Identificação e Aproveitamento de Conteúdos Sociais na Recepção de Telenovelas ¹

Márcia Gomes M.²

***Resumo:** Este artigo discorre acerca da participação dos espectadores na construção de sentido, sobre si mesmos e sobre o meio social, a partir da recepção dos produtos culturais midiáticos. A atenção é posta especialmente sobre a qualidade da relação que estabelecem com as telenovelas, como um aspecto que intervém no aproveitamento que é feito dessas obras. O material aqui apresentado é parte dos resultados de uma pesquisa cujo objeto é indagar sobre a televisão e as telenovelas como ambientes de socialização. Entre as maneiras de construir conhecimento na recepção de telenovelas, aqui se explora a identificação como forma de atividade e de ação cognitiva dos receptores sobre os textos.*

***Palavras-Chave:** Identificação. Leitura referencial. Telenovelas.*

1. Introdução

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

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

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Recepção, Usos e Consumo Midiáticos”, do XVII Encontro da Compós, na UNIP, São Paulo, SP, em junho de 2008.

² Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, marciagm@yahoo.com

separação entre a capacidade de entender e a interpretação que se faz dos textos midiáticos. Mesmo que os espectadores entendam o que o texto preferencialmente propõe, podem chegar a uma interpretação diferente da indicada pelo produto, dependendo de se assumem uma posição negociada ou de oposição.

Este trabalho explora acerca da construção de sentido que os receptores fazem sobre si mesmos e sobre o meio social desde o contato que estabelecem com os produtos culturais midiáticos. Neste caso, a atenção recai especialmente sobre a qualidade do contato que se estabelece com esses produtos, como um aspecto que faz a diferença no *aproveitamento* que se faz das mensagens midiáticas. Por aproveitamento aqui se entende a ação recursiva de utilizar-se à sua maneira, de tirar proveito do que se acede através da mídia. Mesmo sem poder para definir o que vem ou não a ser proposto pelos meios de comunicação, o público utiliza – reciclando também, se for o caso – os recursos disponibilizados para construir sentido e compreender a própria realidade social.

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

No caso da ficção seriada televisiva em geral, e das telenovelas em particular, o contato com o desempenho dos papéis sociais e com os projetos de identidade propostos pelos personagens é à longo prazo. Ao acompanhar o desenvolvimento das tramas, têm-se a oportunidade de explorar as causas e conseqüências, as motivações e intencionalidades socialmente atribuídas a determinadas formas de fazer em sociedade. Entre as diversas maneiras de coligar-se e aprender com o que é proposto pelas histórias no que se refere à

socialização, neste trabalho são exploradas a identificação “de” (reconhecimento) e a identificação “com”, como formas de ação cognitiva que os telespectadores lançam mão na aquisição conhecimento de programas como as telenovelas.

O material aqui apresentado é parte dos resultados de uma pesquisa cujo objeto central é indagar sobre como a televisão e as telenovelas são, na atualidade, ambientes socializantes e de socialização³. Como procedimento, a análise sócio-narrativa do gênero é combinada com a realização de entrevistas em profundidade, no intuito de capturar o entrelaçamento entre o gênero e a recepção. No que se refere à análise do gênero, foram contemplados, principalmente, os aspectos relativos à matéria da representação, à estrutura do imaginário, à forma do relato e às linguagens do meio e do gênero (MARTÍN BARBERO, 1992). As entrevistas foram feitas com pessoas que assistem telenovelas e que dizem conhecer esses programas enquanto espectadores. Até o momento foram realizadas 82 entrevistas em duas etapas: a primeira em 1999, e a segunda realizada a partir de 2004. Foram entrevistados homