por falta de tempo ou porque o horário de folga não coincidia com o da novela. Contudo, ao longo das conversas eles me ofereciam detalhes e relatavam situações das referidas novelas que me faziam questionar eles não estivessem mesmo acompanhando a trama.

Beatriz, por exemplo, afirma que só assiste às novelas “quando dá”, pois acredita não haver obrigatoriedade em acompanhar diariamente os capítulos, porém, logo em seguida, ao perguntá-la se estava assistindo alguma novela no momento, responde: “Ahh, todas que estão lá agora. Se me perguntar a sequência delas eu não sei né, mas todas que estão lá, (...) sempre que dá, que a televisão está na frente, então fica (a televisão ligada) na novela...”. Percebo que quando dá, ela assiste a todas as novelas que estiverem no ar e que isso pode chegar a acontecer com certa frequência. É preciso ressaltar também que muitas vezes as respostas que os informantes nos oferecem num primeiro contato estão permeadas por diversas preocupações, dependem das circunstâncias da conversa, do tema a ser tratado e da impressão que se deseja passar. Além do fato de que as informações passam por um processo de

formulação e filtragem que seleciona aquilo que deve e pode ou não ser dito, aquilo que o informante quer que seja registrado.

O que observo ao longo das conversas com Beatriz e com outros estudantes é que, na verdade, a frequência com que assistem às novelas depende do quanto elas se inserem nas suas rotinas diárias, ou de como tal rotina pode ser organizada no sentido de se adaptar à novela. Outra questão relevante é que a novela é um produto tal que, por sua própria dinâmica e características, não exige um acompanhamento diário para que se esteja a par de suas histórias. Quando pergunto à Lucia quais novelas estava assistindo no momento ela diz que assiste todas, contudo em seguida faz a ressalva: “Eu, na verdade, o quê que acontece, vou vendo quando posso, mas alguns dias que tenho tido mais tempo em casa tenho assistido todas”. Tanto para ela, quanto para Camila, Máira e Pedro, a rotina de assistir às novelas é atravessada pelos compromissos acadêmicos, em meio a aulas, testes, trabalhos, e parece não exigir-lhes uma assiduidade no acompanhamento. Com isso, a falta de informações decorrente das rupturas na sequência da história é suprida por meio de outras fontes.

Observei com todos eles que muitas vezes eu era uma dessas fontes, a portadora das atualizações sobre os capítulos perdidos, seja nos momentos de nossas conversas em que recapitulávamos os últimos acontecimentos, seja através de postagens com reportagens e comentários sobre as novelas no Facebook. Alguns deles, como Beatriz e Camila, até então não conheciam a página da Globo que apresenta um amplo conteúdo sobre as novelas que estão no ar e também não tinham conhecimento da possibilidade de assistir a algumas cenas dos capítulos diários ou mesmo o capítulo na íntegra pela assinatura do provedor da emissora. Beatriz por vezes me relatou ter perdido capítulos em função de compromissos no horário da novela e que, depois disso, passou a ver pela internet as cenas que lhe interessavam e o resumo dos capítulos.

Portanto, esses outros meios, que disponibilizam informações e conteúdos sobre as telenovelas tornam-se possibilidades de atualização dos mesmos e fazem com que, em alguns casos, seja dispensável o acompanhamento diário dos capítulos. Esse envolvimento com a telenovela, com seus temas e personagens também se refere ao que Gomes (1998) chama de “problemática obrigatória”, uma vez que as telenovelas se tornam temas privilegiados de conversação entre os mais diversos grupos sociais. De modo que mesmo aqueles que não estão assistindo acabam de alguma forma sendo envolvidos nessa circulação de informações e vão tomando conhecimento de alguma parte da história. Além disso, seus temas são reiterados

diariamente por meio dessas publicações da mídia especializada e dentro da programação da própria emissora, como bem observa Motter. Segundo a autora, “esses modos de reiteração apontam a telenovela como um referente – a partir do qual uma coleção de temas é posta a circular no universo da população e, por isso mesmo, já se tornaram familiares – o que favorece sua retomada em outros universos de discurso além do ficcional” (MOTTER, 1998: 99).

Pois bem, pensando nas razões pelas quais as pessoas se colocam a assistir às novelas – ou dizem ser as razões para o consumo desse produto – e em como esse produto penetra no seu cotidiano, pergunto a Beatriz o que, além do fato de a novela coincidir com seu momento de descanso, a faz parar para assisti-la. Ela afirma que além do fato de não haver uma programação mais interessante em outros canais, inclusive da TV a cabo, para ela gostar de assistir a uma novela esta precisa cativar-lhe, apresentando uma história que tenha algum fio condutor de pensamento que a interesse. E, se houver, então ela assiste e acompanha mesmo, como foi o caso de *Cheias de Charme*, que acompanhamos separadamente e nos colocamos a discuti-la juntas, uma vez por semana. Entretanto, o momento de assistir à novela é também aquele em que ela e o marido estão no descanso do seu fim de dia, em que vão fazer uma refeição, assistir à televisão juntos e conversar. Então, ela me relata como a novela se insere no seu cotidiano e como uma novela que lhe cativa a faz reorganizar alguns detalhes da rotina para que o momento de descanso possa ser feito no horário da novela que lhe interessa assistir.

Eu paro pra ver a novela, não é necessariamente pra ver a novela, mas assim, se eu vou parar, uma hora eu tenho que jantar não é, eu tenho que sentar pra jantar, tenho que comer. (...) E não vou jantar às dezoito horas porque não quero assistir novela, e eu não janto às vinte horas porque sei que essa hora é a hora mais ou menos que ele (o marido) está a ver o noticiário, então pronto, ele fica a ver o noticiário e é a hora que eu estou a fazer o jantar, vou espreitando o noticiário e ponto final. Então, na hora exatamente da novela, por exemplo, agora mudamos, porque o horário de antes, como eu assistia mais a novela das vinte, então nós jantávamos as vinte e uma que era aquela a hora da novela, então sentávamos no quarto com os nossos pratos, ficávamos conversando, começávamos a ver novela... Então toda aquela relação familiar que nós tínhamos que ter em determinada hora do dia era naquela hora da novela né?

Beatriz comenta que essa decisão de fazer do horário da novela o momento desse convívio familiar foi sua, mas que lhe ocorreu como uma coisa natural, porque como não podia assistir a todas as novelas por falta de tempo, terminava por escolher pelo menos uma que pudesse ver com frequência. Contudo, agora que ela estava interessada na novela das sete,

o horário do jantar mudou das vinte e uma para as dezenove horas, o horário de *Cheias de Charme*. Por fim, ela admite que às vezes, quando não tem nenhuma outra atividade ou quando está muito cansada para trabalhar em algo, acaba vendo todas as novelas exibidas na sequência. O que observamos de mais relevante na fala de Beatriz é a forma como o momento da novela se relaciona com as atividades cotidianas e se converte em espaço de cultivo das relações familiares. Leal (1990) retrata em seu trabalho como as atividades do fim do dia e começo da noite eram distribuídas nas casas em função do horário das novelas, principalmente da novela das oito, para que nesse momento não houvesse afazeres domésticos a serem realizados e as todas as atenções pudessem se voltar para a televisão. Porém, no caso de Beatriz, as atenções não se voltam totalmente para a novela, uma vez que ela é assistida simultaneamente com outras atividades como fazer a refeição e conversar com o marido. Por outro lado, essa simultaneidade faz com que as cenas exibidas sejam incorporadas à situação de convivência conjugal desse momento e passem a ser também o assunto da conversa. Há aqui o que Leal chama de “vivência em torno da televisão”, uma interação entre televisão e cotidiano que se mostrou um aspecto recorrente entre os demais estudantes com os quais conversei.

Cabe aqui ressaltar outro aspecto dessa situação, a forma mais íntima e individualizada que caracteriza o momento de assistir à novela. Já em nossa primeira conversa, na qual eu esclareci para Beatriz em que consistia a pesquisa que pretendia realizar, ela deixou claro que tal rotina inviabilizava a realização de uma observação participante. Ora, não faria sentido eu estar em sua casa, no seu quarto, na intimidade da sua relação conjugal, assistindo novela ao lado dela e do marido, e de fato não fazia mesmo! Leal (1990) também relata as dificuldades de observação direta junto ao grupo que ela chamou de dominante – o qual definiu como portador de *capital cultural* elevado, este entendido como monopólio da técnica de produção e de acesso ao consumo de determinados bens simbólicos. A autora destaca que tal dificuldade decorria do fato de que a novela não era assistida de forma sistemática, o que também foi fator relevante para a pesquisa aqui apresentada e razão para que muitas conversas e visitas não se realizassem, ou pelo menos não de forma constante. Mas a meu ver há ainda outra questão que interfere na dinâmica do momento da novela e, conseqüentemente, na possibilidade de um estranho estar autorizado a presenciar esse momento, qual seja, a organização dos espaços e mais precisamente o espaço destinado ao aparelho de televisão. Segundo Leal, “o lugar que a televisão ocupa na vida das pessoas e o lugar que a televisão

ocupa nas casas das pessoas têm uma relação íntima” (1990: 44), o que se torna emblemático no caso da maioria dos estudantes africanos entrevistados aqui.

Na casa de Beatriz há dois televisores, um que fica na sala que chamaríamos de visitas, na entrada do apartamento – modelo moderno, grande, e posicionada na parede ao lado da porta de entrada, de frente para dois sofás e sobre um móvel baixo –, um ambiente conjugado com o espaço onde fica a mesa de jantar. O outro fica na parede do quarto do casal, no alto, de frente para a cama e esse é o aparelho que de fato é utilizado. Na nossa segunda conversa, em que ela me recebeu por esta sala, o televisor estava coberto por uma espécie de manta, um tecido, ela retira o tecido e já explica que aquela televisão não é utilizada nunca, e então vamos para o quarto, que é o último cômodo do apartamento e onde durante a conversa a televisão permanece ligada na novela da tarde – *Vale a pena ver de novo*.

Observamos que há uma hierarquia dos espaços que vai das áreas comuns, de serviço, de recepção das visitas, de trabalho ou estudo, até se chegar ao espaço mais íntimo, o quarto, é nele que está a televisão e é nele que se dá toda interação e vivência em torno dela. Mas apesar de toda essa hierarquia, já na segunda conversa, eu sou convidada a adentrar o espaço mais íntimo onde estava o principal objeto de nossas discussões, a televisão. Posteriormente, as conversas, como momento de trabalho que eram, passam a ser realizadas no escritório. Sobre esse aspecto, Leal também comenta que nas famílias de classe média alta, ao contrário dos grupos populares, a televisão nunca está na sala, à entrada da casa. “Geralmente há mais de um ambiente na mesma sala, e a televisão está em um desses recantos, no lugar menos evidente” (LEAL, 1990: 45). Como também ressalta a autora, nos apartamentos geralmente há vários espaços a serem percorridos até chegar-se ao mais íntimo, como o contato por telefone, depois pelo interfone, elevador, corredores, até entrar-se no apartamento e passar pela hierarquia dos seus espaços internos.

Tanto na casa de Maíra, quanto de Pedro e Camila, a televisão também se mantém no quarto, o que ocorre muito em função da disponibilidade de espaços. A casa de Camila, na qual também vivia Lucia⁴¹, é uma quitinete – uma moradia muito comum em Brasília –, um espaço em vão livre, ou seja, sem paredes ou divisórias, os únicos espaços devidamente separados por paredes e portas são o banheiro e uma pequena sacada. De resto, conjugam-se

⁴¹ Lembro aqui que Lucia inicialmente vivia sozinha nessa quitinete e posteriormente passou a dividi-la com Camila. Contudo, quando iniciei a pesquisa ela já estava de partida para Moçambique o que fez com que nos encontrássemos poucas vezes, mas os detalhes sobre a situação de assistir à novela também serão remetidos a ela. Depois da saída de Lucia, Camila passou a viver sozinha na quitinete.

cozinha e quarto, com pequeno corredor na entrada, de modo que não há muitos móveis e tudo é devidamente encaixado em seus lugares para que sobre um espaço mínimo para circulação. Há um móvel de canto que percorre metade de duas paredes e que funciona como guarda roupas e estante, sendo nele que fica um televisor pequeno, de modelo mais antigo. Este móvel fica diante da cama e ao lado dela um pequeno balcão que delimita o espaço da cozinha e que conta com algumas banquetas e uma cadeira.

Essa dinâmica espacial, contudo, faz com que a televisão ocupe os espaços de intimidade e individualidade obrigatoriamente, e não por opção como no caso de Beatriz, uma vez que os espaços individuais e comuns se confundem e se penetram. Mas a impossibilidade de divisões e hierarquizações e a penetração entre os espaços e seus usos parecem ensejar uma maior proximidade. Contudo, acredito que foi justamente esse arranjo espacial e o fato de Camila e Lucia morarem sozinhas que possibilitou que eu as visitasse esporadicamente nos horários das novelas. Por outro lado, na casa da Beatriz, apesar da disponibilidade de espaços, a vivência em torno da televisão acabou se limitando à cozinha e ao quarto. O que quero ressaltar aqui, entretanto, não é simplesmente o quanto essa dinâmica espacial favorece ou dificulta a observação direta do momento de assistir à novela. Mas, sobretudo, a íntima relação entre esses espaços de mediação e a vivência em torno da televisão e a associação da dinâmica concreta de organização e uso desses espaços com os significados simbólicos que tanto eles quanto seus arranjos e delimitações carregam.

Assim como observei no caso de Beatriz, na casa de Camila e Lucia o momento da novela não é dedicado exclusivamente a assisti-la, as atenções e os sentidos não estão totalmente voltados para o televisor. Com ambas observei que a partir do horário das dezoito horas, quando é exibida a primeira novela da noite, a televisão se mantém ligada no canal Globo, e ligados também se mantêm o notebook conectado ao Facebook, e-mail e Skype, e claro o telefone celular, que na maioria das vezes é um dispositivo móvel moderno com funções que extrapolam a sua função primordial. A palavra de ordem é estar conectado, pois alguém em Moçambique, ou mesmo em Brasília, pode ligar, enviar uma mensagem ou e-mail, fazer um chamada de vídeo no Skype ou ainda chamar para um bate-papo no Facebook. Ou no mínimo manter esses meios ali à disposição para checar alguma informação imediatamente, ficar a par dos últimos acontecimentos públicos ou privados, e mesmo

relativos às novelas⁴². Em algumas ocasiões acompanhei conversas, sobretudo de Camila, via Skype ou Facebook com parentes e amigos. As conversas não giravam necessariamente em torno das novelas, mas quase sempre quem estava do outro lado queria saber o que elas estavam fazendo, se fazer presente do lado de cá, o que acabava levando a algum comentário sobre a novela, já que a televisão estava sempre ligada e assisti-la era a atividade daquele momento, juntamente com as demais interações.

Maíra também justifica o contato esporádico que tem com a exibição das novelas afirmando que, assim como ela, a maioria dos estudantes africanos que conhece está no final de seus cursos e já não dispõe de tanto espaço para assistir assiduamente às novelas. Entretanto, ela diz que mesmo assim sempre que está num momento de descanso, “de não fazer nada”, acaba assistindo alguns capítulos ou partes deles enquanto está no computador, na internet, ou mesmo estudando e vendo televisão ao mesmo tempo. Aproveita o momento em que está checando seus e-mails e redes sociais para assistir à novela que, como coloca, é uma atividade que acontece em meio a toda essa dinâmica. Contudo, Maíra ressalta que não há uma demanda em assistir assiduamente à novela, e se ela perde algum capítulo que gostaria de ter assistido não se preocupa, pois pode assisti-lo depois ou ler resumos do mesmo na internet. Ou seja, a consulta a sites especializados e a resumos dos capítulos já é um hábito comum para ela uma vez que geralmente acaba perdendo vários capítulos durante a semana em função de seus compromissos.

Observamos, pois, que nessas duas últimas situações fica evidente a interação daquele que assiste à novela com outras mídias, simultaneamente e, por outro lado, a interação da novela com essas outras mídias que lhe servem de meios de reiteração, como afirma Motter (1998). Segundo Murakami (2012), as transformações pelas quais passou a telenovela também modificaram as experiências dos telespectadores diante desse produto, e essa experiência ficcional passou a ser enriquecida por conteúdos buscados em outras mídias, nos colocando diante da *era da convergência* ou *transmedia storytelling*, como coloca Lacalle (2010). Nesse contexto, as redes televisivas passam a disponibilizar conteúdos específicos para as redes digitais, que se constituem em narrativas *transmídia*. Em outras palavras, as histórias se desenvolvem em múltiplas plataformas de mídia, como a imprensa especializada,

⁴² Em uma das minhas visitas à Lucia comento que o clipe do trio de empregadas domésticas, *Empreguetes*, havia sido disponibilizado no site da emissora antes de ir ao ar na novela. E ela com o notebook no colo imediatamente busca o conteúdo e se diverte assistindo. Mais tarde, o clipe é exibido dentro da trama do horário das sete.

as páginas virtuais das emissoras, e canais não institucionais como as redes sociais. Segundo Hamburger (2012) o folhetim eletrônico tem sido atualizado à era das narrativas interativas e das mídias digitais, um feito que ela atribuiu à *Avenida Brasil*, mas que também esteve muito presente em *Cheias de Charme* que fez uso constante do conceito *transmídia* disponibilizando outros conteúdos na página virtual da novela e inserindo a dinâmica das redes sociais e mídias eletrônicas em seu próprio enredo.

A constante retroalimentação entre a televisão e as novas tecnologias expande os limites de interpretação e configura novos modelos narrativos e novas modalidades de cooperação textual que estão modificando de maneira radical os paradigmas de texto e de interpretação. A incorporação crescente dos usuários na Rede propicia a configuração de um entorno midiático onde as fronteiras entre produção e recepção são cada vez mais difusas, o que está transformando a Rede no principal aliado da ficção televisiva. (LACALLE, 2010: 79)

No caso do acesso aos conteúdos relacionados à telenovela através de outras mídias, ele possibilita uma continuidade da experiência ficcional em horários diferentes daqueles em que são exibidas as telenovelas, como aponta Murakami (2012), e como observamos nos dados aqui apresentados. Mas, vale ressaltar que esse aspecto – a possibilidade de buscar conteúdos sobre as telenovelas em outras mídias – engendra um outro, a desobrigação de uma atenção exclusiva e um acompanhamento diário das novelas, permitindo a conjugação de outras atividades com o ato de assistir à novela sem o risco de ficar por fora das histórias. E ainda nos aponta para o fato de que uma tecnologia, ou um meio de acesso aos conteúdos ficcionais, não substitui o outro, a internet não passa a ocupar o lugar da televisão, mas se conjuga a ela. Por outro lado, acredito que a continuidade dessa experiência ficcional por meio de outras mídias não se dá apenas pelo acesso aos conteúdos criados pelos produtores e por outros interlocutores da imprensa especializada. Mas, paralelamente a esse movimento, a experiência ficcional também se constrói através da criação de outros tantos conteúdos e narrativas pelos próprios consumidores que têm nas redes sociais um espaço privilegiado para esse tipo de experiência.

Exemplo disso foram os memes⁴³ criados nas redes sociais com personagens de *Avenida Brasil*, os gifs⁴⁴ de várias cenas e personagens disseminados nas redes, e as

⁴³ Um meme é para a memória o análogo do gene na genética, a sua unidade mínima. É considerado como uma unidade de informação que se multiplica de cérebro em cérebro ou entre locais onde a informação é armazenada (como livros, ou como a internet). Os memes podem ser ideias ou partes de ideias, línguas, sons, desenhos, capacidades, valores estéticos e morais, ou qualquer outra coisa que possa ser aprendida facilmente e transmitida como unidade autônoma. Considera-se que a internet ampliou o poder de geração e propagação dos memes. No

hashtags⁴⁵ presentes diariamente no twitter. E alguns desses conteúdos virtuais criados pelos consumidores foram incorporados pelos produtores, como foi o caso dos avatares congelados de *Avenida Brasil*⁴⁶. A emissora, sabidamente, criou um aplicativo e disponibilizou em sua página virtual para que os consumidores pudessem criar seu avatar congelado, à semelhança da cena final de cada capítulo da novela, o que se disseminou também pelas redes sociais⁴⁷. E tal investimento não ocorreu apenas em *Avenida Brasil*, também em *Cheias de Charme* essa interação foi bastante explorada pela disponibilização de conteúdos como receitas de culinária que apareciam na novela, dicas de limpeza doméstica e pela incorporação do público na trama, como foi o caso do concurso “A empregada mais Cheia de Charme do Brasil” que selecionou vídeos de empregadas domésticas e cuja vencedora fez uma participação em um dos capítulos da novela. Ainda houve o caso dos vídeos enviados pelo público em geral, que foram incorporados na trama através da campanha “Empreguetes pra sempre” que tinha por objetivo reunir o trio de cantoras que havia se separado na ficção.

Nessa pesquisa, apesar de não dominar os recursos digitais e o idioma das redes sociais, busquei em vários momentos estender minha interação com os estudantes para as redes sociais por meio da postagem de conteúdos e notícias em minha página pessoal no Facebook, que eu não possuía até começar a pesquisa mas que se tornou uma boa ferramenta de contato com meus interlocutores. O desdobramento dos diálogos para o espaço virtual ocorreu de forma bem menos intensa, é verdade, pois não observei, por exemplo, um consumo muito recorrente desses outros aplicativos e conteúdos por parte de meus

caso da novela, trata-se de imagens de personagens com frases do texto da própria novela ou construídas com outras mensagens pelo criador do meme. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Meme>; <http://promoview.com.br/virtual/170407-afinal-o-que-sao-os-memes/>. Acesso em: 20/02/13.

⁴⁴ A sigla GIF (*Graphics Interchange Format*) que pode ser traduzida como “formato para intercâmbio de gráficos”, é utilizada em referência a um formato de imagem de mapa de bits muito usado na world wide web, quer para imagens fixas, quer para animações. Podemos dizer que o gif mais comum é o gif animado que é obtido através de animações produzidas nas mais variadas imagens e que tem se espalhado pelas redes sociais. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Graphics_Interchange_Format; <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/04/o-que-e-gif.html>. Acesso em: 20/02/13.

⁴⁵ *Tags* são palavras-chave (relevantes) ou termos associados a uma informação. Hashtags são palavras-chave ou tópicos de discussão antecedidos pelo símbolo pelo caractere cerquilha (#), e designam o assunto o qual está se discutindo em tempo real no Twitter. As hashtags mais usadas no Twitter ficam agrupadas no menu Trending Topics, encontrado na barra lateral do microblog. No caso de *Avenida Brasil* a hashtag mais popular foi “#oioioi”, que fazia referência à música de abertura da novela. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hashtag>. Acesso em: 20/02/13.

⁴⁶ Os consumidores começaram a modificar seus avatares nas redes sociais utilizando o fundo que aparecia nas imagens congeladas dos ganchos de final de capítulo, o que passou a se chamar de “congelado”. Trata-se da imagem em preto e branco, com um fundo de bolinhas coloridas que sempre aparecia na última cena de cada capítulo.

⁴⁷ Ver também: AGÊNCIA GLOBO. *Avenida Brasil 2.0*. Disponível em: Disponível em: <http://br.tv.yahoo.com/noticias/avenida-brasil-2-0-10000550.html?page=all>. Acesso em: 13/10/2012.

interlocutores. A interação parecia se pautar apenas pelos conteúdos da narrativa principal da novela e não por aqueles que extrapolavam o texto ficcional. Mas essa interação via Facebook já demonstra como os temas das telenovelas podem se tornar tópicos de discussão e de criação de outras narrativas e significados através dos recursos da internet. O que se pode observar é que a telenovela, enquanto produto, atua como mediadora entre produtores e consumidores, bem como entre estes e os repertórios culturais dos contextos nos quais estão inseridos.

Pudemos fazer algumas reflexões sobre o ato de assistir às novelas entre os estudantes africanos que participaram dessa pesquisa a partir das formas pelas quais se deram os seus contatos com a televisão brasileira e seus produtos quando ainda viviam em seus países de origem, passando pelo lugar da telenovela em seus cotidianos e os contornos que esse consumo assume em contexto brasileiro. Na contextualização desse consumo podemos perceber continuidades e rupturas nos modos de assistir às novelas, desde a construção do hábito de assisti-las e de uma familiaridade com o produto, até mudanças nas formas como elas se inserem nos cotidianos desses consumidores e a criação de estratégias para o acompanhamento das narrativas.

Observamos que a relação com a telenovela brasileira começa nos contextos locais desses interlocutores, a partir das possibilidades de acesso ao produto, construindo toda uma memória sobre as narrativas ficcionais e os hábitos em torno de seu consumo, conforme os dados dessa sessão e os que entrarão em nossas discussões nos próximos capítulos. Percebemos como o consumo da telenovela está diretamente relacionado com o cotidiano do público em questão, passando por mudanças que o compatibilizem com a rotina atual, de modo que se, anteriormente, em seus contextos locais o ato de assistir às novelas era para alguns deles uma atividade coletiva, ele passa a ser um momento cada vez mais individualizado. Entre essas discontinuidades vão se delineando diferenças entre assistir às novelas lá e aqui, ao mesmo tempo em que as falas deixam entrever os contextos em que esse consumo se constituiu e um pouco da penetração do produto brasileiro nos países desses estudantes. Isso nos permite ainda perceber a centralidade que a dinâmica dos espaços e das rotinas assume no ato de assistir às novelas ao colocar o cotidiano em interação com as narrativas ficcionais, como também ao estimular outras formas de interação, de complementaridade e ampliação da experiência ficcional por outras vias, como a internet e redes sociais.

2.2- *Não se pode perder muito a essência da novela: as concepções e interpretações sobre a telenovela.*

Nesta seção pretendo apresentar as concepções que os estudantes possuem sobre a telenovela de um modo geral, bem como o que eles elegem como dados importantes no contexto da narrativa. Considerarei também os elementos de identificação com os conteúdos que as novelas apresentam. Realizarei uma reflexão sobre a concepção recorrente de que a telenovela é algo fútil, sobre o preconceito que a circunda e como os estudantes lidam com isso na prática. Por fim, analisarei as formas pelas quais distinguem este gênero de outros produtos da indústria cultural, como o cinema, e os elementos que consideram indispensáveis às telenovelas e com os quais se identificam. Os dados aqui apresentados referem-se, sobretudo, ao que os estudantes dizem sobre as telenovelas, como as percebem, classificam e interpretam, bem como à sua capacidade de questionar as formas como os conteúdos são apresentados e construir críticas em torno desse produto de consumo.

Trazer esses dados para nossa discussão coloca-nos diante dos elementos através dos quais esses estudantes estabelecem diálogos com a telenovela, o que nos permite compreender a elaboração de significados sobre o seu consumo e sua narrativa, bem como as interpretações sobre seus conteúdos e o papel que ela pode ou deve desempenhar. Em outras palavras, a discussão que se seguirá nos revela como esses estudantes percebem a telenovela, para que ela serve e como ela deve ser, demonstrando-nos também que na condição de um produto de consumo ela é avaliada em suas características e finalidades. Tais elementos nos permitem observar quais são os critérios adotados na avaliação da telenovela, como também os valores e significados mobilizados na construção de interpretações sobre seus conteúdos. Colocando-nos em diálogo com os repertórios culturais desses estudantes, com a relação que eles estabelecem com os significados da cultura brasileira presentes na telenovela e com as especificidades desse grupo enquanto estrangeiros consumindo telenovelas brasileiras. O que nos possibilita conhecer os sentidos e práticas que esses estudantes mobilizam na relação com a telenovela e na construção de significados em torno de seus conteúdos.

Uma questão que sempre esteve atrelada ao lugar que esses estudantes diziam que a telenovela ocupava em seu cotidiano e às concepções que formulavam sobre ela, era o preconceito que envolve esse tipo de produto e seu consumo, principalmente em se tratando

de pessoas inseridas no meio acadêmico. Ao tentar me explicar o que a levava a assistir às novelas, Beatriz comenta que à medida que os produtores vão melhorando esse produto, sobretudo pela incorporação de problemas reais da sociedade, eles vão fazendo com que as novelas se tornem mais cativantes. Mas, ainda assim, ela percebe que assistir à novela é algo considerado fútil, pobre, mesquinho. Ela relembra uma situação em sala de aula, ainda no seu mestrado, quando se discutia um determinado tema e ela se manifestou dizendo que havia visto aquilo numa novela, quando ainda vivia em Moçambique. E diante de sua manifestação várias pessoas se viraram perguntando, ao que tudo indica com um certo espanto, se ela assistia à novela. Ao responder positivamente aos colegas de turma, Beatriz explica sua rotina diária que inclui um horário de descanso no qual assiste a novela. Ela prossegue dizendo a eles que na verdade estavam a minimizar essa conduta, e que ela se admirava de ninguém ali, sendo brasileiro, ter conhecimento do fato ao qual ela se referia por meio da novela.

O fato era o golpe de 64, e sua lembrança era de que esse acontecimento foi retratado superficialmente por uma novela da Globo. Recuperando alguns detalhes, nos lembramos de que era a novela *Senhora do Destino*, que apresentou uma primeira fase que se passava no referido período. Beatriz explica que a novela de fato não aprofundou no tema, mas que foi através dela que teve conhecimento de que nesse período o Brasil havia passado por alguma situação difícil que ficou historicamente marcada. Ela diz que sempre que se fala no golpe de 64 a sua referência é esta novela. E, em sua opinião, a novela, mesmo não tendo discutido o tema em toda a sua amplitude, mostrou como as pessoas reagiram naquele momento, e se adaptaram ao novo contexto, sobretudo, a imprensa. Ela, então, diz aos colegas que não deveriam menosprezar tanto a novela, e que de fato vale a pena assisti-la, justamente por causa dessa sua dimensão informativa.

A situação acima evidencia o preconceito com o qual a novela é tratada, e que se baseia em concepções de que o produto é destinado apenas ao entretenimento sem compromisso com a realidade, situando-a na condição de arte menor. Além disso, percebe-se uma atitude comum na academia, que é a de ignorar, muitas vezes, os conhecimentos originados no senso comum, ou presentes em produtos culturais de massa, como é o caso da telenovela, apesar de a maioria das pessoas estar de alguma forma envolvida na circulação desses conteúdos e conhecimentos. Segundo Borelli (2001) esse preconceito se deve ao fato de que o debate acadêmico tende a considerar a cultura como sinônimo de culto, erudito. Segundo a autora, “tais critérios concebiam – e ainda concebem – as narrativas ficcionais

televisivas apenas como produtos industriais, simples entretenimento, exteriores à produção artística e às tradições e distantes da esfera dos bens culturais” (BORELLI, 2001: 30).

Mas, por outro lado, subjaz nessa situação o elemento da memória, o compromisso social da telenovela e sua capacidade de retratar os processos de mudança da sociedade brasileira, como nos lembra Motter (2000-2001). Segundo a autora, a telenovela funciona como dois tipos de memória: documental, por registrar e refletir o momento do qual ela participa, e coletiva por difundir e compartilhar os seus saberes com um amplo público. Desse modo, ela deixa de ser apenas um produto de consumo imediato e se torna passível de adquirir uma continuidade pela retenção de informações e conhecimentos cumulativos. Observamos que Beatriz teve contato com um fato histórico da sociedade brasileira, do qual não tinha conhecimento, quando ainda estava vivendo em Moçambique e reteve aquela informação, mesmo que ela não revelasse todas as nuances do fato, como algo útil que poderia ser recuperado futuramente. Percebemos aqui, como o contato que esses estudantes mantinham com as telenovelas brasileiras em seus países lhes permitiram construir não apenas o hábito de assistir a essas narrativas ficcionais, mas também uma memória sobre a telenovela e sobre a sociedade brasileira. Este é um aspecto que esteve presente em toda a pesquisa, pois inúmeras vezes os estudantes recorriam às suas memórias de outras novelas assistidas para recuperar determinados personagens e histórias e compará-los aos atuais ou para construir definições e caracterizações sobre o conjunto da obra de um autor.

Por vezes, também cheguei a me perguntar se não seria esse preconceito em relação à telenovela que fazia com que algumas pessoas não se interessassem pela pesquisa ou aparentemente não a levassem à sério, desconsiderando a capacidade de diálogo da ficção com a realidade. Considero, pois, na esteira de Motter e Jakubaszko (2007) que a telenovela interage com o ambiente social, de modo que diferentes questões da vida social lhe servem de referente. Como bem lembrou Pedro,

a questão é que na novela encontramos muitos temas sociais sabe, novela é um monte de temas sociais, na verdade novela são um monte de problemas sociais. É porque tem disso, as pessoas só assistem novela e veem um romance, sabe, eles não veem o conteúdo da novela, se você assiste novela pra ver um romance sem querer ver o conteúdo, o contexto das coisas, você vai ficar nisso, ‘novela é pra mulher’, coisas assim.

Portanto, a novela pode ser até mesmo um objeto de estudo, como colocou Maíra em nossa primeira conversa. Segundo ela, o interessante da novela é que “você pode tá discutindo

sobre o quê que a novela tá falando né, em vez de só assistir novela, em vez de só copiar, né... pode ser uma base de discussões, a novela”. Logo,

a novela pode ser mais do que uma distração, (...) mas eu estou falando a nível de uso, um objeto de uso no dia-a-dia, já que ele tá tão presente, não sei, por dia quantas novelas passam... não necessariamente que você vai pegar pra praticar, mas você pegar e pensar como é que você faria, se você faria ou não, né, como é que você adaptaria ao seu jeito... se essa situação encaixa ou não na sua realidade, né, (...) se isso tá igualzinho aos seus valores sociais. (...) Eu acho que é que nem eu falei, novela é muito mais uma parte de reflexão, não necessariamente de você se identificar, mas refletir algumas situações se são possíveis, se não são, se é errado, se é certo, se eu me veria naquela situação, se eu não me veria, se eu vestiria tal e tal roupa (...). Mas é muito mais isso que eu acho que é interessante, essa parte da reflexão, que eu acho que tá faltando talvez na parte do próprio produtor, né, porque se ele parasse pra refletir se é possível e tal, algumas coisas ele iria falar “pô, eu não devia ter feito isso”, né.

O comentário de Maíra nos remete ao papel pedagógico das telenovelas no sentido de oferecerem orientações para a vida ordinária a partir das representações da vida social. De acordo com Gomes, esse caráter pedagógico se evidencia no fato de que a telenovela “leva o telespectador a conferir e controlar o seu próprio desempenho com relação a certos papéis sociais” (GOMES, 1998: 29). Contudo, a fala de Maíra vai além das considerações desta autora, para quem a participação do público na telenovela se dá muito mais no sentido de torná-lo um coadjuvante das suas histórias do que “na proposta de fazer com que ele reformule o seu entendimento e o conhecimento do mundo em que vive” (GOMES, 1998: 25). Ao contrário, Maíra deixa claro que a telenovela permite que se reflita sobre situações e condutas sem implicar necessariamente na adoção de alguma prática ou na mudança de comportamento, ou seja, ela possibilita reformulações no entendimento daquele que assiste sobre a realidade na qual se insere. Tal processo implica em um *colocar-se* hipoteticamente em determinada situação que enseja a reflexividade e a análise e que leva quem assiste a pensar as possibilidades de identificação entre o real e ficcional, questionando inclusive a capacidade dos produtores de captar essa interrelação. Em outras palavras, “ficamos preservados para reter apenas a lição e a experiência que se inclui como mais uma possibilidade na solução de nossos próprios problemas” (MOTTER, 2003: 78).

Outra estudante que ressalta esse papel pedagógico das novelas é Janete, mas também atenta para a capacidade das ficções manterem uma coerência com o sistema de normas e valores da realidade social, segundo ela “(...) tem algumas que são educadoras, tem outras que às vezes não entendo o final da novela, eu espero uma coisa e depois aparece outra”. Peço

para Janete me dar um exemplo de alguma novela que tenha tido um final que ela não entendeu ou que não tenha ocorrido conforme ela esperava.

Ah, meu Deus, qual é... tem duas novelas que eu assisti aqui, as duas últimas, tem duas novelas que eu acompanhei o final. Uma novela foi essa da Tereza Cristina que todo mundo assistiu, teve uma novela... (...) Teve também a novela com a Mariana Ximenes (Passione), então essas novelas eu assisti o final delas, mas não gostei muito. Porque, assim, eu esperava que uma pessoa quando comete erros pagasse por aquilo que fez, é claro né... então não foi o caso da Clara naquela novela Passione, (...) de tudo que ela fez, no final ela fugiu e acho que ela foi ficar bem melhor onde ela estava. Então pra mim uma novela tinha que ser uma coisa que educa, como a partir do momento que eu vejo que aquela pessoa fez isso, cometeu esse erro, e no final, como é que vai ser, pagar por aquilo que fez. Mas ultimamente as novelas, porque eu assisti as novelas mais da Globo, a pessoa má, há de depois passar bem, entendeu? E assim a da Tereza Cristina, de tudo que ela fez com a Griselda, mas no final ela desapareceu, eu até pensei que ela tivesse morrido lá afogada no mar com o peixeiro, mas não foi assim. No final ela aparece com alto carro, entendeu? Então são essas coisas que eu não entendo. (Janete – moçambicana de Maputo)

Lucia também relembra em uma de nossas conversas a mesma novela, *Fina Estampa*, e diz não terem ficado satisfeita com o final pela mesma razão apontada por Janete. Para ela, este é um ponto em que “a Globo está a pecar”, na previsibilidade dos desfechos. Essa previsibilidade é apontada por Janete nos finais das novelas que ultimamente não têm punido os vilões. Suas considerações sobre as punições e recompensas, dizem respeito ao que Gomes (1998) chama de “formas de alocação de responsabilidade”. Em outras palavras, trata-se da formulação de julgamentos e da definição de quem foi responsável por algo, quais foram suas motivações e qual deve ser a consequência desse ato. O estranhamento de Janete não é de tudo infundado, pois, segundo Motter, “aos poucos se acentuam nas tramas a convivência do bem e do mal, as manipulações dos grupos no poder, resultando na impunidade e no rompimento do sistema tradicional de distribuição de prêmios e castigos”⁴⁸ (MOTTER, 1998: 89). Contudo, ainda é recorrente a exibição de finais que obedecem a esse “sistema tradicional de distribuição de prêmios e castigos”, como foi o caso de *Avenida Brasil*, em que a vilã se redimiou no final e foi punida por seus crimes. Isso demonstra que ainda há uma tendência da telenovela em reforçar consensos e retratar apenas o que já é familiar para o público,

⁴⁸ Um exemplo, muito comentado na mídia, refere-se às personagens de João Emanuel Carneiro, autor *Avenida Brasil*, uma vez que ele procura combinar componentes de heroísmo e vilania, o bem e o mal, tanto na vilã como na heroína, tornando-as personagens dúbias e procurando instigar o público a criar simpatia pelos vilões. Em entrevista ao jornal Folha de São Paulo, o autor afirma que sempre quis torcer pelo bandido. Ele completa: “quis torcer por alguém que faz atrocidades e estar tranquilo por poder torcer”. Disponível em: <http://brasiltelenovelas.blogspot.com.br/2012/03/eu-sempre-quis-torcer-pelo-bandido-diz.html>. Acesso em: 05/04/2012.

oferecendo instrumentos para orientação das escolhas e ações no cotidiano, como destaca Gomes (1998). Entretanto, cabe destacar que o potencial da telenovela não se esgota aí, uma vez que os consensos também podem ser geradores de mudanças a partir do momento que ela se posiciona como influente interlocutor interagindo com a sociedade e a incitando à reflexão, como apontam Motter e Jakubaszko (2007).

Os comentários desses estudantes nos remetem de certo modo à tensão, presente na indústria cultural de massa, entre padronização e originalidade, reprodução e inovação, como destaca Morin (1969). Podemos dizer que essa tensão também se refere ao potencial da telenovela de conformação de concepções e práticas já conhecidas, por um lado, ou de acréscimo de novos conteúdos e percepções sobre a realidade a partir da apresentação de temas novos ou pouco discutidos, por outro. Para Motter (1998), a telenovela brasileira tem promovido uma renovação do gênero, equacionando bem a tensão apontada por Morin ao manter certas características formais e de conteúdo típicas do gênero, mas também acrescentando outros elementos renovadores como o compromisso social e um modo particular de estruturação do cotidiano. Pedro comenta que a novela *Cheias de Charme*, o surpreendeu pelo fato de que não foi preciso esperar a trama chegar ao final para ver as empregadas domésticas se tornarem cantoras, uma vez que a ascensão aconteceu ao longo da narrativa. Assim, ele já não consegue prever o que poderá acontecer no curso da história, uma imprevisibilidade que ele acredita ser uma característica das novelas brasileiras mais recentes, pois em novelas exibidas há três, quatro anos, ele diz que já sabia qual seria a sequência dos acontecimentos. A percepção dessa renovação é visível na fala de Beatriz ao comentar porque estava interessada na novela *Cheias de Charme*.

Agora aquela novela das dezenove por exemplo, é um tema que pra mim é novo, em se tratar, em termos de novela, né. Porque não é o fato de ser, como é que eu posso dizer, eu não me refiro por exemplo aquela, como é que se fala... aquelas cantoras e não sei quê... não, mas é tratar a questão da empregada doméstica por exemplo, como é o que ela passa. Pra mim é uma coisa nova, é uma coisa que eu não sei como é que vai terminar, e não posso fazer uma previsão daquilo, não sei, não posso fazer uma previsão nem do capítulo a seguir. Porque eu acredito, eu pelo menos de tudo que eu já assisti, pode ser que já tenha tratado, porque não assisto todas não é, assim né, mas nunca vi uma onde o destaque é a empregada doméstica né, nesta estão a tratar a questão da empregada doméstica, então pra mim é uma novidade, eu gosto mesmo de assistir aquela né, que aí fico tentando ver qual é a essência né, qual é a lógica daquilo. (Beatriz – moçambicana de Maputo)

A fala de Beatriz demonstra essa renovação da telenovela brasileira em alguns aspectos e nos aponta sua capacidade de intervir na realidade, ou influenciá-la de algum

modo, ao tratar um tema de interesse coletivo como a situação da empregada doméstica no Brasil. Como coloca Motter (2000-2001), a novela além de assumir um compromisso social e engendrar mudanças ao estabelecer uma agenda para debate de certos assuntos, também demarca os temas que pontuam as preocupações e valores dominantes naquela sociedade, naquele período. Outra questão que podemos relacionar às observações de nossos interlocutores é a de que a telenovela, por um lado, precisa inovar e surpreender o público e, para tanto, muitas vezes recorre a situações que não encontram correspondência exata com a realidade e por isso estão carregadas de elementos essencialmente ficcionais. Apesar do tema serviço doméstico, da forma como foi abordado, ser algo novo na teledramaturgia, a maioria dos estudantes sempre destacou o caráter ficcional da carreira artística empreendida pelas três empregadas domésticas protagonistas da trama. Ou seja, na vida real empregadas domésticas não se tornam cantoras, o que demonstra, por outro lado, que a novela necessita guardar certa previsibilidade no sentido de manter coerência com a realidade que se presta a representar e preservar sua característica de verossimilhança.

Mas, há quem considere que a essência da telenovela não é o seu realismo e sim o seu componente melodramático constituído pelos elementos de romantização, idealização e ficção, como podemos observar na fala de Lucia ao distinguir as novelas da Globo das novelas da Record.

Porque eu acho também que não se pode perder muito a essência da novela. A novela, tudo bem, tem um lado de retratar temas da atualidade, de vida, de não sei, tudo isso né, mas sei que tem o lado de história, de romantismo idealizado, então acho que é isso que não se pode perder muito. Olha, as novelas da Record pra mim são reais demais, agressivas demais, são muito assim, na cara mesmo. Então eu acho assim, muito, muito agressivo mesmo. Por exemplo, Cheias de Charme tem o quê, se tu reparar bem naquela Cheias de Charme tem muito uma história idealizada, mas também tem aquela história do que é uma empregada doméstica, as coisinhas que acontecem na verdade, que podem e acontecem no dia-a-dia. Tem aquela história toda que sonham em ser cantoras, ah, vamos a ver quantas empregadas domésticas na vida, tirando aqui no Brasil, conseguem muitas vezes, não digo vencer, mas conseguem amanhã serem famosas, tem muita gente assim né, mas acaba sendo mais, no dia-a-dia, acaba sendo mais ilusão e é bonito isso, e isso parecendo que não, alimenta-nos a alma, a gente gosta dessas coisas. (Lucia – moçambicana de Maputo)

A essência da telenovela, na fala da estudante, é simplesmente aquilo que “alimenta-nos a alma”. O que, no seu caso, parecem ser as histórias de amor, de sonhos e desejos idealizados e tecidos na relação entre sentimentos e imaginação, podendo ser por vezes ilusórias e irreais. Pois, segundo ela, as novelas não precisam ser reais demais, cruas demais,

diretas demais, envolvidas demasiadamente com as amarguras e violências da vida, mas ela pode privilegiar a beleza que há na ilusão, na ficção. Mas o sonho e o romantismo não estão necessariamente afastados do realismo, ao contrário, guardam uma estreita relação com a realidade na qual as pessoas estão sempre lutando para conquistarem o que querem, realizar seus sonhos e superar obstáculos. Assim, apesar do distanciamento da realidade que os excessos da ficção permitem, são ainda as situações concretas a inspiração para as narrativas ficcionais e o elemento que cria um vínculo com quem assiste e permite a sua identificação com a história. É o que podemos observar na fala do Pedro ao comentar sobre os romances e amores cheios de empecilhos e dificuldades que são retratados nas novelas.

(...) Então eu acho que sim, que como seres humanos tem que aprender a vencer os obstáculos da vida, tem que batalhar por aquilo que quer. Então, modéstia a parte, acho que a novela dá um toque bom, assim nesse caso dá um toque bom. (...) Mas muitas das vezes a novela mostra, só que entre muitas cenas de amor e tal, também existem amores impossíveis e tal né, a novela também mostra um pouco disso. Acho que a novela... é porque é um pouco difícil você tirar uma cena assim de ficção se você não tenha visto assim em algum sentido. Então acho que, modéstia a parte, eles, os caras lá da novela, eles só buscam o que veem mesmo, por isso muitas das histórias nos tocam, porque você sente que pode acontecer contigo, eles só veem o que acontece e botam aí, então acho que a novela nessa parte tem uma influência positiva. (Pedro – angolano de Luanda)

Nesse depoimento, Pedro ainda comentou que há algum tempo havia passado por uma situação desse tipo, na qual gostava de uma moça cujo irmão não permitia que eles namorassem, uma experiência que era suficiente para que pudesse atestar como a novela se inspira em situações da vida real. Um aspecto que, no seu caso, criava uma identificação que fazia com que ele, mesmo sendo homem, também apreciasse as histórias de amores e desilusões das telenovelas. Apesar disso, entre meus interlocutores, Pedro foi o único que dizia gostar da novela da Record que os demais reprovavam – *Vidas Opostas*. Na fala de Lucia, a visão sobre as novelas da Record, de uma maneira geral, é de que elas são agressivas pelo fato de mostrarem muitas cenas de violência, como também a iniciação da vida sexual de adolescentes como algo natural, segundo ela. Mas, sem dúvida, todos concordam que *Vidas Opostas*⁴⁹ era a novela mais violenta, pois retratava os conflitos entre facções criminosas em

⁴⁹ Essa telenovela foi objeto de estudo da pesquisa de mestrado de Mariane Murakami, que analisou a dicotomia ficção/realidade a partir da problemática da violência social abordada na telenovela. Ver: MURAKAMI, Mariane H. *Vidas opostas, vidas expostas: a violência na telenovela*. 2009. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-21102010-095443/pt-br.php>. Acesso em: 20/02/13.

uma favela, o que para Pedro já constituía um elemento de ação que lhe agradava e oferecia um contraponto às histórias de amor demasiadamente melodramáticas.

Por outro lado, ausência de conteúdos demasiadamente agressivos e violentos se convertia em elemento de distinção entre a telenovela e gêneros como o cinema. Algumas das minhas visitas à Lucia coincidiram com a visita de sua amiga moçambicana Simone, que foi quem me colocou em contato com as moçambicanas com as quais pude conversar. Elas comentam que esse excesso de cenas de ação e violência, em detrimento dos romances e relações familiares, acabam descaracterizando a novela que começa a incorporar elementos do cinema, aproximando-a muito mais desse gênero. O que não estaria adequado, pois, “novela é novela, cinema é cinema”. Logo, uma novela que apresenta tais características “é como se fosse mais cinema que novela”, diz Lucia. E outras associações entre telenovela e cinema foram aparecendo, por exemplo, durante as reviravoltas finais de *Avenida Brasil*, quando Máira faz o seguinte comentário: “tá virando quase que um filme essa novela, assim, só tem ação”. Ela comenta que a novela ficou muito tempo enrolada, estagnada em seus acontecimentos, e as situações a serem resolvidas acabaram se acumulando. De modo que o autor começou a acelerar muito os acontecimentos quando a trama foi caminhando para o seu desfecho, por isso ela achava que a novela estava marcada pela ação e suspense.

Não só entre meus interlocutores como em outros círculos, ouvi algumas vezes que a novela *Avenida Brasil* estava se aproximando muito das séries norte-americanas, não foi à toa que ela foi comparada a série americana *Revenge*, uma história também de vingança realizada por uma jovem, assim como na novela. Depois do sucesso de *Avenida Brasil* o canal que transmite a série no Brasil incorporou a novela à publicidade da série, sob o slogan: “Revenge, história de novela com pegada de série”. Na propaganda era clara a alusão aos equívocos cometidos pela mocinha de *Avenida Brasil* em sua vingança, apontando para diferença da série na qual os detalhes da vingança eram arquitetados e executados com sucesso.

A relação entre telenovela e cinema também pode nos remeter à questão do preconceito abordada inicialmente, uma vez que é recorrente a avaliação do cinema como uma arte maior e a localização desses dois gêneros em posições diferenciadas numa espécie de hierarquia moral da produção cultural. De modo que o cinema ofereceria um conteúdo mais enriquecedor e erudito ao consumidor, bem como de melhor qualidade artística, sendo, portanto, um tipo de arte bem vista, ao contrário da telenovela. A dissolução dessa dicotomia

é sinalizada por Beatriz em um dos comentários que ela tece sobre sua percepção daquilo que podem oferecer os dois gêneros.

Mas é exatamente isso que eu queria dizer, que às vezes até mesmo na questão de cinema, por exemplo, se você vai ver que nada vai fazer uma ligação é como se fosse uma coisa a menos. Mas eu vou lhe dizer com sinceridade, se é pra sentar e assistir um filme que seja um filme que vai me dar adrenalina, uma coisa que não vá me fazer pensar, porque se é pra ficar pensando eu vou ler um livro. Por exemplo, eu gosto muito dos livros de Dan Brown, mas não gosto de assistir os filmes dele, porque os filmes dele pra mim são muito parados. Então se eu vou assistir um filme eu quero assistir um daqueles que só batem, disparam e não sei quê, e que vão me criar essa tensão, você começa “deixa-me ver o que vai acontecer”, porque eu sei que é rápido aquilo que vai acontecer né. E aí novela o negócio é outro né, eu acho que novela, se me perguntares assim se a novela ensina, eu acho que ensina, só que depende do que a gente está lá pra aprender, disposto a aprender né, e dá nisso aí. (...) Depende do que você busca nessa novela, então todo o resto vai ser até interessante ver porque faz rir, mas o teu foco da história é outro. (Beatriz – moçambicana de Maputo)

Observamos que, na concepção de Beatriz, o que cada gênero pode oferecer dependerá do que o consumidor busca. Ambos os gêneros poderão ensinar, poderão fazer pensar ou poderão distrair ou produzir adrenalina e suspense, tudo dependerá da orientação daquele que assiste, de onde está o seu foco. Logo, ela parece considerar que as potencialidades de cada produto e o que o consumidor obtém a partir delas não se restringem exclusivamente às propriedades do gênero em si, mas são resultado da sua interação com aquele que o consome. Uma situação exemplar disso é que, posteriormente, em um de nossos encontros Beatriz diz ter se lembrado dessa questão quando estava assistindo um filme no fim de semana. Segundo ela, era obviamente um filme de ação, que é a sua preferência, mas o que lhe chamou atenção foi o fato de que, mesmo estando ali com o único intuito de se distrair, o filme acabou lhe levando a pensar e discutir com o marido a questão central da história.

Tudo isso demonstra que, para além da proposta inicial daquele produto, que era entreter quem assiste pelas cenas de ação, havia uma potencialidade de sentidos subjacentes em seu texto e, a partir do momento em que ele entra em contato com o consumidor esse repertório de significados pode se ampliar de forma imprevisível. Em outras palavras, as possibilidades de significação não se encerram no produto ou nos sentidos e propósitos conferidos pelo produtor, como pudemos observar também na seção anterior. A recepção pode ser vista como “uma negociação entre a rede de potencialidades significativas difundidas pelos textos e um repertório de conhecimentos socioculturais que compõem as formas possíveis mediante as quais uma mensagem pode ser compreendida” (ANDRADE, 2003: 29).

Desse modo, as telenovelas podem atuar como mediadoras na construção dos sentidos e significados sobre a realidade social, uma vez que nelas reside um potencial de reflexão que pode ou não ser acionado e apropriado por seu consumidor. Como coloca Pedro, esse potencial de reflexão também está relacionado à capacidade daquele que assiste a telenovela de retirar-lhe o que é importante, a mensagem principal ou a essência de sua história, como apareceu nos depoimentos anteriores.

É tipo, vem um monte de coisas boas e ruins, e eu acho que muitas das vezes o objetivo desses escritores é de nos porem a pensar mesmo, nos porem a analisar essas coisas de o quê que será que querem no momento e você tirar uma conclusão e ver, só que não pode tirar a conclusão errada, que é o que muita gente tira normalmente. É porque nunca vai ser uma coisa que é realidade, mas acho que a gente tem que tirar aquilo que é o mais importante, que acho que nesse caso, nessa novela, é mostrar que você deve seguir os teus sonhos, não importa se você é empregada doméstica, não sei quê, acho que se você acreditar nos teus sonhos você pode voar mais além, acho que é a mensagem principal dessa novela. (Pedro – angolano de Luanda)

Para Pedro a mensagem principal da novela *Cheias de Charme* é de que é preciso acreditar nos sonhos e de que se isso for feito se pode ir mais além, uma mensagem que foi bastante reforçada no decorrer da trama. A mensagem reforça que todos estão destinados a ter um lugar ao sol onde que se encontrem, e em qualquer profissão que desempenhe, desde que o faça com amor. A mensagem se tornou emblemática na fala da personagem *Rosário*, e reproduzida por Pedro, de que “todo mundo nasceu pra brilhar”. Contudo, ele ressalta que a história da novela não quer dizer que as pessoas vão deixar de ser empregadas domésticas para se tornarem artistas de sucesso, mas que mesmo sendo empregadas domésticas podem acreditar nos seus sonhos e mudar de vida. Pedro considera que muitas vezes as pessoas fazem interpretações errôneas das novelas selecionando apenas os seus aspectos ruins: “o problema é que normalmente a televisão incita muito as pessoas a fazerem coisas ruins, as pessoas, ao invés de optarem pelo bem, seguirem o lado do bem das coisas, tiram uma interpretação errônea disso, e seguem o lado ruim”. Eu o provoco perguntando se realmente são as pessoas que fazem interpretações errôneas dos conteúdos das novelas, selecionando aquilo que é ruim, ou prejudicial, ou é a novela que incita as pessoas a tal comportamento, como ele mesmo diz.

Eu acho que a novela nunca quer passar um exemplo negativo, eu acho, eles não seriam tão desumanos assim, ao ponto do mundo já ser o que é e eles quererem piorar isso. Acho que as novelas querem passar exemplos reais e querem que você muda com o exemplo, é difícil um cara que é mau se dar bem, e normalmente eles querem mostrar isso, que a pessoa que é má

faz mal, mas no fim se dá mal, sabe. (...) E independente da novela, há novelas que retratam coisas incríveis, (...) que incitam você a fazer muitas coisas boas sabe, então isso que é o mais importante, é por isso que eu gosto de novela, normalmente as pessoas tipo dizem “ah, você assiste novela cara, novela é coisa pra mulher”, não, mas não tem só mulher na novela. (Pedro – angolano de Luanda)

A fala de Pedro não apenas retoma a questão do aspecto pedagógico da novela e da lógica de distribuição de punições e recompensas, como também demonstra que os significados produzidos no consumo da telenovela serão construídos pelo consumidor em interação com este produto e com os sentidos atribuídos pelos seus produtores. Dependerá, pois, do sujeito que consome a telenovela a apropriação de determinados conteúdos e significados e a recusa de outros. Ele ainda coloca a questão de que a telenovela pode oferecer conteúdos interessantes não só para as mulheres, uma vez nela não há também personagens masculinos com os quais os homens podem se identificar, podendo ou não fazer interpretações corretas de seus conteúdos e retirando-lhes o que for útil para suas vidas. Pedro lembra que o filme *Cidade de Deus* foi também uma produção que influenciou a organização de grupos violentos nas periferias de Luanda, para ele foi a ficção que mais incitou a violência em Angola, como ele diz: “todo mundo queria ser o Zé Pequeno e formar gangue”. O que ele destaca é que antes do filme nas lutas entre as gangues e grupos rivais de seu bairro não se usava armas, pistolas, mas depois disso as lutas começaram a ser armadas, muitas vezes com armas feitas pelos próprios grupos. O filme teria estimulado uma maior organização desses grupos e criação de estratégias para se armarem. Pedro comenta que algumas novelas influenciam nisso, mas muito porque as pessoas só retiram os maus exemplos, não observando como os vilões se dão mal nos finais, como ele diz: “é como se o bandido lá não esperasse até o final da novela, é como se só assistisse o princípio e dá nisso”.

Os comentários de Pedro nos deixam entrever um pouco do contexto no qual ele se insere em Angola, mas também nos colocam diante da dinâmica da qual as interpretações são produto. Se por um lado os próprios conteúdos das narrativas impõem certos limites à interpretação, eles podem, também, constituir repertórios compartilhados socialmente, mas cujas interpretações estarão suscetíveis à relação que tais conteúdos estabelecem com os contextos nos quais os sujeitos estão inseridos. Segundo Almeida “... há diversas interpretações, mas elas são delimitadas pelas próprias possibilidades e sentidos presentes no texto da novela ao passo que nessas interpretações efetua-se um intenso diálogo entre elementos da narrativa e a vida cotidiana dos espectadores...” (ALMEIDA, 2003: 44).

Portanto, não se pode atribuir a responsabilidade sobre a construção dos significados em torno das mensagens televisivas apenas ao seu consumidor, tendo em vista que esse processo constitui um diálogo entre produtores, produto e consumidores. De maneira que aquele que assiste, ainda que ativo, não se encontra numa posição plenamente autônoma já que está imerso em diversas redes de repertórios culturais que permeiam seu contexto sociocultural e os conteúdos das telenovelas.

Essas interpretações, como pudemos observar nessa situação, também estão permeadas por juízos de valor e julgamentos morais acerca do conteúdo em questão e da conduta daqueles que consomem as narrativas televisivas e inserem seus significados e práticas em seu cotidiano. Elas nos colocam diante das concepções de correto e incorreto, bem e mal, que constituem os repertórios culturais dos interlocutores com os quais dialogamos nesse trabalho. E entendo, com isso, que algumas percepções excessivamente moralizantes podem obscurecer a totalidade desse processo de consumo que, como já coloquei, opera a partir da negociação e da interação entre os significados oferecidos pelos produtores através dessas narrativas ficcionais e aqueles elaborados pelos consumidores a partir de seus contextos socioculturais.

Em outros depoimentos foram visíveis posicionamentos semelhantes ao de Pedro, em que as percepções sobre o consumo das telenovelas estão baseadas num sistema de valores que compõe a o horizonte sociocultural desses estudantes. Janete também coloca que várias vezes em Maputo ela pôde observar que as pessoas, mais especificamente as mulheres, se apropriavam de elementos das novelas irrefletidamente, sobretudo no que diz respeito à moda. Ela comenta que muitas vezes em Maputo é possível ver moças usando shorts muito curtos, algo que diz não ter visto aqui no Brasil. Ela acredita que esse tipo de vestuário entrou em uso em sua cidade pelo contato com as novelas brasileiras, mas considera que as pessoas têm feito apropriações equivocadas em virtude de suas interpretações errôneas a respeito da forma de usar o short e em que ocasiões ele é apropriado.

Então são essas coisas que às vezes, eu acho que são coisas que passam na novela assim pra nos ensinar como se vestir bem, mas a gente já pega aquilo como moda entendeu. Porque eu estou aqui, do jeito que a gente se veste em Maputo, em Moçambique, eu aqui nunca vi ninguém. Não, porque às vezes são coisas que só passam na novela, se você ver o público fora já não é aquele jeito que estão, estas a ver, eu estou aqui eu vejo pessoas de short, eu vejo pessoas sei lá... com uma blusinha, alguma coisa, já lá é uma coisa que você fica com vergonha, quer dizer, as pessoas deixam o corpo de fora. (...) Aquela maquiagem exagerada, eu vejo que aqui as pessoas se maquam, elas ficam bonitas, por isso que eu falo que há certas

coisas que a novela educa e há certas coisas que não. Por exemplo essa forma de vestir, porque acho que é a nossa interpretação que tá errada, estas a ver, porque se na novela passa uma coisa eu vou aproveitar o que eu acho que é bom, que vai ser bom pra mim, não vou querer aproveitar aquilo tudo e eu fazer, certas coisas eu vou aproveitar e certas coisas eu vou ignorar, então eu acho que é isso. Acho que é mais por aí, a gente ver o que é bom e o que não é. (Janete – moçambicana de Maputo)

Janete parece colocar que o intuito da novela é orientar as pessoas, e mesmo quando apresenta comportamentos que rompem com normas e valores sociais, seu objetivo é educar demonstrando que aquela não é uma conduta adequada. Contudo, as pessoas é que devem ser capazes de selecionar os conteúdos que lhes serão proveitosos e ignorar aqueles que não sejam bons, distinguindo que há certos elementos típicos das novelas que não devem, necessariamente, ser reproduzidos no cotidiano. Porém, o que sua fala não identifica é que essas seleções e apropriações respondem a uma dinâmica sobre a qual atuam diversos fatores, como as concepções culturais locais. Estas, em diálogo com os conteúdos ficcionais, definirão quais elementos podem transpor a ficção e se inserir na realidade social de determinado grupo. Um aspecto interessante é que Janete coloca que as pessoas ao verem determinados usos e modas nas novelas, acreditam que eles correspondem exatamente ao que ocorre na realidade, uma correspondência que ela não constatou chegando ao Brasil. E acredita que pelo fato de as pessoas em seu país não terem uma percepção mais ampla de como é a realidade brasileira, tomam certos comportamentos das telenovelas como práticas autorizadas a penetrarem o cotidiano, já que a novela espelha a realidade.

Esse aspecto também aparece de alguma forma em um depoimento de Beatriz, quando ela comenta sobre a personagem *Suelen* de *Avenida Brasil*. A personagem representa uma moça bonita, atraente, e que se considera uma “maria chuteira”, mantendo relações com diversos rapazes que são jogadores do Divino Futebol Clube, time do bairro de subúrbio retratado na novela. *Suelen* chama atenção pelo seu figurino, composto por calças justas e estampadas, e tops que se assemelham à parte de cima de um biquíni, exibindo a barriga com uma fina corrente de metal presa na altura da cintura. Para Beatriz o papel dessa personagem seria oferecer uma crítica social às moças que possuem esse comportamento e não necessariamente lançar moda.

Porque, assim, se a gente vai ver a Suelen, nesse comportamento dela... Assim por exemplo, o caso da Suelen, o que eu vou entender da Suelen não é o sucesso que a Suelen está a fazer porque é a Suelen que tem aquelas calças, eu entendo que é uma crítica que estão a fazer a todas as meninas que vivem daquele jeito, que passam de homem em homem, de boca em

boca, não sei quê... Então eu não entendo, não presto atenção no papel dela, eu presto atenção no papel dos outros, dos rapazes, do que estão a dizer sobre ela, isso a gente não percebe porque se você começa já a ver a coisa na mediocridade então transformamos tudo em medíocre. Mas não, aqui vocês deviam usar disso pra construção das próprias pessoas, dessa juventude, no lugar de você dizer “ah, apareceu ali a calça da Suelen”, quer dizer, já poderia aparecer outra coisa, mas como o que está a fazer a fama é a Suelen e não o papel pejorativo que a Suelen está a fazer, porque ninguém quer aquilo pra filha... Se for perguntar às mães que assistem aquela novela se está ótimo, tá ótimo até terminar na Suelen, porque se transfere aquilo pra filha dela já deixa de achar ótimo. (Beatriz – moçambicana de Maputo)

A visibilidade conferida à personagem *Suelen* tem como elemento central o seu visual e não necessariamente seu comportamento, tanto em função do figurino que expõem o seu corpo, quanto da beleza da própria atriz (Isis Valverde), como aponta Beatriz. Seu comentário vai de encontro às colocações de Pedro no sentido de acredita que a intenção dos autores da novela é fazer uma crítica ao comportamento que a personagem representa. E também se aproxima dos apontamentos de Janete no sentido de considerar que o público tem condições de avaliar criticamente a postura da personagem e a pertinência do seu comportamento em contextos reais. Uma avaliação que, para ela, tende a ser negativa, pois acredita que uma reflexão sobre a conduta da personagem tornará evidentes as distâncias entre o que pode acontecer na ficção e na realidade. Em outras palavras, um comportamento, ainda que reprovável, pode aparecer numa novela, ao passo que na vida real a maioria das pessoas não apoiará comportamento semelhante, de modo que as mães não irão querer que suas filhas se vistam ou se comportem como *Suelen*.

Os argumentos desses interlocutores demonstram mais uma vez o peso dos valores e julgamentos morais na construção de significados sobre os conteúdos das telenovelas. E nos chamam atenção para o fato de que “no processo do consumo de mídia, espectadores se engajam num certo nível de agência que os permite, no caso das telenovelas, descartar cenas conflitantes de seu próprio conjunto de valores, assim como aceitar, endossar e apropriar outros que eles percebam ser úteis ou vantajosos” (LA PASTINA, 2004: 368). Por outro lado, as falas também apontam, em alguma medida, para uma visão parcial desse processo de atribuição de sentido e apropriação dos conteúdos televisivos ao considerarem que os consumidores são autônomos nessa dinâmica.

A fala de Beatriz, já parece trazer alguns elementos que começam a delinear como esses significados e apropriações são resultado da interação entre a crítica proposta pelos produtores e os contextos reais de recepção dessa crítica. Contudo, não sabemos aqui se a intenção do autor da novela era realmente essa, e devemos lembrar que assim como há

determinados contextos em que os consumidores podem avaliar negativamente o papel da personagem, pode haver tantos outros que com ele podem se identificar. O que demonstra a especificidade do lugar de fala dos interlocutores em questão, bem como a interseção de suas falas com seus contextos locais e o sistema de valores que os permeiam, com as percepções que constroem acerca do Brasil na condição de estrangeiros residentes aqui e as mensagens da ficção. Assim, podemos observar que o momento da novela, assim como os comentários posteriores que ela produz, constituem um terreno fértil para o contato com os significados sobre a realidade que essas pessoas constroem em seu cotidiano a partir dos contextos nos quais estão inseridos.

Seus posicionamentos diante do encontro entre conteúdos ficcionais e contextos reais revelam suas percepções sobre o mundo que estão, por sua vez, permeadas por seus juízos de valor, suas posturas morais e críticas sociais. É um momento em que as reações e comentários deixam entrever o lugar de fala daquele que assiste e nos permite acessar os contextos e repertórios a partir dos quais a novela é apreendida e os seus significados construídos e compartilhados. Esse momento nos permite ainda observar em que medida a telenovela, na condição de mediadora, consegue dialogar com a realidade que procura representar e com a realidade do seu consumidor que, no caso aqui exposto, vem de outro contexto e conjuga os repertórios culturais do seu país de origem com aqueles com os quais tem contato no Brasil. Portanto, é preciso questionar as possibilidades que esses estudantes possuem de estabelecer aproximações entre a telenovela e a realidade de seus países de origem, bem como entre esta e a realidade brasileira que, em última instância, lhes permitem traçar paralelos e distanciamentos entre realidade e ficção.

Capítulo 3

Essas novelas às vezes nos fazem refletir: construindo sentidos para realidade e a ficção.

Esse capítulo apresentará reflexões acerca da relação entre ficção e realidade, entre a telenovela e o cotidiano. Por meio das apreensões dos conteúdos ficcionais realizadas pelos estudantes africanos demonstro como a telenovela pode atuar como uma mediadora entre os contextos locais desses estudantes e o contexto brasileiro, produzindo aproximações e distanciamentos em relação à realidade representada em sua narrativa. Nesse sentido, argumento que o diálogo que os consumidores estabelecem com os conteúdos das telenovelas pode possibilitar identificações com a ficção ou oferecer elementos que sejam mobilizados na demarcação das diferenças entre os contextos culturais locais e os contextos originais da narrativa ficcional, que ela se presta a representar. Esse diálogo, por sua vez, está permeado por concepções de mundo e um conjunto de valores que orientam a apreensão das narrativas e estruturam os significados que lhes são atribuídos pelos consumidores. A relação entre telenovela e cotidiano é problematizada a partir dos relatos de uma das interlocutoras que demonstram o potencial da telenovela em permitir que se possa acessar através dela outras esferas da vida de seus consumidores e os repertórios culturais que as constituem. Assim, a telenovela pode se tornar uma janela através da qual os contextos culturais dos seus consumidores se tornam visíveis na medida em que eles se relacionam com a narrativa ficcional. Essa relação além de ser bastante complexa, envolve uma capacidade reflexiva que permite conectar a telenovela ao cotidiano, entre ficção e realidade, estabelecendo uma interação dentro da qual ambas esferas se alimentam e se afetam mutuamente.

3.1- Identificações, proximidades e distanciamentos entre ficção e realidade: *a realidade (da novela) pode ser tanto o espelho todo limpinho ou um espelho turvo.*

Aqui retomo uma metáfora construída por Máira de que a telenovela pode ser um espelho, uma colocação que parece bastante pontual para observarmos as aproximações e distanciamentos que os nossos interlocutores estabelecem entre as representações das

telenovelas e sua realidade. De acordo com a colocação de Maíra, a telenovela pode ser comparada a um espelho pela sua capacidade de refletir o real, de representa-lo, contudo, ela esclarece que a realidade representada na telenovela pode ser tanto um espelho todo limpinho, quanto um espelho turvo. Em outras palavras, a telenovela pode realizar uma representação coerente da realidade, aproximando-se de tal modo dela que a ficção que apresenta espelha exatamente a realidade, de forma limpa. Por outro lado, essa representação pode ser um pouco distorcida, turva, não espelhando exatamente o que a realidade é em sua totalidade. A metáfora proposta por nossa interlocutora demonstra a parcialidade dos conteúdos televisivos que representam “realidades diversas” recorrentemente referentes ao cotidiano da classe média carioca e branca. Nesse sentido, apresentarei aqui alguns dados que demonstram as apreensões feitas pelos estudantes dos contextos e histórias presentes nas telenovelas, bem como os diálogos que os conteúdos da ficção podem estabelecer com seus contextos locais (africanos) e também com seu cotidiano aqui no Brasil. De modo que esses diálogos nos permitam refletir sobre quais elementos são mobilizados nas suas comparações entre realidade e ficção, entre realidade brasileira e africana, e sobre quais as possibilidades de se identificarem com os discursos das telenovelas.

Bem, pessoas por todo o mundo consomem literatura, produção cinematográfica, fonográfica e televisiva vinda de países estrangeiros, as razões para este consumo, e para o fato de que muitas vezes ele é superior ao consumo de produtos locais, podem ser inúmeras e mapear as causas não me parece ser o melhor caminho. Mais frutífero pode ser pensar o que as pessoas fazem com os conteúdos com os quais entram em contato através do consumo desses produtos. Contudo, cabe pensar quais são os conteúdos selecionados e quais deles são capazes de estabelecer essas proximidades. Há que se ter em mente que no caso das telenovelas, elas apresentam conteúdos e temas muitas vezes “universais”, como as relações de amor, amizade, trabalho, que estão presentes no cotidiano da maioria das pessoas, atrelados à estrutura melodramática do gênero. Porém, os contextos em que essas histórias se passam, e as formas pelas quais as relações nelas presentes são conduzidas, são marcados por elementos locais e orientados por repertórios culturais de quem as produz. É preciso ressaltar, ainda, o fato de que “a esses temas melodramáticos as telenovelas têm adicionado crescentemente agendas políticas e sociais” como é o caso das telenovelas brasileiras (LA PASTINA, 2004:363).

Segundo Borelli (2001:32) “mesmo que se possa falar genericamente de telenovelas, supondo um formato universalizante de produção e narrativa (...) é importante delimitar as particularidades da história dos campos culturais em que são produzidas, veiculadas e recebidas”. Temos aqui culturas distintas em contato, a partir dos contextos brasileiros, representados nas telenovelas, e das culturas de contextos africanos da qual fazem parte os consumidores em questão e as experiências de consumir a telenovela nesses dois campos culturais. A apreensão que fazem das telenovelas é, pois, produto da interseção desses dois campos e a conjugação das experiências vividas nos países de origem e no Brasil. Mas, mesmo tendo em mente todas essas questões, “na ânsia de compreender o processo de recepção, há uma necessidade de entender como as diferentes realidades estão integradas na vida cotidiana dos espectadores...” (LA PASTINA, 2004: 368). Logo, sempre manifestava aos meus interlocutores o desejo de compreender porque as pessoas apreciam tanto uma narrativa televisiva que representa outro país, outra cultura, outro lugar, e ainda conseguir se identificar com essa narrativa. Quando levantei essa questão com Pedro, ele então me respondeu o seguinte:

é claro, é porque, é como dizem, tipo o mundo é pequeno sabe, acho que o fato de a gente ser ser humano tem sempre pontos em comum. Aqui em Brasil tem sempre pessoal do mal e do bem, em Angola tem sempre pessoal do mal e do bem, Angola tem sempre pessoas que ajudam, então não tem como fugir totalmente disso, sabe, esse sentimento é só, é o bem, é o amor, sabe, que é o mesmo sentimento que é universal por aí. Pode retratar uma outra cultura, pode ter uma outra pessoa numa outra cultura retratando isso, mas sendo seres humanos é como se nós fossemos um só, então as mesmas coisas, coisas parecidas que acontecem aqui em Brasil, acontecem em Angola.

Pedro evoca o caráter da universalidade, os sentimentos humanos vistos como “universais” que, em sua opinião, podem ser encontrados em qualquer cultura pelo simples fato de que ela é parte de algo maior, a humanidade. Como humanos possuímos afinidades que nos ligam nessa condição. Observando sua fala, chegamos a pensar por um instante que as distâncias nem são tão grandes assim. Sua fala nos remete às considerações de Almeida sobre as relações que os espectadores estabelecem entre o real, o verdadeiro e o ficcional. Segundo a autora

a novela expõe os espectadores a mundos e situações por vezes muito distintas daquilo que eles vivem, como eles próprios reconhecem, mas ao fazer isso os familiariza com esses mundos que parecem ser de início tão distantes dos seus. (...) É nesse sentido que a novela é tanto considerada por alguns como uma história verdadeira e realista – na medida em que trata

de sentimentos humanos que alguns espectadores consideram até “universais”, como o amor romântico e os conflitos nas relações familiares – ao mesmo tempo em que é considerada fantasiosa demais, ou “pura fantasia”. (ALMEIDA, 2003: 209)

A colocação da autora reflete exatamente a conexão que Pedro faz com as questões tidas como “universais” e passíveis de identificação e conexão com a realidade, bem como o movimento oposto, quanto ele diz, em outro momento, que as novelas às vezes retratam “muita mentira”. Mas, continuando sua fala ele também diz haver coisas parecidas no Brasil e em Angola, e eu pergunto que coisas seriam essas. Ele diz, “bom, tipo, nas novelas, há novelas que retratam discriminações por exemplo”. Lembramo-nos então de uma cena em *Cheias de Charme* na qual ocorre uma situação de discriminação em que duas senhoras, moradoras do condomínio Casa Grande, tentam impedir a empregada doméstica Penha, negra, de usar o elevador social, alegando que ela deveria utilizar o elevador de serviço. Pedro então completa:

Cara, acontece isso em Angola sabe, (...) também tem muita gente branca e muito negro, (...) então há sítios lá em Angola também que retratam muito isso, há sítios que há muito preconceito, há sítios que só trabalha uma determinada classe, enquanto outra determinada classe não é nem respeitada, sabe. É cheio dessas histórias nas novelas, porque são coisas que acontecem também aqui, há novelas que retratam o desemprego, há novelas que retratam por exemplo sobre doenças, novelas que retratam por exemplo sobre HIV, coisas assim parecidas, que são coisas que você vê aqui e lá em Angola também tem, né. Então, você vê como aquela pessoa consegue se desenrolar e no fim vencer né, e tipo você busca exemplo nisso, busca força nisso, acha que você também pode, porque aquilo é inspirado nalguma vida real. Tipo, eu vou pegar um exemplo em (...) *Amor Eterno Amor*, que acho que a novela tem a ver com o projeto de crianças desaparecidas, uma coisa assim, então lá na novela tem uma campanha que quando você tá com o teu filho na praia botar uma pulseira de identidade no filho, assim se ele perder tem o nome do pai e o número do celular, e aí eles na semana passada encontraram uma criança desaparecida e disseram “não, mas ela tá com pulseira”, ligaram para o pai dela, passou essa cena na novela. É uma coisa que, eu assistindo em Angola, posso adaptar sabe, é uma coisa que eu aprendi, quando eu for com o meu filho na praia, como uma questão de segurança, posso botar uma pulseira nele sabe. Então são essas coisas aqui que sempre me cativam, são sempre, são coisas que se calhar em Angola também tem um projeto disso, que você vê sabe, que você se vê naquele papel, então essas coisas aqui que normalmente nos motivam e nos fazem assistir, gostar de assistir essas coisas sabe (...). Eu ia dizer assim, apesar de a gente ser de uma cultura diferente entre aspas, o fato de a gente ser humano nos faz ter um monte de comportamentos semelhantes sabe, principalmente nesse ponto entre o bem e o mal, é porque isso tá em qualquer parte do mundo, então enquanto existir isso daí o cara do mal sempre vai se ver num cara do mal aí, e o cara do bem sempre vai se ver num cara do bem aí. É, assim, a novela em parte melhora, e às vezes também piora algumas pessoas, muda algumas pessoas, e eu falo isso porque eu vi isso acontecendo em Angola sabe, influências da novela, de filmes, mudando o papel de muita gente sabe.

Pedro lembra, então, que há situações que podem não acontecer exatamente da mesma forma, mas que são comuns tanto aqui quanto em Angola, como a questão da discriminação colocada por ele, ou situações ficcionais que apresentam práticas que podem ultrapassar a realidade representada e serem ajustadas a outros contextos culturais, o que permite que pessoas de culturas distintas criem elos de aproximação através dos temas tratados nas novelas, sobretudo, aqueles que são de interesse coletivo. Por outro lado, sua fala retoma a questão da responsabilidade do telespectador em construir significados adequados a um certo sistema de valores a partir dos conteúdos das telenovelas, como pudemos observar também no capítulo anterior.

Sobre esse aspecto, Maíra, que foi quem propôs a metáfora do espelho, explica como ela avalia essas aproximações e distanciamentos entre o contexto brasileiro retratado na novela e o contexto cabo-verdiano e em que medida esse espelhamento da novela pode lhes parecer limpo ou turvo, coerente ou distorcido, de modo que lhes permitam se identificar ou não com as situações apresentadas.

Lá (em Cabo Verde) tem essa coisa por exemplo de na novela se tiver uma cena com piscina, essa coisa de mansão, lá não serve, esse sonho da pessoa de que queria ter uma casa assim com piscina e tal... porque por mais que seja um pouquinho parecida a cultura, a nível ambiental é meio que diferente né. Por exemplo, a coisa que eu ficava pensando lá quando eu via Malhação, eu via muitas das vezes o pessoal que nem aqui na UnB de deitar na grama, ficar deitado lá, tranquilo assim e tal, aí ficava pensando que devia ser legal, aí cheguei aqui vi algumas pessoas que falam que dá coceira, então, cria uma certa ilusão que o daqui é melhor, entendeu, de que aqui socialmente é melhor.

Diferente de Pedro, Maíra aponta em sua fala para especificidades em termos ambientais e de padrões de vida que estabelecem diferenças entre Brasil e Cabo-Verde não permitindo aproximações com os contextos abordados nas telenovelas. Outra questão que para ela estabelece um distanciamento entre a realidade brasileira e a cabo-verdiana são as cenas e situações retratadas nas novelas que se passam em shoppings centers e grandes lojas. Ela comenta que em Cabo Verde não há shoppings, mas centros comerciais com concentração de lojas, e conclui que é nesse sentido que afirma haver elementos que possibilitam uma identificação, enquanto outros não. Maíra cita, ainda, a situação de casamentos por interesse que é muito representada nas novelas, e comenta que em Cabo Verde a probabilidade de as pessoas se apropriarem desse tipo de prática em seu cotidiano é muito pequena pelo fato de que não há tantas diferenças sociais, e tão pouco a existência de uma minoria muito rica como

há aqui. Sua fala demonstra como certos aspectos do estilo de vida, de consumo e comportamento não são passíveis de serem transpostas de um contexto para o outro e adaptados à realidade local, pelo simples fato de que não fazem sentido em contexto caboverdiano, não estabelecendo um diálogo com sua realidade. Diante disso, cabe, pois, ressaltar que “capitais cultural e social são também centrais no processo de interpretação dessas narrativas, limitando e restringindo o processo de identificação” (LA PASTINA, 2004: 379).

Muitas vezes a avaliação da coerência das histórias contadas pelas telenovelas e de sua capacidade de espelhar a realidade é feita com base nas próprias experiências de quem consome esse produto, com base na sua história de vida como um referente para considerar a proximidade entre realidade e ficção. É o caso de um dos momentos em que estive acompanhando a novela *Cheias de Charme* na casa de Lucia, quando Simone, que também estava presente, comenta sobre a história da personagem *Cida*. Esta trabalha como arrumadeira na casa da família *Sarmiento* onde cresceu, pois sua mãe já era empregada da família e faleceu quando ela ainda era criança. Simone aparentemente está inconformada com o curso dado à história da jovem que não percebe que a filha dos *Sarmientos*, *Isadora*, aparentemente sua amiga e irmã de criação, na verdade está tentando lhe roubar o namorado.

Segundo Simone “não tem nada a ver” a jovem *Cida* não perceber algo que está bem embaixo do seu nariz, isso porque a moça acredita que ela realmente faz parte da família para a qual trabalha e demonstra grande ingenuidade em relação à sua situação ali. Lucia concorda que esse aspecto parece um tanto incoerente tendo em vista que a moça teve uma vida difícil, de perdas e sacrifícios (como a morte dos pais). Logo, elas concluem que uma pessoa que sempre enfrentou dificuldades não seria tão inocente ou se deixaria enganar com tal facilidade, mas em seguida Lucia reitera: “mas é onde está o idealismo das histórias na novela, o romantismo”. Mesmo fazendo essa ressalva, ela se reporta a sua própria experiência considerando o quanto precisou amadurecer com as dificuldades que enfrentou em sua vida. Nesse sentido, notamos que “a novela trata de referências culturais que estão em processo de mudança, o que permite um certo tipo de reflexão por parte dos espectadores exatamente na interação com este texto cultural e na medida em que o consideram um texto relativamente ‘verdadeiro’” (ALMEIDA, 2003: 208). Nessa situação, Lucia acredita que por mais que a personagem não tenha tido uma vida extremamente difícil, alguma coisa ela deveria ter aprendido com os sofrimentos pelos quais passou e com as dificuldades que enfrenta para levar sua vida até hoje, diferente das filhas de seus patrões.

Até, entre aspas, eu não digo no sentido de uma vida sofrida, não é por aí, mas com as coisas ao mesmo tempo sofridas que eu fui passando, assim pelas fases más e sofridas que eu fui passando, eu tive que aprender. Então, eu não acredito que uma pessoa que realmente sempre teve aquela vida difícil não aprenda com a vida, a vida ensina de algum jeito.

A história da personagem *Cida*, apesar das distâncias com o contexto no qual Lucia se insere, de algum modo dialogou com a experiência desta última. Lucia foi buscar em algum pedaço de sua vida algo que lhe possibilitasse conferir sentido àquela situação que assistia na novela porque, apesar das novelas serem marcadas pelo idealismo e romantismo que são característicos do gênero, ela entende que é preciso haver alguma coerência com situações reais. Logo, toma sua experiência como referente para estabelecer proximidades e distanciamentos entre realidade e ficção. Destaco aqui a colocação de Campbell (2006: 57) de que “... vivemos numa cultura em que a realidade é equiparada à intensidade da experiência e, conseqüentemente, atribuída tanto à fonte de estímulo quanto àquele aspecto de nossa existência que reage a ele”. Para o autor a força da reação, definirá quão real é o objeto ou evento que a produziu. Desse modo, as situações da novela se tornam mais concretas e próximas da realidade na medida em que estabelecem diálogo com a experiência dos seus consumidores.

Mas, como aponta La Pastina (2004), o consumidor possui certa agência que lhe permite tanto endossar certos conteúdos que se aproximam de seus repertórios culturais, quanto rejeitar e criticar aqueles que se distanciem desses últimos ou que com eles entrem em conflito. Uma das situações em que pude observar esse aspecto foi também com Lucia e Simone, quando assistíamos *Cheias de Charme*. Nesse capítulo *Isadora* havia conseguido provocar o término do namoro da empregada doméstica *Cida* com *Conrado* e começa a namorar este. Na cena, a família toda vai para sua casa de campo em Petrópolis (RJ) e em um dado momento, quando estão todos na sala, *Isadora* e *Conrado* dizem que vão subir para o quarto e se despedem da família que não faz nenhum comentário, demonstrando que aquela seria uma situação corriqueira. Nesse momento, a discordância e reprovação de Lucia e Simone se tornam visíveis, pois ambas não acham correto que os dois namorados já durmam juntos e ainda na casa dos pais da moça. Elas colocam que aqui, no Brasil, esse tipo de comportamento é tratado pela maioria das pessoas com muita naturalidade e sempre é retratado nas novelas dessa maneira, inclusive quanto envolve adolescentes. Ressaltam que

em Moçambique isso não é algo comum, e consideram que muitas vezes as novelas são demasiadamente permissivas, podendo influenciar negativamente quem as assiste.

Diante de seu estranhamento eu pergunto como são tratados os namoros no contexto de Maputo. Elas me informam que a manutenção de uma vida sexual durante o namoro normalmente não é tolerada pelos pais, sobretudo por aqueles mais tradicionais, e que dificilmente se veria lá uma situação parecida. Tento argumentar com elas que a forma como a situação foi retratada na novela não significa que entre a população, na vida real, esse tipo de comportamento proceda da mesma maneira. Comento que ainda há famílias tradicionais e com valores bastante rígidos, sobretudo no que diz respeito à vida sexual, como por exemplo no estado onde eu nasci, Minas Gerais, que é considerado bastante tradicionalista. Cheguei a comentar essa situação com Camila, e ela me disse que realmente há famílias muito tradicionais e que os seus pais, apesar de sempre tentarem ter uma cabeça mais aberta e ser mais modernos, também eram um pouco rígidos às vezes nesse aspecto. Ela comenta que os pais, muito católicos, por vezes sequer deixavam as filhas sozinhas com os namorados, ainda que em espaços de uso comum da casa, e que também tinham o mesmo comportamento com seu irmão. Mas ela observa que muitas vezes determinadas situações retratadas nas novelas podem parecer um tanto liberais.

As percepções dessas estudantes nos apontam para o fato de que os diálogos que a telenovela estabelece com o cotidiano de seus consumidores não se realizam apenas em termos das proximidades. Mas os distanciamentos e a demarcação de diferenças também promovem leituras mais atentas e construções de significados em torno de certos conteúdos, abrindo algum tipo de interação e troca ainda que seja para determinar os limites entre o outro (retratado na novela) e nós. Também se faz visível a questão da parcialidade das telenovelas, demonstrando que elas acabam por oferecer sínteses sobre a sociedade brasileira, sem conseguir abarcar a diversidade cultural do país, o que se evidencia na pesquisa de La Pastina (2004). Seus dados apontam que os moradores de uma pequena comunidade rural da cidade nordestina, Macambira, não se identificavam com as representações da telenovela brasileira *O rei do gado*, que retratava uma realidade mais próxima da região centro-sul do país, optando assim por assistir à telenovela mexicana *Marimar*. A metáfora de Maíra faz alusão justamente a essa tensão totalidade/parcialidade:

A novela traz um pouquinho disso pra gente né, um pouquinho da realidade do que é aqui pra gente ver, só que assim essa realidade às vezes que é mostrada não é total, que nem eu falei, a

realidade ela pode ser tanto o espelho todo limpinho ou um espelho turvo que distorce um pouquinho e só a gente conhece mesmo é vivendo.

Andrade (2003) lembra que há diversas análises sobre as telenovelas que as consideram produtoras de sínteses da sociedade que a representam como uma comunidade imaginada/imaginária, por conta desse efeito de reflexo da realidade.

Como os conflitos, as lutas, os impasses que movem as personagens são reconhecíveis pela audiência como presentes na vida real, tudo, das personagens aos cenários, parece convergir para a produção de um espelho da sociedade brasileira contemporânea. Nesse sentido, as telenovelas produziram, enfim, a ideia de uma singularidade nacional idealizada e homogeneizadora. Em um país de imensidão geográfica, e onde as disparidades regionais e as diversidades culturais constituem um desafio constante de síntese, a telenovela criaria a ilusão de uma singularidade nacional, organizada em torno de uma representação de um Brasil idealizado (ANDRADE, 2003: 25).

Por suas próprias características e limitações, por conjugar recursos ficcionais e fragmentos da realidade, a telenovela acaba produzindo não só reflexos, mas também distorções do real, acrescentando-lhe uma dose de fantasia, e tem de fato sua licença para tanto. Como falou certa vez Camila, “a novela retrata o Brasil, mas floreia muito mais do que é realmente, acho muito floreado”. Destaco, pois, que ao confrontarem o que acreditam ser distorções e endossarem as coerências das representações da realidade feitas pelas telenovelas, os estudantes africanos recorrem a elementos do seu repertório cultural. E mensuram as proximidades e distanciamentos a partir das suas próprias experiências. Quando vêm viver no Brasil, eles passam a ter ainda mais elementos para dialogar com essas representações, pois entram em contato com os repertórios culturais locais, ou, nas palavras de Maíra, “a gente conhece mesmo é vivendo”. Nesse sentido, os limites do diálogo entre ficção e realidade tendem a ser construídos tanto a partir da experiência de cada um deles, quanto em termos do domínio dos códigos culturais necessários à leitura das narrativas televisivas. Além disso, é preciso considerar que na apropriação cultural “indicativos como classe social, gênero, acesso a capital cultural imediato e meio circundante vão aparecer de forma contundente, funcionando como categorias mediadoras do processo” (ANDRADE, 2003: 32).

Considero, então, que há “um modo de interação entre os cotidianos da ficção e da realidade concreta, e o verdadeiro dialogismo que se processa entre ficção e realidade, numa permanente e recíproca realimentação, diluindo progressivamente os limites entre ambas”

(MOTTER, 1998: 92). De modo que a ficção se apropria da realidade ao produzir representações sobre ela que são então apreendidas e por vezes reapropriadas em contextos concretos dessa mesma realidade, como também de outras fora dos limites do campo cultural em que foram produzidas as narrativas ficcionais. Mas, o que mais me chamou atenção nesse processo foi o fato de que quando passam a ter contato direto com a realidade brasileira, que antes se dava principalmente através da telenovela, os estudantes africanos têm maiores possibilidades de reelaborar as imagens que construíram do Brasil por meio dos discursos da ficção. Sendo assim, aqui eles estão em contato com outros mediadores da construção de significados sobre a cultura brasileira que são acionados nas mais diversas apropriações dos conteúdos das telenovelas, ao passo que esta deixa de ser o mediador principal nessa relação. O que nos remete ao trabalho de Andrade (2003) no qual é levantada a questão sobre

... como se modifica a decodificação da mensagem em termos de aproximação e distanciamento relativos ao texto, quando o telespectador tem a experiência dos problemas exibidos na novela, em comparação com os casos em que a apresentação que faz a televisão de dada situação é o único contato direto que ele tem com a situação apresentada. (ANDRADE, 2003: 214)

Para a autora, nesse caso, a tendência geral a aceitar a construção ficcional como real é contrabalançada pela experiência social da audiência. Em meu caso, tendo a pesquisa sido realizada no Brasil com pessoas estrangeiras, fica a dúvida sobre como aqueles que não têm outro tipo de contato com a realidade brasileira apreendem e dão sentido às representações veiculadas pelas telenovelas acerca do nosso país. Assim, como fica o questionamento sobre as possibilidades de diálogo desses conteúdos com as realidades locais, como de apropriação e inserção dos conteúdos da ficção nesses contextos.

Pedro comenta que, em Luanda, quando observam que a novela deu um curso para determinada situação que dificilmente aconteceria na vida real, eles dizem que é “muita mentira” para expressarem que não há possibilidade de aquilo acontecer na vida real e, como a novela se presta a retratar a realidade, então, questionam essa competência. Ele ressalta, “então, sabe, é por causa dessas coisas aí né, dessas coisas aí, muita, muita, mentira sabe, que a gente fala assim normalmente em Angola, muita mentira, muita coisa assim que não é real, que não é tão possível de acontecer e acontece na novela, que muitas das vezes nos deixa irritados”. Ele afirma que os rapazes muitas vezes têm um olhar mais crítico, assistem às novelas muitas vezes com o intuito de criticar, para observar as mentiras que aparecem,

enquanto as meninas se focam mais nos trajes, nas modas, ou interessam-se em saber quais casais irão ficar juntos. Pedro acredita que a popularidade das novelas brasileiras em seu país, associada à penetração da cultura brasileira e ao interesse das moças em consumir os produtos vistos na novela, faz com que esta exerça muitas influências, principalmente entre as mulheres.

Então eles se influenciam tanto pela cultura brasileira, eu acho errado porque eles acabam fugindo do que é nosso por natureza, sabe, ya... as meninas já não usam roupas, trajes africanos, que é a roupa de pano, roupa de pano mesmo natural, trajes africanos já não usam, preferem usar um shortinho sabe, ya... que há tempos atrás era considerado como, tipo, falta de respeito sabe, as meninas estarem de roupa curta perante os pais. Agora por causa da influência das novelas e tal elas usam, o ruim é só que as meninas lá em Angola têm tendência de imitar apenas a parte que chamo negativa sabe, e não imitam tanto a parte positiva, imitam mais a parte negativa, só que imitam demais sabe e quando imitam demais aí eu acho que é negativo.

Nos primeiros contatos com meus interlocutores geralmente já havia sido feita alguma mediação por outra pessoa, por um amigo ou conhecido que os colocava a par do meu interesse de pesquisa. Quando chegava para a primeira conversa eles já me abordavam dizendo: “ah, sim, queres estudar as influências, os impactos das novelas brasileiras em África”, e por mais que eu tentasse dizer que não estava interessada necessariamente nas influências, a conversa seguia por esta via muitas vezes. Isso parece demonstrar a existência de uma hierarquia moral, como já foi dito aqui, que considera a telenovela um produto meramente comercial, alienante e desprovido de conteúdo crítico, e por isso, portador de um potencial de massificação e controle sobre os consumidores. Essa questão parece nos remeter a esse imaginário sobre os meios de comunicação como manipuladores e homogeneizadores, que também é constituinte de algumas teorias clássicas sobre a indústria cultural de massa e seus efeitos alienantes, uma perspectiva presente nos trabalhos de teóricos como Adorno (1963-1968), Horkheimer (1968) e Baudrillard (1929).

Assim, por vezes foram feitas referências à adoção da moda brasileira e de certos comportamentos como exemplos de influências exercidas pelas telenovelas brasileiras sobre as culturas locais. Aqui, considero ser mais conveniente apreender as situações que são apresentadas como influências em termos de apropriações desses elementos culturais por parte dos consumidores das telenovelas brasileiras. Talvez tais elementos, como a moda, possam apresentar mais possibilidades de incorporação e adaptação à cultura local e por isso sejam reapropriados nesses contextos, o que não quer dizer que haja uma adoção irrefletida

desses elementos. Mas, além da questão do vestuário, Pedro também acredita que as novelas brasileiras têm exercido alguma influência no comportamento dos jovens e adolescentes, principalmente das moças, pois observa que elas têm começado a namorar mais cedo o que tem ocasionado muitos casos de gravidez na adolescência. Ele também pontua situações de namoros por interesse, que acredita serem vistas com frequência nas novelas.

O quê que eu acho que a novela influencia muito, bom, assim, por causa da novela influenciou muito nessa parte de que as meninas começaram a namorar muito antes do tempo, sabe, ya, muito antes da idade, então isso é uma coisa negativa, que eu acho que é assim uma coisa diferente daquilo que a gente falou há pouco tempo. Então as meninas passaram assim, olha, a se influenciar muito, muito, muito, muito em namoro antes do tempo. Hoje em Angola os adolescentes, cara, todo mundo namora eu acho... acho que basta completar oito, nove, dez anos... todo mundo namora e consequência: há muitas adolescentes que se engravidam. Consequência: gravidez na adolescência, riscos né, há muita gente que morre né, que não tá preparada... há muitos pais que abandonam o filho, assim, normalmente o menino não tá pronto pra assumir, e aí é uma criança que vai crescer sem pai. Por causa da novela, as meninas, muitas das vezes as adolescentes, se envolvem com caras mais velhos e ela vendo que na novela se envolveu, ela né também... namoros por interesse, eles veem na novela namoros por interesse. (Pedro – angolano de Luanda)

Pergunto se ele já chegou a observar essas situações que ele cita em seu cotidiano em Luanda, entre as pessoas que o cercam. Ele afirma que sim, e que há muito namoro por interesse por causa das novelas, mas acredita que esse tipo de comportamento só é mostrado nas novelas para prevenir o público de suas consequências. Como ele diz, “porque normalmente coisa assim parecida tem um final triste, uma coisa assim não dá certo”, porém considera que as pessoas imitam esses comportamentos irrefletidamente, sem medir as consequências negativas, em suas palavras, “quando veem alguma coisa na novela logo imitam sem raciocinar”. No trabalho de Barbosa (2008) em Angola, ela conversou com alunos e professores da Universidade Agostinho Neto, e muitas das falas também se referiam às mesmas questões apontadas por Pedro.

Nos depoimentos de seus entrevistados, principalmente dos professores, as concepções sobre a telenovela brasileira quase sempre giram em torno de seu potencial de influenciar os costumes locais, e o comportamento dos jovens, fazendo com que a cultura local seja desvalorizada pela incorporação de concepções e valores estrangeiros. As falas fazem menção a um comportamento mais informal, e considerado desrespeitoso, dos jovens para com os mais velhos. Também se referem às mudanças de comportamento dos jovens no namoro uma vez que as novelas expõem muitas cenas de sexo, bem como à incorporação de gírias do

vocabulário brasileiro e influências na moda que levam as moças a usarem “pouca roupa” e a preferirem a moda brasileira⁵⁰. Tais considerações vão de encontro às colocações de Pedro ao destacar que os trajes tradicionais africanos já não são mais usados no dia-a-dia e que isso demonstra que as pessoas estão “fugindo” da sua cultura, do que é deles por natureza.

Todos esses depoimentos apontam, mais uma vez, para papel orientador das construções de significados que os sistemas de valores desses sujeitos exercem. Mas há aqui também um aspecto que ultrapassa a demarcação de diferenças entre nós e o outro, e passa a tratar esse “outro” como um agente poluidor da cultura local, já que as mudanças em alguns elementos dessa cultura são consideradas descaracterizações provocadas pelas influências das telenovelas brasileiras. Quando na verdade esses processos apresentam uma dinâmica muito mais complexa, na qual há um jogo de forças entre o local e o global, além de diversas disputas que se dão localmente pelo controle dos códigos culturais vigentes, os quais desenvolvem mecanismos de pertencimento e exclusão da cultura local que, por sua vez, são manipulados constantemente pelos sujeitos em função de demandas situacionais. Nesse sentido, há inúmeros estudos que demonstram que a interação entre contextos globais ou transnacionais e locais além de complexa, não ocorre necessariamente em termos de dominações dos primeiros sobre os segundos, ou de anulação das identidades locais, ao contrário, certas identidades podem se fortalecer com o afrouxamento dos limites nacionais, como demonstram Shalins (1997), Ortiz (1999), Wolf (2005), Comaroff & Comaroff (2009).

São evidenciadas, nos dados apresentados por Barbosa (2008), as críticas à grande penetração da cultura brasileira em Angola através das novelas e a adoção de elementos culturais estrangeiros em detrimento da cultura local. Para um dos interlocutores da pesquisadora, os angolanos conhecem mais sobre o Brasil e o que acontece aqui, do que sobre a realidade que lhes é mais próxima e familiar. Mas entre as declarações desses entrevistados há vários posicionamentos que discordam de alguns conteúdos apresentados nas telenovelas brasileiras e que não se identificam com determinados comportamentos, o que demonstra que essa influência denunciada não parece ser assim tão absoluta e direta. Um dos professores entrevistado por Barbosa (2008) comenta que a sociedade luandense ainda é um pouco frágil, vulnerável às influências estrangeiras devido ao seu histórico de guerras civis que não lhe

⁵⁰ A autora comenta que uma de suas informantes lhe contou que há alguns anos algumas mães angolanas se uniram para solicitar que o seriado *Malhação* não fosse mais exibido na Televisão Pública de Angola (TPA), contudo ele continuou a ser exibido por meio da antena parabólica pelo canal Globo Internacional.

permitiu criar uma coesão, uma valorização da cultura local. Ele critica o fato de não haver uma verdadeira troca entre os dois países, ou seja, o fato de não haver a mesma penetração da cultura angolana no Brasil, considerando que o movimento é unilateral.

Tais argumentos parecem fazer referência a um imperialismo cultural à maneira como é atribuído aos Estados Unidos e sua suposta hegemonia nos circuitos de consumo, sobretudo no que diz respeito à indústria cultural. Para Ortiz (2000), a crítica do imperialismo e a ideologia americanista partilham premissas expressas nos conceitos de difusão e aculturação, tão conhecidos da antropologia. O que não quer dizer que os produtos estrangeiros – portadores de valores e condutas culturais de seus locais de origem – se imponham, enquanto traços culturais, à revelia dos sistemas de valores locais. Na concepção do autor essa discussão circunscreve à dinâmica de circulação de bens aos contextos nacionais reatualizando a dicotomia entre interno e externo, o que não seria mais condizente com a realidade moderna que se desloca dos limites do estado-nação para uma perspectiva de globalização ou de mundialização, como ele coloca. Assim, a globalização atravessa e ultrapassa as nações, portanto, o imperialismo, sendo uma concepção diretamente ligada à nação, não condiz com o contexto atual que se caracteriza muito mais por uma circulação de bens culturais do que por sua difusão. O que, por sua vez, não elimina desse horizonte as relações de poder existentes.

Mas há que se considerar, recuperando o quadro oferecido aqui nos dois capítulos anteriores, que a produção televisiva brasileira não constitui o único contato dos países africanos com um mercado transnacional, de modo que a telenovela brasileira é uma mercadoria que circula entre tantos outros produtos da indústria cultural. Portanto, os repertórios culturais locais estão dialogando constantemente com diversos contextos culturais a partir da mediação das mercadorias consumidas por diferentes segmentos da população desses países nos mais variados níveis de contato, interação e circulação. “Nesse sentido, não temos apenas de reconhecer a natureza crescentemente sincrética e híbrida da própria cultura como resultado de um tráfico cultural constante e interação entre nações mais do que como resultante de uma dominação ambígua de culturas periféricas pelos dominantes” (STRAUBHAAR, 2004: 76). Além disso, diversos estudos apontam para o fluxo de gêneros e padrões para criação de programação televisiva⁵¹ e a forte tendência de regionalização da

⁵¹ Cabe destacar que a Rede Globo exporta para outros países o seu padrão de qualidade na produção de novelas. Tal fato nos coloca diante da questão, levantada por Straubhaar, de que é preciso avaliar se as indústrias culturais estão se regionalizando a partir da importação de modelos e padrões globais, o que pode tornar questionável essa

televisão a partir do investimento em produções locais (STRAUBHAAR, 2004), bem como trabalhos que abordam o consumo de produtos televisivos locais (DAS, 1995; ABU-LUGHOD, 2003).

Considero que a telenovela, enquanto um produto da indústria cultural, produz e faz circular representações sobre o Brasil ao captar elementos de sua realidade e se valer de um estoque de representações tradicionais do que é o brasileiro, o que lhe permite oferecer referentes para que o brasileiro se reconheça e também seja reconhecido fora de seus limites territoriais e fronteiras culturais. Contudo, a telenovela não é o único veículo de representações sobre o Brasil e o brasileiro. Foi comum ouvir entre meus interlocutores referências às possíveis identificações da cultura brasileira com outros elementos da indústria cultural além das telenovelas, como música e a moda. Os produtos dessas duas categorias, e os significados que comportam sobre o Brasil e o brasileiro, parecem ser bastante consumidos nos países africanos de língua portuguesa, e constituem elementos que tendem a ser incorporados às culturas locais. Geralmente são a eles que os estudantes se referem ao mencionarem questões como adoção de elementos do repertório cultural brasileiro em seus países e influências das telenovelas sobre as culturas locais. Demonstrei certo interesse em tentar saber como se dá esse processo de adoção e incorporação de traços culturais brasileiros por acreditar que este não é um processo de mera transposição para os contextos culturais locais, que não esteja atravessado por inúmeras reflexões e estratégias.

Comentando sobre o consumo da moda brasileira entre as mulheres em Moçambique, Camila me explica que geralmente não há uma incorporação de tudo o que se usa aqui, e quando ocorre não se dá pela simples imitação e adoção automática nas práticas cotidianas. Segundo ela, apesar de as moçambicanas consumirem moda de diversos lugares e de já não usarem tanto roupas tradicionais de sua cultura, ainda há certas restrições que são socialmente legitimadas. Por exemplo, a mulher mostrar as pernas em determinados espaços e ocasiões constitui um comportamento que não é muito bem visto, sobretudo para mulheres casadas. Apesar de não ser uma conduta proibida, ela é reprovável em determinadas circunstâncias e as moças sabem que uso do short para aquelas que são casadas ou que já têm filhos irá gerar comentários muitas vezes negativos e que provavelmente irão ouvir: “ora, estás muito brasileira” ou “estás muito *pra frentex*”.

regionalização ou nacionalização da produção cultural e põe diante da questão de que atualmente muitos programas têm sido literalmente copiados.

A roupa se torna, portanto, um referente que identifica a cultura brasileira e remete à forma como a mulher brasileira se veste e se porta. Camila continua, “sabes, é porque lá a visão que nós temos é de que no Brasil tudo é liberado, que vocês são muito liberais, aqui tudo pode, então quando alguém usa algo que não é muito da nossa cultura ou que está um pouco avançado, dizemos que esta pessoa está muito brasileira”. Uma visão que, em grande medida, é construída e propagada pelas telenovelas que quase sempre ditam moda e atuam como uma verdadeira vitrine para tantos outros bens de consumo. Se, por um lado, ir um pouco além do que os costumes locais estabelecem como comportamento padrão implica em ser comparada a uma brasileira, por outro, o enraizamento desses mesmos costumes não permite que se venha a “ser” como uma brasileira, mas apenas tolera em alguns momentos e circunstâncias que se “esteja” muito brasileira.

Em outra ocasião, Simone e Lucia também fizeram comentários a esse respeito. Simone começa dizendo que, como as pessoas hoje acompanham o que acontece no mundo e lá (em Maputo) também acompanham muito aquilo que acontece nas novelas, já se vê meninas de 15 anos, por exemplo, usando roupas com a barriga de fora, com saínhas bem curtinhas, com roupas mais sexys. Suas palavras, como as dos demais interlocutores, parecem nos sinalizar que estes seriam exemplos mais comuns de situações, usos, e consumos vistos nas telenovelas e incorporados no cotidiano das pessoas. Mas, Lucia lembra que a cultura local ainda é muito forte, o que impõe certos limites à incorporação de alguns bens de consumo e hábitos de culturas estrangeiras. Exemplificando o que quer dizer, Lucia afirma que se alguma delas sair vestida com shorts muito curtos, em qualquer lugar será um escândalo, essa é a palavra que ela utiliza. Porém, completa dizendo que não significa que não possam fazê-lo, mas que há lugares apropriados para isso, nas suas palavras, “tem locais pra pôr”. Elas dizem que no caso de uma menina de uns 15 anos usando esse tipo de roupa, praticamente não chamará atenção por ser uma criança, pois assim eles (moçambicanos) consideram meninas nessa idade. Mas no caso delas, que são adultas, já despertam outra reação nas pessoas, como diz Lucia: “não quer dizer que não possa usar, não é isso, só que sozinha, vão dizer ‘ih’, vai gerar olhares, vai gerar comentários”.

Podemos observar que a moda brasileira e a ideia de que aqui as pessoas têm maior liberdade para definirem como se portar, se apresentar e se vestir, são elementos que aparentemente despertam o desejo de mulheres e homens lá fora. Contudo, essas modas, estilos, posturas e comportamentos não são apropriados e incorporados nos contextos

culturais locais de forma irrefletida. As situações descritas acima demonstram claramente que mercadorias como a telenovela carregam e propagam representações de traços culturais da nossa cultura. O que, por sua vez, faz com que os estrangeiros que a consomem identifiquem o Brasil e os brasileiros a partir dos significados construídos na relação entre os conteúdos da ficção e os contextos socioculturais locais. Por outro lado, observamos que a telenovela exerce, muitas vezes de modo bastante contundente, “a vocação da televisão em estender o olhar do telespectador a lugares distantes, acrescentando um motivo turístico que vai consolidando imagens de locais e associando-os a determinados modos de conduta na vida cotidiana” (HAMBURGER, 2005: 119).

Os depoimentos ainda demonstram como a incorporação de traços culturais estrangeiros está submetida aos arranjos culturais locais e à constante negociação com os mesmos, uma vez que, como colocou Lucia, “a cultura local ainda é muito forte”. O que parece nos apontar para o fato de que a interação discursiva entre as telenovelas brasileiras e seus consumidores estrangeiros é bastante dinâmica e complexa, para além de incorporações imediatas e alienantes ou resistências aos supostos imperativos de dominação. Segundo Hamburger,

“esse produto da indústria cultural envolve uma lógica de sedução, identificação e empatia que produz não os sujeitos desencantados e passivos construídos nos trabalhos teóricos seminiais (...) ou os sujeitos ativos que encontrariam na cultura um caldo propício à resistência (...), mas configurações inesperadas e muitas vezes aberrantes de cidadãos consumidores” (HAMBURGER, 2005: 168).

Nesse sentido, os dados apresentados até aqui apontam para o consumo das telenovelas brasileiras a nível transnacional como um mediador de aproximações e distanciamentos. De modo que a telenovela pode servir tanto para estabelecer identificações entre nós e os outros, como para demarcar nossas diferenças. E diante desses dados, sou levada a acreditar que as telenovelas deixam de ser apenas um referente para se identificar quem é o outro e podem se converter também num instrumento de identificação de quem somos nós, tendo em vista que a compreensão do outro mobiliza inúmeros elementos dos repertórios culturais locais. E a apreensão dos conteúdos das telenovelas se dá na medida em que ela se comunica com as experiências que constituem esse “nós”. Em última instância, todas as questões discutidas até então nos conduzem para a compreensão de que o processo dialógico entre ficção e realidade, entre telenovelas e seus consumidores, é permeado por

reflexões, questionamentos, críticas, legitimações e ressignificações, construídos na constante interação com os cotidianos desses consumidores.

3.2- **O consumo da telenovela como uma janela para o cotidiano: *novela é novela, vida real é vida real* (?).**

Para finalizar este capítulo, apresento mais algumas formas de interpretação, significação e apropriação dos conteúdos da telenovela no sentido de refletirmos sobre como, por um lado, ela se converte numa ferramenta para explicar e compreender a realidade e, por outro, como a realidade é constantemente mobilizada para a compreensão das “realidades” representadas na telenovela. O objetivo é demonstrar o diálogo que os discursos, as imagens e as representações presentes nas narrativas das telenovelas estabelecem com o cotidiano de seus consumidores. E ainda, como esse diálogo se torna uma “janela” para apreensão e compreensão não apenas das formas como os elementos das narrativas são apreendidos pelos consumidores, mas também dos contextos em que estes se encontram, de seu cotidiano, de sua realidade e de seus posicionamentos diante dos mais variados temas. Diante disso, proponho a seguinte questão: ao mobilizar o seu cotidiano e suas experiências na compreensão que faz dos conteúdos da telenovela, o consumidor está recorrendo ao cotidiano para dar sentido à narrativa ficcional ou recorrendo à ficção para construir sentidos sobre suas experiências? Os dados aqui apresentados nos permitem demonstrar a forma como a telenovela atua como um cotidiano paralelo e pode servir como “janela” para se acessar outras esferas da experiência, da realidade, da cultura, das vidas dessas pessoas e de suas percepções do mundo.

Até aqui pudemos observar, como inúmeros trabalhos já defenderam que os consumidores constroem interpretações e significações acerca das narrativas das telenovelas a partir do contexto sociocultural no qual estão inseridos, e o presente trabalho compartilha desse pressuposto. Portanto, a máxima de que um mesmo texto pode ter variadas interpretações já é algo consolidado entre os estudos sobre recepção dos produtos da indústria cultural. Entendo, pois, que cabe ao pesquisador inverter um pouco essa questão e pensar o que um contexto específico pode dizer sobre um determinado texto, essa inversão tem sido proposta em diversos trabalhos desde a década de 70 no Brasil (Miceli, Sarques, Leal, Prado,

Andrade, Almeida, Hamburger, La Pastina). A partir de tal perspectiva se faz necessário observar quais elementos da realidade e do cotidiano dos consumidores são mobilizados na apreensão e atribuição de sentidos às narrativas das telenovelas. Ou seja, cabe pensar qual especificidade e sentidos singulares um dado contexto cultural pode conferir a um texto ficcional, ainda mais em se tratando de uma produção estrangeira. Essa apreensão dos conteúdos televisivos e a atribuição de sentidos a eles se fazem dentro dos limites das potencialidades significativas de seus textos e dos repertórios socioculturais dos consumidores, o que implica pensar esse processo como uma interação entre a esfera da produção e do consumo. A interação e o diálogo entre essas esferas só é possível pela existência de um repertório sociocultural compartilhado em alguma medida entre elas, de conteúdos existentes na própria sociedade, como aponta Andrade (2003).

Observamos, contudo, que mesmo no contexto de uma nação em que se pressupõe um compartilhamento desses repertórios socioculturais, os contextos de recepção algumas vezes apontam os limites desse compartilhamento em virtude, por sua vez, das limitações das narrativas televisivas em contemplarem a diversidade sociocultural presente. Logo, “a recepção de telenovelas no Brasil, uma nação com (...) uma diversidade interna enorme em termos de cultura regional, interesses e capital cultural não é necessariamente homogênea” (LA PASTINA, 2004: 362). O trabalho desse autor discute como pessoas inseridas num determinado contexto nacional optam por consumir telenovelas estrangeiras, em detrimento da produção local. O que coloca a questão de quais seriam as possibilidades de apreensão e significação das telenovelas – bem como de outros produtos televisivos – em contextos transnacionais, ou seja, que não compartilham a mesma realidade social e os mesmos contextos culturais. La Pastina (2004) argumenta que algumas explicações são o sucesso anterior no mercado nacional e a noção de *proximidade cultural*, contudo, o autor afirma que, apesar de bons indicadores, elas não são suficientes para a compreensão desse processo.

A noção de *proximidade cultural* que La Pastina (2005) recupera de Straubhaar (1991) refere-se às preferências do público dentro dos limites nacionais e linguístico-culturais, de modo que as preferências do público recairiam primeiramente sobre programas produzidos em sua própria língua, dentro de sua cultura nacional ou local. Contudo, há também outras forças culturais que atuam dentro desses limites. Em outras palavras, proximidades culturais não podem ser tomadas como qualidades essenciais da orientação da audiência, como seria o caso da língua no consumo das telenovelas brasileiras em países africanos de língua

portuguesa. Não é por acaso que elas também fazem grande sucesso em países com outras línguas. Uma das forças culturais apontadas pelo autor é o sentido de experiência histórica compartilhada que ele pôde verificar junto a uma comunidade da cidade de Castellabate ao sul da Itália, que assistia a telenovela brasileira *Terra Nostra*, devido à história de emigração de italianos para o Brasil. Segundo La Pastina e Straubhaar (2005) é preciso considerar a *proximidade cultural* em múltiplos níveis e não apenas a partir da língua, ou seja, há múltiplas proximidades, em termos espaciais, culturais, religiosos, étnicos ou diaspóricos, e de gênero. O autor ainda aponta que com a transposição dos limites locais e nacionais pelas imagens da cultura,

a localização geográfica se torna menos importante do que o acesso ao capital cultural e econômico necessário para ser parte dessas comunidades transnacionais. Assim o acesso a essas diferentes formas de capital permitirá que um consumidor de mídia se torne parte dessa comunidade transnacional/nacional ou regional, mesmo que não necessariamente participe de uma comunidade local compartilhada pela criação de significado. (LA PASTINA, 2004: 367)

Essa discussão nos remete à observação de Thomaz (2009), já citada aqui, de que as elites urbanas de alguns países africanos de língua portuguesa são extremamente cosmopolitas e conhecedoras da literatura brasileira, o que pode ser visto como pontos de inserção numa comunidade transnacional e de proximidade com a cultura brasileira. Mas como observamos na seção anterior, os elementos culturais presentes nas telenovelas podem produzir proximidades e distanciamentos ou reforço das diferenças. O caso aqui estudado ainda apresenta uma particularidade que é o fato de que os estudantes pesquisados residem há pelo menos um ano no Brasil. Ou seja, não pertencem à comunidade local que produz os significados presentes nas telenovelas que assistem, mas mantêm contato com o contexto sociocultural brasileiro e com os significados neles presentes. Tal fato os coloca em uma situação diferenciada daqueles que consomem as telenovelas brasileiras em suas comunidades locais, sem conhecer o contexto que as criou. Assim, temos analisado até aqui as possibilidades de apreensão e significação das telenovelas brasileiras a partir desses cruzamentos e traremos nesta seção mais alguns dados que permitirão aprofundar nossas discussões.

Minha principal interlocutora durante o trabalho de campo dessa pesquisa foi, sem dúvida, Beatriz, com quem pude acompanhar a novela *Cheias de Charme* a partir do segundo mês de exibição até o final da trama por meio de encontros semanais em que discutíamos as

cenar que mais tinham chamado nossa atenção. Sim, nossa atenção, pois a todo o momento eu me posicionei no campo levando para as conversas os meus questionamentos, as minhas apreensões e interpretações sobre as narrativas na condição de pesquisadora e telespectadora, e essas conversas se desenvolveram em termos de uma troca que gerou várias discussões. Por vezes também a própria Beatriz me interpelava para saber o que eu havia achado de determinada situação, o que também ocorreu com os demais interlocutores. Geralmente as conversas começavam com a questão “o que você achou dos capítulos da semana passada”, ou retomando pontos da conversa anterior que aguardavam o que iria acontecer nos próximos capítulos.

Na impossibilidade de acompanhar diretamente a recepção da telenovela, e na possibilidade de conversas semanais apresentada por Beatriz, me inspirei na técnica utilizada por Leal (1990) de solicitar aos seus entrevistados que contassem a novela. Desse modo, recapitulávamos situações e cenas de destaque dos capítulos da semana anterior, um recurso que considerei bastante eficaz. Apresentarei aqui uma pequena parcela desses diálogos cujo critério de seleção foi a recorrência com que apareceram nos encontros e por considerá-los casos exemplares de como a telenovela dialoga com o cotidiano do seu consumidor e de como ela pode se converter em uma ferramenta que nos permita acessar outras esferas da vida e do contexto sociocultural dessas pessoas. Divido esses diálogos em dois grandes temas, a relação entre empregada doméstica e patroa, um tema central da novela em questão, bem como a postura da mulher nos dias atuais.

Desde a nossa primeira conversa Beatriz comentou o seu interesse pelo tema das empregadas domésticas retratado em *Cheias de Charme*, justificado pelos seus interesses acadêmicos em questões relacionadas a trabalho e gênero. Em seu mestrado ela havia realizado pesquisa sobre a agricultura familiar em sistemas produtivos de caju em uma região de Moçambique, e dentro dessa temática também tratou dessas questões ao pesquisar agregados familiares chefiados por mulheres. Quando comecei o trabalho de campo, ela, cursando doutorado em Política Social, frequentava uma disciplina sobre a subjetividade no trabalho que estava mais focada na questão de gênero. Ela afirma, inclusive, que em sala de aula já se reportou a diversas situações dessa novela para exemplificar certas questões em debate que, na sua concepção, acontecem na realidade, assim como a novela tem mostrado. Relata, então, que em um dado momento de uma discussão em sala de aula, o assunto era sobre o momento em que as feministas buscaram entrar no mercado de trabalho, sendo para

tanto necessário contratar os serviços de outra mulher para cuidar de sua casa e seus filhos. Nas palavras de Beatriz: “a sequência delas era esta, então eu questioneei, eu disse mas como é que você antes de pensar numa empregada doméstica, você não lembrou que esta empregada doméstica é tão mulher quanto você, porque ela também está a trabalhar fora?”.

Eu comento que essa questão me remetia à situação, retratada na novela *Cheias de Charme*, que envolvia as personagens *Lygia* e *Penha*, a primeira uma advogada de renome que buscava ascensão na carreira e que sempre dependia dos serviços de uma empregada doméstica para manter sua casa em ordem em sua ausência. *Penha* era então sua empregada à qual ela solicita que passe dormir no local de trabalho para que a patroa possa se ausentar para o cumprimento de compromissos profissionais. Beatriz então faz as seguintes colocações:

a Lígia preocupada com a carreira, e a carreira da Penha? É a mesma coisa. E eu até fiz lembrar exatamente nesse contexto da Lígia e da Penha, quando a Lígia pediu que a Penha dormisse lá, e ela disse: “eu vou cuidar dos teus filhos e quem vai cuidar da minha família”. Então a Lígia não lembrou disso, que ela também tem família, que ela também tem os seus filhos. Então antes de pensar em pôr a Penha lá pra dormir, porque que ela não chama a responsabilidade do marido pra tomar conta dos filhos, exatamente o que está a acontecer agora (...). Então, são dessas coisas que a gente diz, quando a gente luta por alguma coisa nossa, se estamos a pensar como mulher, então essa mulher engloba qualquer classe social. (Beatriz – moçambicana de Maputo)

Beatriz relembra exatamente uma cena emblemática dessa situação e pontua a questão de que antes de recorrer a uma empregada doméstica a advogada *Lygia* deveria ter se organizado com o seu marido para o cuidado com os filhos e realização das tarefas domésticas em sua ausência. Ela compara a situação da novela com o que acontece na vida real, visto que “quando as condições financeiras permitem, os serviços domésticos são transferidos, na maior parte das vezes, para mulheres de estratos sociais inferiores, para quem as oportunidades de trabalho são mais restritas” (SORATTO, 2006: 46). Beatriz completa:

então, são situações que a gente vai percebendo que são lacunas que existem (no movimento feminista e suas teorias), eu não sei, pode ser que alguém diga “não, mas nós já pensamos nisto”, mas é uma coisa que eu percebo que não estão inclusas ali, porque a gente está só pensando em quem pode pagar. E quem não pode pagar? (...) A novela está a dizer isso, está a por isso em questão, que existe um grupo de pessoas que são empregadas domésticas e que elas têm uma participação nessa sociedade e que é isso que elas estão a exigir. E nós ainda continuamos a discutir o feminismo, a dizer que não, que as pessoas têm que procurar trabalho fora, que as pessoas têm que ter uma empregada, mas poxa, como é que nós vamos discutir feminismo nessa ótica de que eu saio e tenho que ter uma empregada doméstica em casa se a empregada doméstica também está a tentar lutar. Por que não incluímos elas nas nossas

discussões? Pensar elas como um objeto de discussão e não como uma resolução para o meu problema...

Notemos que o contexto acadêmico no qual Beatriz se insere foi central para que ela estabelecesse diálogo com a novela *Cheias de Charme* e optasse por acompanhá-la até o final. Pois, como ela já havia dito anteriormente, as novelas lhe cativam quando apresentam algo que lhe faça sentido. A referida novela, portanto, trazia um tema que apresentava um tema novo dentre aqueles geralmente tratados pelas novelas até então. No decorrer das nossas conversas os enfoques desse tema foram mudando e caminhando para uma significação das situações retratadas na novela a partir dos eventos reais vividos por nossa interlocutora, de seu posicionamento dentro desse contexto e pela contraposição entre as realidades brasileira e moçambicana.

A novela retrata, pois, uma questão social importante e de interesse coletivo, as relações de trabalho entre empregadas domésticas e suas patroas. O tema é apresentado a partir do cotidiano de três empregadas domésticas que sonham com profissões melhores, as dificuldades que elas enfrentam no ambiente de trabalho, os abusos cometidos por certas patroas, sobretudo no que diz respeito às humilhações e extensa jornada de trabalho, bem como o descumprimento de leis trabalhistas. Porém, a novela trata de um contexto brasileiro, e em alguns momentos é enfática em destacar isso, inserindo nas falas de algumas personagens a alusão à situação desse tipo de trabalho em outros países. Esse aspecto está presente na conversa entre a personagem *Lygia* e sua irmã *Liara*, que passou um tempo vivendo na Europa. Elas comentam como lá é diferente do Brasil, pois o governo oferece suporte para que as mulheres trabalhem fora, como, por exemplo, boas creches, e com isso a profissão de empregada doméstica se tornou escassa e de acesso a poucas pessoas, com maior poder aquisitivo, em países europeus.

De acordo com a literatura sobre o tema, tal contexto retratado pela novela é o das condições do trabalho doméstico no Brasil, que trás consigo a herança do trabalho escravo que, segundo Soratto (2006) é uma das responsáveis pela desvalorização dos serviços domésticos, ao lado da posição dos serviços domésticos na economia de mercado, da mistura entre o público e o privado e do confronto entre classes sociais diferentes. Pergunto à Beatriz, então, qual é o contexto do trabalho doméstico em Moçambique, e ao responder ela acaba trazendo para a discussão uma série de questões referentes à organização da família em seu país, de um modo geral, que estabelecem um contraponto em relação ao contexto brasileiro.

Lá tem é até muito (pessoas que trabalham como empregadas domésticas), mas só que assim, como eu posso te explicar isso, diferente do que acontece aqui no Brasil, né, que praticamente a mulher pra sair pra ir trabalhar ela se sente dependente de uma empregada doméstica, que eu acredito que é assim que eu vejo na disciplina que eu estou a fazer né. (...) Que a verdade é que a mulher se sente obrigada a ter uma empregada doméstica porque vai trabalhar, ela não pensa numa associação de que o filho não é dela só, (...) é uma crítica que eu tenho muito aqui no Brasil, principalmente para o Brasil, justamente por isso que eu disse. Eu não estou a dizer que o moçambicano é mais desligado do filho, não é por aí que eu quero dizer, é que a responsabilidade de um filho não é tua só, não é da mãe só, não sou eu só que tenho que pensar no filho pra ir trabalhar e deixar ele em casa, é uma decisão que tem que ser em conjunto. Então lá em Moçambique a diferença é que tu encontras ainda muita gente que não tem empregada doméstica, mas que trabalha todo dia, que sai pra trabalhar todo dia, mas que há muito envolvimento da família de um modo geral, né, coisa que vocês não põem muito a família em causa. E mais engraçado é que a família pra vocês entra em causa pra pagar pensão, entendeu, é isso que eu sei dessa vossa lei, se o pai não paga o avô paga, então vocês entram muito pra uma questão material da coisa, né, pra pagar pensão, mas na responsabilidade do dia-a-dia se o pai e a mãe estão juntos, o avô e a avó não é chamado, o avô e avó só é chamado quando na falta, na ausência de um deles, na falta de compromisso de um deles. E lá já não, (...) quer dizer, sempre há de aparecer alguém da família que eu possa chamar pra vir me ajudar enquanto eu estiver nessa situação. Então de maneira que se eu vou trabalhar a última coisa que eu vou pensar é com quem que esta criança vai ficar porque ela vai ter sempre com quem ficar. (...) A responsabilidade do filho é compartilhada na íntegra mesmo, não é assim financeiramente não, eu to falando na íntegra, a responsabilidade é compartilhada, né, nesse aspecto. (...) Então, tem empregada doméstica, tem muito, a maior parte das casas acredito eu que tenha empregadas domésticas, a tendência é essa, é sempre exatamente essa, mas não porque seja assim a dependência na totalidade da empregada doméstica nesse sentido, não, eu não acredito que seja muito nisso aí. Há dependência hoje em dia, mas também porque nós próprios nos desligamos dessa situação familiar né, mas não porque haja essa dependência por falta de alternativas.

A partir da situação problematizada na telenovela, Beatriz nos coloca diante de uma questão que, na sua concepção, implica diretamente na dependência das famílias, e sobretudo das mulheres, em relação ao trabalho doméstico. Enquanto a personagem da novela, *Lygia*, aponta como justificativa dessa necessidade do trabalho doméstico a falta de alternativas em virtude da ausência de suporte dos governos, Beatriz situa essa falta de alternativas no âmbito da organização familiar. Esse ponto de divergência abre um diálogo entre os conteúdos da telenovela e os repertórios culturais do contexto no qual Beatriz se insere, engendrando uma interação entre o contexto brasileiro e o moçambicano. Essa interação, no entanto, não se processa no sentido de uma convergência e de uma proximidade entre os lugares sociais dos sujeitos envolvidos, ao contrário, demonstra mais uma vez que os conteúdos ficcionais podem atuar como marcadores de diferenças e referentes para críticas sociais, ao estabelecerem uma relação com o cotidiano de seus consumidores.

Os elementos mobilizados por Beatriz, para compreensão do cenário do serviço doméstico no Brasil e da relação entre empregados e patrões retratados pela telenovela, são retirados de suas experiências no seu contexto de origem, Moçambique, e do contexto acadêmico no qual ela se insere aqui no Brasil. Assim, pois, esse cruzamento de experiências oferece um sistema de valores e significados que interage com a narrativa ficcional e produz novos sentidos que colocam em diálogo as realidades brasileira e moçambicana. De modo que o contato que ela tem com a cultura brasileira desde que começou a viver aqui, lhe possibilitou construir esses significados sobre a forma como a maternidade e o ingresso no mercado de trabalho são tratados e que se distinguem das formas que essas situações assumem em contextos moçambicanos.

Depois das colocações de Beatriz, cheguei a levar essa questão para Camila no intuito de poder, de algum modo, confirmar essas informações e perguntei a esta última como era a situação da empregada doméstica em Moçambique. Assim como Beatriz, ela também me disse que há muitas pessoas trabalhando como empregadas domésticas e que geralmente os salários são baixos. Mas algo interessante no comentário de Camila é a referência a divisões internas dentro do trabalho doméstico, o que ela exemplifica tomando a casa de seus pais que, segundo ela, mais parece uma empresa de tantos empregados que possui, como cozinheira, arrumadeira, e ainda empregados do sexo masculino, como o jardineiro. Camila é casada e tem duas filhas pequenas, ela e o marido possuem residência em Chimoio, capital da província moçambicana de Manica. Contudo, como o marido precisa se ausentar constantemente em virtude de suas viagens a trabalho, ela opta por deixar as filhas na casa de seus pais em Maputo. Logo, elas ficam sob os cuidados dos avós maternos e das tias, apesar de Camila contar com os serviços de duas babás. E já pude observar em diversas situações como a relação das crianças com a avó e as tias é maternal, uma espécie mesmo de maternidade compartilhada, como comentou Beatriz.

Nesse sentido, o caso de Camila é exemplar do elemento que Beatriz pontua como sendo diferenciador das realidades moçambicana e brasileira no que diz respeito à inserção do trabalho doméstico, qual seja, o compartilhamento das responsabilidades sobre as crianças da família. Ao evocar esse elemento, Beatriz não só nos remete para a complexidade envolvida em temas como esse, como nos coloca diante do potencial da telenovela de colocar em relevo aspectos culturais referentes à organização da vida privada e ao sistema de valores de um grupo. Em outras palavras, de algum modo, conteúdos presentes na telenovela podem nos

colocar em contato com traços essencialmente culturais de um grupo, ainda que ele seja distinto daquele que é representado na ficção e se relacione com esta por meio da fixação de marcadores de diferenças culturais. Contudo, essa janela que se abre para o contexto cultural do estrangeiro que consome a telenovela deve ser espreitada com cuidado e aquele que olha através dela precisa respeitar os limites desse olhar. O que quero dizer é que esta questão não deve nos conduzir a generalizações e conclusões apressadas, uma via para evitar esse caminho é sempre ter em mente o lugar de fala desses interlocutores em seus contextos nacionais, regionais e locais.

A própria Beatriz chama minha atenção para o fato de que este, entre outros problemas, constituem questões culturais e que somente conhecendo um pouco mais sobre a cultura moçambicana eu poderia entender certas situações e contextos. Dentre outras coisas ela situa, por exemplo, questões relativas ao parentesco como a quem pertence o filho, que em Moçambique pertence ao homem, e diversas situações e comportamentos que se alteram de um lugar do país para outro. Nesse momento, Beatriz se refere, pois, a algo imprescindível no tipo de estudo que se faz em Antropologia, que são as possibilidades de generalização, bem como a necessidade de uma caracterização dos lugares sociais e dos contextos culturais das falas em diálogo. Contextos estes que busquei minimamente delinear ao longo desse trabalho.

Assim, é preciso ter em mente que muitas colocações referem-se a um cenário da cidade de Maputo, um contexto urbano, bem como da mulher e do homem dos dias atuais, das configurações familiares contemporâneas. Nesse sentido, Beatriz atenta para a necessidade de perceber aquilo que é comum, que acontece de modo mais geral, mas também para as particularidades, as exceções. Como o seu caso, por exemplo, já que em sua casa ela conta apenas com uma diarista que trabalha uma vez por semana, e nos demais dias ela e o marido acabam dividindo algumas tarefas domésticas para manter a casa organizada. Mas ela lembra, “o que acontece aqui na minha casa, não acontece em muitas casas por aí, não vou falar nem de moçambicano, até de brasileiro”.

Para além das possibilidades de generalização ou não, o que cabe destacar aqui é o fato de que um tema de uma telenovela mobilizou toda uma discussão sobre repertórios culturais locais, tanto de Moçambique como do Brasil, colocando-os em contraposição. E é preciso considerar que um tema de interesse social como a relação entre empregadas domésticas e patroas nos permitiu penetrar nas lógicas de organização familiar, de compartilhamento de responsabilidades, definição de papéis, e valores culturais de um

determinado grupo. Caminhou-se de uma questão macrossocial que era o lugar dessa relação de trabalho dentro do movimento feminista para as relações microssociais que definem diretamente a necessidade ou não da contratação dos serviços de uma empregada doméstica. Tal movimento também nos coloca diante da questão de que a telenovela promove um diálogo entre a esfera pública e a privada, atuando como mediadora entre elas. Segundo Hamburger, “novelas deslocam conteúdos que pertenciam à esfera privada para o domínio público. Ao domesticar conteúdos afetos ao domínio público, operam também o movimento inverso, saturam o espaço público com temas e tratamentos convencionalmente restritos à intimidade” (HAMBURGER, 2005: 169-170). Em outras palavras, o consumo da telenovela funciona aqui como aquela “janela” através da qual outras esferas da vida dos seus consumidores podem ser acessadas, bem como uma plataforma que confere visibilidade a temas mais amplos que se ligam por inúmeras conexões às esferas da intimidade.

Portanto, nesse contexto, não se posiciona apenas a pesquisadora que questiona pressupostos do movimento feminista, assim, num dado momento de nosso diálogo percebo que Beatriz começa a se colocar na condição que ela de fato ocupa nas relações concretas que estabelece com o trabalho doméstico, que é a de patroa. Esse posicionamento começou a se construir em diálogo com o curso da narrativa da novela. Nesta, as três empregadas domésticas protagonistas da história, *Rosário*, *Penha* e *Cida*, gravam um clipe caseiro com uma música escrita intitulada *Vida de Empreguete*, a canção é uma sátira bem humorada sobre o cotidiano da empregada doméstica e sua relação com a patroa, referindo-se à relação entre cada uma das personagens e suas respectivas patroas⁵². O clipe estourou na internet (dentro e fora da novela) e provocou reações das patroas às quais a música fazia referência e das quais debochava em alguns trechos. As patroas, moradoras do condomínio Casa Grande, foram buscar alternativas para revidar a chacota que a música fazia de suas pessoas, e começaram a convocar as demais senhoras moradoras do condomínio para aderirem a sua causa. Elas se unem por meio da Liga das Patroas do Casa Grande contra as possíveis afrontas das empregadas domésticas e pelo temor em perder sua autoridade.

Nesse momento da novela, Beatriz começa a me relatar como ela via esse confronto entre empregadas e patroas. Ela começa me contando sobre sua relação com a empregada que tem em Maputo, que fica à disposição dela e do marido e trabalha para eles apenas quando

⁵² Clipe e letra da música disponíveis em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/cheias-de-charme/v/clipe-vida-de-empreguete/1953958/>; <http://letras.mus.br/empreguetes/vida-de-empreguete/>. Acesso em: 23/02/13.

estão na cidade de férias. Em sua fala Beatriz pontua os limites entre uma relação profissional e pessoal, exemplificando-os através da sua situação particular. Coloca sua preocupação em cumprir com os acordos entre ela e sua empregada, pagando-lhe em dia, garantindo seus direitos e, obviamente, também se sente no direito de cobrar um bom serviço. Beatriz ressalta que tem uma relação realmente próxima com sua empregada uma vez que ela já trabalha para eles há muito tempo. Contudo, só então começa a perceber que, durante sua fala, ela está sempre demarcando onde estariam os limites dessa relação, pontuando as diferenças entre liberdade, personalidade e intimidade e respeito e cumprimento de deveres, mesmo diante do fato que a relação com sua empregada já se tornou bastante pessoal. Limites estes que se tornam ainda mais frágeis por transitarem em território doméstico, que por si só já é lugar da intimidade.

Ela começa a esclarecer o seu desejo de ver retratados na novela também os direitos das patroas, e não simplesmente os caprichos de “patroas dondocas”, como ela diz, que se organizam para cercear os direitos das empregadas. Beatriz parece nesse momento colocar o anseio de ver o lado no qual ela se inclui ser devidamente representado como uma parte nessa relação que tem seus deveres, mas que também tem os seus direitos. Sejam eles os de receber um serviço de qualidade, de poder também cobrar o cumprimento de certas regras dentro desse serviço, de ter o seu espaço de intimidade preservado e de manter as prerrogativas de uma relação profissional por mais que ela se torne próxima. Agora não era mais a estudante de políticas sociais que falava, mas a patroa que refletia sobre a forma a outra parte dessa relação estava sendo retratado na novela. Quando a cantora *Chayene*, também moradora do condomínio Casa Grande e integrante da Liga das Patroas, lança a música *Vida de Patroete*⁵³ em resposta à música das empregadas, Beatriz fica um tanto decepcionada por não ver os reais direitos das patroas, na condição de contratantes de um serviço, serem expostos na narrativa. Em sua opinião, a música retratou um universo de mulheres que ela considera “dondocas” e fúteis, e que, nessas condições, não representam a maioria das patroas que de fato existem na realidade, as patroas “normais”. Ela esperava que a letra da música focasse questões que refletissem os problemas cotidianos envolvidos nessa relação e que fosse mais coerente com a realidade. Essa situação demonstra que, “ao tomar partido de um personagem em detrimento de outro, um telespectador ou telespectadora está também se posicionando em

⁵³ Clipe e letra da música disponíveis em: <http://tvg.globo.com/novelas/cheias-de-charme/Fique-por-dentro/noticia/2012/07/letra-de-vida-de-patroete-solte-voz-com-chayene-e-cante-o-novo-hit-da-diva.html>. Acesso em: 23/02/13.

relação à interpretação de seus próprios dramas. (...) Comentando as novelas, telespectadores frequentemente se posicionam em relação a temas polêmicos que ecoam seus dramas privados” (HAMBURGER, 2005: 151).

O foco no tema da relação entre empregadas domésticas e patroas também é ilustrativo de como a telenovela propõe agendas de discussão a nível coletivo a partir dessa mediação entre o privado e o público. De acordo com Motter (1998) uma das principais tendências das telenovelas brasileiras tem sido seu propósito de agendar temas do cotidiano para o debate, conferindo visibilidade a assuntos que muitas vezes são considerados tabus, ou são pouco discutidos por serem alvo de preconceitos. No caso de *Cheias de Charme*, esse fato fica evidente tendo em vista que a novela abordou o tema justamente quando se discutia mudanças na legislação sobre o trabalho doméstico e, com isso, também contribuiu para alimentar e intensificar o debate já existente. Para a autora, isso demonstra que a vida cotidiana vem sendo incorporada de forma cada vez mais abrangente na telenovela brasileira, pois ao colocar temas na agenda de debates a nível nacional, ela estabelece interlocução com vários atores sociais. Assim, em várias ocasiões Beatriz me relatou que o tema foi questão de debate não só no seu contexto acadêmico, em sala de aula, como também no convívio familiar com seu marido e num grupo de discussões do Facebook do qual ela participa juntamente com outras mulheres moçambicanas.

Desse modo, a convivência com a telenovela, visível nos relatos apresentados até aqui, evidencia processos de identificação, atribuição de sentidos, e apropriação de outros significados presentes nas narrativas ficcionais, aproximações e distanciamentos entre realidade e ficção, demonstrando que

mediados por suas experiências cotidianas, e por repertórios que resultam de suas posições de classe, gênero, geração, etnia e formas de subjetivação, os receptores mergulham no fascínio das narrativas, histórias, enredos e personagens, reconhecendo os territórios de ficcionalidade, dialogando com as dimensões da videotécnica, estabelecendo conexões de *projeção* e *identificação* e construindo uma *competência textual narrativa* (BORELLI, 2001: 34-35).

É, pois, essa *competência textual narrativa* que observamos nos relatos de Beatriz pela densidade e complexidade de argumentos que eles nos apresentam. Construídas essas reflexões, passemos, então, ao segundo recorte desses relatos que eu considere fazerem referência à postura da mulher nos dias atuais em suas mais diversas relações, por acreditar que as falas aqui apresentadas ecoam fortemente nessa direção. Eu, inclusive, cheguei a dizer

na primeira conversa com Beatriz, que a novela *Cheias de Charme* trazia muitas questões que permitiam pensar as relações de gênero nas quais ela estava interessada, a partir das formas como as personagens femininas se relacionavam com os homens que as cercavam nos mais diferentes contextos, não apenas no âmbito doméstico. Nos diálogos que desenvolvemos nessa direção, seleciono duas situações referentes às relações entre duas personagens femininas e os homens com os quais mantinham relacionamentos amorosos. Tais situações referem-se às personagens *Sônia* e *Lygia*, sendo a primeira delas tema de um diálogo realizado no Facebook.

O contexto da primeira situação é o seguinte: a família *Sarmento* que constituía o principal núcleo representante da classe alta na novela vai à falência em função de atos ilícitos realizados por *Ernani Sarmento* em seu escritório de advocacia, que envolveram desvio de verbas de uma obra do seu então cliente *Otto Werneck*, um magnata da construção civil e pai de *Conrado*, genro de *Sarmento*. O caso ganha grande repercussão na mídia, de modo que o advogado tem sua carteira cassada e os bens e contas bancárias bloqueadas, o que desencadeia também uma crise familiar e a falência do seu casamento com *Sônia*. Desabafando com uma amiga sobre a decadência de sua família e a crise em seu casamento – bem como seu sofrimento diante do fato de que seu sobrenome, que antes era bem visto na alta sociedade, agora estava associado à seção policial dos noticiários –, *Sônia* é aconselhada a abandonar o quanto antes o casamento que a está “puxando para baixo”, que estava “afundando”. A amiga, *Branca*, ainda sugere que ela volte a usar seu nome de solteira, já que o nome do marido está manchado, se ainda quiser se manter nos círculos da alta sociedade carioca, e o conselho é sintetizado na seguinte frase: “existem homens pipa, que levam as mulheres pro alto, e existem homens âncora, que puxam a mulher pra baixo”. *Branca* conclui que *Sarmento* é uma verdadeira bigorna, que afundará *Sônia* até deixa-la na lama.

Geralmente, depois que o capítulo do dia terminava, eu utilizava o tempo até o horário da próxima novela para fazer alguma coisa, descansar um pouco, fazer um lanche, mas nesse dia, assim que é exibida a última cena eu entro no Facebook e me deparo com uma mensagem que Beatriz havia acabado de postar em seu mural. Era exatamente a mesma frase proferida pela personagem da novela na qual os homens eram classificados como pipas e âncoras. Então, Beatriz escreve: “qual o tipo de homem que você procura? ou que já tenha consigo? vamos comentar sobre os nossos homens?”. Mais do que depressa eu aproveito a oportunidade de diálogo e começo a comentar, e à discussão se junta também uma amiga de

Beatriz. Eu lhe recordo que em nossa última conversa havíamos comentado justamente isso, que era provável que a personagem *Sônia* decidiria se separar do marido diante da sua falência e do processo que estava respondendo na prisão. E de fato, nesse capítulo, assim que o marido consegue sair temporariamente da prisão, ela comunica à filha que pedirá o divórcio, com as seguintes palavras: “é preciso parar de pensar como casal e começar a pensar nos meus interesses”.

Beatriz comenta minha fala: *e não é que é verdade? A grana, o nome, já não é destaque, daí foi questão de tempo pra o homem se transformar em ancora (risos). O meu é pipa, linda.*

A amiga de Beatriz então pergunta-nos: *será que existe homem boia?*

Em seguida eu comento: *tá aí, acho que é mesmo necessário uma categoria intermediária, tipo, pra enquadrar os estagnados (risos).*

Beatriz completa, formulando um significado para o termo que acabara de ser criado: *tipo não nos deixar afundar, mas também sem levantar? (risos). Gosto!*

Eu emendo: *tipo, sem retrocessos, mas também sem avanços...*

Sua amiga então responde: *sim esse tipo mesmo... quase implorando pra ser traído.*

Beatriz então responde à amiga: *(risos) menina te posicione, essa de meio termo não funciona. Esse estaria mesmo implorando pra ser traído, por isso melhor mesmo é tomar uma posição.*

Sua amiga então pondera: *sempre corri de homem pipa, pois gosto dos pés firmes na terra, mas confesso que homem boia já deu.*

E conclui: *isto eh azar então! Porque eu sou mulher que concretiza o que quer, por que Deus foi me arrumar um boia?*

Beatriz lhe aconselha: *epa! se tenho que escolher fico com o pipa, pelo menos é para cima e podes acompanhá-lo mesmo com pés no chão, mulher. E quando “boias” irmã, não saís do lugar, melhor cair mesmo pra saber que precisas levantar sozinha.*

A amiga então responde: *ya, vou a caça de voo real.*

Beatriz ainda aconselha: *sempre vais precisar de um piloto para andar, então aprenda a pilotar teu próprio avião.*

E a amiga conclui: *é verdade, já boiei por muito tempo... vou voar agora!*⁵⁴

Por cerca de quarenta minutos foram mais de sessenta comentários feitos por apenas três pessoas, e aqui selecionei aqueles que acredito terem sido mais emblemáticos do tema

⁵⁴ O diálogo aqui reproduzido, por ter sido realizado por meio de uma rede social, numa dinâmica virtual, passou por correções na escrita do texto para que se tornasse mais inteligível para o leitor, eliminando os traços recorrentes na escrita em meios digitais, como abreviações de palavras, não utilização de acentos e pontuação.

proposto para discussão. Observamos que o texto da novela serviu para desencadear uma discussão que, em alguma medida e em algum momento da vida, pode ser ou vir a se tornar pertinente para uma mulher. Questões que permeiam as relações conjugais, como a compatibilização de anseios e projetos de vida a dois, se materializam nas figuras do “homem pipa” e do “homem âncora”. Identificada de algum modo com essas imagens, a amiga de Beatriz expõe uma situação pessoal na qual mantém um relacionamento com um parceiro que apesar de não regredir, também não efetua progressos, possivelmente no que diz respeito à vida profissional e financeira. Em outras palavras, a imagem que ela própria cria, no momento daquele diálogo veloz, do “homem boia” parece sintetizar a figura de alguém acomodado, que apesar de não afundar como a âncora, também não se empenha em alçar voos como a pipa. As falas também demonstram como essas imagens, que personificam a postura do parceiro, não são necessariamente fixas, pois, como colocou Beatriz, antes da crise financeira a personagem *Sônia* não considerava o marido uma âncora.

A situação descrita aqui demonstra ainda como a internet se torna um veículo eficaz para maximizar a capacidade narrativa da telenovela, que se amplia na medida em que vai ganhando novos narradores ao se tornar um cotidiano paralelo ao cotidiano da vida real. Demonstra também como o consumo de produção televisiva tem se construído cada vez mais pela interação não apenas entre produtores e consumidores, mas entre os próprios consumidores. O compartilhamento de significados e a elaboração coletiva de reflexões a partir de posicionamentos individuais que as redes sociais permitem, conferem novos contornos a esse processo de significação e apropriação das narrativas das telenovelas em diálogo com o cotidiano.

O ambiente virtual situa o usuário em algum ponto equidistante entre a *intimidade* e a *extimidade* e permite sua integração na *inteligência coletiva* sem prejuízo de sua *identidade individual*. Esta mescla perfeita de comunicação pessoal, mas ao mesmo tempo compartilhada, permite ao espectador-usuário integrar-se em *comunidades virtuais*, que promovem o debate entre indivíduos reunidos pelos mesmos valores e pelos mesmos interesses. (LACALLE, 2010: 80)

A literatura sobre como os programas televisivos fazem uso atualmente da internet e das redes sociais para disponibilização de conteúdos on-line, parece estar se expandindo. Contudo, o movimento contrário – como os consumidores de programas televisivos compartilham e criam experiências na rede a partir de conteúdos televisivos – parece ainda não ter sido analisado nas produções acadêmicas. Já existem trabalhos sobre *fansites*, páginas

virtuais feitas por fãs, e para fãs, de séries televisivas (GOMES, 2007), mas análises sobre contextos de recepção que desencadeiem esse tipo de interação em tempo real nas redes sociais parecem ainda não terem se tornado objeto de reflexão. O trabalho que começa a ser desenvolvido por Murakami (2012) parece sinalizar na direção de pensar as duas vias desse processo em que produtores e consumidores convergem para as redes sociais e mídias digitais. Portanto, “hoje, na era da convergência, o espectador não abandona a narrativa televisiva, mas tem a oportunidade de buscar (ou não) em outras mídias conteúdos para enriquecer a sua experiência ficcional. E isso instaura, assim, novos a(u)tores no discurso ficcional televisivo brasileiro” (MURAKAMI, 2012: 60). Essa reflexão retoma o argumento de Gomes (2007) de que a confecção de narrativas paralelas expressa um *consumo da experiência* que tem caracterizado a relação dos produtos da indústria cultural com seus consumidores.

A segunda situação apresenta um posicionamento de Beatriz em relação ao papel da personagem *Lygia*, da qual já se falou aqui, e que foi se delineando a partir do episódio da traição de seu marido, que é por ela descoberta. *Lygia* flagrou o marido *Alejandro* agarrando-se com a empregada doméstica na dependência de empregada do seu apartamento. A advogada havia acabado de chegar de viagem, pois esteve ausente numa cidade litorânea do nordeste enquanto procurava o filho *Samuel* que havia ido até lá tentar encontrar e conhecer seu pai biológico, *Gilson*. Este é um sufista que tem uma escola de surf na beira da praia, e com quem *Lygia* teve um caso há dezoito anos durante um período de férias. Ela acabou engravidando e não procurou o então rapaz para comunicá-lo o ocorrido porque mal o conhecia e não tinha nenhum contato do mesmo. Preocupada com a reação deste ao ser procurado por um filho que ele até então não sabia da existência, ela foi até lá e para sua surpresa pai e filho estavam se entendendo. Ainda assim, ela passa alguns dias na casa do ex e na noite antes da sua partida eles acabam se beijando e ela fica perturbada com o ocorrido.

Diante desse contexto, Beatriz considera que *Lygia* não está em condições de cobrar tanto do marido, uma vez que ela também cometeu uma traição ao beijar *Gilson*. Ela acredita que, no caso de *Lygia*, ainda há o agravante de haver um envolvimento emocional, enquanto o marido tinha um interesse meramente sexual na empregada, já que seu fetiche é o uniforme, o que, na opinião de Beatriz, atenuava de certo modo o erro cometido por ele. Ela ressalta que *Lygia* acabou passando mais tempo na casa de *Gilson* por conta do interesse que despertou por ele e não por suas preocupações com o filho. Enquanto o marido em casa telefonava

solicitando que ela voltasse, pois ele estava se sentindo sozinho. Para Beatriz, o comportamento indignado e extremamente ferido de *Lygia* diante da traição do marido, retrata bem o ditado que diz que “o pior cego é aquele que não quer enxergar”.

Pra mim ela que traiu mais, porque bem diz a Penha, aquele é chegado num uniforme, não é chegado na pessoa, é chegado no uniforme, você pôs o uniforme já lhe excitou, entendeu, (...). Assim, eu acho que *Lygia* (...) não viu porque não quis ver até hoje, porque estava bem claro, que aquele ali tem algum problema por causa do uniforme. Porque, sabe, naquela altura em que a Penha abandonou a casa dela e não sei quê, tava muito claro, ali você só tinha que puxar um pouquinho pela cabeça, nós não estamos a falar de uma pessoa analfabeta, estamos a falar de uma brilhante advogada, e estamos a falar de uma advogada Chirley, mudou muito, os advogados o trabalho deles é fazer especulações, o trabalho deles é procurar razões, então como é que ela não vai encontrar uma razão na casa dela. (...) Advogado trabalha com tudo superficial, não tem nada, às vezes não tem nem prova material, mas no entanto você que tem que incriminar, então como é que ela não consegue fazer isso na casa dela. Ela não viu antes porque não quis, aliás, ela sabe, ela viu, mas ela nunca quis abrir o olho pra ver pra não ter que tomar uma decisão. Já o que ela fez com o Gilson foi de caso pensado, foi, ela teve todas as oportunidades pra ir embora e deixar aqueles dois juntos (pai e filho). Ela não vá me dizer ali que ela está a descobrir que o marido é daquele jeito agora, não, ela sabia que ele era assim, ela sempre soube que ele era assim, ela só nunca esperou encontrar. Então, sabe, eu acho que ela também evitou perguntar-se, né, sabe quando tu negas uma verdade que tu sabes que a verdade está a lhe bater, então evitas de olhar pra ali, então ela sempre evitou olhar pra aquele ponto do marido como ele era, mas ela sabe que o marido sempre foi assim, pra mim ela sabe, pra mim não faz sentido.

Beatriz acredita que se *Lygia* quisesse evitar alguma situação com *Gilson* e qualquer complicação também em sua casa, teria retornado logo, pois não considera a possibilidade de que a advogada não tivesse conhecimento algum das inclinações do marido pelo uniforme. Ela ainda espera que a personagem assuma estar ciente do comportamento do marido e que aquilo não teria sido surpresa para ela, mas no decorrer da história *Lygia* termina por assumir o papel de vítima dessa situação. Algo que, na opinião de Beatriz, não estava coerente com o contexto que a novela retratava, como ela apontou nas falas acima. Esse relato demonstra o *engajamento emocional* como uma característica básica da telenovela, pois constitui “o convite implícito no texto à especulação sobre julgamentos morais e/ou dilemas emocionais das personagens, convite que é aceito pela audiência e materializado nas fofocas, conversas e comentários que a trama destila” (ANDRADE, 2003: 52). Logo, tal engajamento coloca em interação o sistema de valores e os repertórios culturais de Beatriz e a situação materializada na ficção, produzindo significados que classificam a personagem e seu comportamento dentro de um conjunto de possibilidades interpretativas e que também indicam como situações

similares são apreendidas no cotidiano. O que permite, ainda, avaliar a coerência da narrativa ficcional com as situações concretas nas quais determinado fato pode ocorrer.

Posteriormente, o desentendimento entre as personagens *Lygia* e *Penha*, amigas na trama e ex-patroa e empregada, estabelece um diálogo com uma situação análoga vivenciada por Beatriz no grupo de discussões do qual participa no Facebook. Depois de resolver se separar do marido *Alejandro*, *Lygia* começa a se interessar por *Gilson* que não parece corresponder aos seus sentimentos. Paralelamente, *Penha* conhece *Gilson* e começa a se relacionar com ele sem saber que este é o pai do filho da amiga. Ao tomar conhecimento do fato ela não sabe como contar para a amiga, tendo percebido que esta alimenta um interesse pelo ex. Mas, *Lygia* fica sabendo por outras vias da relação dos dois e rompe com a amiga. Por coincidência, em um dos debates do referido grupo, uma das mulheres participantes lançou a questão de como esquecer um ex, como esquecer o primeiro homem por quem se apaixonou. Não sabemos se motivada pela situação retratada na novela ou por outras razões.

Analisando as falas, comentários e posts das mulheres que Beatriz lia em voz alta para que eu tomasse conhecimento de como foi conduzida a discussão, ela pontua que, assim como aquelas mulheres, a personagem *Lygia* está apegada ao seu passado. Nos comentários a maioria das mulheres relatava a dificuldade de esquecer um relacionamento passado, principalmente quando mantinham ainda algum tipo de convivência ou contato com a pessoa. Algumas aconselham a mulher que iniciou o debate a continuar mantendo contato via internet com o seu ex, mas sem deixar que o marido saiba, pois este poderia querer ter o mesmo direito de manter contato com mulheres com as quais tenha se relacionado no passado, o que não deveria ocorrer. E Beatriz as aconselha a se desapegarem do passado e seguirem suas vidas.

Ela prossegue a nossa conversa dizendo que *Lygia* resolveu apegar-se a uma pessoa que entrou em sua vida meio que acidentalmente já que se trata de uma paixão de verão que ela viveu na juventude com *Gilson*. Para Beatriz, *Gilson* passou a ocupar um lugar de destaque e de desejo para *Lygia* simplesmente porque apareceu outra mulher que o valorizou e se interessou por ele, no caso *Penha*, e também pelo fato de agora estar divorciada. Ela comenta que a situação de *Lygia* a faz pensar em diversas situações que vêm acontecendo muito hoje em dia. Mais especificamente ela se refere à curta duração das uniões conjugais que, por sua vez, geram filhos que com a separação dos pais passam a fazer parte dos relacionamentos futuros destes últimos, que possivelmente também gerarão outros filhos. Ou

seja, Beatriz faz uma reflexão sobre como as relações conjugais e arranjos familiares vão se tornando cada vez mais complexos e entrecortados, e sobre a posição da mulher em meio a tudo isso. Ela então relaciona a tensão, vivida por *Lygia*, entre investimento na carreira e dedicação à vida pessoal, com sua própria experiência de vida. Peço licença ao leitor para apresentar um diálogo mais extenso no qual essa tensão fica evidente, mas cuja fragmentação ou abreviação poderia comprometer a totalidade da reflexão empreendida por nossa interlocutora.

Está aí uma coisa que eu acabo vendo que a vida de hoje em dia Chirley, está muito complicada sabes, com essas separações, divórcios, não sei quê, imagina ela (*Lygia*) já fez aquele filho por um acidente de vida, fez aquela outra menina (a filha que teve com *Alejandro*) por um casamento mal feito, agora vai pra *Otto* (um possível pretendente), quer dizer, é assim como a gente olha pras mulheres hoje em dia... e isso tá a ocorrer muito Chirley, porque as pessoas já não querem pensar que “êpa, a minha escolha foi errada, então de alguma forma eu tenho que me resolver nessa escolha”. Porque não sei, estás a ver, eu acho que a *Penha* foi até as últimas consequências com o *Sandro*, (...) coisa que já não está a mostrar nessa classe social mais elevada. Que é o caso, a *Lygia* chegou lá, achou o marido e achou que “eu não sou mulher de aguentar isso”, (...) ficou transparecendo pra mim uma advogada de posição elevada e não sei quê, que não ia aceitar isso. Ou seja, ela nem se lembrou de tomar conta do que era dela, que é pra depois jogar fora quando descobrir que não presta, porque (...) onde é que ela esteve pra cuidar do marido dela? Porque a gente se envolve tanto no trabalho Chirley, que a gente esquece que deixou humanos em casa, humanos esses que é marido, filho, então a gente tem que saber... Engraçado que eu, quando era mais moça né, sempre desejei assim ter uma casa, uma família (...), mas assim do tipo, eu quero ir para o serviço, voltar e ter o que fazer em casa, você sabe, cuidar de uma casa, mas não dissociar essas duas coisas sabes, não assim tipo teres uma carreira e estares a investir na tua carreira e esqueceres dessa particularidade, e é o que muitas de nós fazemos hoje em dia. (...) Mas tá aí uma coisa que a gente erra porque ao fim das contas, tens que lembrar que aos poucos tu estas a deixar uma parte aberta da tua vida e que tu não queres que esta parte fique aberta, mas aos poucos tu vais deixando, (...) e quando tu voltares, muita coisa está estragada e tu não vais lembrar que tu foste abrindo as brechas aos poucos, tu vais chegar e dizer “poxa, eu, Chirley, não posso aceitar isto”, e ponto final. E quantos pontos finais vais ter que dar na tua vida minha filha, são muitos minha querida, né, eu estou a dizer isso porque eu passei por essa situação (...). Mas eu passo por essa situação porque, assim, quando eu começo a deslanchar alguma coisa, sabe quando (...) a faculdade começou a entrar e não sei quê, apareceu o homem e disse “vamos casar”, sabes aquela coisa de te cortar as pernas, e tu começas a pensar ali “ou vou, ou continuo, ou fico”, né. Mas enfim, eu disse bom, escola sempre há de vir né, e eu queria fazer mestrado nessa altura, e eu digo bom, (...) então deixa-me dar um pé atrás. E lembrei-me do que eu queria como sonhos de vida né, e eu dei um pé atrás, né, e lá casamos. Quando a minha carreira profissional começa a entrar Chirley, sabes quando começa a entrar naquele ritmo, né, e pra azar meu (...) era uma carreira internacional, que é assim de viagens, muito pra fora do país, e de repente vem (o marido), “vamos para o Brasil”. Sabes quando tu olhas e tu dizes “como é que eu fico”, tu paras e pensas. Sabe, para a minha família eu não viria pra cá, meu pai mesmo disse “eu no teu lugar não iria”, eu disse “eu no meu lugar vou”, porque esse espaço que eu vou deixar aberto aqui, se eu casei com essa pessoa as consequências são essas, casamento não é só coisa boa não, casamento também tem seus maus encontros né. (...) Aí eu disse “tudo bem”, só a única coisa que eu fiz foi isso. (...) Então, eu estou a tentar simplesmente juntar, e

não estragar tudo, mas claro que eu sei que muita coisa ficou, né, fora do contexto daquilo que eu pretendia. Mas não abra mão assim nas cegas, eu não faço isso, nas cegas tu crias muitos espaços, e são esses espaços que a Lygia criou por uma carreira e hoje está arrependida por isso. Sabes, essas novelas às vezes nos fazem refletir coisas que talvez nem tenha nada a ver com a nossa entrevista aqui hoje, mas isso é verdade. Ser mulher hoje, mas tu queres ser mulher a trocar de maridos, é esse o sonho de vida que tu tens? (...) E nós estamos assim hoje, essa sociedade está assim, sinto muito, mas tá assim, e não é só aqui no Brasil, eu não falo nem do Brasil só. Mas eu acho que temos que rever, há que sentar e separar quais que são as nossas prioridades, porque a gente cria, se é uma carreira que eu quero, tudo bem, então tenho que admitir que minha carreira vai me obrigar às vezes a ficar sozinha e não de trocar de homem pra homem né, porque geralmente é o que acontece. É que acho que é uma coisa tão involuntária que nós nem lembramos que estamos a passar de braço em braço, eu acho que às vezes nós nem nos lembramos, mas nós estamos a passar de braço em braço, eu sinto muito, mas nós estamos assim.

Beatriz comenta que o assunto se desdobrou de tal modo que até se distanciou do que viria a ser uma conversa só sobre novelas, mas sua fala aponta exatamente como a sua reflexão foi engendrada por uma situação da novela. Ela traduz em seu relato a tensão vivida pela personagem *Lygia* desde o início da novela que retratou uma advogada que se dedicou exaustivamente ao trabalho para alcançar um lugar de destaque em sua profissão, comprometendo sua relação com o marido e os filhos, e depois se arrependeu de ter priorizado a carreira em detrimento da vida pessoal. A personagem retrata como a telenovela opera uma valorização de “tipos ideais de mulher que acumulam funções e responsabilidades, aproximando-se de um padrão perverso de supermulher, que seria livre para escolher ter poucos filhos, se relacionar com diversos homens ao longo da vida, questionar a autoridade patriarcal de pais e esposos” (HAMBURGER, 2005: 153). Beatriz aponta para a atualidade desse tema e sua capacidade de traduzir os dramas e conflitos que as mulheres vivem atualmente para conciliar uma carreira bem sucedida e a vida particular, apesar de suas conclusões sobre esse cenário serem um tanto pessimistas. Em sua concepção as mulheres estão a todo o momento sendo colocadas diante de situações nas quais precisam fazer escolhas que implicam em estabelecer e rever prioridades. Cabendo, pois, à mulher se empenhar em não deixar espaços abertos em sua vida pessoal, estando ciente de que a opção em priorizar uma carreira ou um relacionamento implica em consequências e algumas perdas, como terminar os dias “passando de braço em braço”. Observamos, pois, que a telenovela pode atuar “como uma mediação essencial na constituição da identidade de gênero, pois transmite, diariamente, o que é ser mulher e quais comportamentos e ambições são permitidos à mesma” (SIFUENTES, 2009: 67).

Ao construir tais significados em torno do papel da mulher nesse cenário, ela recompõe fragmentos de sua trajetória de vida e os cruza com os detalhes discursivos da narrativa ficcional. Tal processo evidencia um tipo de *competência textual*, à qual já nos remetemos aqui, e um conjunto de valores e visões de mundo que se combinam ao longo de uma série de experiências que fornecem um estoque de sentidos e representações que será, por sua vez, realimentado pelo diálogo com a ficção. A circularidade desse movimento demonstra como a telenovela, ao mesmo tempo, representa e constrói a realidade (HAMBURGER, 2005). Retira-lhe significados presentes nas situações concretas que dramatiza, apropriando-se deles e ressignificando-os e, em seguida lhes devolve à realidade que se reapropria deles através do diálogo estabelecido junto aos consumidores. Segundo Motter (1998), a telenovela opera uma simplificação da realidade concreta para torná-la mais cômoda, essa realidade readquire a complexidade real através dos recursos dramáticos e é devolvida ao telespectador. Podemos dizer que este último agrega outros tantos significados a essa realidade trabalhada dramaturgicamente pela telenovela criando outras narrativas paralelas à ficcional. De modo que a interação entre os cotidianos da ficção e da realidade concreta se mantém através uma permanente e recíproca realimentação. A telenovela

fala sobre hábitos, costumes, preocupações que perpassam a vida cotidiana de um momento que ela seleciona e fixa como ambiente sociocultural para estruturar uma história. Ela mesma tecida de acontecimentos em sintonia com a realidade social, seus problemas, refletidos nos conflitos vividos no âmbito do privado, do individual das personagens (MOTTER, 2000-2001: 79-80).

A relação que Beatriz estabelece com a personagem e a crítica que faz ao seu comportamento na narrativa, bem como as reflexões sobre suas experiências pessoais, demonstram que “a novela promove um processo reflexivo. Ela permite aos espectadores aproximarem-se de um ou outro personagem, e oporem-se a outros. A narrativa, seus diversos personagens e estilos são uma fonte interminável de informação sobre as práticas culturais e representações em circulação na sociedade” (ALMEIDA, 2003: 210). Almeida argumenta que paralelamente a esse processo reflexivo há uma *educação dos sentimentos* por meio da qual são conhecidos e compartilhados comportamentos ligados à vida amorosa e familiar, bem como estilos de vida. O relato de Beatriz, assim como as outras falas de nossa interlocutora, está permeado por valores e concepções sobre o comportamento feminino, a vida conjugal e familiar, a maternidade e a vida profissional. Valores e concepções localizados no interior de

um contexto cultural e por meio dos quais ela estabelece conexões entre a ficção e a realidade que podem produzir proximidades e identificações ou distanciamentos. Nesse sentido,

aprendemos como os espectadores, através da novela, sentem-se familiarizados com uma ampla gama de valores e maneiras de viver, e como uma variedade de atitudes diante da vida amorosa e familiar, da política e das questões sociais, dos relacionamentos íntimos e das amizades ganha, para eles, coerência e verossimilhança. (...) A exposição a valores e a experiências tão díspares é parte constitutiva do consumidor como personagem reflexivo, convicto de que é possível escolher entre alternativas, mudar atitudes e posturas e adotar novos estilos de relacionamento com os filhos, amigos, vizinhos e colegas (ALMEIDA, 2003: 14).

Um consumo que nos coloca diante da complexidade envolvida na apreensão, significação e apropriação dos conteúdos das telenovelas e de como esse processo é consequência de uma contínua e cumulativa reflexão sobre os elementos que vão sendo adicionados ao longo da trama. Portanto, “a recepção de uma telenovela não é redutível a operações de ‘decodificação’, de simples identificação de signos. O processo de recepção exige uma reflexão e não a mera manipulação dos ‘dados’ recebidos através da tela” (ANDRADE, 2003: 204). Essa reflexão coloca os conteúdos das narrativas em interação com o cotidiano dos seus consumidores, e esse cotidiano fornece-lhes os elementos através dos quais são capazes de conferir sentido a tais narrativas. Ao passo que podemos nos perguntar se, na circularidade dessa interação entre ficção e realidade, as narrativas ficcionais também não oferecem elementos por meio dos quais seus consumidores possam construir sentidos sobre suas experiências cotidianas. Essa questão fica evidente nas palavras de Almeida, ao afirmar que “a novela é questionada, mas gera igualmente uma espécie de autoquestionamento, de reflexividade sobre a vida social, sobre os valores, sobre as concepções ligadas à vida familiar e íntima” (ALMEIDA, 2003: 219). As questões aqui expostas a partir dos dados etnográficos apontam que

O significado é assegurado de acordo com as necessidades e os valores dos espectadores, assim como por seu interesse e conhecimento textual e intertextual disponível e também pelo contexto cultural em que os espectadores estão imersos. Conseqüentemente, leitores são uma fronteira cultural. Essa noção permite uma melhor compreensão do processo de recepção e interpretação da telenovela na rotina de uma comunidade fora do terreno original da produção textual. Esse processo de recepção restringido pelo terreno cultural sobrepuja os elementos no texto e na vida cotidiana dos espectadores, o que pode inabilitar e constranger certos tipos de leituras. A interpretação do espectador e sua agência no processo de interpretar mensagens da mídia (...), assim como a localização na qual essas interações tomam lugar (...) são partes desse processo complexo. (LA PASTINA, 2004: 367-368)

Percebemos que o momento da novela no qual se vai acompanhando o desenrolar de diversos acontecimentos é marcado por expectativas e algumas incertezas sobre o desfecho de determinada situação ou a reação de determinado personagem. É também um momento de oferecer soluções a personagens e autores, e ainda um momento de torcida, à vezes de apreensão, de reprovação de certas condutas, de decepção com certos finais, e, sobretudo, de interação, entre risos e lágrimas muitas vezes. Interação com a trama e suas personagens, com aqueles que estão em volta participando diretamente ou não desse momento, e com outros tantos espaços e pessoas que venham a se envolver na narrativa televisiva direta ou indiretamente. A telenovela não nos retira da realidade, não faz esquecer o cotidiano, ao contrário, todo o diálogo que ela estabelece conosco é em função da interação com essa realidade sobre a qual lança luz em algum de seus tantos recortes possíveis. Ela destaca temas da realidade para poder empreender esse diálogo conosco e a apreensão dos mesmos estará sempre a evocar o nosso lugar nessa realidade e a nossa relação com o produto telenovela.

CAPÍTULO 4

O Brasil pra gente conhecer a novela, ou a novela pra gente conhecer o Brasil?: as representações da nação e outros fluxos produzidos pela telenovela brasileira.

A proposta desse capítulo é de partir das informações dos nossos interlocutores e do que eles permitiram entrever em seus depoimentos sobre o consumo das telenovelas brasileiras em seus países de origem, para oferecer um quadro do imaginário que é construído em torno do Brasil. Esse cenário pode nos possibilitar uma problematização das relações que se estabelecem entre contextos africanos e brasileiros através das telenovelas e de os estereótipos e representações nelas presentes podem contribuir para fazer do Brasil um lugar, por vezes, atrativo e desejável por meio dessa “janela” ou vitrine que é a telenovela. Paralelamente, recupero outras vias pelas quais esses estudantes mantêm contato com os demais conteúdos relativos ao Brasil, como os telejornais, que são utilizados como referência aos aspectos negativos da realidade social do país. Procuo inserir nessa discussão as percepções dos estudantes africanos sobre os estereótipos e representações construídos pelas telenovelas sobre a realidade brasileira, bem como as críticas a tais estereótipos. Desse modo, destaco os elementos que esses consumidores mobilizam para confrontar tais representações e estereótipos com a realidade e estabelecer diálogos entre as narrativas ficcionais, os contextos socioculturais africanos e brasileiros. Por fim, apresento alguns dados que apontam para o fluxo de outros produtos brasileiros que circulam nas telenovelas, e na televisão de modo geral, para esses países, sobretudo, por meio dos estudantes residentes aqui.

4.1- *De fato a novela faz com que toda gente queira saber o que é o Brasil: o consumo do outro e os imaginários construídos pelas telenovelas brasileiras.*

Nessa seção dialogaremos com as imagens do Brasil que são construídas através das telenovelas, nos propondo refletir sobre como essas imagens podem ser desconstruídas pelo contato direto com a realidade brasileira, movimento que se torna possível na ocasião em que esses estudantes vêm morar no aqui. Nesse sentido, podemos perguntar em que medida essas

percepções, por vezes modificadas ao se conhecer o Brasil sem a mediação da telenovela, desconstruem tais imagens junto àqueles que “só conhecem o Brasil que aparece na televisão”.

No primeiro contato com os estudantes africanos que participaram dessa pesquisa geralmente começava pedindo que eles me contassem como e por que vieram morar no Brasil, e em meio a essa conversa levantava a questão sobre o que eles conheciam sobre o país antes de vir. Lembro-me da resposta que me foi dada por Beatriz e que sintetiza a maioria das demais falas: “nada além do que mostram as vossas novelas”. E, assim, foi recorrente ouvir que grande parte das informações obtidas sobre o Brasil vinha da televisão, sobretudo através das telenovelas brasileiras. Depois da telenovela, outro meio que parece difundir a cultura brasileira lá fora é a música, mas esta também é muito popularizada através da própria televisão, pelas telenovelas e programas de auditório, e em alguma mediada pelo rádio e internet.

No entanto, devo salientar que destacar o lugar da telenovela nesse cenário da expansão da indústria cultural brasileira a nível transnacional não significa ignorar que ela não é, e nem nunca foi, a única mediadora dos contatos estabelecidos entre a cultura brasileira e públicos estrangeiros, esta ênfase deve-se simplesmente ao fato de que aqui ela constitui o nosso objeto privilegiado de reflexão. O cenário descrito no segundo capítulo demonstra como a popularidade que a telenovela possui está ligada às questões referentes ao acesso a outros meios de comunicação e outras mídias (como as digitais), à produção local das redes de televisão desses países e à importação de outros gêneros televisivos. Contudo, pudemos observar que o acesso à televisão por assinatura tem possibilitado que toda a programação da emissora brasileira, Rede Globo, e não apenas as suas novelas, seja consumida por esse público. A telenovela aparece, pois, em meio a esse contexto, como uma das vias possíveis de contato entre o Brasil e os países que consomem seus produtos culturais, disputando espaço com outros tantos canais de circulação de informações e representações sobre o país.

O samba, o futebol e as mulheres, são as imagens e representações recorrentemente associadas ao Brasil. A primeira pessoa com quem conversei sobre essa pesquisa e sobre a presença das telenovelas brasileiras em países africanos de língua portuguesa foi um rapaz guineense, Joaquim. Ele contou que a presença das novelas brasileiras em seu país é muito forte e que elas de fato “vendem” uma imagem do Brasil. Imagem esta que, segundo ele, teria por objetivo vender também o turismo, mostrando o Brasil como um lugar atrativo, com belas

paisagens, belas mulheres, belos corpos em geral, e um lugar onde se pode aproveitar a vida, repleto de diversões. Joaquim comenta que por vezes, em Guiné-Bissau, recebeu cartões postais do Brasil que eram na verdade anúncios publicitários com fotografias de praias com mulheres de biquíni. Não foi à toa que quando falei de minha pesquisa para um rapaz senegalês, com o qual fiz algumas aulas de francês, ele disse que a relação das novelas brasileiras em vários países africanos era mais do que uma forma de influência e presença do Brasil nesses países, a novela constituía uma verdadeira vitrine do Brasil, para vender modas, comportamentos, estilos de vida, entre outras coisas. Ou seja, “a novela pode ser uma vitrine não só de produtos, mas de estilos de vida associados aos bens de consumo” (ALMEIDA, 2003: 163).

Pedro afirma que o que conhecia do Brasil quando ainda vivia em Angola consistia naquilo que a televisão apresentava e se resumia basicamente às novelas, música, e futebol. Janete também informa que o que conheceu do Brasil em Moçambique foi sempre pela televisão, através das novelas e dos artistas como músicos que eram divulgados por meio das próprias novelas. Maíra afirma que o que conhecia sobre o Brasil antes de deixar Cabo Verde, também era voltado para as novelas brasileiras e para a música. Ela diz ter crescido ouvindo Martinho da Vila, duplas sertanejas como Chitãozinho e Xororó, Leandro e Leonardo, como também Roberta Miranda e Roberto Carlos. Segundo Maíra a música brasileira circula muito em seu país e sempre que ela está lá de férias escuta as crianças nas ruas cantando músicas brasileiras, enquanto ela já está cansada delas e deseja ouvir músicas cabo-verdianas. Ela comenta ainda que as culturas dos dois países guardam diversas semelhanças e que Cabo Verde se espelha muito no Brasil, principalmente a nível de moda, e também porque as roupas que lá são comercializadas, em sua maioria, vêm do Brasil.

Sobre a questão do turismo de que falou Joaquim, é interessante destaca-la porque outros estudantes também relataram que é recorrente os amigos que ficaram em seus países perguntarem se eles vão muito à praia aqui. A ideia de que o Brasil é um país litorâneo, em que praticamente todos os lugares estão em contato com o mar, parece ser recorrente no imaginário dessas pessoas, associada ao desconhecimento das dimensões territoriais do país e de seus estados interioranos. Esse imaginário é alimentado, em alguma medida, pelas telenovelas brasileiras que privilegiam os cenários litorâneos e neles sintetizam as imagens do que seria a vida no Brasil, onde as pessoas no dia-a-dia passam seu tempo livre nas praias. Em uma de nossas conversas Maíra relata que é comum as pessoas em Cabo Verde acharem que

ela tem contato constante com praias brasileiras: “tem gente que eu falo que eu estou no Brasil e então fica pensando que eu vou pra praia, eu já falei que Brasília não tem praia, ‘mas como assim você tá no Brasil e não vai pra praia’, eu falei, o Brasil é muito grande, eu estou lá pro interior quase”. Ela comenta que, ao contrário, era em Cabo Verde que “tinha praia todo dia, quando quisesse, perto de casa”, algo que ela diz muitas vezes não ter valorizado tanto e que agora lhe faz falta aqui.

Por diversas vezes esses interlocutores me relataram que aqueles que só conhecem o Brasil através das histórias contadas pelas telenovelas não conseguem ter a dimensão da diversidade cultural e territorial que o país comporta. Por outro lado, os que têm oportunidade de viver aqui podem estabelecer outras mediações entre realidade e ficção que lhes permitem formas diferenciadas de apreensão e significação dos conteúdos televisivos. Ao que parece, o contato com o Brasil das novelas acaba levando aqueles que não se encontram nos espaços culturais que produzem essas narrativas a reter imagens e estereótipos que fornecem um recorte do que poderia vir a ser o Brasil. Esse recorte quase sempre apresenta uma imagem positiva, bonita, graças ao retoque cenográfico e à beleza produzida nos elencos das telenovelas.

Em outras palavras, as novelas brasileiras oferecem um universo de experimentação daquela realidade com a qual, muitas vezes, esses africanos não poderiam ter contato de outro modo. Assim, a telenovela enseja a participação simbólica em ambientes e situações sociais que se situam fora dos limites do território local, em decorrência da sua capacidade de reproduzir a realidade. Elas não apenas possibilitam o deslocamento desses recursos simbólicos através da circulação das próprias narrativas, mas engendram também o deslocamento de pessoas tanto materialmente, através das migrações, como virtualmente por meio do *turismo imaginário* (BUONANNO, 2004). Esta parece ser uma alternativa para aqueles que não se deslocam para os territórios brasileiros, uma forma de conhecer e vivenciar, pela via da ficção, experiências de outros contextos culturais.

O cenário litorâneo, as festas e grandes eventos que retratam as possibilidades de diversão e entretenimento que o Brasil oferece, e que podem fornecer uma imagem de um lugar onde as pessoas vivem bem e sabem viver bem, pode ser considerado como um incentivo ou estímulo para que esses estudantes venham fazer cursos aqui. Cheguei a pensar que esses fatores pudessem influenciar suas escolhas, o que pode de fato acontecer, mas não parece ser o recorrente. A primeira questão envolvida nesse processo são as possibilidades de

realizar cursos no exterior, e o Brasil aparece como uma boa oportunidade em função dos programas de cooperação⁵⁵ firmados entre o Brasil e alguns países africanos. Além da disponibilidade de vagas em universidades brasileiras, a língua também parece ser um fator que conta a favor da escolha pelo Brasil. Mas a imagem do país como um lugar cheio de atrativos, parece muitas vezes ser um ponto considerado negativamente, tendo em vista que, no caso dos jovens que vêm por meio dos convênios, os estudos podem ser comprometidos pelo acesso fácil às diversões. Eu chego a comentar essa questão com Pedro, tentando saber se ele acha que as imagens que as pessoas constroem Brasil, enquanto estão em seus países de origem, pela novela e pelos programas da televisão, fazem com que elas queiram vir estudar aqui. E sua resposta pontua exatamente essa possibilidade de comprometimento dos estudos e a preocupação dos pais com essa questão.

Não muito, não muito. Assim, eles acham que o Brasil é uma coisa boa, mas acho que poucos pais gostariam que os filhos deles viessem estudar aqui em Brasil. Então, porque a novela passa muito assim cena de “curt” (curtição, acredito), não sei quê, coisas assim parecidas, muita diversão. Há muita diversão, é verdade, há muitas cenas de “curt” é verdade, então os pais já veem isso e normalmente não querem. Sabe o que os meus amigos me disseram quando eu estava pra vir aqui? Eles sempre falavam “cuidado com as meninas” (risos), sabe, é porque eles veem muito isso e então eles me diziam “você não vai conseguir se concentrar pra estudar ali” (mais risos), sabe, então é porque eles já viam isso. Então, a ideia é sempre essa, assim, cuidado com as discotecas, não sei quê. Bom, assim, meus pais aceitaram isso tranquilamente porque eles me conhecem e tal né, sabem que eu não tenho muitos problemas com meninas, não tenho quase nenhum problema com meninas, não tenho problemas com álcool, não tenho problemas de noite e não sei quê... então só por isso eles me deixaram vir aqui, porque eu não tenho quase nenhum vício assim né, que eles não gostem. Então, mais ou menos porque eles confiam em mim. Mas é verdade, assim, o pessoal quando vem aqui da África se perde mesmo sabe, se perde mesmo nessas coisas. Então, por causa disso acho que pra passear, vir passar férias, acho que o pessoal acha ótimo, mas tipo pra mandar filhos deles vir estudar, trabalhar ou coisa parecida, acho que não, acho que não acha ótimo, acho que detesta, não gosta não. É, tem medo da pessoa ficar só se divertindo, que é o que muitas das vezes acontece, infelizmente. É pelas opções aqui né, tem sempre uma disco (discoteca, acredito) e tal, diverte...

Se as cenas de curtição, diversão, entretenimento, que aparecem nas telenovelas, por um lado, podem despertar o interesse dos jovens em relação ao Brasil, por outro, podem ser motivo de preocupação para seus pais. Manter um filho estudando no Brasil é um alto investimento para algumas famílias, pois os programas de cooperação geralmente não

⁵⁵ Esses programas são o Programa de Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G) e o Programa de Estudantes-Convênio de Pós-Graduação (PEC-PG). Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?Itemid=530%26id=12276%26option=com_content%26view=article; <http://www.dce.mre.gov.br/PEC/PEC/PG.html>. Acesso em: 06/03/13.

oferecem ajuda de custo para esses estudantes que precisam custear aluguel, alimentação, saúde, e outras despesas. Portanto, é natural que eles não queiram que tal investimento seja comprometido, precisam então ter certeza de que os filhos se concentrarão nos estudos. Maíra também já havia comentado comigo que na última avaliação das notas dos alunos africanos que vieram estudar na UnB pelo convênio, muitos tiveram notas abaixo da média e, segundo ela, essa situação decorre, em grande medida, da falta de dedicação aos estudos em virtude dos excessos da vida noturna em festas, baladas e todo tipo de diversão. Outra questão que parece ser um problema é o assédio das meninas, e a visão que os amigos de Pedro parecem ter é de que aqui ele estará sempre cercado por elas e por isso precisa ter cuidado para não negligenciar os estudos.

Mas as possibilidades de diversão disponíveis aqui parecem ganhar tanto destaque devido ao acesso restrito ao lazer e entretenimento em alguns desses países e para alguns seguimentos da população. Quando eu pergunto a Pedro se ele acredita que aqui no Brasil há mais opções de diversão e lazer do que em Luanda, ele me responde que sim.

Quem tem dinheiro não acha quase diferença nenhuma, porque assim... mas quem não tem, cara, se diverte no bairro dele, bota uma música aí, um kuduru e tal, ou uma kizomba, ou uma música no quintal... e a pessoa tá se divertindo, o pessoal que é homem joga futebol e tal, não sei quê, e tá se divertindo. Porque, diferente daqui, as casas noturnas lá são caras, são muito caras... quem não tem possibilidade não vai a uma casa noturna, não vai, é difícil, pobre não vai à casa noturna lá, né, só quem tem uma vida alta mesmo, boa, é que tem essa vida de ir à casa noturna. Então, mas todo mundo gosta, quase todo jovem lá em Angola, a gente lá chama 'farra de rua', o pessoal pobre organiza o que chamam 'farra de rua', bota uma música na rua... Então, o pessoal mesmo que não tenha uma vida assim tão 'top' lá em Angola, mas já tem mais opções de ir a uma casa noturna. Porque as coisas lá em Angola são muito caras, estão muito caras, algumas coisas são bem mais caras do que aqui, né, ya... acho que lá (Luanda) é uma das cidades mais caras, é muito caro mesmo, ya, então, ele vai à discoteca aqui né, vai à discoteca, vai faz não sei quê, não sei quê, coisa parecida... então, acaba se perdendo com mais facilidade. Ya, boates, não sei quê, aqui há muito disso, acho que há muito disso... assim, eu nunca fui a uma boate aqui ainda... ya, mas sim, eu acho que sim, que aqui há muito disso, que o pessoal me fala né, quase toda sexta-feira o pessoal fala que tem uma festa no centro x, não sei quê, que tem uma... entrada só 10 reais, uma coisa no centro x, eu penso, caramba!... sempre toda hora festa, não sei quê... Porque lá no meu bairro, por exemplo, porque eu vim de um bairro pobre, não tinha nada disso né, eu tava na minha casa, tá bom e não sei quê... então, felizmente por isso eu não tenho essas influências e tal, mas há quem tenha, então acaba que é muito fácil se perder aqui, sabe, é muito fácil se perder aqui. E eles já dizem isso né, que é muito fácil "pegar menina" e eu não gosto disso...

É possível que em alguns contextos onde seja restrito o acesso ao lazer, lugares e festas para jovens, como as casas noturnas, a facilidade com que se consegue usufruir desse tipo de diversão aqui no Brasil possa se tornar um diferencial bastante atrativo para esse

público. E observamos que a diversão parece estar bastante associada à visão que se tem das mulheres no Brasil e também das maiores possibilidades de “pegar meninas” que esses próprios ambientes e situações ensejam. O que por sua vez pode desviar os estudantes de seu principal objetivo aqui, o de estudar. As falas de Pedro nos remetem ao potencial dos estereótipos, veiculados nas telenovelas, de contribuir para a construção de percepções sobre o Brasil e o estilo de vida de sua população.

Em nossa primeira conversa, Beatriz afirma que as novelas brasileiras fazem com que todos queiram saber como é o Brasil de fato, se é exatamente tudo aquilo que mostram as novelas. Eu pergunto a ela se depois de ter chegado ao Brasil ela fez algum tipo de comparação entre a realidade com a qual se deparou e aquela que era retratada pelas novelas. Ela então me responde da seguinte maneira:

não... na verdade foi assim, (...) às vezes você chega aqui você percebe que novela é uma coisa né, porque claro a gente sabe que tudo que se retrata nas novelas, em qualquer outro lugar, tentam espelhar ao máximo da vida real, mas não é a vida real, é ficção né, bom, a vida real são pessoas normais, problemas normais de sociedade. (...) Mas as pessoas (em Moçambique) querem saber, querem confirmar, aí eu olho pra eles e digo “sabes vocês estão a esquecer de um detalhe simplesmente, que o pobre da novela é ator, o pobre da vida real não é ator, o pobre da vida real é uma pessoa normal, agora o pobre da novela é ator, logo o ator tá com o corpo fino, tá com o corpo não sei quê, todo malhado, sarado, tá com a pele bonita, não tem problema o pobre do ator, só tem o problema retratado pela novela. Então é isso que estou a dizer, não sei se é a novela que dá o glamour ao Brasil, a gente pensa que no Brasil tudo é perfeito, porque se você olha pra novela, tirando os lugares, por exemplo, você vai ver agora Cauã Reymond, ele agora está a fazer o papel de um moço do lixão, mas vai lá pra o lixão e vais lá encontrar um Cauã Reymond lá? Não tem nenhum Cauã Reymond, lá você vê uma pessoa que de fato desde a expressão dele até a própria posição dele é de um desgraçado mesmo. Então quem olha pra Cauã Reymond como um desgraçado só tem pena pela condição dele que retrata a novela, não real, ou seja, toda gente quer ter um pobre daquele em casa. É isso que eu digo quando as pessoas perguntam “mas é isso, Brasil é exatamente isso”, e eu digo não, calma aí, o Brasil de vida real não é aquela novela porque o pobre lá, a atendente do bar atende de salto alto porque é o papel que ela está a fazer, você acha que aquela pobre desgraçada vai ficar de salto alto o dia todo e pegar o ônibus pra ir pra casa e depois quando chegar em casa como é que ela fica, porque quando chegar em casa, como diz, não vai esticar as pernas, ainda vai cumprir a segunda jornada (...). Quem não quer ser vadia se for pra ser uma vadia como a Suelen, por exemplo, a gente quer ser, se é pra ser como ela toda gente quer ser. Mas realmente aquelas que são a classe da Suelen são assim? Elas podem por aquela calça que você está a falar e a barriga fica organizada? Não, não fica. Então se mostrasse aquela real será que o Brasil ia ter essa fama toda? Não sei né, então eu não sei o quê que faz o quê, mas que um influencia o outro é verdade.

O relato de Beatriz demonstra como chegar ao Brasil e observar a realidade com os próprios olhos permite relativizar as imagens da novela e definir os limites entre ficção e realidade. De acordo com sua fala aqueles que vêm morar aqui acabam se tornando

mediadores das relações daqueles que ficaram em seus países de origem com a novela e com o Brasil, podendo confirmar ou não o que é mostrado na televisão. Na maioria das vezes, ao chegar aqui, a conclusão é de que o Brasil da vida real não é aquela novela, não é tudo perfeito, ao contrário, sua realidade está permeada por cidadãos comuns que enfrentam diariamente todo tipo de problemas desde os mais corriqueiros. E o esclarecimento dessas questões que à primeira vista podem parecer irrelevantes ou óbvias torna-se pertinente na medida em que amigos e familiares têm curiosidade em saber se aqueles que estão no Brasil já esbarraram com algum artista famoso nas ruas, se o brasileiro é mesmo tão bonito como é mostrado nas novelas.

Camila também já havia me dito que quando chegou ao Brasil, sempre que conversava com suas amigas moçambicanas pelo telefone ou em chamadas de vídeo e bate-papo pela internet, elas queriam saber se a amiga já havia esbarrado com muitos homens bonitos, se seus colegas de curso eram bonitos, como os homens que elas viam nas novelas. Ela dizia, “não, não tem nada disso, são normais, são pessoas normais”. Ela me explica que tenta dizer às amigas que os homens bonitos que elas veem nas novelas são atores que vivem de sua imagem e que, portanto, se cuidam, ou são modelos que são contratados como figurantes, e que na realidade não é assim.

Observa-se que quando as pessoas em Moçambique, como em outros países, querem saber se o Brasil é exatamente isso tudo que a novela mostra, é preciso pontuar as distâncias entre realidade e ficção. É necessário esclarecer que, apesar dos problemas e situações retratados espelharem a realidade, aqueles que os protagonizam conferem certo retoque às imagens e seus produtores lhe agregam elementos que normalmente não seriam encontrados na realidade daquela forma. Portanto, no mundo real encontramos pessoas normais, problemas normais, pessoas pobres que pegam ônibus, com dificuldades reais. Mas, tais percepções sobre o Brasil, criadas a partir das telenovelas, nos revelam que estas últimas ainda possuem um grande potencial de mimetizar a realidade e o cotidiano (Lopes, 2002), de tal modo que o efeito de realismo e de verdade que elas produzem junto aos seus consumidores termina por criar uma estreita associação entre as cenas da ficção e a realidade brasileira.

Contudo, as telenovelas não são as únicas a oferecerem representações sobre o Brasil, como já foi dito aqui, e se, por um lado, elas pintam a imagem de um Brasil perfeito, por outro, os noticiários atuam como uma via de desconstrução dessa imagem. A maioria dos

estudantes com os quais conversei, afirmaram que antes de vir morar no Brasil tinham uma noção de que a realidade do país não se resumia àquela retratada nas novelas porque tinham acesso a outros conteúdos por meio dos telejornais e outros tipos de programa. Isso porque, como tinham acesso a canais brasileiros por assinatura e também em decorrência da entrada de filiais da Rede Record nesses países, a programação brasileira não se restringia às telenovelas.

Nesse contexto de consumo de conteúdo jornalístico, o dado mais ressaltado pelos estudantes é a violência e a criminalidade, como podemos observar nas palavras de Lucia: “na nossa cabeça o Brasil é o país mais violento que a gente já viu”. Pedro também confirma o contato que já tinha em Luanda com as informações dos noticiários: “Eu sabia da pobreza aqui, sabia mais ou menos dos índices da delinquência também né, que passa... que o noticiário aqui é violento, nossa, como é violento, acho que o noticiário aqui é só violência”. Apesar de o jornalismo brasileiro ser considerado mais sério por não estar, em tese, submetido aos controles estatais como ocorre em seus países, a maioria deles destaca o seu caráter sensacionalista e espetacular. Esse contexto os leva a comparar a violência em seus países com a do Brasil, e a concluir que aqui violência é maior. Diante disso, há sempre uma preocupação por parte das famílias com a segurança daqueles que vêm morar no Brasil.

No que diz respeito à visibilidade dos aspectos, digamos, negativos do país, também foram mencionados programas de auditório, como o *Programa do Gugu* (Rede Record), que veiculam matérias sobre famílias que vivem em áreas pobres, em condições precárias e sem infraestrutura, como destaca Janete:

nós, por causa das novelas, o que pensamos é que o Brasil funciona muito bem, sei lá, você vê uma cidade limpa, bonita. Eu passei a ver coisas quando já apareceu o Gugu, (...) que também tem pessoas que não têm condições (...). Quando já começou o programa do Gugu que a gente passou a ver, “ah, afinal também são como nós”, nós também temos pessoas que vivem na cidade com melhores condições, tem aquelas pessoas que têm a vida média, a classe média, tem a classe baixa, até chegar nos confins que têm pobres (...). Então são as coisas que vocês também aqui passam, tem pessoas que vivem aqui, tem pessoas que vivem no Amazonas, tem pessoas que não têm condições.

Observamos na fala de Janete que as novelas brasileiras, sem sombra de dúvida, não constituem o único veículo de propagação de representações sobre o Brasil, mas ela parece ainda ser a responsável por uma certa glamourização do país ao transmitir imagens que retratam um Brasil que funciona muito bem. Nesse sentido, programas como o do *Gugu*

oferecem um contraponto que revela problemas sociais como a pobreza. Mas, ela parece reforçar que as representações que prevalecem no imaginário de quem não conhece o Brasil são justamente as imagens retocadas e embelezadas das novelas. Pois, segundo ela, acontece exatamente o oposto em relação a Moçambique e à África em geral, tendo em vista que na maioria das vezes em que são veiculadas informações na mídia elas remetem às imagens e representações em torno da pobreza, escassez e doenças, ocupando-se dos aspectos negativos e alimentando esse imaginário a nível mundial.

A favela foi outro elemento negativo mencionado pelos estudantes, porém ele não foi referenciado por meio do jornalismo, mas sim da telenovela. Nas palavras de Lucia: “a questão da favela é um pavor pra nós”. Quando pergunto que ideia eles (moçambicanos) fazem da favela, como veem esse lugar, ela responde: “a gente vê a favela como as novelas nos mostram”. A favela aparece nesse contexto porque, segundo Lucia e Simone, sua imagem não está associada apenas à pobreza, mas, sobretudo à violência, sendo vista como um lugar perigoso. Apesar de saberem que há pessoas boas nas favelas, consideram que as novelas acabam mostrando apenas as mazelas desses locais.

Todas essas impressões e percepções sobre o Brasil nos conduzem ao questionamento apresentado por Beatriz, uma vez que nos permitem refletir sobre o fato de que a popularidade da telenovela está baseada em recortes da realidade que são retocados, glamourizados e construídos para produzirem uma boa impressão sobre o país. Cabe então questionar se, de fato, a telenovela brasileira seria tão popular se não houvesse esses retoques em sua produção, se ela não recortasse imagens do Brasil sob os seus melhores ângulos, utilizando todos os recursos que a sua condição de narrativa ficcional lhe permite. Ou como afirma Beatriz:

Sinceramente não sei te dizer, porque assim, uma coisa a gente tem que admitir, que as novelas tiraram o Brasil da América só e levaram o Brasil pro mundo, isso é uma verdade. Agora eu não sei o que ficou sendo mais relevante, se é o Brasil pra gente conhecer a novela, ou se é a novela pra gente conhecer o Brasil. Eu só sei dizer que (...) eu não sei se a novela é que dá o glamour ao Brasil, ou se o Brasil é... quer dizer, se tem alguma consequência, eu não sei te explicar exatamente isso...

Leitão (2007a) também ressalta em sua tese como o consumo de moda brasileira em mercados estrangeiros, no seu caso a França, está permeado pelas representações e estereótipos que constroem um imaginário sobre o Brasil. A exuberância que se traduz no exagero estético e que está relacionada às belezas naturais do país, bem como a alegria e a sensualidade, são elementos que alimentam as noções construídas sobre o Brasil e são

associados à moda brasileira também por seus produtores. Questões que, assim como no caso das telenovelas, apontam para as formas como os brasileiros são vistos no exterior e a quais características estão relacionados. A autora também lembra que “o consumo de produtos brasileiros de moda, por parte dos consumidores franceses (...), revela-se no desejo de imaginar o *outro* e de conhecê-lo. Consumir o exótico significa ter acesso a ele, não apenas enquanto objeto, mas enquanto experiência” (LEITÃO, 2007b: 213). Por vezes perguntei aos meus interlocutores sobre os elementos que fariam da telenovela brasileira um produto tão consumido em seus países. As respostas por vezes conduzem a questões relativas a um desejo de conhecer o outro, de experimentar o diferente. Maíra responde da seguinte maneira:

a beleza, (...) estereótipo sexual, bundão... o problema é que a gente vê bonito é o que tá no outro, (...) a gente fica muito olhando para o outro, a gente fica olhando muito pro que não é nosso e a gente fica achando bonito, é que nem eu falei do negócio do cabelo, do cabelo liso, você vai ver nesses lugares, você vê um pessoal a maior parte quando vai pras festas, eles alisam o cabelo, a maior parte do pessoal faz progressiva, passa química no cabelo pra ficar liso, e fica tipo uma bostinha, porque o cabelo não tá preparado pra isso, não é assim, e o cabelo começa a se estragar, a estragar muito, e o cabelo vicia nisso, aí a pessoa praticamente não tem um cabelo próprio, porque nem é cacheado nem é liso e na verdade tem ficar gastando um dinheiro que não tem pra ficar com o cabelo liso porque é bonito.

A fala de Maíra parece nos levar em direção ao fato de que as telenovelas brasileiras ditam tendências que geralmente recaem sobre uma valorização de um padrão de beleza global dentro do qual um dos atributos é o cabelo liso. Tais tendências legitimam um padrão de beleza que não corresponde aos estereótipos locais, mas valoriza o que vem de fora, o que é diferente daquilo que é comum na experiência local, e esse diferente, a beleza do outro convertida em padrão universal, passa a ser objeto de desejo. Sua fala parece reforçar o fato de que a beleza mostrada nas telenovelas brasileiras, sobretudo a beleza feminina, constitui o atrativo para o público que deseja estar em contato com tais imagens e acompanhar as tendências nelas veiculadas. Talvez seja uma forma de participar nesses padrões globais atrelados à ideia de modernidade e de atualidade, de inserir-se num contexto que extrapole os limites locais. Sobretudo, de inserir-se num mercado de consumo a nível transnacional, podendo, através televisão, manter contato com outros estilos de vida e padrões de consumo e, em alguma medida, incorporá-los em seus contextos.

Pensando nas razões pelas quais as telenovelas brasileiras são tão consumidas em países africanos, considero válido levantar a questão de que muitas vezes é a própria diferença, o desconhecido, o estranho, que constitui objeto de desejo e de consumo, tornando

o contato com um *outro*, uma porta para novas experiências. Nessa perspectiva, podemos situar o argumento de Buonanno (2004) sobre as *narrativas de viagem*⁵⁶. A autora acredita que as narrativas televisivas atuam na forma de narrativas de viagem pelo fato de se converterem em canais que possibilitam o acesso a repertórios de vida e mundos imaginados possíveis. Na leitura de Weiss (2002) observamos que considerar a imaginação como prática social torna-se também uma via de consumo de produtos de massa e de elaboração de realidades locais a partir desse consumo. De acordo com o autor, a conectividade global que opera significativamente através dos *mass media* permite uma compreensão imaginativa de regiões dispersas, coisas e pessoas, como parte de um lugar comum.

Lopes (2004: 130) também coloca a internacionalização das narrativas ficcionais como cenário favorável à interculturalidade, destacando que nesse processo “a perspectiva é a do cenário transnacional, da viagem, da migração dessas narrativas, da presença do outro, situação em que se constitui a interculturalidade”. Desse modo, acessar o Brasil pelas imagens das novelas é conhecer como outras pessoas vivem e ter a possibilidade de se identificar ou não. Assim, as distâncias e diferenças também podem despertar o interesse por consumir outra cultura narrada em textos ficcionais com elementos da realidade concreta pelo fato que, de algum modo, eles oferecem acréscimos de significado à cultura local. O que podemos observar no relato de Pedro:

Eu acho que isso aí, essa diferença aí que incentiva muitas das vezes as pessoas a gostarem de novela, eu creio que é isso daí, porque você quer ver uma coisa diferente sabe, quer ver uma coisa diferente, quer ver uma cultura diferente. Porque é bem uma coisa assim, uma coisa quase que espontânea, é tipo uma coisa própria do ser humano, porque o ser humano não consegue tá num sítio assim como se fosse sem evoluir sabe, quer sempre buscar conhecimento, quer sempre buscar algo diferente, que a gente aprende com isso né... Se só fosse eu vendo o que eu já sei é como se não tivesse exatamente assim graça né (...). Eu acho que talvez seja por isso que a novela não perde audiência, acho que é por isso que o pessoal continua assistindo e tal, não sei quê, porque é sempre em busca de algo novo sabe, e acho que o Brasil é craque em fazer novela, eu acho mesmo que é uma das coisas que eles fazem tão bem, que eles sempre conseguem dar esse toque sabe, esse toque novo, essa evolução. (...) É porque eu acho assim, que a novela acompanha a moda, acompanha o evoluir do tempo sabe, o que não tinha em 2000 tem agora em 2012, então eles botam isso na novela sabe, por isso conseguem sempre dar um toque na novela que vira moda.

⁵⁶ A autora utiliza o termo “para designar os programas de ficção que envolvem a importação-exportação de material televisivo; eles são duplamente ligados ao motivo da viagem porque ‘expatriam’ dos lugares de origem e se encontram nos lugares de destino, onde são conhecidos por assuntos dos quais podem ser percebidos como uma experiência imaginária desterritorializada – a experiência cultural específica do mundo midiático” (BUONANNO, 2004: 338).

Tais argumentos demonstram que a telenovela brasileira guarda suas diferenças com relação às demais produções do gênero, construindo um estilo próprio que tem operado sua renovação justamente através do diálogo cada vez mais próximo com a realidade social e o cotidiano dos seus consumidores (Hamburger, Motter, Gomes). Esse aspecto levantado por Pedro nos remete às considerações de Motter (2000-2001) e Hamburger (2005) sobre o potencial das telenovelas brasileiras de representar a sociedade num dado momento, produzindo, inclusive, uma certa continuidade dentro de suas produções, ao longo do tempo, ao narrar as mudanças sociais. “Nesse sentido a telenovela demarca no horizonte social de sua época, ou de seu momento, os temas que pontuam as preocupações e os valores dominantes naquele período” (MOTTER, 2000-2001: 80). O que por sua vez demonstra sua vocação para estimular o desejo de participação, que “tem a ver com o aparato técnico formal do meio eletrônico, com as convenções formais e mensagens incorporadas nos textos e com as maneiras pelas quais esse meio capta e expressa eventos e debates da conjuntura em momentos particulares no tempo e no espaço” (HAMBURGER, 2005: 167).

Tal perspectiva nos conduz às reflexões de Lopes (2002:10), que ressaltam a capacidade da telenovela de “mimetizar e constantemente renovar as imagens do cotidiano de um Brasil que se *moderniza*”. Para a autora a narrativa ficcional televisiva configura-se como uma *narrativa popular sobre a nação* (LOPES, 2004: 121). Entretanto, é preciso destacar que a autora se refere a uma dimensão simbólica da ideia de nação, que deve ser entendida não em termos de seu território, mas “como um *repertório* de recursos identitários” (LOPES, 2004: 132). Em outras palavras, a ficção televisiva constitui um gênero por meio do qual a identidade nacional é representada (Idem). Hamburger (2005) também tem se dedicado a discutir a participação da telenovela na construção de significados no Brasil contemporâneo e ressalta a necessidade de se investigar esse panorama e as mudanças que se operam através dessa participação.

Nesse sentido, entendemos que as narrativas ficcionais podem oferecer sínteses sobre a identidade de uma nação, que por sua vez são arbitrárias e incapazes de integrar toda a população nas representações que constrói. Apesar dessas limitações e arbitrariedades, tais sínteses, acompanhadas de outros produtos culturais de massa, parecem contribuir para a construção de percepções sobre a cultura brasileira no cenário internacional, a despeito de

seus possíveis distanciamentos da realidade. Como podemos observar no seguinte depoimento:

porque a imagem do povo (...), às vezes tem aquele lá dentro da realidade, mas é principalmente aquilo que você exporta. (...) É como eu falei, o que tá lá dentro as pessoas só conseguem saber que é isso, se é verdade ou não, se tiver, entendeu, (...) mas se você passa outra imagem que seja igual ou não ou parecida, é essa a imagem que eles vão ver. Então, por exemplo, o carnaval é transmitido muito não é verdade, eles ficam sabendo do carnaval, podem nunca ter vindo aqui, mas eles ouviram, viram um vídeo e tal. Agora você vai e tal, coloca Brasil (em buscas na internet), o quê que começa a aparecer, por exemplo, mulheres peladas, não é verdade. Você pode às vezes colocar Brasil, um monte de mulher bonita e tal, biquíni e tal né, ah, aí é essa a imagem que vai passar lá fora. Aí você coloca também, vai aparecer funk, então não tem como, é o que tá exposto lá fora.

Essa imagem do Brasil, de que fala Maíra, parece ser exportada juntamente com outros produtos culturais de massa que alcançam os mercados internacionais, bem como por meio da mídia e da internet. E a figura do Brasil parece ganhar popularidade na medida em que esses produtos também se tornam populares, como os estilos musicais, festas como o carnaval, as telenovelas, a moda, e demais elementos a eles relacionados como a mulher brasileira e as belezas naturais. Essa discussão nos coloca novamente diante da questão de se seriam esses produtos a conferir visibilidade ao Brasil no cenário internacional ou, ao contrário, seriam os aspectos da realidade brasileira neles presentes, e que lhes conferem sua especificidade, que fariam esses produtos serem tão consumidos. Podemos, diante desse cenário, reformular as dúvidas de Beatriz apresentadas anteriormente da seguinte forma: é a novela que vende o Brasil ou o Brasil que vende a novela?

Embora seja um questionamento interessante, o intuito aqui não é o de oferecer respostas a um processo tão complexo e que vem se reiterando ao longo do tempo, mas poderíamos supor que as duas assertivas sejam verdadeiras, se consideramos que a ficção televisiva brasileira e a realidade social do nosso país mantêm um intenso diálogo desde a década de 70. Ortiz (1995) aponta para como a noção de nacional foi se modificando com a consolidação de um mercado de bens culturais. Segundo o autor,

a indústria cultural adquire, portanto, a possibilidade de equacionar uma identidade nacional, mas reinterpretando-a em termos mercadológicos. (...) Nesse sentido se pode afirmar que o nacional se identifica ao mercado; à correspondência que se fazia anteriormente, cultura nacional-popular, substitui-se uma outra, cultura mercado-consumo (ORTIZ, 1995: 164-165).

Em outras palavras, a identidade nacional que se produz por meio da construção dessa *comunidade imaginada* (ANDERSON, 1983) se posiciona num contexto internacional por meio do mercado de bens culturais. E os elementos que compõem essa identidade são mobilizados na produção e comercialização de produtos brasileiros pela própria indústria nacional, como demonstra Leitão (2007a). Há que se considerar também que esse mercado de bens culturais, no caso da telenovela, pode ainda impulsionar o consumo de outros produtos brasileiros como veremos adiante.

4.2- *Porque a imagem do povo é principalmente aquilo que você exporta: estereótipos, discursos e representações exportados pelas telenovelas.*

Nesta seção apresento um conjunto de representações e estereótipos, presentes nas telenovelas brasileiras, aos quais esses consumidores fazem alusão e que os levam a construir uma imagem do Brasil. As reflexões aqui apresentadas se constroem pelas informações oferecidas por esses interlocutores sobre como se dá a construção dessas percepções em seus países de origem. Dentre esses estereótipos e representações que permitem o contato com a cultura brasileira e com os modos de vida de seu povo, destacamos a imagem que é feita da mulher brasileira e os estereótipos de beleza presentes nas telenovelas. Segundo Távola (1996: 23-24) o *recurso* na comunicação refere-se ao “uso concomitante de vários expedientes destinados a reforçar ou enfatizar alguma ideia, fato ou sentimento...”, e dentre esses expedientes está o estereótipo, como uma das formas principais pela qual o recurso se manifesta, sobretudo, na telenovela. O uso do estereótipo “amplia a comunicação e facilita a decodificação que toma por base, na mídia, a simplicidade, a síntese, a simplificação e a massificação” (TÁVOLA, 1996: 26-27). Leitão (2007a) também destaca que, no consumo da “exótica e exotizada moda brasileira”, a definição contrastante do que é o *outro* se estabelece pelo uso de estereótipos culturais e nacionais.

Ora, é senso comum que o Brasil é conhecido por sua tropicalidade, por ser detentor de uma grande biodiversidade natural, e pela erotização dos corpos que se evidencia principalmente na sua festividade mais conhecida, o carnaval. A mulher brasileira figura nesse cenário como um elemento central de personificação da beleza do povo brasileiro e de sua sensualidade, chegando muitas vezes a passar uma imagem de vulgaridade, ou uma

imagem de liberdade e informalidade, de que aqui tudo é permitido. Em seu trabalho, Leitão (2007a) aponta para a recorrência de todos esses estereótipos na produção e comercialização da moda brasileira no cenário internacional e destaca “a dimensão corporal como importante face da identidade nacional brasileira, presente inclusive em nosso pensamento social” (LEITÃO, 2007a: 198). Inúmeras vezes eu levei essas questões para meus interlocutores no intuito de saber se as telenovelas brasileiras, na concepção deles e de outras pessoas em seus países, reforçam esse tipo de estereótipo.

Quando comentei sobre esse assunto pela primeira vez, foi numa conversa com Joaquim, e antes mesmo que eu esboçasse a questão, ele deixou claro que na maioria das vezes a televisão de modo geral “vende bunda”, ou seja, vendem os corpos esbeltos a desfilarem nas famosas praias brasileiras. Paralelamente à telenovela há inúmeros programas de auditório que realizam uma grande exposição de corpos femininos, principalmente, mas também masculinos. Assim, como a fala de Pedro já nos trouxe alguns desses elementos na seção anterior, Joaquim também afirma que por vezes os homens em seu país, e mesmo de outros países que ele já pôde observar, possuem uma imagem de que as mulheres brasileiras são “fáceis”, de fácil acesso. São mulheres conhecidas por tomarem a iniciativa, diferente das mulheres africanas (uso o termo “africanas” porque foi essa a referência feita pelo entrevistado) que, segundo ele, seriam mais orgulhosas. Joaquim comenta, inclusive, que já viu homens que, orientados por essa percepção, se aproximam da mulher brasileira de forma mais agressiva, digamos, e acabam sendo rejeitados. Outros, ainda receosos, ficam surpresos ao receber um bilhete de uma desconhecida num bar, como foi o caso dele, ou uma “cantada” já que não estão acostumados com mulheres tomando a iniciativa no ato da conquista.

Na condição de mulher, colocar essa questão para os rapazes e conseguir receber respostas genuinamente sinceras não era tão simples e, por vezes, eu me esquecia de que eu era uma mulher brasileira também, ali naquela conversa. O próprio Pedro me chamou atenção para esse “detalhe” em uma de nossas conversas sobre o assunto. Quando coloco essa questão para ele, pergunto se ele acredita que os homens em Angola têm essa impressão da mulher brasileira.

Ya, pra os homens lá em Angola dá essa impressão. Normalmente o homem, se você conversar com um homem africano, não sei, porque você é menina, e porque você é menina talvez não vá querer dizer, mas normalmente quando eu converso com algum homem... a mulher brasileira é bem diferente da mulher africana, acho que a mulher africana é mais orgulhosa e tal, mais acanhada, não toma iniciativa, é muito raro, dificilmente toma iniciativa,

e a mulher brasileira, acho, não sei né, eu não sei, mas o que dizem é que é assim mais à vontade e tal, não sei quê, já toma mais iniciativa, então é o que eu vejo também né... Bom, então, eu também acho que a novela passa uma imagem pros homens nessa parte né, que as mulheres brasileiras, assim, são... são... são assim menos... são menos difíceis que as mulheres africanas são. (...) Talvez o que a gente pensa da mulher brasileira não é uma coisa assim tão grave comparado a uma outra cultura, mas como lá as meninas são tão fechadas então a gente vê que assim, que é uma coisa assim de outro mundo, “cara! como é que ela tá dando em cima dele”, porque a gente não tá habituado a ver aquilo, só por isso, eu acho que é só por isso. Mas se for de um povo que assim, por exemplo, que também é assim no país dele, ele acha que é extremamente normal, sabe.

Segundo Pedro, a novela passa uma imagem de que as mulheres brasileiras não seriam tão “difíceis”, ou tão orgulhosas, quanto as africanas. Mas percebo que a situação se torna um tanto constrangedora para ele que, em meio há algumas reticências, tenta no final de sua fala buscar de algum modo relativizar aquela questão para não parecer que se trata de fato de uma “má fama” da mulher brasileira. Ainda assim, sua relativização traz uma questão importante, pois parece demonstrar que quanto menos familiar for esse comportamento para determinado contexto cultural, mais ele chamará atenção no sentido não apenas de causar surpresa, mas de se tornar um ponto de comparação entre as duas culturas. Ou ainda, como coloca Leitão (2007a), esses estereótipos podem ser acionados na medida em que constituam uma inversão da autoimagem de um *nós* frente a um *outro* imaginado. Para além do comportamento talvez mais liberal, eles concordam que a beleza de fato é um atributo de destaque da mulher brasileira, e acreditam que aqui há realmente muitas mulheres bonitas e disponíveis nos mais variados espaços.

Com as mulheres o assunto já não era envolvido por tantos constrangimentos, pelo contrário, a conversa fluía com facilidade pelo fato de se relacionar não apenas a questão do comportamento, mas também dos investimentos em beleza que uma parcela da população feminina pode fazer em detrimento de uma grande maioria que se distancia dos estereótipos da televisão. Sobre a mulher brasileira ser vista como “fácil” ou vulgar, Janete comenta:

Isso é verdade, todo mundo pensa assim. O que passa na novela, aquilo é uma novela que tipo está a nos ensinar, mas aquilo na realidade não é. Mulher brasileira é bonita e tal (...), mas o comportamento que eles já mostram das mulheres na novela não é quando você chega aqui, entendeu, eu acho que são bem comportadas, não é aquilo que falam na novela. A beleza é, mas aquilo do comportamento, de ser fácil, assim, não. Não é aquilo que falam na novela, mas já na novela você assiste outra coisa. A gente quando passa a novela, a gente pensa que é aquilo ali, mas quando você chega aqui a coisa às vezes é outra, a beleza é, mas aquela coisa de mulheres saradas, acho que eles fazem uma seleção pra novela, não sei.

Na concepção de Janete, a imagem da mulher na telenovela brasileira leva todo mundo a pensar assim, contudo, ela diz ter observado que as mulheres aqui não se comportam da mesma forma que a novela retrata. De modo que a beleza que é propagada como atributo da mulher brasileira seria um aspecto real e verificado por ela em seu cotidiano no Brasil, enquanto a sua classificação como “fácil” ou vulgar estaria restrita às representações das novelas. Entretanto, mesmo em relação à beleza ela também parece nos apontar para o fato de que a beleza da mulher brasileira encontrada no cotidiano não seria a mesma das mulheres da novela, “mulheres saradas”. Tais características estão diretamente relacionadas à esfera da moda e do comportamento das brasileiras em termos de vestuário. Nesse sentido, Leitão também destaca que um “aspecto determinante na transformação da moda nacional em ‘moda brasileira’ é a referência a um corpo brasileiro, a uma sensualidade típica e, em alguma medida, ao desnudamento do corpo” (LEITÃO, 2007a: 198).

Levando essas reiteradas informações sobre a concepção das mulheres brasileiras e os estereótipos que aparecem nas telenovelas para Lucia, ela também confirma o reforço dessas imagens pela ficção televisiva.

Mas essa é a imagem que passa mesmo, infelizmente é assim. Porque, como é que eu posso explicar, o nu no Brasil é uma coisa natural, pra nós não. Assim, a mulher brasileira aparece normal assim, uma mulher que se cuida, se gosta, e tem uma imagem da mulher brasileira que vocês vendem lá fora de que a mulher brasileira é a melhor, toda boa, é a toda bonita de corpo, tem a praia, o tipo de biquíni. Não é todo mundo que tem essa coragem e essa capacidade de vestir-se, e assumir-se e aparecer desse jeito, então essa imagem que vocês mostram dá muito o ar de vulgaridade e todo homem sempre fica achando que a mulher brasileira é fácil, é só chegar lá e que é todo mundo assim. É engraçado que todo mundo que chega aqui, “ah, eu não estou a encontrar esses... como é que chama, esses bombadinhos, não estou a encontrar esses moços todos musculosos, todo, a barriga sarada, todos saradões, e tudo mais”. O problema é que vocês vendem que é o homem perfeito, a imagem desse homem, e a gente chega e acha que tem por aí...

A fala de Lucia é emblemática por trazer para a cena a figura masculina, demonstrando que há uma visibilidade e uma erotização dos corpos em geral, inclusive dos homens. A questão do desnudamento do corpo, destacada acima por Leitão, é bastante evidenciada em sua fala apontando também para a constatação de que a centralidade dada à aparência e à nudez na televisão constrói uma imagem da mulher brasileira marcada pelo corpo perfeito, ousadia em vestir roupas que o valorizem e vulgaridade. Porém, da mesma forma que elas se tornam objetos de desejo, os homens que vêm exibindo cada vez mais seus abdomens e bíceps na televisão também passam a ser alvo da erotização dos corpos.

Contudo, parece haver uma certa decepção quando se percebe que na realidade os corpos perfeitos são para poucos, que eles não são encontrados por aí. Nesse sentido, as telenovelas brasileiras também têm contribuído cada vez mais para a construção de um imaginário em torno do “homem perfeito”, com físico perfeito, que as mulheres também esperam encontrar ao chegarem aqui. Tenho observado que cada vez mais os corpos masculinos estão ganhando espaço na imprensa especializada, nas telenovelas e mesmo em outros programas na própria Rede Globo, que tem veiculado matérias sobre galãs das novelas com um foco mais centrado em seus corpos, na exibição dos músculos e no que se chama de boa forma física⁵⁷. A visibilidade conferida ao corpo do homem nas novelas fica evidente nas inúmeras cenas de personagens masculinos sem camisa ou usando camisas regatas que deixem o bíceps à mostra.

Retomando o estereótipo feminino relacionado à forma física, Lucia ainda completa:

Então, o que eu estou a querer dizer é que, como é televisão tu vais encontrar quase toda mulher da televisão, pelo menos daquela novela, toda boazuda, trabalhada, então fica-se com a imagem de que toda mulher brasileira é assim. É bonitona, é boazuda, então eu cheguei aqui e “ah, não”. Mas a gente faz comentários do tipo, “é baixinha, tem barriga, é toda descomposta”, lógico o povo é normal! (...) Cadê o peitão, cadê o silicone, cadê tudo isso... então a gente fica com essa imagem e principalmente os rapazes que quando vêm pra aqui acham que vão encontrar mulher boa...

Simone diz que, por outro lado, ninguém sabe disso fora do Brasil, e só quando chegam aqui é que percebem como é diferente. Ela e Lucia comentam o estranhamento de ver aqui no Brasil, senhoras, mulheres mais velhas e casadas, usando short em locais públicos como shoppings centers, por exemplo, o que não seria algo normal ou natural para os moçambicanos, como é aqui. Apesar de considerarem que as mulheres em Brasília “tapam-se mais”, Lucia afirma: “pra nós é muito esquisito (risos)”. Simone reitera dizendo que uma mulher mais velha pode até usar um short em casa, mas na rua já deve usar uma coisa mais composta. Observamos que o modo de se vestir, e a exposição ou não de certas partes do corpo são fundamentais para a construção dessa imagem de vulgaridade e de erotização do corpo feminino, com também das concepções de compostura e recato. Demonstrando ainda a identificação do *outro* por meio de uma inversão da imagem que fazem de si mesmos, como apontou Leitão.

⁵⁷ Ver: TV GLOBO. *Mais Você*. Disponível em: <http://globotv.globo.com/rede-globo/mais-voce/v/povo-fala-o-que-as-mulheres-acham-dos-tanquinhos-dos-atores-globais/2055441/>. Acesso em: 26/02/13.

Elas trazem exemplos não apenas referentes às novelas, mas também de diversos programas brasileiros que fazem grande exposição do corpo feminino. Dentre eles o programa *O Melhor do Brasil* da Rede Record, o *Caldeirão do Huck* da Rede Globo, e o programa *Pânico na TV* exibido na Rede Bandeirantes. Elas comentam que os corpos femininos exibidos nesses programas são modelados por diversas intervenções cirúrgicas e por um ritmo intenso de academia, e mesmo assim são vendidos como algo natural das brasileiras. Tal percepção as leva a comparar essa aparência com a beleza das mulheres africanas que já possuem um “corpo trabalhado” naturalmente. E chegam, pois, à conclusão de que se as africanas já possuem certos atributos físicos naturalmente, imagine como seus corpos seriam se lhes fossem dedicados todos os cuidados e tratamentos que são dispensados aos corpos das mulheres brasileiras mostradas nas novelas.

Passamos, então, a discutir como a lógica das intervenções nos corpos tem se tornado cada vez mais comum, como diz a Simone, “é um puxa, estica, aumenta, diminui, clareia...”. Ela cita várias mulheres famosas que mudaram muito suas aparências, como a cantora Beyoncé, ressaltando o clareamento dos cabelos, da pele e as cirurgias plásticas. Comentamos ainda, em referência ao Brasil, como atrizes como *Camila Pitanga* e *Thaís Araújo* têm aparentado estarem com a pele cada vez mais clara. Em seu trabalho, Barbosa (2008) também destaca as duas atrizes como exemplos de branqueamento na mídia por estarem cada vez mais se afastando de suas características físicas de origem e aproximando-se de um padrão de beleza de mulheres consideradas brancas. Lucia acredita que isso decorre muito da falta de identidade pessoal, e Simone ressalta que a tendência é chegar a “ser white”, a ser confundido com um “white”, sugerindo ser essa a idealização que permeia o mundo da fama e da televisão. Ela acredita que essas mulheres, como diversas pessoas negras que ganharam destaque no cenário mundial, não precisariam se submeter a esses procedimentos – mudanças na aparência para adquirir características físicas de brancos – mas de fato o fazem.

No entanto, elas ressaltam que algumas dessas mulheres por mais que clareiem a pele e os cabelos, e também alisem estes últimos, que modifiquem suas feições por meio de intervenções cirúrgicas, continuam a apresentar os traços de negras. Como afirma Lucia: “mas há umas feições de negro mesmo, de africano, que não adianta, você olha e tu dizes, ‘isto aqui é negro’, pode ser branco até onde, mas tu vê na feição e tu dizes não...”. Na concepção de Barbosa (2008), ao estabelecer um padrão de beleza que se aproxima muito mais do europeu, a televisão promove uma participação mais significativa do branco na mídia. E podemos

considerar que essa pode ser uma razão decisiva para que os negros precisem se adequar a esse padrão para conseguirem se inserir nesse meio.

Esse contexto abordado por Lucia e Simone, sem que eu tivesse mencionado o estereótipo por esta via, nos conduz à questão da presença do negro na televisão e, sobretudo, na telenovela. Segundo Barbosa (2008: 29) “na ficção é comum o negro aparecer de forma estereotipada. (...) São os estereótipos, arraigados na cultura brasileira, construídos ainda na época da colonização, marcados pela relação de poder que favorecia o colonizador em detrimento do colonizado”. Por vezes levei essa questão para meus interlocutores que quase sempre não a respondiam de maneira muito direta. Eu perguntava se eles não chegavam a achar que a maioria da população brasileira era branca, tendo em vista que o estereótipo do branco predomina nas telenovelas. A maioria deles dizia não ter construído esse tipo de percepção pelo fato de que tinham conhecimento da história do Brasil e da existência da escravidão num dado período. Outros diziam ter conhecimento, por outras vias, como o noticiário, de que o Brasil é um dos países com maior população negra do mundo e também que há muitos brasileiros que vivem na pobreza. E outros ainda declararam não ter refletido sobre essa questão, ou ressaltam o fato de que também há atores e atrizes negros interpretando papéis principais nas telenovelas brasileiras.

A questão entrou no meu repertório de perguntas principalmente em virtude das declarações da escritora moçambicana Paulina Chiziane durante uma palestra na 1ª Bienal do Livro e da Leitura de Brasília. Nela a autora diz:

Para nós, moçambicanos, a imagem do Brasil é a de um país branco ou, no máximo, mestiço. O único negro brasileiro bem-sucedido que reconhecemos como tal é o Pelé. Nas telenovelas, que são as responsáveis por definir a imagem que temos do Brasil, só vemos negros como carregadores ou como empregados domésticos. No topo (da representação social) estão os brancos. Esta é a imagem que o Brasil está vendendo ao mundo. De tanto ver nas novelas o branco mandando e o negro varrendo e carregando, o moçambicano passa a ver tal situação como aparentemente normal.⁵⁸

Quando me reportava à fala da escritora nos diálogos com meus interlocutores, geralmente eles não se posicionavam com relação ao argumento dela e apenas expressavam que, vivendo no Brasil, percebiam que no país não havia apenas brancos, mas um grande número de negros. Porém, houve um estudante de Camarões que me procurou justamente para

⁵⁸ Disponível em: <http://agenciabrasil.etc.com.br/noticia/2012-04-17/novelas-brasileiras-passam-imagem-de-pais-branco-critica-escritora-mocambicana>. Acesso em: 27/02/13.

discutir essa questão. Alexandre me passou seu contato em uma reunião da União dos Estudantes Africanos de Brasília (UEAB), ao fazer contato com ele logo marcamos uma conversa. Já de início, ele deixou claro que não era um telespectador de novelas, e que não gostava muito do gênero, diante disso eu fiquei sem entender sobre o que necessariamente ele gostaria de falar. Ele, então, me diz que achava importante se manifestar sobre algumas questões já que em seu país – no qual não se fala português e que não possui transmissão de canais brasileiros –, apesar de a população ter mais acesso à programação francesa, havia um grande público para as poucas novelas brasileiras exibidas na televisão local. E a questão com a qual ele queria contribuir para a pesquisa era justamente a presença do negro nas telenovelas brasileiras e a questão racial no Brasil de modo geral.

Alexandre comenta que uma das razões pelas quais a telenovela brasileira oferece uma imagem parcial da realidade é a ambientação de suas histórias no Rio de Janeiro, e a outra seria o pequeno número de negros nessas histórias.

Outro fato que a novela também vem passando pra gente é que o Brasil é um país de branco. (...) Mas aquela imagem e tal, você acaba pensando que então afinal se você for para o Brasil você vai encontrar só o fenótipo branco, o que é muito longe de ser a verdade. Eu mesmo me lembro que quando cheguei aqui, ainda estava lá em Goiânia e tal, aí vim pra escola e eu era praticamente o único lá, e eu acredito que porque eu era estrangeiro. Mas aí, foi bem mais tarde que eu fui cair a ficha que, bom, afinal o estado de Goiás tem 52% da população afrodescendente e tudo mais, mas você não encontrava em alguns espaços né e a novela brasileira vem reproduzindo muito isso. Se você for assistir só novela brasileira você tá completamente fora da realidade brasileira.

Diferente dos outros estudantes, Alexandre ressalta que assim que chegou ao Brasil notou a ausência de negros em certos espaços, e constata que a novela brasileira também vem reproduzindo essa situação. Ele considera que, como em seu país o principal contato com a cultura brasileira se dá através das novelas, a imagem que se faz do Brasil acaba não correspondendo à realidade na medida em que é alimentada, sobretudo por essa via. Barbosa (2008: 44) também destaca que “a imagem que perpassa os meios nem sempre é a que reflete a realidade brasileira, a ausência de negros na teledramaturgia propaga a ideia de um Brasil com a maioria esmagadoramente branca”. Segundo Alexandre, para quebrar esse tipo de paradigma, ao invés de sempre apresentarem negros em posições subalternas, em cargos e profissões sem prestígio, as novelas poderiam estimular a população negra mostrando exatamente o oposto disso.

Então poderia ter assim uma forma de... novela é ficção, ficção você projeta, você mostra um ideal, então, o ideal então seria justamente quebrar com esse, digamos assim, esse parâmetro de sociedade e mostrar que tá, vamos colocar assim um, dois, três negros donos de empresa, que tem, e muitas vezes a gente pensa até que não tem porque não são apresentados, mas deve ter uma parte também significativa, menor com certeza, mas que já significa alguma coisa.

Alexandre tenta argumentar que sendo a novela uma representação da realidade, seus produtores podem justificar a ausência de negros em altas posições sociais com o argumento de que na vida real ainda há uma minoria de negros ocupando posições de destaque, logo, a novela estaria representando o que acontece na sociedade brasileira. No entanto, ele ressalta que sendo a novela também uma ficção, ela teria a licença para retratar situações como modelos ideais a serem seguidos a fim de romper com uma lógica de que apenas o branco pode ascender. Ele acredita que esse tipo de representação poderia ser um estímulo para a população negra já que as pessoas se espelham muito nas novelas. Para Alexandre, as novelas brasileiras poderiam tomar um exemplo de um negro bem sucedido e apresentar em sua história, mas sem que ele seja corrupto – como foi o caso da personagem *Romildo Rossi*, um político corrupto interpretado por *Milton Gonçalves* em *A Favorita*, citado pelo entrevistado. Pois, afinal, na realidade é possível encontrar uma parte significativa de negros bem sucedidos, tendo em vista a sua representatividade dentro da população brasileira, ainda que seja inferior à parcela de brancos que ocupam altas posições sociais⁵⁹.

Em minha primeira conversa com Pedro, quando expus essa questão ele disse que nunca tinha refletido muito profundamente sobre o assunto e, portanto, não possuía uma opinião formada. Mas, posteriormente, em outra conversa, sem que eu tocasse no assunto ele adentra a questão da seguinte forma:

uma das coisas que eu sempre vejo nas novelas, sempre empregado é negro, sabe, empregado é negro, será que ele (o autor) tá a dizer que o negro nasceu pra ser empregado, uma coisa assim parecida... porque será que negro nunca tá no papel principal? Aí a gente se pergunta assim o quê que ele tá querendo dizer, mas aí depois a gente vê uma história que por vezes é inspirada em coisas reais, e aí é normalmente o que acontece sabe, porque se ele fugir muito do que é a realidade as pessoas não vão se identificar com aquilo e não vai ficar bom. (...) Assim, normalmente, a verdade é que negro aqui, os negros aqui, não tão numa posição tão

⁵⁹ Barbosa (2008) afirma que entre os estudantes brasileiros por ela entrevistados levantou-se a questão de por que os autores precisam escrever um papel específico para uma personagem negra quando há atores negros no elenco, e que muitas vezes esse papel possui alguma característica que aproxime o ator ou atriz do padrão de beleza da pessoa branca. A autora pontua que os estudantes angolanos, por sua vez, destacaram a desigualdade na representação de negros e brancos na televisão brasileira.

alta, esse autor pensa como eu, que ele não quer fazer uma adaptação científica exatamente, quer fazer uma adaptação da realidade.

No decorrer de sua fala, Pedro também destaca que em algumas novelas as personagens negras são colocadas em condições inferiores em função do contexto, como no caso das narrativas que retratam a escravatura, demonstrando que o autor está preservando uma coerência entre ficção e realidade. Porém, a subalternidade apontada por ele não se faz presente apenas em novelas que retratam períodos de escravidão, ou contextos semelhantes, segundo Lima⁶⁰ (2000-2001: 92) “a relação de fidelidade/subserviência entre patrões brancos e empregados negros, herdada da sociedade patriarcal, se reproduz nas tramas atuais e urbanas...”. Mas, diferente do posicionamento de Alexandre, Pedro acredita que se os autores das novelas colocam personagens negras como empregadas, na verdade eles têm por objetivo retratar uma discriminação que acontece na vida real, de modo que se o autor apresentasse algo muito distante disso não convenceria o público. E completa:

se sempre mostrar o que não é verdade, a televisão tem um poder enorme, as pessoas vão pensar que é isso que acontece, que o negro aqui em Brasil já tá bem, quando na verdade não tá (...). Acho que isso não incita a mudança das pessoas, que o pessoal de Angola por exemplo vai ver que “bom, negros em Brasil vivem bem”, ele pensa por exemplo que a novela é uma adaptação da realidade e vai pensar “ora, afinal, negros em Brasil vivem bem, negro vive bem sempre”, não sei quê, e não é verdade sabe, é mentira.

Nesse sentido, Pedro acredita que o efeito dessa positivação da posição do negro na sociedade brasileira poderia ser exatamente o inverso do que sugere Alexandre, pois faria com que as pessoas talvez acreditassem que a discriminação e a condição de subalternidade dessa população já foram superadas, que no Brasil o negro já vive bem. Para ele se a novela é uma adaptação da realidade, então a forma como tem retratado o negro é condizente, pois o preconceito e a subalternização do negro são o que de fato acontece no cotidiano. Ele ainda acredita que se os autores de novelas colocam os negros nessas posições é muito mais no sentido de denunciar essa condição e tocar a consciência das pessoas.

Para além de toda complexidade envolvida no tema racial, para o qual não se poderia dar o tratamento necessário nesse trabalho, gostaria de ressaltar, a partir dos relatos

⁶⁰ Algo que não foi destacado pelos nossos interlocutores, mas que aparece no trabalho desta autora, é a recorrência nas telenovelas do estereótipo da sensualidade do negro, como também o enfoque em atributos físicos com relação tanto a mulheres quanto a homens. A autora comenta que esse estereótipo pode apresentar um lado positivo que é o da valorização de um padrão de beleza desprezado mas, por outro lado, pode reforçar mitos raciais de que ao negro cabe o bom desempenho no que diz respeito à força física, e não a inteligência.

apresentados, a capacidade dos estereótipos de sintetizarem significados e representarem a realidade. De modo geral, as falas apresentadas nessa seção apontaram para essas duas questões, demonstrando, por último, como a construção dos estereótipos de beleza também está intimamente associada aos estereótipos raciais. Essa questão mais uma vez coloca em evidência a relação entre ficção e realidade, e a capacidade da primeira em retratar esta última. Demonstrando como os estereótipos servem de referentes para se construir noções sobre uma dada realidade e assimilá-la a partir deles, como vimos nas noções acerca da população negra no Brasil e suas condições de vida. Nesse sentido,

os telespectadores reconhecem na tela parte dessa sociedade. Mas esta realidade refletida nas telenovelas é, obviamente, uma construção imaginária. Buscam-se elementos mais ‘pertinentes’ e mais ‘expressivos’ do real para se construir uma realidade que se mostra de maneira ‘natural’, ‘familiar’ e ‘reconhecível’ para seu público. Esse repertório que surge sob a égide da vida privada é, por seu lado, reinterpretado por sua audiência que lhe dá uma feição própria a partir das apropriações que faz de seu enredo e tramas. (ANDRADE, 2003: 23)

Porém, é preciso destacar que a experimentação dessa realidade, que é construída imaginariamente nas telenovelas através de seus estereótipos, oferece elementos para contestação e crítica desses últimos e das imagens e representações que propagam, delineando os limites entre ficção e realidade. Bem como, possibilitando aos consumidores confrontarem os padrões (de estética e moda principalmente) criados para orientar as práticas de consumo, a partir de suas apropriações dos conteúdos televisivos.

4.3- O consumo da telenovela brasileira produzindo outros consumos: os fluxos de produtos brasileiros para países africanos.

Esta seção trará, de forma breve, alguns dados relativos ao papel das novelas em impulsionar o consumo de produtos brasileiros, alimentando assim outros fluxos que de certo modo alimentam a relação entre o Brasil e alguns contextos africanos. Sobre essa questão foi possível observar como a maioria desses africanos residentes no Brasil tornam-se pontos de contato entre a realidade brasileira e a de seus países, como já pudemos notar. Mas, além disso, também se convertem em agentes e mediadores desses fluxos ao levarem não apenas objetos materiais do Brasil, mas também as suas percepções e novos repertórios culturais que os colocam como alguém que tem a experiência de viver aqui.

Observamos que a telenovela brasileira vende certas imagens sobre o Brasil através dos estereótipos que constrói em suas narrativas. Essas imagens algumas vezes estão atreladas a produtos da moda e a estilos musicais, que também são comercializados por meio das telenovelas. Desse modo são vendidos padrões de beleza, como o cabelo liso, o corpo malhado, a estética perfeita, assim como são veiculadas tendências de vestuário, de decoração de residências, e diversos produtos que aparecem dentro dos textos das telenovelas por meio do merchandising. Um dos produtos que já é vendido juntamente com a novela é a sua trilha sonora que, no caso da Rede Globo, é produzida pela gravadora da própria emissora⁶¹. Assim,

compor ‘música de novela’ tornou-se para o artista brasileiro sinônimo de sucesso imediato: um bom negócio, mercado garantido, por força da diária presença na grande vitrina do vídeo. De outro lado, há que ressaltar a isca emocional (empatia), na medida em que as letras sugerem, pedagogicamente, o encaminhamento da personagem, às vezes em curiosas *antecipações*. (CAMPEDELLI, 1985: 50-51)

Os estudantes relatam que as músicas brasileiras fazem muito sucesso em seus países e que aquelas que ficam mais conhecidas são as que compõem as trilhas sonoras das novelas, como afirma Maíra: “a música que mais vai tocar no rádio é a daquele caszinho...”. Ela comenta que a cantora Paula Fernandes ficou conhecida depois de ter uma música como tema de uma novela, apesar de já ter produzido trabalhos antes disso, corroborando a afirmação de Campedelli acima. Desse modo, Maíra conclui que “a novela dita moda de todo tipo, não é só de roupa, mas até mesmo de maneiras de falar, através de gírias que começam a aparecer entre a garotada assim... então novela é uma bomba”. Almeida (2003) destaca que as novelas lançam trilhas sonoras que conseqüentemente promovem a própria novela.

No que diz respeito aos produtos relacionados à beleza, além da tendência para a adoção de escovas e alisamentos, um produto que, segundo os estudantes, tem feito muito sucesso em países africanos é o chamado cabelo brasileiro. Maíra comenta que em Cabo Verde “se você vai sair você faz chapinha, faz escova, em vez de aproveitar o cachinho, tipo eu, aí chega aqui e não, quero meu cachinho mesmo. Então tem essa coisa sim, de padrões de

⁶¹ “A TV Globo ‘descobriu’ que a trilha sonora podia ser um produto mercadológico independente da própria novela. Para comercializá-la, ela criou uma empresa própria, a Som Livre, que em 1971 lançou o primeiro LP da novela *O cafona*. Tal êxito de mercado consagrou toda uma política musical” (ORTIZ; RAMOS, 1991: 146). Segundo os autores, há um departamento de música que trabalha com a produção da trilha sonora da novela. Tal departamento contrata um produtor musical que, a partir da sinopse da narrativa, propõe uma série de temas e ritmos a serem explorados.

beleza, de moda...”. Ela ressalta que em Cabo Verde o que mais ocorre é a adoção de um padrão de beleza que tende para o cabelo liso e que as pessoas acabam adotando muito em função do que é mostrado na televisão. Sobre o cabelo brasileiro Pedro afirma que em Angola

quando sai uma moda sobre alguma coisa, aquela coisa pega sabe, então quando saiu... eu não sei se agora está tão... tão assim o cabelo brasileiro, mas quando saiu era uma loucura... cara, os homens, os namorados estavam sofrendo cara. (...) É os namorados sofriam né, que todo mundo tem que comprar pra namorada dele e era caro (risos), e aí então todas queriam. Era caro, porque é uma coisa que fica tão bonito, tão natural na pessoa e por isso era caro né. E aí os homens tinham que pagar porque as meninas queriam o cabelo brasileiro né.

Simone e Lucia dizem que o cabelo brasileiro está em todo lugar, e de modo geral, o cabelo artificial vindo de diversos países. Porém o brasileiro se destaca pelo fato de que o Brasil tem um amplo mercado em países africanos. O que elas tentam me explicar é que esse tipo de cabelo ficou conhecido pelo nome de “cabelo brasileiro”, apesar de não ser um tipo de cabelo que é produzido exclusivamente aqui ou que seja uma imitação do cabelo das brasileiras. Mas, vindo o produto do Brasil e sendo ele o mais comercializado em Moçambique (também em Angola), terminou por ganhar mais destaque. Elas ressaltam que esse tipo de produto também é fabricado por outros países e comercializado lá. Simone comenta que como em Angola há voos diretos para o Brasil, muitos angolanos vêm para São Paulo para comprar o cabelo brasileiro. Ao comentar com Janete sobre esse assunto, ela diz:

ih... é o que tá a dar... mas na verdade o cabelo não é daqui, eu acho que é da Índia, qualquer pessoa que sabe que você está no Brasil vai pedir o cabelo, e o cabelo aqui é mais caro em relação ao meu país, aqui em Brasília, eu acho que em São Paulo já o preço é bom, mas aqui não, aqui é bem caro.

Pesquisando sobre o assunto pude verificar que o nome do cabelo de fato decorre da compra do produto em mercados brasileiros, sobretudo em São Paulo, mas a origem do cabelo é indiana, como aponta Janete. A Índia aparece como maior exportadora mundial de cabelos e é considerada insuperável no produto como consta na página virtual *Business Opportunities*⁶². Os apliques ou extensões se popularizaram em Moçambique e Angola muito em função das novelas, sobretudo, através da figura da atriz *Thaís Araújo*. Em Angola o produto pode chegar a ser vendido por 800 reais, como aponta reportagem realizada pelo programa Profissão

⁶² Disponível em: <http://brasil.business-opportunities.biz/2006/03/23/brasil-importa-cabelo-da-india-e-exporta-para-africa/>. Acesso em: 04/02/2013.

Repórter da Rede Globo⁶³. Assim como na reportagem, Beatriz afirma que esses apliques realmente se popularizaram através da personagem *Preta* interpretada por *Thaís Araújo* na novela *Da cor do pecado*. Nela a atriz usava um cabelo liso e geralmente amarrado na forma de um longo rabo. Beatriz destaca que essa novela acabou influenciando todo mundo, pois, “por mais que não veja a novela, mas o fato é que quando veres falar das extensões da fulana na novela, tentares ver algum capítulo pra ver as extensões dessa pessoa”.

A moda brasileira de maneira geral, e especificamente os vestuários que compõem os figurinos das personagens das telenovelas, parecem ser os produtos mais consumidos. Esse consumo é favorecido pelo fato de que os produtos brasileiros são bastante comercializados em mercados africanos, através de revendedores e mesmo de marcas que já possuem lojas nesses países. Mas esse consumo é, sem dúvida, alimentado pelas telenovelas que acabam estabelecendo quais produtos serão consumidos num determinado período, quais serão as tendências. Leitão reconhece que “as novelas brasileiras (...) atuam de maneira significativa na difusão das tendências da moda e na divulgação dos produtos” (LEITÃO, 2007a: 325). A autora menciona que essa difusão de modas e divulgação de produtos se dá pela utilização do merchandising que insere a publicidade de produtos no próprio texto e cenas da novela, e também de forma menos direta pelo figurino das personagens que podem se tornar modismos temporários⁶⁴. Almeida (2003), também demonstra em sua pesquisa a promoção do consumo dentro da telenovela, sobretudo através de ações de merchandising, e sua relação com a publicidade. E a autora nota como roupas comercializadas na cidade em que realizou a pesquisa, Montes Claros (MG), se relacionavam diretamente à moda da novela e à televisão de forma mais ampla, configurando um comércio gerado a partir da novela.

Segundo Pedro, em Luanda, a atenção das moças quando estão diante das novelas é focada na observação das roupas, dos acessórios, de cada detalhe do figurino para que possam procurá-los para compra posteriormente.

É uma coisa louca, sério, eu nunca vi, é uma coisa louca, então em qualquer sítio se encontra, então ficam se perguntando “já saiu a roupa x, tipo modelo da Cida, modelo da Penha, já saiu”, “já, não sei quê”, aí todo mundo vai pra loja, compra, e todo mundo tem uma, sabe, é uma coisa assim que influencia muito, a roupa, as pessoas se deixam influenciar muito por

⁶³ Disponível em: <http://imirante.globo.com/namira/noticias/2012/07/31/pagina314814.shtml>; <http://acontece.com/profissao-reporter-mostra-como-vivem-os-estrangeiros-que-buscam-trabalho-no-brasil.html>. Acesso em: 04/02/13.

⁶⁴ A autora destaca em seu trabalho diversas publicações de revistas de moda que conferem destaque a personagens de novelas e disponibilizam moldes de peças inspiradas em seus figurinos.

isso. Nós homens, ao ver as meninas assim, bom, fica legal né, a gente gosta, principalmente quando é moda de roupa curta, é legal, ya, legal né, bom, é isso daí.

Ele descreve o frenesi em torno de uma moda nova, de uma peça que acabam de ver em uma novela, e que todas as moças querem ser a primeira a adquirir. Ele diz acreditar que a novela *Cheias de Charme* tenha feito muito sucesso em Luanda nesse aspecto, em relação à moda, principalmente porque as protagonistas tinham estilos de vestir que se destacavam já que elas faziam o papel de cantoras. Mas Pedro ressalta que geralmente as pessoas que irão consumir moda brasileira em Angola são aquelas que só têm contato com as novelas brasileiras, pois as que já se relacionam com outras culturas, como a norte-americana, irão se identificar e consumir outros estilos de moda.

Quando pergunto a Lucia como é a relação dela com as pessoas em Maputo com as quais tem contato, e se elas geralmente querem saber como é de fato o Brasil, ou algum tipo de informação daqui através dela, ela responde que o principal interesse geralmente é em saber sobre a disponibilidade de algum produto novo no mercado.

A curiosidade que eu sinto que vem de lá, das pessoas de lá pra mim, assim quando eu to aqui, é sobre muitas outras coisas, mas por exemplo, há muita coisa que influencia muito, “ah, há um tal de olho de coco, dizem que é pra emagrecer”, eu digo “mas vocês ouviram aonde”, “ah, na televisão”.

Ela diz que, além das novelas, os demais programas da televisão brasileira colocam muitas pessoas à procura dos produtos que estão fazendo sucesso aqui. E então, quando ela disse não ter ouvido falar em óleo de coco, as amigas logo disseram: “ah, na televisão tem, nós vimos, passou no programa tal e nós vimos”. E, segundo Lucia, elas já querem saber se realmente há o produto disponível no mercado, se é difícil encontrar, e qual o preço para saberem a quantia em dinheiro que terão que lhe enviar para adquirir o tal óleo emagrecedor. Ela comenta que são inúmeras as coisas que as pessoas, sobretudo as mulheres, veem na televisão e desejam que ela tente comprar e levar quando for a Maputo. Lucia destaca que as preocupações são mais em torno do consumo mesmo, porque as pessoas com as quais tem contato já têm acesso às novelas que estão no ar aqui, então não têm tanta curiosidade com relação à novela em si, mas sim em adquirir o que nela aparece.

Quando ela estava de partida para Maputo eu lhe fiz uma última visita e pude constatar a quantidade de encomendas que ela tinha para levar em sua bagagem, dentre os itens o óleo de coco, muitas roupas, e calçados. Além dos produtos que ela havia comprado para si, e dos

presentes. O que demandou um pouco de trabalho para separar, etiquetar e fazer caber nas malas, sem falar nos custos do excesso de bagagem. Em seu trabalho sobre fluxos migratórios em Cabo Verde, Lobo (2010) também destaca a presença do fluxo de encomendas entre aqueles que migram para Itália e aqueles que permaneceram em Cabo Verde. A autora nota como esse fluxo é gerador de tensões, sobretudo, no que diz respeito aos arranjos necessários para transportar a bagagem que geralmente excede. Interessante, foi que também presenciei toda essa organização em torno das encomendas e Lucia comentava comigo como às vezes tinha problemas não só com o excesso de bagagem, mas com pedidos em cima da hora, atraso no envio do dinheiro para compra do produto, entre outras coisas. Contudo, ela parecia não conseguir dizer não aos solicitantes das encomendas, mesmo diante de todo o trabalho que isso lhe exigia, uma questão também apontada por Lobo, relacionando a recusa a ser portador com uma quebra nessa rede de reciprocidade.

Com Camila também não tem sido diferente, como ela vai a Maputo a cada trimestre, acaba sendo solicitada para ser portadora de diversas encomendas. Ela comenta que as amigas e parentes geralmente sempre lhe pedem havaianas, biquínis, lingerie, acessórios, sapatos, roupas e produtos de beleza, sobretudo, da marca *O Boticário*, mas ela diz que ultimamente também têm lhe pedido com frequência produtos da marca *Natura*. As havaianas, segundo ela, se justificam pelo fato de que lá elas são vendidas pelo dobro do preço e as mais baratas são falsificações. Os biquínis brasileiros e lingerie parecem fazer um certo sucesso por se tratar de um produto bastante específico, por ser confeccionado com material de qualidade e pelo seu ajuste perfeito ao corpo. Segundo ela, os moçambicanos têm a opção de comprar biquínis, por exemplo, na África do Sul, contudo, mesmo o produto de lá não se iguala ao brasileiro. Ela afirma não saber ao certo o porquê, mas acredita ser algo no corte, na modelagem da peça, que não se ajusta bem ao corpo, como ela diz: “não fica bem”.

No Brasil também encontrariam outros vestuários que não encontram em Moçambique pelos mesmos preços, e os acessórios, muitos deles, só são encontrados aqui. Já a marca *O Boticário* possui loja em Maputo, porém, assim como os demais produtos, os preços são mais elevados, o que impulsiona as encomendas. Camila comenta que a *Natura* ainda não é tão popular, mas tem passado a despertar o interesse das consumidoras, chego a cogitar se isso não seria decorrente do seu intenso merchandising nas telenovelas brasileiras, mas não é possível confirmar esse tipo de especulação. Por vezes ao postar uma foto no Facebook em

que está usando algum acessório ou roupa daqui, Camila é demandada pelas amigas a comprar um outro exemplar do artigo e levar em sua mala quando for visitar a família.

Pude acompanhar algumas dessas buscas por encomendas e constatar todo trabalho envolvido nesse empreendimento, desde saber exatamente o que a pessoa deseja, onde encontrar, verificar o preço, comunicar à compradora geralmente, e solicitar o envio do dinheiro. Nesse processo, a tecnologia é uma aliada, pois enquanto está na loja pesquisando o produto, Camila fotografa a peça com o celular, envia a imagem para a amiga e aguarda um retorno para saber se o produto tem todas as características que ela deseja, como cor e tamanho. E na hora de arrumar a bagagem separar tudo, cada encomenda, o que é de cada pessoa para quando chegar lá fazer as entregas. No entanto, ela já não aceita encomendas em cima da hora e já prepara as malas com uma semana de antecedência. Lobo (2010) também ressalta como a tecnologia, sobretudo no que diz respeito aos telefonemas, ao aumentar as possibilidades de contato imediato com a família também aumenta o fluxo de demandas por encomendas. Na situação de Camila, observamos ainda que essas tecnologias além de facilitarem o contato para solicitação das encomendas também favorecem o processo de compra das mesmas.

A demanda por produtos brasileiros também se deve à ausência de grandes centros de compra e redes de lojas, como lojas de departamento, assim como de grandes marcas, como já me informaram Camila e Maíra. Desse modo, logo que aparece algo novo nas novelas, principalmente, alguns desses estudantes são demandados em encomendas, como também quando desfilam as últimas modas brasileiras em suas cidades ao visitarem a família durante as férias. Ainda que esses produtos possam ser encontrados em seus países em virtude do intenso fluxo de africanos que compram produtos em mercados brasileiros para revenda, eles serão adquiridos por um valor bem mais alto como já foi dito. Nesse contexto, os estudantes que se encontram no Brasil acabam se convertendo em pontos de contato entre Brasil e contextos africanos, e impulsionando, em alguma medida, esse fluxo de mercadorias. Por outro lado, o fato de estarem no Brasil também os coloca em contato privilegiado com as modas e tendências antes daqueles que irão conhecê-las apenas pela televisão. Tudo isso lhes confere um certo status, o de conhecedores das tendências, e os coloca como aqueles que primeiro ostentam um artigo de moda que é objeto de desejo em seus países de origem. A fala de Maíra expressa bem essa questão:

até a gente quando volta sabe, a gente volta diferente, quando a gente vai de férias você vê quem veio de Brasil. (...) Nós mesmos também levamos a moda pra lá, nós somos um produtor lá, a gente leva mesmo, entendeu. Quando a gente vai, a gente vai carregado de coisa que nem sempre são só as malas né, a gente leva quase que um certificado “essa é a moda”, né, e se eu vim eu to mais experiente, eu to mais adulto...

As palavras de Maíra demonstram que o fluxo entre o Brasil e esses contextos africanos está além dos bens materiais, pois aqueles que passam a viver aqui e que transitam entre os dois espaços, quando vão carregam mais do que as malas. Ela admite que as pessoas de Cabo Verde, aqueles que ela deixou, notam essa mudança imediatamente, porque eles acabam indo pra lá “um pouquinho mais chique”, ostentando alguns objetos que se tornam marcadores de sua condição. Assim como os demais estudantes, ela também comenta que esse fluxo de produtos é alimentado também pelo fato de que artigos semelhantes ou idênticos são bem mais caros lá do que aqui. E acredita que a moda permite que ela leve consigo um pouco do que as pessoas veem sobre o Brasil na novela.

Pedro também comenta algo nesse sentido, mas em sua opinião o glamour que as pessoas muitas vezes lhes atribuem por estarem morando no Brasil, obscurece as dificuldades que eles enfrentam aqui para realizarem seus estudos. Segundo ele, ao retornar

...você fica tipo uma estrela, a sensação do bairro, “cara você tava em Brasil”, não sei o quê, aquela coisa louca... tipo não sabem que você tá sofrendo e tal, que você tá batalhando pra caramba, que você vive de uma forma pobre também, não pensam, mas acho que eles só veem aquela coisa aí, veem mais aquela coisa da novela, um Brasil muito desenvolvido e tal, então sabem que se você está ali, você é muito desenvolvido também.

A meu ver, o que estas falas demonstram é como aqueles que vêm dos países africanos para morar no Brasil, podem também vir a ser incorporados nas mesmas imagens que são feitas do país. Logo, se o Brasil é visto como um lugar de desenvolvimento, modernidade, que lança tendências e padrões de consumo, esses estudantes passam a ser de alguma forma associados a esses imaginários, tendo em vista que eles passam a compartilhar desse universo. Afinal a novela mostra que no Brasil se vive bem e se consome aquilo que há de melhor e mais atual. E, com isso, esses estudantes também se tornam portadores e propagadores dessas qualidades. No entanto, há que se fazer a ressalva de que esse tipo de percepção só é válida junto aos grupos que realmente não têm contato intenso com contextos mais modernos e mercados de consumo mais diversificados como o europeu e o norte-americano.

O que gostaria de demonstrar nesta seção são os movimentos e circulações desencadeados pelos fluxos televisivos, que colocam em circulação imagens, discursos, estereótipos, representações, mercadorias e pessoas. Já mencionamos aqui o trabalho de Weiss (2002) que aponta como a circulação global de imagens promove o consumo de massa através da imaginação como prática cotidiana, conectando assim universos distintos e permitindo que contextos locais construam suas próprias dinâmicas de atuarem no mundo. Em relação ao cenário esboçado aqui a partir dos relatos desses estudantes observamos que, em última instância, os fluxos de imagens televisivas e os demais fluxos que elas engendram “consolidam redes sociais, familiares e culturais entre os emigrantes e sua comunidade de origem configurando um complexo sistema de intercâmbio e circulação de presentes, encomendas, dinheiro e informações que movimentam e mobilizam tanto os que partem, quanto aqueles que ficam” (LOBO, 2010: 29). Além disso, colocam duas realidades distintas em contato e em processos de troca variados, fazendo com que seus contextos locais sejam reatualizadas em alguma medida pelos fluxos movimentados por esses estudantes que se tornam verdadeiros mediadores entre seus lugares de origem e alguma parte do Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho aqui apresentado buscou empreender uma investigação sobre um campo ainda pouco explorado, o da internacionalização da telenovela brasileira, tendo em vista a ampla comercialização do gênero em mercados transnacionais e a escassez de trabalhos empíricos que tratem de contextos de recepção estrangeiros. Nesse sentido, foi considerada a pertinência de se pesquisar os fluxos televisivos numa perspectiva sul-sul em virtude da conhecida popularidade das telenovelas brasileiras em contextos africanos. O estudo partiu de pressupostos teóricos e metodológicos que fundamentaram o recorte da pesquisa de campo e das análises. Dessa forma, a telenovela foi pensada enquanto uma mercadoria da indústria cultural de massa e um bem cultural, uma vez que ela é produto de consumo cuja comercialização gera altos rendimentos para a indústria. Ao passo que, por outro lado, ela também se inscreve na realidade do nosso país ao incorporar seus significados retratando-a em suas ficções e ao produzir novos significados que retornam para essa realidade. Diante da interação e afetação mútua entre ficção e realidade, entendo que um estudo sobre o consumo da telenovela precisa considerar que produtores e consumidores estão relacionados nessa interação e que, portanto, não podem ser analisados de forma dissociada. Também considerei que os conteúdos televisivos, como já apontaram diversos estudos, estão sujeitos às mais variadas interpretações e atribuições de sentido em decorrência do contexto em que se inserem seus consumidores.

Foi partindo dessas concepções que me propus analisar a relação entre estudantes de contextos africanos e a telenovela brasileira, buscando trazer para essa análise os diversos aspectos desse consumo e alguns de seus desdobramentos. O trabalho teve por objetivo compreender esse processo de consumo a partir do lugar da telenovela brasileira nos cotidianos desses estudantes e da relação que com ela estabelecem; das concepções, significados, interpretações e apropriações construídos em torno dos conteúdos de suas narrativas; da relação estabelecida entre contextos africanos e brasileiros por meio da telenovela; do estabelecimento de proximidades e distanciamentos a partir da contraposição entre realidade e ficção; e do imaginário construído em torno do Brasil pela mediação das representações e estereótipos oferecidos pela telenovela. Busquei compreender por meio de quais quadros simbólicos e práticas sociais a telenovela é apreendida, quais são os elementos

dela apropriados e aqueles rejeitados, bem como as dinâmicas dessas apropriações e das suas significações em termos dos contextos e repertórios culturais desses estudantes. Procurei, ainda, demonstrar quais desejos, valores e concepções de mundo são mobilizados nesse consumo, e com isso as imagens do Brasil que se constroem no diálogo com as narrativas da telenovela. De modo a refletir sobre as concepções acerca da realidade brasileira construídas em nos contextos de origem desses estudantes e os possíveis confrontos, questionamentos e mudanças de tais concepções quando se passa a morar no Brasil. Em outras palavras, a confrontação do imaginário construído por meio nas narrativas ficcionais com a realidade propriamente dita.

Foi buscando refletir sobre essas questões que a pesquisa aqui apresentada procurou, de alguma maneira, analisar a cadeia de mediações presentes no consumo da telenovela brasileira por estrangeiros, demonstrando quais repertórios são compartilhados nesse processo e quais significados vão sendo adicionados e diferenciados no curso dessa cadeia. Nesse sentido, tentei levantar alguns dos questionamentos que motivaram essa pesquisa, como o que acontece com o produto telenovela ao atravessar as fronteiras nacionais; como consumidores pertencentes a outro contexto cultural apreendem os sentidos presentes na narrativa ficcional; quais relações a telenovela estabelece com seus cotidianos e seus repertórios culturais; em que medida a experiência de morar no Brasil modifica o olhar desses consumidores sobre os conteúdos das telenovelas; até onde a telenovela brasileira pode servir como uma mediadora dos contatos entre sujeitos de contextos distintos e promover uma imagem do país que represente sua identidade no cenário internacional.

A intenção de tais questionamentos foi muito mais de instigar o debate e apontar caminhos para outras análises e discussões, e não tanto de oferecer respostas e conclusões. Não obstante, cabe destacar nessas considerações finais alguns aspectos relevantes que os dados apresentados nos permitiram analisar. No primeiro capítulo o objetivo foi situar o leitor quanto ao tema, destacando as especificidades da telenovela brasileira e suas potencialidades analíticas enquanto objeto de estudo. Nesse capítulo cabe ressaltar a escassez de estudos sobre o processo de internacionalização da telenovela brasileira e seu consumo em contextos de recepção estrangeiros. Além disso, ganham destaque as renovações do gênero por meio de mudanças em sua estrutura narrativa a partir da interação cada vez mais intensa com a realidade e com os consumidores que, por sua vez, tem levado a telenovela a interagir com outras mídias, sobretudo as digitais. Destaco ainda, como a entrada da TV a cabo no Brasil

tem retirado das televisões abertas uma parcela de seus consumidores, enquanto nos contextos africanos aqui apresentados a expansão da televisão por assinatura parece ter favorecido a entrada e a consolidação das emissoras brasileiras nesses mercados, para além da comercialização da telenovela apenas.

No segundo capítulo, procurei contextualizar as situações de recepção das telenovelas brasileiras junto aos estudantes africanos pesquisados trazendo as suas experiências com o produto vividas em seus contextos de origem e aqui no Brasil. O esforço foi de recuperar alguns elementos dos contextos de recepção nos quais esses estudantes se inseriam em seus países e daqueles nos quais se encontram inseridos no Brasil. A intenção era, pois, construir uma ponte entre esses dois contextos, entre as experiências de assistir às telenovelas lá e aqui, a fim de situar o leitor quanto ao acesso desses estudantes a esse produto televisivo, às relações com ele estabelecidas em ambos os espaços e ao lugar da telenovela no cotidiano desses estudantes. Paralelamente, procurei trazer as suas percepções sobre a telenovela de modo geral, suas apreensões e avaliações dessa mercadoria no processo de consumo e as formas como se relacionam com ela em seu cotidiano através da construção de interpretações sobre seus conteúdos. Destaco nesse capítulo a pertinência da recomposição dos cenários de recepção para a visualização das continuidades e rupturas entre os modos de assistir à telenovela lá e aqui, nesse processo emergem o hábito de assisti-la constituído em vários anos de consumo e a construção de uma memória sobre essas experiências.

Também ressalto a importância desses cenários para análise da espacialidade e da temporalidade que comportam o momento de assistir à telenovela no cotidiano desses estudantes e que estruturam uma vivência em torno dela. Nessa vivência cotidiana cabe ressaltar, por um lado, a adequação das rotinas às condições de tempo e espaço necessárias para o acompanhamento diário das telenovelas, e por outro, a desobrigação de assisti-las diariamente em decorrência do acesso aos seus conteúdos através da internet e de outras mídias em outros horários e espaços. Além das concepções dos estudantes sobre como deve ser uma telenovela, qual o seu papel e sobre como se relacionar com ela, é preciso destacar que as interpretações sobre os seus conteúdos deixam entrever os seus contextos e repertórios culturais e o cruzamento destes com a realidade vivida no Brasil. Isso demonstra a especificidade do lugar de fala dos interlocutores em questão, e como tais falas se constroem na interseção entre os seus contextos locais e o sistema de valores que os permeiam, as percepções formuladas acerca do Brasil na condição de estrangeiros residentes aqui e as

mensagens da ficção. Todos estes fatores produzem uma interação entre essas dimensões que contrapõe a todo o momento realidade e ficção.

No terceiro capítulo o objetivo foi aprofundar as reflexões acerca da relação entre ficção e realidade, bem como entre telenovela e cotidiano. Por meio das apreensões dos conteúdos ficcionais feitas pelos estudantes africanos demonstro como a telenovela pode atuar como uma mediadora entre os contextos locais desses estudantes e o contexto brasileiro. E como tal mediação pode produzir tanto aproximações quanto distanciamentos em relação à realidade representada na narrativa ficcional. Podendo fazer com que esses estudantes se identifiquem com os repertórios das telenovelas e com a realidade brasileira nelas representadas, reforçando situações e comportamentos comuns aos contextos africanos e brasileiros. Ou ao contrário, se distanciem desses conteúdos destacando as diferenças entre os contextos africanos e a realidade brasileira, ou apontando as fragilidades da ficção e sua parcialidade em representar o real. Nesse aspecto, é importante destacar mais uma vez a mobilização do repertório cultural e dos sistemas de valores locais na delimitação dessas aproximações e distanciamentos.

Contudo, o que julgo mais relevante nessa questão é perceber que as telenovelas podem abrir um diálogo com seus consumidores por meio da proximidade e da identificação, como também através da demarcação das diferenças e distâncias entre contextos africanos e brasileiros. Nesse sentido, por vezes certas situações e comportamentos vistos nas telenovelas não selecionados pelos consumidores muito mais como uma ferramenta para definição de quem eles são e do que os distingue do outro que é representado na ficção, do que apenas como uma possibilidade de conhecer esse outro. Em outras palavras, ao passo que as narrativas ficcionais possibilitam acessar a realidade do outro e conhecê-lo, elas também podem realizar o movimento inverso. Permitindo, em alguma medida, que ao entrar em contato com outras pessoas, em outras realidades e com outras concepções de mundo, possamos conhecer melhor a nós mesmos, ampliando a nossa percepção sobre o mundo que habitamos.

Nesse capítulo também busquei apontar o potencial da telenovela em permitir que se possa acessar outras esferas da vida de seus consumidores e os repertórios culturais, visões de mundo e valores que as constituem. Argumento, pois, que a telenovela pode se tornar uma janela para o cotidiano daqueles que a consomem por meio da interação estabelecida entre ficção e realidade como instâncias que se alimentam e se afetam mutuamente. Um aspecto

relevante dessa análise reside na capacidade dos consumidores de mobilizarem suas experiências de vida na formulação de significados sobre as narrativas ficcionais. Esse processo, por sua vez, faz com que o consumidor se posicione sobre os mais diversos assuntos de ordem pública e privada, a partir do lugar que ele ocupa em relação a dado acontecimento ou situação, bem como em função do contexto sociocultural no qual se insere. Observamos, a partir dos relatos apresentados, como a telenovela pode conectar as dimensões pública e privada da vida social e estabelecer diálogos com os cotidianos de seus consumidores. Nesse sentido, tanto o cotidiano e as experiências pessoais são recuperados na construção de sentidos para a narrativa ficcional quanto as situações e comportamentos presentes nas telenovelas são acionados na reflexão e atribuição de novos sentidos às experiências cotidianas.

O quarto capítulo apresenta, por meio dos depoimentos dos estudantes, alguns elementos relacionados ao consumo das telenovelas brasileiras em seus países de origem no intuito de oferecer um quadro acerca dos estereótipos e representações mais recorrentes na formulação de um imaginário acerca do Brasil. O aspecto a ser destacado é que apesar da telenovela poder funcionar como uma vitrine do Brasil, ela não é a única a oferecer representações sobre a realidade do país. Como contraponto aparecem os telejornais brasileiros que trazem conteúdos complementares àqueles presentes nas telenovelas. Ressalto, porém, que a telenovela parece estar relacionada, na maioria das vezes, a uma imagem positiva e atraente do Brasil, enquanto os telejornais seriam os responsáveis por situar o telespectador quanto às mazelas e problemas sociais do país, como a violência e a pobreza. Registro, ainda, a questão apontada pelos interlocutores de que muitas vezes o público estrangeiro retém apenas a imagem glamourizada da telenovela que costuma ser mais consumida do que os telejornais, devido à popularidade do gênero e ao maior acesso a ele em relação ao noticiário. A discussão desse capítulo demonstra também como as narrativas ficcionais se convertem em meios pelos quais se pode vivenciar simbolicamente outras experiências, através da imaginação, em contextos inacessíveis por outra via.

Pensando nos estereótipos em torno das riquezas naturais, dos padrões de beleza, da música, entre outros, ressalto nesse capítulo como eles têm o potencial de sintetizar a identidade nacional forjando uma comunidade imaginada, e como podem ser mobilizados pela indústria cultural para melhor venderem seus produtos, associando-os a uma imagem do país. Porém, ao mesmo tempo, tais estereótipos estão suscetíveis a confrontações com a

realidade quando ela é acessada por outras vias além da ficção. Podemos observar que esses estereótipos são reproduzidos não apenas pela indústria televisiva, mas também por outras como a da moda. E formulamos o questionamento acerca do quanto essa imagem do Brasil serve para vender a telenovela, ou do quanto esta, pelas qualidades que pode conferir a essa imagem, promove a comercialização de um imaginário sobre o país lá fora, propagando uma identidade nacional que ela sintetiza por meio de suas representações.

Por fim, apresento alguns dados que apontam para o fluxo de outras mercadorias brasileiras para esses países e cuja circulação é impulsionada, em alguma medida, pelos fluxos televisivos, demonstrando como as telenovelas podem vender modas e estilos de vida através dos mais variados produtos e da sua própria narrativa. Cabe destacar que as telenovelas tornam visíveis e desejáveis uma série de produtos, dentre os quais alguns são encontrados nos contextos africanos aqui abordados. Aqueles que não alcançaram esses mercados ou que são neles comercializados a altos custos, podem ser encomendados a quem está no Brasil. Ressalto nesse capítulo, sobretudo, esse movimento de circulação de bens materiais entre contextos africanos e brasileiros e que cria um circuito de trocas mobilizando pessoas em ambos os contextos e colocando-os em constante contato. Destaco, ainda, como esses estudantes acabam se tornando mediadores desses outros fluxos que não se restringem às trocas materiais, mas também imateriais no que diz respeito a conhecimentos sobre o Brasil, às tendências da moda e o lançamento de novos produtos das mais diversas áreas aqui. Bem como o fato de que o próprio status de estarem vivendo num lugar que recorrentemente só é imaginado pelas imagens da telenovela, reconfigura de certo modo as posições desses estudantes dentro de suas redes de relações, podendo fazer com que eles passem também a ser associados às imagens sobre o Brasil em algum nível.

É importante lembrar que este trabalho teve um caráter exploratório que lhe coloca na condição de tentar enriquecer o debate sobre as telenovelas com novos dados e estimular a construção de outros questionamentos em torno da problemática da sua comercialização em mercados estrangeiros. Contudo, já podemos vislumbrar que o processo de consumo das telenovelas brasileiras em contextos transnacionais envolve várias dimensões e aspectos da realidade, bem como diversos atores sociais em diferentes escalas. A questão se amplia na medida em que ela caminha das relações mais diretas com esse produto no cotidiano dos seus consumidores, para as representações acerca da identidade de uma nação e para a circulação de bens e pessoas que o consumo da telenovela pode envolver.

Por outro lado, o fato de a pesquisa aqui apresentada ter sido realizada com consumidores estrangeiros em contexto brasileiro nos encaminha para a problematização de questões sobre esse processo de consumo em seus países de origem. Questões estas direcionadas à compreensão dos contextos cotidianos em que essas telenovelas são consumidas fora do Brasil, à apreensão de seus conteúdos ficcionais apenas a partir dos repertórios socioculturais locais, sem a mediação do contato direto com a realidade brasileira, e a apropriação de elementos das narrativas ficcionais e sua inserção no cotidiano dos consumidores. Há que se perguntar em que medida a presença da telenovela brasileira nesses contextos africanos alimenta a comercialização de mercadorias brasileiras relacionadas com a ficção, ou seja, das modas produzidas e lançadas pelas telenovelas, bem como de outros produtos. É preciso questionar ainda como esses mercados são tratados pela indústria televisiva brasileira e a capacidade desta de produzir uma *narrativização* da sociedade brasileira que consolide uma imagem promissora do Brasil no cenário internacional.

Como vemos o assunto de fato não se esgota aqui, uma vez que o consumo da telenovela em contextos transnacionais nos coloca diante de complexas questões, de processos macrossociais que envolvem arranjos entre diversos contextos e atores. As tantas perguntas e problematizações que podemos formular a partir dos dados aqui apresentados só reforçam a necessidade de mais estudos sobre esse âmbito do consumo das telenovelas brasileiras que possam intensificar o debate e oferecer novos aportes teóricos e metodológicos para abordagem desse processo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABU-LUGHOD, L. “Melodrama Egípcio: uma tecnologia do sujeito moderno?”. In: *Cadernos Pagu*, Campinas, (21): 2003, pp. 75-102.

ADORNO, T. W. (1963). “Televisão, consciência e indústria cultural”. In: *Comunicação e Indústria Cultural*. COHN, G. (org.). Trad. de Gabriel Cohn. 2. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975, pp. 346-354.

_____. (1968). “A indústria cultural”. In: *Comunicação e Indústria Cultural*. COHN, G. (org.). Trad. de Amélia Cohn. 2. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975, pp. 287-295.

_____. (1972, 1976, 1981) *The culture industry*. Selected essays on mass culture. BERNSTEIN, J. M. (org). Londres/Nova York: Routledge, 2005, 209 p.

ALENCAR, M. *A Hollywood brasileira: um panorama da telenovela no Brasil*. Rio de Janeiro: SENAC, 2002.

ALMEIDA, H. B. de. *Telenovela, consumo e gênero: “muitas mais coisas”*. Bauru, SP: EDUSC, 2003. 374 p.

_____. “Melodrama comercial – reflexões sobre a feminilização da telenovela”. In: *Cadernos Pagu*, Campinas, (19): 2002, pp. 171-194.

_____. “Consumidoras e heroínas: gênero na telenovela”. In: *Estudos Feministas*, Florianópolis, 15 (1): 2007, pp. 177-192.

ALVARADO, A. B. U. “As telenovelas mexicanas no México afuera”. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. Maria Immacolata Vassalo de Lopes (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp. 138-167.

ANDERSON, B. *Imagined Communities*. Londres: Verso, 1983.

ANDRADE, R. M. B. de. *O fascínio de Scherazade: os usos sociais da telenovela*. 1. ed. São Paulo: Annablume, 2003. 238p.

ANG, I. *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen, 1985.

_____. *Desperately Seeking the Audience*. Londres/Nova York: Routledge, 1991.

_____. “A ficção televisiva no mundo: melodrama e ironia em perspectiva global”. In: *Matrizes*, São Paulo, 4 (1): 2010, pp. 83-99.

APPADURAI, Arjun (org.). *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: EdUFF. 2008. pp. 15-87.

BARBOSA, L. C. *As representações das relações raciais na telenovela brasileira – Brasil e Angola: caminhos que se cruzam pelas narrativas da ficção*. Tese. Programa de Pós-Graduação Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2008.

BAUDRILLARD, J. (1929). *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 2007.

BENJAMIN, W. (1936). “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 253 p.

BERNARDI, H. “Área de importação/exportação da Rede Globo”. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. LOPES, M. I. V. de (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp. 403-407.

BOLAÑO, C. R. S.; BRITTOS, V. C. “TV por assinatura”; “TV aberta”. In: *A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes*. São Paulo: Editora Paulus, 2007, pp. 181-211; 213-253.

BONIN, J. A. “Identidade étnica e recepção televisiva: revisitando dados de uma pesquisa empírica”. In: *Famecos*, Porto Alegre, (28): 2005, pp. 45-54.

BORELLI, S. H. S. “Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas”. In: *São Paulo em Perspectiva*, 15 (3): 2001, pp. 29-36.

BOURDIEU, P. *A Distinção*. São Paulo: EDUSP, 2007.

BRANDALISE, R. *A televisão brasileira nas fronteiras do Brasil com o Paraguai, a Argentina e o Uruguai*. Um estudo sobre como as representações televisivas participam das identidades culturais no cotidiano fronteiriço. Tese. Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo: 2011.

BRANCO, I. M. “A língua portuguesa e os média na vivência de imigrantes nepaleses em Portugal”. *Revista Comunicando*, 1 (1): 2012, pp. 66-88.

BUONANNO, M. “Além da proximidade cultural: não contra a identidade, mas a favor da alteridade. Para uma nova teoria crítica dos fluxos televisivos internacionais”. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. LOPES, M. I. V. de (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp. 331-360.

CAMPBELL, C. “Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno”. In: *Cultura, consumo e identidade*. BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (orgs.). Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, pp. 47-64.

CAMPEDELLI, S. Y. *A telenovela*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1985.

CASÉ, G. “O processo de produção da telenovela”. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. Maria Immacolata Vassalo de Lopes (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp. 320-327.

COMAROFF, J. L.; COMAROFF, J. *Ethnicity, Inc.* Chicago: The University of Chicago Press, 2009.

COMPARATO, D. *Da criação ao roteiro: teoria e prática*. São Paulo: Summus, 2009.

COSTA, C. *Eu compro essa mulher*. Romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

CUNHA, I. F. “Telenovelas brasileiras em Portugal: indicadores de aceitação e mudança”. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. Maria Immacolata Vassalo de Lopes (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp. 168-204.

DAS, V. “On soap opera: what kind of anthropological object is it?”. In: MILLER, D. (org.). *Worlds Apart*. Modernity through the prism of the local. Routledge: London and New York, 1995.

DIAS, J. B.; et al. “Antropólogos Brasileiros na África: algumas considerações sobre o ofício disciplinar além-mar”. In: *Série Antropologia*, vol. 430, Brasília: DAN/UnB, 2009.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. (1979). “Prefácio”. “Introdução à edição de 1996”. “Os usos dos bens”. In: *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Trad. de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004, pp. 25-48, 101-118.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura do consumo e pós-modernismo*. São Paulo, Studio Nobel, 1995.

FERNANDES, I. *Memória da telenovela brasileira*. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1997.

GARCIA, C. N. *Culturas híbridas*. México: Grijalbo, 1990.

GERAGHTY, C. “The study of the soap opera”. In: *Companion to Television*. WASKO, J. (org.). Malden, MA: Blackwell Publishing, 2005: pp. 308-323.

_____. (1991). *Women and soap opera*. A study of prime time soaps. Cambridge, MA: Polity, 1999.

GOMES, L. G. F. F. *Novela e Sociedade no Brasil*. Niterói: Editora UFF, 1998.

_____. “Fansites ou o ‘consumo da experiência’ na mídia contemporânea”. In: *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, 13 (28): 2007, pp. 313-344.

GUSMÃO, N. M^a. M. de. “África e Brasil no mundo acadêmico: diálogos cruzados”. In: *Colóquio Saber e Poder*, Focus, Unicamp, 2008.

HALL, S. “Encoding/decoding”. In: HALL, S; et al (orgs.). *Culture, media, language*. Londres: Hutchinson, 1986.

HAMBURGER, E. *O Brasil Antenado: a sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

_____. “Novela é torcida”. In: *Ciência Hoje. Sobre Cultura*. 296 (10): 2012, 8p. Disponível em: <<http://cienciahoje.uol.com.br/revista-ch/sobrecultura/colecao-sobrecultura/sobrecultura296.pdf>>. Acesso em: 27/09/2012.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. “A indústria cultural. O iluminismo como mistificação de massas”. In: *Teoria da Cultura de Massa*. LIMA, L. C. (org.). Trad. de Júlia Elisabeth Levy. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

JARDIM, D.; MAGALHÃES, N.; URIARTE, P.; ETCHEVERRY, D. Televisão e sociabilidade em cenas de migração. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Época II, v. XVI, n. 32, Colima, 2010, pp. 127-153.

LACALLE, C. “As novas narrativas da ficção televisiva e a internet”. In: *Matrizes*, São Paulo, 3 (2): 2010, pp. 79-102.

LA PASTINA, A. C. “Recepção de telenovelas e o cisma entre produção nacional, distribuição global e consumo local”. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. LOPES, M. I. V. de (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp. 361-381.

_____; STRAUBHAAR, J. D. “Multiple Proximities Between Television Genres and Audiences. The Schism between Telenovelas’ Global Distribution and Local Consumption”. In: *The International Journal For Communication Studies*, 67(3): 2005, pp. 271–288.

LEAL, O. F. *A leitura social da novela das oito*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1990. 133p.

LEITÃO, D. *Brasil à moda da casa: imagens da nação na moda brasileira contemporânea*. Tese. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: 2007a.

_____. “Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França”. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, 13 (28): 2007b, pp. 203-230.

LIMA, S. M. C. de. “A personagem negra na telenovela brasileira: alguns momentos”. In: *Revista USP*, São Paulo, (48): 2000-2001, pp. 88-99.

LOBO, A. de S. “Mantendo relações à distância. O papel do fluxo de objetos e informações na configuração de relações familiares transnacionais em Cabo Verde”. In: *Lugares, pessoas e grupos: as lógicas do pertencimento em perspectiva internacional*. FILHO, W. T. (org.). Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2010, pp. 29-46.

LOPES, M. I. V. de; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. da R. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002. 394 p.

LOPES, M. I. V. de. “Narrativas televisivas e identidade nacional: o caso da telenovela brasileira”. In: *XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Salvador, set./2002.

_____. “Para uma revisão das identidades coletivas em tempo de globalização”. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. LOPES, M. I. V. de (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp.121-137.

_____. “A telenovela como narrativa de nação. Para uma experiência metodológica em comunidade virtual”. In: *Signo y Pensamiento*, Bogotá, 24 (57): 2010, pp. 130-141.

MARTÍN-BARBERO, J. “Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela”. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. LOPES, M. I. V. de (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp. 23-46.

_____. *De los médios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MCCRACKEN, G. *Cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MAZZIOTTI, N. A força da emoção. “A telenovela: negócios, audiências, histórias”. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. LOPES, M. I. V. de (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp. 383-402.

MICELI, S. M^a. P. de B. *Imitação da vida*. Dissertação. Departamento de Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo: 1974.

MILLER, D. “Consumo como cultura material”. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, 13(28): 2007. pp. 33-63.

_____. “Consumption and Commodities”. In: *Annual Reviews Anthropology*. (24): 1995, pp. 141-161.

MORAIS, S. S.; SILVA, K. C. da. “Estudantes de países africanos de língua oficial portuguesa nas universidades brasileiras: tensões de sociabilidade e dinâmicas identitárias”. In: *XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais*. Salvador, Universidade Federal da Bahia, 2011.

MORIN, E. *Cultura de massas no século XX*. O espírito do tempo. 2. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Forense, 1969. 208 p.

MOTTER, M. L. “Telenovela: arte do cotidiano”. In: *Comunicação & Educação*, São Paulo, (13): 1998, pp. 89-102.

_____. “Telenovela: documento histórico e lugar de memória”. In: *Revista USP*, São Paulo, (48): 2000-2001, pp. 74-87.

_____. “O que a ficção pode fazer pela realidade?”. In: *Comunicação & Educação*, São Paulo, (26): 2003, pp. 75-79.

_____; JAKUBASZKO, D. “Telenovela e realidade social: algumas possibilidades dialógicas”. In: *Comunicação & Educação*, São Paulo, 12 (1): 2007, pp. 55-64.

MURAKAMI, M. H. “Narrativas em diálogo: a experiência da telenovela em múltiplas plataformas”. In: *Revista Novos Olhares*, São Paulo, 1 (1): 2012, pp. 58-71.

_____. *Vidas opostas, vidas expostas: a violência na telenovela*. Dissertação. Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo: 2009.

ORTIZ, R.; BORELLI, S. H. S.; RAMOS, J. M. O. *Telenovela. História e Produção*. 2. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

_____. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 5. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.

_____. *Um outro território: ensaios sobre a mundialização*. São Paulo: Olho d’água, 1999.

_____. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2000.

ORTNER, S. B. “Access: reflections on studying up in Hollywood”. In: *Ethnography*, 11 (2): 2010, pp. 211-233.

PRADO, R. M. *Mulher de novela e mulher de verdade: estudo sobre cidade pequena, mulher e telenovela*. Dissertação. Programa de Pós-Graduação do Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: 1987.

SAHLINS, M. “O ‘pessimismo sentimental’ e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um ‘objeto’ em via de extinção (Parte I)”. In: *Mana*, Rio de Janeiro, 3 (1): 1997, pp. 41-73.

_____. “O ‘pessimismo sentimental’ e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um ‘objeto’ em via de extinção (Parte II)”. In: *Mana*, Rio de Janeiro, 3 (2): 1997, pp. 103-150.

SARQUES, J. J. *A ideologia sexual de Os gigantes*. Goiânia: Editora da Universidade Federal e Goiás, 1986.

SIFUENTES, L. “Personagem de novela ou mulher da vida real? Mediações culturais na conformação da identidade feminina”. In: *Revista Contracampo*, Niterói, (20): 2009, pp. 64-78.

SILVA, T. R. R. “Relações de gênero em África: as rabidantes e o comércio informal em Cabo Verde”. In: *7.º Congresso Ibérico de Estudos Africanos*. Lisboa, 2010.

SILVA, J. de F. T. *O erótico em Senhora do Destino: recepção de telenovela em Vila Pouca do Campo – Portugal*. Tese. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP. São Paulo: 2007.

SLATER, D. *Cultura do consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel, 2001.

SORRATO, L. H. *Quando o trabalho é na casa do outro: um estudo sobre empregadas domésticas*. Tese. Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

STRAUBHAAR, J. “As múltiplas proximidades das telenovelas e das audiências”. In: *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. LOPES, M. I. V. de (org.). São Paulo: Loyola, 2004, pp. 75-110.

_____. “Beyond media imperialism: assymetrical interdependence and cultural proximity”. In: *Critical Studies in Mass Communication*, (8): 1991, pp. 1-11.

SUBUHANA, C. “O Estudante Convênio: a experiência sócio-cultural de universitários da África Lusófona em São Paulo, Brasil”. In: *26ª. Reunião Brasileira de Antropologia*. Porto Seguro, 2008.

TÁVOLA, A. da. *A telenovela brasileira: história, análise e conteúdo*. São Paulo: Globo, 1996.

THOMAZ, O. R. “A língua portuguesa: potenciais e armadilhas”. In: DIAS, J. B.; et al. *Antropólogos Brasileiros na África: algumas considerações sobre o ofício disciplinar além-mar*. In: *Série Antropologia*, vol. 430, Brasília: DAN/UnB, 2009.

WEISS, Brad. Thug realism: inhabiting fantasy in urban Tanzania. In: *Cultural Anthropology*, 17 (1): 2002, pp. 93-124.

WOLF, E. R. (1923-1999). *A Europa e os Povos sem História*. Trad. Carlos E. M. de Moura. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

Websites

<http://tvglobointernacional.globo.com/institucional.aspx>

http://pt.wikipedia.org/wiki/TV_Globo_Internacional

<http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/duvidas-frequentes/Paginas/Audiencia-de-televisao.aspx>

<http://br.tv.yahoo.com/blogs/folhetim/ibope-muda-conta-ponto-audi%C3%A2ncia-190300569.html>

http://www.abta.com.br/dados_do_setor.asp

www.fgv.br/cps

http://cps.fgv.br/sites/cps.fgv.br/files/artigo/Folha_ncm.jpg

http://www.sae.gov.br/site/?post_type=post&p=10576

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2011-08-08/nova-classe-media-tem-maioria-feminina-branca-e-com-mais-de-25-anos>

<http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/a-globo-e-pop>

http://pt.wikipedia.org/wiki/Record_Mo%C3%A7ambique

http://www.agostinhoneto.org/index.php?option=com_content&view=article&id=361:brasilian-way-of-life-angola-e-mocambiq

http://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o_de_Mo%C3%A7ambique

http://pt.wikipedia.org/wiki/Soico_Televis%C3%A3o

http://www.tv.m.co.mz/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=872&Itemid=199

http://www.tv.m.co.mz/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=877&Itemid=201

<http://tpa.sapo.ao/programacao>

http://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o_em_Angola

http://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Canais_de_televis%C3%A3o_de_Cabo_Verde

<http://www.rtc.cv/tcv/index.php>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/SIC>

http://pt.wikipedia.org/wiki/Graphics_Interchange_Format

<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/04/o-que-e-gif.html>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Meme>

<http://promoview.com.br/virtual/170407-afinal-o-que-sao-os-memes/>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Hashtag>

<http://br.tv.yahoo.com/noticias/avenida-brasil-2-0-100000550.html?page=all>

<http://brasiltelenovelas.blogspot.com.br/2012/03/eu- sempre- quis- torcer- pelo- bandido- diz. html>

<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-21102010-095443/pt-br.php>

<http://globo.com/rede-globo/cheias-de-charme/v/clipes-vida-de-empreguete/1953958/>

<http://letras.mus.br/empreguetes/vida-de-empreguete/>

<http://tv.globo.com/novelas/cheias-de-charme/Fique-por-dentro/noticia/2012/07/letra-de-vida-de-patroete-solte-voz-com-chayene-e-cante-o-novo-hit-da-diva.html>

http://portal.mec.gov.br/index.php?Itemid=530%26id=12276%26option=com_content%26view=article

<http://www.dce.mre.gov.br/PEC/PEC/PEC/PEC.html>

<http://globo.com/rede-globo/mais-voce/v/povo-fala-o-que-as-mulheres-acham-dos-tanquinhos-dos-atores-globais/2055441/>

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2012-04-17/novelas-brasileiras-passam-imagem-de-pais-branco-critica-escritora-mocambicana>

<http://brasil.business-opportunities.biz/2006/03/23/brasil-importa-cabelo-da-india-e-exporta-para-africa/>

<http://imirante.globo.com/namira/noticias/2012/07/31/pagina314814.shtml>

<http://acontece.com/profissao-reporter-mostra-como-vivem-os-estrangeiros-que-buscam-trabalho-no-brasil.html>

<http://cienciahoje.uol.com.br/revista-ch/sobrecultura/colecao-sobrecultura/sobrecultura296.pdf>

ANEXO

Farei uma breve apresentação das duas telenovelas a partir do elenco e seus respectivos personagens, e uma síntese do enredo através da recomposição dos núcleos de personagens, cenários e elementos narrativos que consideramos centrais. Bem como do apontamento das inovações no formato, que me pareceram relevantes para a discussão proposta na dissertação. Essa apresentação busca principalmente caracterizar a ambiência na qual se desenvolve a narrativa e os tipos sociais que compõem as duas novelas, trazendo também algumas informações complementares sobre suas repercussões na mídia especializada.

Avenida Brasil

Avenida Brasil, de autoria de João Emanuel Carneiro⁶⁵, estreou em 26 de março de 2012, com 37 pontos de audiência⁶⁶, substituindo sua antecessora *Fina Estampa* de Aguinaldo Silva que havia alcançado grande sucesso junto ao público. A sua estreia foi muito comentada e elogiada em veículos da mídia por vários motivos, desde a atuação dos atores, a forma como a trama foi apresentada sem muitas delongas, de forma realista e já trazendo cenas carregadas de emoções. Bem como pelo tom mais popular buscando retratar a classe C sem, no entanto, reproduzir um simulacro exato do que se acredita ser o universo desse público, uma vez que o autor retratou um subúrbio em recortes discretos, em alguns detalhes, sem trazer todos os elementos dos seus espaços e do seu cotidiano. Uma caracterização mais completa do bairro suburbano e dos moradores esteve presente no primeiro capítulo da novela, como forma de apresentar o espaço no qual se desenrolaria a trama. Ao longo da novela o recorte feito do subúrbio teve suas cenas concentradas muito mais nas casas dos moradores e na vida doméstica dos mesmos, bem como nos espaços de lazer do bairro – bar do Silas e clube do Divino - com rápidas cenas, quase flashes, das ruas e da circulação de pessoas. O que, a meu

⁶⁵ O autor também escreveu a novela das sete *Da cor do pecado* (2004) e posteriormente, no mesmo horário, *Cobras e Lagartos* (2006), estreando no horário nobre em 2008 com *A favorita*. Antes de atuar como autor de novelas, já havia sido colaborador junto a outros autores em trabalhos da emissora. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYP0-5271-254660,00.html>. Acesso em: 18/06/2012.

⁶⁶ Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Avenida_Brasil_\(telenovela\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Avenida_Brasil_(telenovela)). Acesso em: 15/01/13.

ver, foi reduzindo o espaço desses ambientes e acabou por não demonstrar a totalidade da vida suburbana com o realismo que os primeiros capítulos prometiam⁶⁷.

Retratar e falar mais diretamente com as classes populares, essa seria a clara distância entre esta novela e o trabalho anterior do autor, *A Favorita*. *Avenida Brasil* faz alusão à via expressa do Rio de Janeiro, Avenida Brasil, que liga zona norte e zona sul. A abertura da novela apresentou justamente uma das passarelas que cruzam a avenida onde dançarinos, embalados pelo som de *Vem Dançar com Tudo*, de Robson Moura e Lino Krizz⁶⁸ e em meio às luzes do trânsito da via, exibem passos de um outro ritmo musical chamado charme⁶⁹. Diferente do tango que havia sido especialmente encomendado pelo diretor Ricardo Waddington para a abertura de *A Favorita*, a mudança em *Avenida Brasil*, que também conta com o mesmo diretor, demonstra um claro reforço do clima suburbano da trama. A narrativa esteve recheada de tipos estereotipados do subúrbio e da zona sul.

A história composta de 179 capítulos e que foi narrada por quase sete meses, tendo seu desfecho em 19 de outubro de 2012. *Avenida Brasil* foi composta por duas fases, uma que se passou em 1999 e na qual se originaram a maioria dos conflitos que se desenvolverão na segunda fase referente aos dias atuais e, portanto, passada em 2012. Sua narrativa está basicamente fundada no *plot* da vingança. O enredo coloca os telespectadores diante de uma jovem que tendo sido maltratada na infância e abandonada em um lixão pela madrasta que causou a morte de seu pai (Genésio – Tony Ramos), é adotada ainda criança por um casal de argentinos, cresce na Argentina, e depois da morte do pai adotivo retorna ao Brasil para colocar em prática a vingança que planejou durante todos esses anos contra a madrasta. Essa jovem é Rita, que após a adoção recebeu o nome de Nina e é representada pela atriz Débora Falabella, a mocinha injustiçada que, obviamente, deseja fazer justiça por conta própria, uma

⁶⁷ Ver: VILALBA, Patrícia. *Quanto Drama*. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/quanto-drama/folhetinescas/avenida-brasil-estreia/>. Acesso em: 17/04/2012. KOGUT, Patrícia. *Críticas*. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/kogut/posts/2012/03/28/critica-eletrizante-estreia-de-avenida-brasil-437992.asp>. Acesso em: 17/04/2012. Em entrevista ao *Globo Repórter* exibido em 19/10/12, o autor João Emanuel Carneiro relata: “Meu subúrbio vem muito das minhas leituras de Nelson Rodrigues, vem muito da minha observação das pessoas a minha volta, de pessoas que eu conheço que moram no subúrbio. Eu acho que, cada vez mais o subúrbio está chegando. Então, de alguma forma, ali está a classe dominante, digamos assim”. Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-reporter/noticia/2012/10/conheca-o-baile-charme-que-inspirou-o-autor-de-avenida-brasil.html>. Acesso em: 15/01/12.

⁶⁸ A música é uma versão brasileira da música *Vem Dançar Kuduro*, de Lucenzo, que faz referência à coreografia angolana kuduro.

⁶⁹ Segundo a Wikipédia “Charme é um termo antigo usado para o R&B somente aqui no Brasil. Foi substituído hoje pelo R&B Contemporâneo, uma vertente da black music (Música negra americana) que se desenvolveu a partir do Urban contemporary. Hoje chamamos de Charme músicas negras dos anos 80 e 90 que incorporam o estilo Soul e Funk Americano”. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Charme_\(m%C3%BAgica\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Charme_(m%C3%BAgica)). Acesso em: 15/01/12.

anti-heroína. O autor João Emanuel Carneiro, afirmou em várias entrevistas à imprensa que a sua inspiração para essa personagem era a vilã Flora, personagem de sua novela anterior, *A Favorita*. Segundo o autor, “*Avenida Brasil* surgiu da vontade de torcer pela Flora [vilã de *A Favorita*], eu gostava dela, mas não podia torcer”⁷⁰, e então o autor criou uma personagem que tivesse uma espécie de licença para cometer atrocidades, uma vez que todos os seus atos eram justificados pela vontade de fazer justiça.

A outra mulher que compõe a dupla de antagonistas – fórmula que o autor também utilizou na novela anterior, cuja trama também girava em torno de duas mulheres e da vingança – é a madrasta Carmem Lúcia, mais conhecida e familiarizada na boca do público como Carminha, interpretada por Adriana Esteves. Esse mote que constitui o ponto a partir do qual toda a trama se desenrola se passa na primeira fase da novela. Na segunda fase os personagens que à época eram crianças já são todos adultos e as duas antagonistas encontram-se seguindo suas vidas em países diferentes. Nina, está agora na Argentina, convivendo com a família adotiva, com seu namorado, trabalhando como chefe de cozinha e planejando a vingança a qual dará início assim que seu pai adotivo falecer, abandonando tudo e indo morar no Brasil. Do outro lado, Carminha tem uma vida de luxo em um bairro do subúrbio do Rio de Janeiro na casa da família do seu então marido o ex-jogador de futebol, Jorge Tufão (Murilo Benício), juntamente com seu amante e comparsa Max (Marcelo Novaes) que também a ajudou a se livrar de Genésio e a abandonar Nina (Rita) no lixão.

A partir daqui podemos situar a narrativa a partir de seus principais cenários e dos núcleos que os compõem. O enredo vai se desenvolvendo a partir dos seguintes cenários: o lixão, o bairro suburbano Divino, a zona sul. A ambientação de boa parte da trama no lixão cenográfico construído pela produção da novela coincidiu com o fechamento do maior lixão da América Latina, o lixão do Jardim Gramacho no Rio de Janeiro, que ficou conhecido pelo documentário *Lixo Extraordinário*. A visibilidade que o lixão ganhou na trama gerou elogios e críticas. A blogueira do Yahoo, Raquel Rolnik, comenta que “*Avenida Brasil*, em que pesem as licenças poéticas da vida no lixão e a visão estereotipada do subúrbio carioca, tem ao menos o mérito de deslocar da telinha o entediante mundo repetitivo da zona sul e mostrar

⁷⁰ Disponível em: <http://brasiltelenovelas.blogspot.com.br/2012/03/eu-sempre-quis-torcer-pelo-bandido-diz.html>. Acesso em: 05/04/2012. Em outra entrevista o autor afirma sobre Nina que “Ela tem um pouco de Robin Wood, de Charles Bronson em *Desejo de Matar*”, além de tê-la comparado ao protagonista de *Crime e Castigo*, Raskolnikov, do russo Fiódor Dostoiévski (1821-1881). Ver: <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/imagem-e-som/noticia/2012/03/26/flora-de-a-favorita-inspira-heroína-de-avenida-brasil-37116.php>. Acesso em: 05/04/2012.

uma realidade pouco vista nas novelas”⁷¹. Já o autor de novelas Lauro César Muniz – que por muitos anos trabalhou na Rede Globo e que atualmente escreve novelas para a Rede Record – que no mês seguinte à estreia de *Avenida Brasil*, estreava na Record a sua novela *Máscaras*, critica a ambientação. O autor afirma:

Não acredito nessa história de que é preciso fazer novela para uma classe inferior. Não existe isso. Esta novela que está no ar agora, ‘Avenida Brasil’, tem a intenção clara de falar com a classe C. Mas acho que isso é uma balela. Não acho que o público humilde quer se ver mais humilde na televisão. Ele quer se ver mais rico. Quem gosta de pobreza é intelectual... Não acho que eles queiram se ver. Acho até o contrário, ver lixão? Será que alguém quer ver lixão em novela? Eu não quero.⁷²

Contudo, muita gente quis ver o lixão que entrou na casa dos telespectadores diariamente e, para além de críticas e elogios, proximidades e distanciamentos com a realidade, a novela foi ambientada em espaços que geralmente não são predominantes nesse tipo de gênero. Passemos então, aos principais núcleos e histórias que se passam nesses três espaços, a começar pelo lixão. O lixão de *Avenida Brasil*, conta com dois importantes personagens que se mantiveram de certa forma fixos a esses espaço no decorrer da trama, a personagem mãe Lucinda (Vera Holtz) e o personagem Nilo (José de Abreu). Ambos figuram como seus moradores mais antigos e se relacionam diretamente com as crianças que também moram no local, em sua maioria, órfãs. Mãe Lucinda é quem cuida e alimenta as crianças, tendo sido também quem cuidou de Nina quando lá foi abandonada pela madrasta e de Jorginho (Cauã Reymond) que também foi abandonado no local pela mãe Carminha que depois de casada com Tufão adotou o menino, sem lhe revelar que era sua mãe. Nesse espaço também viveram na infância a própria Carminha e seu amante Max, filho de Lucinda e Nilo que por sua vez foram casados no passado antes de irem morar no lixão, mas ele só vem, a saber, que a mãe do lixão é a sua mãe já próximo ao final da trama. Esse espaço da novela figura como central por ser nele que se encontram os personagens envolvidos na origem de diversos acontecimentos. Acontecimentos estes que envolvem uma série de outros personagens e que concentram, pois, a origem de toda a trama, que vai aos poucos sendo desvendada, mas que cuja revelação só é consumada nos capítulos finais.

⁷¹ ROLNIK, Raquel. *Lixão de “Avenida Brasil”*: realidade ou ficção? Disponível em: <http://br.noticias.yahoo.com/blogs/habitat/lix%C3%A3o-avenida-brasil-realidade-ou-fic%C3%A7%C3%A3o-204625255.html>. Acesso em: 28/04/2012.

⁷² Lauro César Muniz, em entrevista ao blog do Yahoo para a coluna *Em off* de Janaína Nunes. Disponível em: <http://br.tv.yahoo.com/blogs/em-off/ser%C3%A1-que-algu%C3%A9m-quer-ver-lix%C3%A3o-em-novela-120645672.html>. Acesso em: 11/04/2012.

Mas, mesmo diante da importância do espaço do lixão para a trama, o cenário em que se passa a maior parte das cenas é, sem dúvida, o bairro Divino, mais especificamente na mansão da família do ex-jogador Tufão. É impressionante a quantidade de cenas que se passam com a família à mesa fazendo as refeições e discutindo seus problemas falando todos ao mesmo tempo, bem como destratando as empregadas da casa. A mansão do jogador congrega um núcleo composto pelos seguintes personagens: Tufão, Carminha – sua esposa –, os filhos do casal Agatha (Ana Karolina Lannes) e Jorginho que na verdade são filhos de Carminha com seu amante Max que também vive na mansão e é casado com a irmã de Tufão, Ivana (Letícia Isnard) – além de ter sido ele que a mando de Carminha deixou a pequena Rita no lixão e ajudou a amante a roubar e matar o pai da menina –, ao lado destes estão os pais do ex-jogador e sua irmã, Muricy (Eliane Giardini) e Leleco (Marcos Caruso)⁷³. Completam a cena as empregadas domésticas Zezé (Cacau Protásio), Janaína (Cláudia Missura) e Nina que, ao voltar ao Brasil para realizar sua vingança, consegue ser contratada pela família e passa a trabalhar na mansão como cozinheira. Associado a estes personagens podemos acrescentar o filho da empregada Janaína, Lúcio (Emiliano D’Ávila), um rapaz mau caráter que além de ter trabalhado por um tempo na mansão se associou primeiramente a Max e depois à Carminha para dar golpes na família e cometer outros crimes.

Esses personagens estão envolvidos da seguinte maneira: Tufão se casa com Carminha ainda na primeira fase da novela depois de ter atropelado o seu então marido Genésio que ela havia derrubado escada a baixo e que saiu à rua em busca de socorro depois de descobrir as vilanias da esposa. Culpado pelo atropelamento e seduzido por Carminha, Tufão se casa com ela, adota Jorginho no lixão sem saber que o garoto é filho de sua esposa com o amante e em seguida, se torna pai de Agatha que também não é sua filha biológica. Casada com Tufão, Carminha aproxima o amante Max da sua cunhada Ivana e os dois acabam se casando e morando na mansão, contudo os dois amantes mantêm o caso por longos anos. Muricy e Leleco foram camelôs, mas com o enriquecimento do filho através do futebol, atualmente também desfrutam de seus dias de aposentadoria e vivem a se desentender. Ivana cuida das finanças e dos negócios da família que mantém uma rede de salões de beleza em sociedade com a ex-noiva de Tufão, Monalisa (Heloísa Perissé). Carminha, no estilo dondoca do

⁷³ Em participação no programa *Mais Você* de Ana Maria Braga em 25/04/12, o ator contou como foi a preparação para o personagem, os acessórios que foram escolhidos para sua composição, como os óculos de sol na cabeça, camiseta regata, bermuda e tênis, revelando que esteve em um bairro do subúrbio e outros locais para colher material para composição da personagem. Muitos dizem que seu personagem foi inspirado no pai do jogador de futebol Ronaldo, senhor Nélio.

subúrbio, administra a casa e toma conta de uma instituição beneficente mantida pelo marido da qual desvia todos os recursos sem que ele e a família desconfiem, com a anuência do padre da paróquia que é responsável pela instituição. Tufão passa os dias em meio às conversas com os familiares, atuando também como mediador dos conflitos da família, tomando decisões junto com a irmã sobre os investimentos de seu patrimônio e divide suas horas entre partidas de sinuca no bar do seu bairro – o Bar do Silas – e entre os treinos do time do bairro Divino Futebol Clube no qual iniciou a carreira e que ajuda a manter. Jorginho compõe o time do Divino, passa os dias entre conflitos com sua família com a qual não se entende muito bem, sobretudo com a mãe e o tio – seus pais – os quais ele rejeita completamente. Transita entre o Divino, a zona sul onde passa a morar depois de um desses desentendimentos familiares e onde também reside sua namorada Débora (Natália Dill), e o lixão onde vive Lucinda que ele considera como mãe. A irmã Agatha, de 12 anos, estuda, ensaia apresentações de charme, mas ainda assim é a todo o momento desprezada e criticada pela mãe, sobretudo em função do sobrepeso, e acolhida e estimulada pelo pai. Nina, que na infância no lixão viveu um amor com Jorginho – e até se casou com ele de brincadeira –, ao ir trabalhar na mansão acaba descobrindo que ele é seu amor de infância e sendo descoberta por ele, os dois passam a viver um romance de idas e vindas, contudo ela não consegue viver o romance plenamente em função de seus planos de vingança. Até então noivo de Débora, o rapaz também passa a ter um relacionamento de idas e vindas com a namorada da zona sul. As empregadas, Zezé e Janaína, acompanham todas as confusões, problemas e segredos que guarda a mansão e em alguns momentos da trama são elementos centrais para acionar o desfecho e o esclarecimento de certos fatos. Além disso, vale ressaltar o drama vivido por Janaína para tirar o filho Lúcio da vida criminosa, o que a leva a descobrir várias falcatruas de Max e Carminha em decorrência do envolvimento do filho.

Vale a pena oferecer aqui alguns detalhes sobre esse espaço onde transitam tantos personagens, uma vez que o personagem Tufão se coloca na trama como representante da classe emergente brasileira, de uma parcela de pessoas que enriquece e continua mantendo os mesmos hábitos e estilo de vida. Matéria do Estadão publicada na estreia da novela comenta a postura da emissora em querer dialogar com as classes populares e se aproximar delas, uma vez que ao contrário das últimas novelas cujas tramas giram em torno de ricos que vivem em bairros nobres, *Avenida Brasil* retrata endinheirados que são suburbanos que subiram na vida,

mas não deixaram sua área⁷⁴. Desse modo, a família de Tufão retrata pessoas que enriqueceram, mas que não deixaram seus lugares de origem⁷⁵. Contudo, a inserção de Carminha na família traz uma tensão entre incorporar hábitos que seriam considerados comuns à classe média alta e manter hábitos típicos do subúrbio, a personagem é, inclusive, uma grande crítica da origem suburbana da família. Nesse sentido, ela está sempre preocupada em incorporar à mansão o que há de melhor e mais luxuoso a fim de ostentar a riqueza da família. No entanto, essa ostentação exagerada acaba gerando a acumulação dos mais variados objetos em pequenos espaços tornando o ambiente uma combinação desarmoniosa de inúmeros objetos caros distante do bom gosto clássico. Entre estátuas, lustres, peles de animais nos estofados, estantes com livros de mentira, a família, e mais exatamente a personagem Carminha, oscila entre a exibição de sua situação financeira num bairro do subúrbio e a inserção em alguns círculos da zona sul pela adoção de alguns comportamentos da tradicional classe média.

Outros espaços que compõem o bairro Divino⁷⁶, que também constitui um personagem central na trama, merecem ser mencionados, como o Bar do Silas onde os moradores, sobretudo os homens, passavam a maior parte do tempo; o Clube do Divino onde os moradores organizavam eventos e festas, e onde era realizado o Baile Charme⁷⁷ do bairro; o centro de treinamento do Divino Futebol Clube que concentrava a maior parte dos personagens masculinos do bairro; o Salão da Monalisa que era espaço para o trânsito das mulheres do bairro e também das fofocas; e a loja de confecções de Diógenes⁷⁸ (Otávio

⁷⁴ Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/arteelazer,flora-de-a-favorita-inspira-heroina-de-avenida-brasil,853480,0.htm>. Acesso em: 05/04/12.

⁷⁵ Em 28/06/2012, o ator Murilo Benício, que interpreta Tufão, faz uma participação no programa *Mais Você* de Ana Maria Braga em que comenta várias questões da trama que envolve seu personagem e também essa representação do suburbano diante da veiculação de uma matéria a parte pelo programa na qual são mostrados alguns casos da vida real que possuem semelhanças com a história da ficção. Mas a questão principal reside no fato de que essas pessoas também enriqueceram e continuaram morando no subúrbio. Disponível em: <http://globo.com/redesociedade/mais-voce/v/tufao-da-vida-real-mc-marcinho-tambem-mora-no-suburbio/2015505/>. Acesso em: 15/01/2013.

⁷⁶ Estive no Rio de Janeiro em setembro de 2012, e no metrô pude ver pessoas falando sobre a novela e se perguntando onde ficava o Divino, pois acreditavam que se tratava de um bairro do Rio de Janeiro, um dos envolvidos na conversa explicava que era apenas um local da ficção. Também na mídia, em alguns programas como *Mais Você*, cheguei a ver artistas e apresentadores comentando que muitos telespectadores ainda não sabiam que o Divino era um bairro da ficção.

⁷⁷ O programa Globo Repórter exibido em 19/10/2012, data em que a novela terminou, revelou que a grande inspiração do autor para caracterizar o Baile Charme do Divino foi o Baile Charme que acontece num viaduto de Madureira há 22 anos. Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-reporter/noticia/2012/10/conheca-o-baile-charme-que-inspirou-o-autor-de-avenida-brasil.html>. Acesso em: 15/01/12.

⁷⁸ A fabricante de meias e artigos esportivos Lupo investiu em merchandising 10 milhões de reais para estampar seu nome no uniforme do Divino, e também nos itens vendidos na loja de Diógenes. Ver: ZYLBERKAN,

Augusto). O Bar do Silas pertence obviamente ao Silas (Ailton Graça), que durante a maior parte da novela mantém um relacionamento com Monalisa que não demonstra nenhum interesse em casamento e vida a dois, enquanto o parceiro sonha em casar-se, chegando a inventar que estava doente para conseguir casar com ela e de fato consegue. Não é preciso dizer que a mentira é descoberta e o casamento termina na lua de mel. Ao lado de Silas está seu filho Darkson (José Loreto), que é locutor na loja de Diógenes.

Nos treinos do Divino Futebol Clube podemos encontrar além do filho de Tufão, Jorginho, os personagens Roni (Daniel Rocha Azevedo), Leandro (Thiago Martins) e Iran (Bruno Gissoni). O primeiro é filho de Diógenes e além de jogar pelo clube ajuda o pai na loja, o segundo vem de Goiás para tentar se profissionalizar como jogador no Divino. Leandro vai morar na casa de Diógenes e também passa a trabalhar em sua loja, tornando-se grande amigo de Roni que alimenta por ele sentimentos para além da amizade, mas durante toda a trama não evidencia sua homossexualidade. Entre eles podemos situar a personagem Suelen (Isis Valverde) que encarna uma “maria chuteira”, ou uma “periguete”, como ela própria se assume e como a descrevem as publicações veiculadas na mídia. Suelen representa uma imigrante boliviana que quer a todo custo se dar bem na vida e que faz sucesso entre todos os homens do bairro. Assim como Leandro ela também mora na casa de Diógenes e trabalha em sua loja, e ainda mantém relacionamento com Roni e Leandro.

O personagem Iran é filho adotivo de Monalisa e representa um rapaz mulherengo que não leva os treinos a sério, ele insiste com a mãe para que se mudem para zona sul, pois não concorda que eles continuem morando no Divino com toda a riqueza que ela já acumulou com os salões que possui. E Monalisa é uma mulher que vem da Paraíba para ganhar a vida no Rio de Janeiro e é bastante estigmatizada pela ex-sogra, Muricy, por suas origens nordestinas. Ela, sem dúvida, é a representante dessas pessoas que subiram na vida e enriqueceram através de trabalho árduo. Dona de uma rede de salões – não se sabe ao certo quantos – em sociedade com a família de Tufão, ela encarna a mulher independente que acredita não ser necessário ter um homem para ser feliz e que enaltece o trabalho. Nesse sentido ela também encarna um valor considerado típico da *nova classe média*, ou atribuído a ela, o empreendedorismo⁷⁹.

Mariana. *A classe C no horário nobre*. Coluna Televisão da revista Veja. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/a-globo-e-pop>. Acesso em: 15/01/12.

⁷⁹ Consta que a Taiff aplicou 60% de sua verba de marketing anual no salão de Monalisa, sobretudo, pelo fato de ela ser uma cabeleireira que personifica o valor do empreendedorismo, conforme depoimento do diretor comercial da marca. Ver: ZYLBERKAN, Mariana. *A classe C no horário nobre*. Coluna Televisão da revista Veja. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/a-globo-e-pop>. Acesso em: 15/01/12.

Assim como Tufão, ela acredita que o fato de ter ganhado dinheiro não deve levá-la a mudar seu estilo de vida e, diferente do filho, deseja continuar morando em sua pequena casa no Divino onde vive com sua inseparável amiga Olenka (Fabíula Nascimento) que trabalha no salão. Durante anos, Monalisa manteve um relacionamento com Tufão com quem iria se casar e de quem esperava um filho, contudo, eles se separam quando ele conhece Carminha e ela acaba perdendo o filho num acidente.

Ao lado dos dois grandes espaços já descritos, o lixão e o Divino, devemos situar a zona sul. O contato do subúrbio com a zona sul é feita pelo núcleo de personagens que compõem a trama do personagem Cadinho (Alexandre Borges). Ele um empresário do mercado de ações mantém relacionamento com três mulheres Verônica (Débora Bloch), Noêmia (Camila Morgado) e Alexia (Carolina Ferraz) tendo um filho com cada uma delas. Verônica incorpora a verdadeira dondoca, mantendo uma vida de luxo numa cobertura na zona sul, considerada a mais fútil e a que mais ostenta entre as três, além de não ter uma profissão. Noêmia, para a nossa surpresa é antropóloga, mas assim como Verônica não trabalha. Contudo, diferente da primeira, ela não faz tanto o estilo dondoca e sim intelectual, gostando de frequentar eventos culturais e ostentar obras de arte. Alexia, apesar de levar uma boa vida sustentada por herança familiar, é a única empenhada em manter-se independente tentando abrir um negócio próprio, contudo, ela também não abre mão dos luxos. Os respectivos filhos são Débora, Tomás (Ronny Kriwat) e Paloma (Bruna Griphao), dentre os quais Débora é sem dúvida o elemento que faz a ponte entre zona sul e subúrbio ao namorar Jorginho e depois Iran. Além disso, Cadinho também é um admirador de Tufão e afilhado de sua mãe Muricy mantendo um certo vínculo com a família. Mas a ligação desse núcleo com o subúrbio ocorre quando, após ser descoberto pelas suas três mulheres e passar a revezar o seu tempo dividindo-se entre elas, Cadinho é traído pelo assistente e perde sua empresa e todos os seus bens. Com isso, todas as suas famílias, que acabam se tornando uma só, vão morar com ele no Divino na antiga casa de Leleco e Muricy, e todos acabam tendo que aprender a ser pobres, ou suburbanos, cenas que acabam sendo responsáveis por boa parte da comicidade da trama.

Podemos dizer que além do *plot* da vingança, *Avenida Brasil* também conta com outros temas como ascensão social, traição, conflito entre classes, do triângulo, do regresso e do amor, é claro. Mas, voltando ao nosso *plot* principal, a trama coloca em contato todos esses núcleos e seus envolvimento vão se desdobrando paralelamente à vingança de Nina, e alguns

em função dela. Vale dizer que em nenhum momento Nina utiliza a palavra vingança para definir seu empreendimento contra Carminha, mas sim a palavras justiça, e inclusive corrige aqueles que definem seu comportamento como vingativo. As duas antagonistas da novela das nove protagonizaram cenas e diálogos bastante densos que extrapolaram os limites da narrativa da novela e foram parar nas redes sociais⁸⁰. A novela conseguiu alavancar a audiência da emissora no horário mantendo uma média de 41 pontos de audiência, atingindo picos de 48 e 51 pontos de média de audiência com picos de 53 pontos no último capítulo, superando a novela que a antecedeu⁸¹. Além disso, *Avenida Brasil* foi apontada como uma das novelas de maior rentabilidade da Rede Globo conforme publicou a Forbes em sua página virtual, e com disputa entre diversas empresas para veiculação de publicidade em seu último capítulo, que mobilizou os televisores do país⁸².

Cheias de Charme

A novela *Cheias de Charme*, exibida no horário das 19 horas estreou, logo depois de *Avenida Brasil*, em 16 de abril de 2012. A trama foi desenvolvida em 143 capítulos e chegou ao seu fim em 28 de setembro de 2012. De autoria de Filipe Miguez e Izabel Oliveira, a trama também era uma promessa para elevar os índices de audiência do horário que vinha em baixa nas últimas novelas. A última grande audiência do horário teria sido com a novela *Sete Pecados* em 2007 que registrou uma média de 30,8 pontos. A antecessora de *Cheias de Charme*, *Aquele Beijo*, foi uma novela de relativo fracasso e terminou com 25 pontos de

⁸⁰ Ver: *Desfecho de "Avenida Brasil" põe Carminha, Nina e Tufão nos tópicos mais populares do Twitter no mundo*. Coluna Vida Digital. Redes Sociais. Revista Veja. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/desfecho-de-avenida-brasil-poe-carminha-nina-e-tufao-nos-topicos-mais-populares-do-twitter-no-mundo>. Acesso em: 15/01/12. MOREIRA, Fabiano. "*Avenida Brasil*" 2.0. Agência O Globo. Disponível em: <http://br.tv.yahoo.com/noticias/avenida-brasil-2-0-100000550.html?page=all>. Acesso em: 13/10/2012.

⁸¹ Disponível em: <http://atarde.uol.com.br/cultura/materias/1461692-juizo-final-de-avenida-brasil-e-marcado-por-erros-classicos>. Acesso em: 21/10/12; Disponível em: <http://odia.ig.com.br/portal/diversaoetv/cap%C3%ADtulo-final-de-39-avenida-brasil-39-%C3%A9-o-programa-mais-visto-em-2012-1.505018>. Acesso em: 21/10/12; Disponível em: <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/avenida-brasil-tera-500-anunciantes-no-ultimo-capitulo>. Acesso em: 14/01/2012.

⁸² Disponível em: <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/avenida-brasil-tera-500-anunciantes-no-ultimo-capitulo>. Acesso em: 14/01/2012. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/entretenimento/noticias/ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-paralisa-o-pais>; Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2012/10/19/brazilian-telenovela-makes-billions-by-mirroring-its-viewers-lives/>. Acesso em: 21/10/12.

média de audiência⁸³. *Cheias de Charme* já estreou muito elogiada e com audiência de horário nobre, registrando 33 pontos de média e pico de 36 já no seu primeiro capítulo⁸⁴. A novela é um caso exemplar do investimento da emissora em novos autores e mais uma vez numa aproximação com as classes populares. Estreando como autores titulares de uma novela, Filipe Miguez e Izabel Oliveira que já haviam feito outros trabalhos na emissora como colaboradores, inovaram na narrativa do horário das 19 horas ao colocarem três empregadas domésticas como protagonistas, algo pouco visto na televisão em geral. O interesse em também retratar a ascensão das classes populares fica claro na fala da autora em entrevista publicada na revista Caras online: “Outro ponto importante foi a vontade de falar de um brasileiro que tem mudado de cara nos últimos dez anos. Vários aspectos da ascensão da classe C têm sido discutidos, para mim e para o Filipe interessava falar da autoestima dessa classe”⁸⁵.

Cheias de Charme traz para a televisão um recorte sobre o cotidiano de empregadas domésticas e suas relações com seus patrões, apontando mais uma vez para o conflito entre classes. Atrelado ao universo das domésticas aparece outra categoria em ascensão representada por profissionais de música em geral classificada como brega, que na novela se destaca através de cantores do tecnobrega e do sertanejo universitário. A abertura da novela trouxe o sucesso da cantora paraense Gaby Amarantos, *Ex may love*, que começou a ganhar visibilidade a nível nacional em 2011 e atingiu sucesso em 2012, muito também em função da novela. O título da música inclusive foi incorporado às falas das personagens no decorrer da trama para fazer referência a relacionamentos passados, aos ex-namorados e ex-maridos. A própria abertura da novela já retrata através do recurso de animação gráfica que conta com três bonequinhas, com muita cor e brilho, uma síntese da trama na qual três empregadas domésticas se tornam cantoras famosas. Com cenários e figurinos extravagantes, que abusaram das cores e do brilho, merchandising social, comicidade e muita musicalidade, *Cheias de Charme* conseguiu ganhar o público e a crítica. Brevemente apresentaremos uma síntese de seus personagens, núcleos, espaços e enredo, no intuito de caracterizar os formatos

⁸³ Disponível em: <http://gente.ig.com.br/2012-06-16/as-melhores-e-as-piores-audiencias-das-novelas-das-19h.html>. Acesso em: 18/06/2012.

⁸⁴ Disponível em: http://colunas.cnews.com.br/tvaver/index.php/destaques-home/critica-estreia-de-cheias-de-charme-e-promissora-e-mostra-o-talento-de-filipe-miguez-e-isabel-de-oliveira?utm_source. Acesso em: 17/04/12.

⁸⁵ Caras online. *Para autores, “Cheias de Charme” é homenagem a mulheres guerreiras*. Notícias. Disponível em: <http://caras.uol.com.br/noticia/para-autores-cheias-de-charme-e-homenagem-mulheres-guerreiras-filipe-miguez-izabel-de-oliveira#image0>. Acesso em: 17/04/2012.

e conteúdos presentes na narrativa. A exploração dos mesmos e o debate sobre os detalhes e repercussões da trama serão desenvolvidos no decorrer dos capítulos.

Diferente de *Avenida Brasil*, *Cheias de Charme* contou com um elenco mais enxuto composto de 52 atores e sem elenco de suporte, sendo que alguns atores interpretaram mais de um personagem ao longo da novela. Como já adiantamos, o principal *plot* de *Cheias de Charme* é, sem dúvida, o da ascensão social, uma vez que o foco da narrativa é a história de três empregadas domésticas que em meio a idas e vindas se tornam cantoras famosas e ricas através do clipe *Vida de Empreguete* que se tornou sucesso na internet e que nomeou o trio como *As empreguetes*. Dessa história principal se desdobram outras tantas histórias paralelas nas quais as três empregadas estão de algum modo envolvidas, e nesses desdobramentos podemos situar outros temas que perpassam a narrativa principal. Dentre eles podemos citar a luta de classes, como já foi colocado, a vida nas periferias e o cotidiano das classes populares, o universo da música e os percalços da carreira artística, a mídia, a corrupção, a honestidade, as redes sociais, o preconceito e, mais especificamente, o merchandising social realizado através da campanha pela regularização da situação de trabalho dos empregados domésticos.

As protagonistas da história são as empregadas domésticas, Maria da Penha (Thaís Araújo), Maria do Rosário (Leandra Leal) e Maria Aparecida (Isabelle Drummond). A primeira, Penha, é uma mulher negra, casada com Sandro (Marcos Palmeira), mãe de um filho de cerca de 10 anos Patrick (MC Nicolas) e que tem dois irmãos que foram por ela criados, Alana (Sylvia Nazareth) e Elano (Humberto Carrão). Penha seria a representação mais forte na trama da figura da mulher batalhadora, começou a trabalhar cedo, e ainda jovem assumiu a responsabilidade de sustentar e educar os irmãos, sempre trabalhando muito e ganhando pouco. Apesar de ter ser bastante realista e ter os pés fincados na sua realidade, Penha sonha com dias melhores e com uma profissão que possa lhe dar uma vida melhor, apesar de gostar do que faz. O personagem Sandro, marido de Penha, representa uma caricatura do malandro carioca, sua principal característica está no fato de ele não trabalhar, vivendo às custas da mulher e se metendo em diversas confusões, um “traste”, como a própria esposa o define. O filho Patrick gosta muito do pai e sempre o defende das represálias da mãe, uma vez que não quer ver os pais se desentendendo. Alana, irmã de Penha, é uma menina estudiosa e responsável que sempre ajuda a irmã e também fica do lado de Sandro quando este apronta alguma. Elano é um rapaz branco, diferente das duas irmãs, e que sempre se dedicou aos estudos, personifica o orgulho da família, recém-formado em Direito o rapaz tem uma

personalidade marcada pela retidão de caráter, perseverança, honestidade e ética em sua profissão, e se empenha em tornar-se um renomado advogado.

Maria do Rosário, ou simplesmente Rosário, é uma moça branca, solteira, mora com o pai adotivo Sidney (Daniel Dantas) que é sócio de um buffet onde a filha trabalha como cozinheira. Sidney adotou Rosário em um orfanato que ela frequenta várias vezes durante a novela e com o qual procura contribuir financeiramente. Homossexual assumido, ele nutre pela filha muito amor apoiando-a em todas as suas decisões. Rosário é uma moça sonhadora e romântica, tem o talento de cantar e tocar violão, instrumento no qual compõe suas músicas, mas nunca conseguiu fazer disso uma carreira, sonhando sempre com o estrelato. Determinada e muito focada em seus objetivos ela se dedica totalmente ao seu sonho de ser cantora e de fazer disso sua profissão. Ela tem um relacionamento de idas e vindas com Inácio (Ricardo Tozzi) que também trabalha no buffet e é idêntico ao cantor Fabian (Ricardo Tozzi), uma semelhança física que ele tenta de todas as formas negar e que trata como um trauma que só é revelado ao final da novela.

Maria Aparecida, a Cida, é uma menina mais jovem, uma adolescente, branca, solteira, e órfã, ela vive na casa dos patrões com a sua madrinha Valda (Dhu Moraes) a única ligação familiar que ela ainda possui e a pessoa que ajudou a criá-la depois da morte dos pais – além de ser a única negra que figura na casa dos Sarmentos. Sua mãe trabalhou por anos na casa da família Sarmento, onde Cida nasceu e cresceu tornando-se também empregada doméstica da casa após a morte da mãe, quando ainda criança. Ela representa o tipo de empregada doméstica que começa a morar com os patrões ainda na infância, em horário de trabalho fixo e sem folgas, permanecendo nessa condição muitas vezes até o fim da vida, a típica “empregada da família”. Ainda mais sonhadora que Rosário, Cida pensa anseia por viver um conto de fadas em que um príncipe possa se apaixonar por ela e tirá-la da situação de desventura em que se encontra, mas também alimenta o sonho de ter uma profissão formando-se como jornalista. Esse detalhe representa aqui um tema recorrente nas telenovelas que também tem a ver com o *plot* da ascensão, que é o mito cinderela⁸⁶, que representa a ascensão pela via do amor. Na trama, inclusive, em alguns momentos a personagem é chamada de “Ciderela”. O mito trazido de forma moderna está presente na verdade nas três personagens, mas sua representação é sem dúvida mais forte nesta.

⁸⁶ Ver: “*Cheias de Charme*” é o retrato da cinderela contemporânea. Disponível em: <http://www.blogizazilli.com/index.php/entretenimento/cheias-de-charme-e-o-retrato-da-cinderela-contemporanea>. Acesso em: 16/01/12.

As três protagonistas transitam entre os dois grandes espaços em que novela se divide o Condomínio Casa Grande e a Comunidade do Borrvalho, que respectivamente traduzem a grande divisão da trama entre ricos e pobres. Os nomes desses dois espaços desde o início me pareceram emblemáticos e uma escolha dos autores que não foi arbitrária. Ao contrário, o nome Casa Grande parece ser uma referência direta à obra de Gilberto Freire *Casa Grande e Senzala*, além disso, é no(a) Casa Grande que todos os empregados domésticos da história trabalham e onde residem os núcleos compostos pelos patrões. As diversas torres que compõem o condomínio apresentam torres com os nomes de escritores brasileiros clássicos das teorias do pensamento social brasileiro, como Torre Caio Prado Júnior. O Borrvalho também figura como uma clara referência ao conto de fadas da gata borralheira, uma vez que nele residem os empregados domésticos e todos os núcleos pobres da trama. Dentro do condomínio podemos destacar seis outros espaços que compõem as principais cenas da narrativa: a casa da família Sarmiento, a casa da advogada Lygia, a casa da cantora Chayene, a casa do empresário Otto Werneck, a mercearia do Senhor Messias e a pracinha do condomínio. Associado a esse espaço temos a galeria de Sônia Sarmiento, patroa de Cida. No Borrvalho podemos situar a casa de Penha, a casa de Rosário, a casa de Kleyton, o Chopekê e a quadra do Borrvalho. Além desses espaços a novela transitou muito pelos palcos, inclusive em espaços e eventos conhecidos (da vida real), com os shows das *Empreguetes*, bem como dos cantores Fabian (Ricardo Tozzi) e Chayene (Cláudia Abreu), e com a participação de diversos cantores do cenário atual da música brasileira e também artistas consagrados⁸⁷. Apresentemos então os principais núcleos que compõem esses espaços.

A família Sarmiento figura na trama de *Cheias de Charme* como representante dos segmentos mais abastados da nossa sociedade, com ampla residência decorada com o que há de mais sofisticado, uma segunda propriedade em Petrópolis mantida para momentos de lazer e descanso, consumo de produtos de uma variedade de produtos de luxo e grifes, viagens de primeira classe com hospedagem em hotéis cinco estrelas, frequentando os melhores restaurantes e círculos da alta sociedade, além de disporem de empregados domésticos para manter e garantir toda a estrutura de conforto doméstico. Ernani Sarmiento (Tato Gabus Mendes) é o patriarca da família, advogado renomado conhecido como “tubarão” por não perder causas, possui um escritório de advocacia responsável pela renda que mantém a

⁸⁷ Ver: “*Cheias de Charme*” retrata meio musical, revela artistas e deixa legado de hits; veja participações. Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/09/26/cheias-de-charme-retrata-meio-musical-revela-artistas-e-deixa-legado-de-hits-veja-participacoes.htm>. Acesso em: 21/10/12.

família. Mas, na realidade, ele é um advogado corrupto que lança mão de todo tipo de artifício e manobra para conseguir o que quer, mantendo o padrão de vida da família à custa de muitos atos ilícitos e criminosos. Contudo, todos acreditam que ele seu sucesso se deve ao seu brilhantismo e competência, o que lhe confere credibilidade por um tempo.

Sua esposa Sônia (Alexandra Richter) é uma perfeita representação da figura da dondoca, extremamente consumista, acostumada com o luxo e bastante fútil, ela é dona de uma galeria de moda e arte como – presente do marido – porque precisa se sentir útil ocupada com algo que gosta e que tem a ver com ela e seu estilo de vida. Em sua galeria são vendidas peças de grife caríssimas e objetos de arte, e em tese seria um espaço frequentado apenas pela elite, o que na verdade acaba mudando ao longo da novela. Suas duas filhas Ariela (Simone Gutierrez) e Isadora (Giselle Batista) gastam o tempo entre compras, passeios, festas, piscina, salão de beleza, etc. Ariela vem a se casar com Humberto (Rodrigo Pandolfo) que trabalha no escritório de seu pai como advogado e ambiciona galgar melhores posições em sua profissão, incentivado pela esposa. Isadora é bastante vaidosa e tão fútil quanto a mãe, preocupada em exibir etiquetas de grifes e em circular entre a juventude da alta sociedade. Cabe ressaltar que as duas irmãs jamais trabalharam e levam uma vida de dondocas juntamente com a mãe, tendo todo tipo de tarefa executada pelos empregados aos quais elas sempre humilham.

E nesse contexto se inserem Cida e sua madrinha Valda que sempre estiveram na casa satisfazendo todas as necessidades dos patrões, a qualquer hora, vivendo num minúsculo quarto de empregada na área de serviço. Tendo crescido junto com elas, Cida acredita que as moças também a consideram como irmã, uma vez que sempre brincaram juntas na infância, também pelo fato de que ela sempre herdou as roupas e acessórios que Isadora não queria mais usar. O que se converteu no seu grande dilema, acreditar que ela era da família, até que sua carteira foi assinada quando ela fez 18 anos – depois de passar toda uma vida trabalhando de graça – e ela entende que as relações entre ela e a família Sarmiento são profissionais e não afetivas.

Lygia (Malu Galli) é também advogada e trabalha no escritório de Ernani Sarmiento. Apesar de também morar no Casa Grande, sua casa é mais modesta, se inserindo mais num padrão classe média. Mãe de dois filhos Samuel (Miguel Roncato) e Manuela (Bia Petrentchuk), ela é casada com o espanhol Alejandro (Pablo Bellini) que trabalha como fotógrafo freelancer e no condomínio a fama que corre sobre ele é a de que “é chegado num uniforme”, em virtude de o espanhol dar em cima das empregadas do condomínio. Lygia é

uma personagem que representa bem os dramas da mulher moderna, que tenta conciliar carreira, casamento e família, tentando de alguma forma dar conta de todos os seus papéis. Ela tenta ganhar visibilidade na profissão e manter um padrão de vida razoável para a família uma vez que o marido não tem renda fixa, por isso se dedica excessivamente ao trabalho, o que gera cobranças dos filhos e do marido. Como se ausenta muito de casa em função do trabalho, ela é extremamente dependente dos serviços de uma empregada doméstica, porém não consegue encontrar alguém que se fixe na função. Lygia acaba vivendo a frustração de não conseguir uma posição melhor em sua profissão e não conseguir estar ao lado de sua família, o que ocasiona uma série de conflitos com sua família e problemas graves de saúde. É em sua casa que Penha vai trabalhar depois de deixar o emprego na casa da cantora Chayene e antes de se tornar cantora com *As empreguetes*, e ela e Lygia se tornando grandes amigas uma vez que, com a ausência da patroa, Penha acaba resolvendo vários problemas para Lygia e cuidando de sua família. Uma amizade entre patroa e empregada, branca e negra, rica e pobre.

A casa da cantora Chayene, ou Jociléia Imbuzeiro Migon que é seu nome verdadeiro, sem dúvida é a que mais se destaca no condomínio devido ao exagero de sua arquitetura e decoração, é a casa pink. Compatível com a extravagância e egocentrismo da personalidade da cantora a decoração da casa é composta de objetos variados sem nenhum padrão de combinação ou harmonia. Com muito rosa, muita pele e muito brilho, fotografias e pinturas com o rosto da rainha do eletroforró espalhadas por toda casa, além, é claro, de muitas borboletas – símbolo da cantora que chegou ao sucesso com o hit “Voa, voa, brabuleta”. Chayene é de Sobradinho, no Piauí, e representa uma leva de cantores que têm feito sucesso através do estilo brega e do forró que, combinados com a música eletrônica, resultaram no tecnobrega e no eletroforró – estilos dos quais a Banda Calypso e a cantora Gaby Amarantos, assim como outros artistas do norte e nordeste, são representantes. Com seu temperamento egocêntrico e soberbo, ela faz de tudo para se manter no topo da fama e se compraz em humilhar todos aqueles que lhe cercam a fim de se destacar. Diretamente associados ao seu personagem está Laércio (Luiz Henrique Nogueira) seu primeiro empresário, que passa a acompanhá-la, servi-la e zelar por sua carreira depois que ela se tornou sucesso nacional. Podemos apontar também Socorro (Titina Medeiros) que assim como Chayene veio de Sobradinho, onde a cantora começou sua carreira, e que é sua fã devotada, tornando-se sua empregada doméstica e fiel escudeira. Antes dela Penha e Rosário chegaram a trabalhar de

doméstica para Chayene mais não suportaram ser destratadas e humilhadas pela cantora temperamental. O trio e a cantora acabam se tornando rivais depois do sucesso de *Vida de Empreguete*, à qual Chayene responde com o hit *Vida de Patroete*, além de lançar mão de outros artifícios para alavancar sua carreira em decadência e manter seu nome na mídia.

Otto Werneck é um senhor de meia idade, viúvo e grande empresário do ramo de construção civil. Possui uma das maiores fortunas do país, mas que mantém uma vida discreta e hábitos simples. Ele representa o homem de posses que não se deixa corromper pela riqueza e que preza pela honestidade e justiça em sua conduta, sendo intolerante com qualquer desvio de conduta, injustiça ou desrespeito, e valorizando o trabalho e a ética. Também se empenha para manter que sua empresa invista em ações de responsabilidade social. Apesar de viver viajando, ele possui um apartamento simples, das proporções e estilo do de Lygia, no condomínio. No qual acabam morando seu filho Conrado (Jonatas Faro) e sua sogra Máslova (Aracy Balabanian). O filho não herdou a índole do pai, que se questiona onde errou em sua educação. Conrado é ambicioso e deseja manter um alto padrão de consumo e conforto com o mínimo esforço possível. Despreza os hábitos austeros e simples do pai, considerando que ele não sabe viver bem por não gastar sua riqueza em luxos e extravagâncias. Contudo, Conrado não conta com o apoio do pai para o seu modo inconsequente e desregrado de vida, apenas com o incentivo da avó que como ele deseja desfrutar de uma vida de regalias sem o menor esforço.

A mercearia do senhor Messias (Edney Giovenazzi) é o estabelecimento responsável por abastecer as casas do condomínio com produtos de primeira necessidade. Com muitas dívidas, ele tenta manter a mercearia funcionando. Com ele trabalham Rodinei (Jaime Matarazzo) e Niltinho (Sérgio Malheiros) que têm muito respeito pelo patrão considerando-o como um pai. Ambos fazem parte da Borracho Crew, um coletivo de grafiteiros do Borracho. Rodinei é uma espécie de líder do coletivo, adepto da cultura hip-hop e de uma ideologia anti-burguesa, ele acredita que a arte que realiza, o grafite, não pode e não deve se tornar mercadoria. Esse personagem representa o esforço dos autores em dar maior visibilidade à cultura de rua e ao grafite como uma manifestação artística, o que fica bastante claro com o desenrolar da narrativa. Depois de terminar um longo relacionamento com Cida, ele passa a namorar Liara (Tainá Müller), irmã de Lygia, que depois chega da Europa e vai trabalhar na galeria de Sônia. Ele e Niltinho estão sempre penetrando em eventos e festas da elite do condomínio e fazem sucesso com as meninas, as patricinhas, que por sua vez não assumem

publicamente o relacionamento com rapazes da periferia. Na mercearia e na pracinha do condomínio são protagonizados vários episódios de conflitos, barracos, brigas, discussões entre as patroas e as empregadas do condomínio, ou entre Chayene e As Empreguetes que disputam espaço nas paradas de sucesso.

No Borrvalho, temos como cenários principais a casa de Penha e Cida, que constituem residências simples compondo o estereótipo do que geralmente se imagina para uma casa de um pobre que mora na periferia. A casa de Rosário e seu pai difere em alguns detalhes da de Penha, contando com mais objetos de decoração e móveis mais novos uma vez que, sendo seu pai sócio de um buffet, eles possuem uma condição financeira melhor. A casa de Penha um pouco mais modesta, conta com uma laje onde sempre há um churrasco ou alguma comemoração, e também com um puxadinho que ela aluga para sua amiga evangélica Ivone (Christiana Kalache), que sempre a ajuda tomando conta da casa e de seus filhos quando Penha está ausente. Esses dois espaços parecem ser bastante comuns em casas de periferia onde as edificações vão sendo construídas aos poucos e sempre vai se aumentando um cômodo conforme as possibilidades, além de se priorizar o acesso à laje como um espaço para lazer já que as casa geralmente são muito pequenas.

Ao lado das casas das duas empreguetes, está Kleiton (Fábio Neppo) amigo do trio e responsável por lançar o sucesso *Vida de Empreguete* na internet, o que o leva a se tornar o produtor musical das cantoras. Sua residência ainda é mais simples que a de Penha, com poucos metros quadrados nos quais ele ainda tem um estúdio improvisado. Os espaços de confraternização coletiva do bairro são o Chopeokê da dona Voleide (Maria Pompeu) e a quadra do Borrvalho. O Chopeokê é uma mistura de bar e casa de shows onde geralmente os homens se juntam para jogar sinuca, tomar cerveja e que possui um salão no qual Rosário fez sua primeira apresentação como cantora e que recebe posteriormente *As Empreguetes*, Chayene e Fabian. O local figura como um ambiente familiar frequentado assiduamente por todos os moradores. Na quadra do bairro, são realizadas várias festas e eventos da comunidade.

E por fim, cabe situar o núcleo artístico da novela que além das figuras já citadas conta com o cantor sertanejo Fabian, “o príncipe das domésticas” que é apadrinhado por Chayene no começo de sua carreira e por quem Rosário é fanática, ou melhor, *fabianática* – expressão utilizada na texto da novela para fazer referências às enlouquecidas fãs do cantor. Extremamente vaidoso, o cantor zela por sua imagem e chegou mesmo a esconder sua

verdadeira idade. Ao seu lado temos sua irmã e também assessora Simone (Marília Martins), o empresário Tom Bastos (Bruno Mazzeo) que agencia todos os artistas da trama, que por sua vez competem entre si. Associado a este núcleo está o radialista Gentil Soares (Gustavo Gasparani) que conduz o programa de rádio *Bom dia Dona Maria*, que abre a maioria das cenas que retratam o começar do dia e o cotidiano na comunidade do Borralho, além de apresentar o programa de TV, *De olho na fama* responsável pelas notícias da vida dos famosos da trama.

A narrativa de *Cheias de Charme* amarra bem os seus núcleos principais e secundários pelos quais estão a transitar as três protagonistas. O seu teor social concentra-se no embate entre patroas e empregadas domésticas, bem como na discussão sobre os direitos e deveres de cada uma das partes. Tais elementos dialogam com o tema da ascensão social das classes populares e com uma exaltação das capacidades humanas de superação e perseverança. A novela trata, assim, de temas bastante atuais, polêmicos, e em alguns aspectos o faz de forma bastante pedagógica. Além disso, o conceito transmídia, união de diversos veículos de comunicação, no qual os autores investiram foi bastante inovador fazendo com que a narrativa, além de incorporar essas outras mídias ao seu texto - como a internet - também fosse por elas incorporada. A trama tornou o site da emissora um dos mais acessados e criou uma série de produtos vinculados à trama que podem ser adquiridos pelos telespectadores⁸⁸. O sucesso do núcleo artístico da novela fez com que as *Empreguetes* e *Chayene*, mesmo depois do fim da trama, se apresentassem no show especial de natal do cantor Roberto Carlos, exibido pela emissora, demonstrando como as personagens fizeram sucesso junto ao público.

⁸⁸ Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/09/27/no-ultimo-capitulo-de-cheias-de-charme-cida-lanca-livro-na-trama-e-na-vida-real.htm>. Acesso em: 21/10/12.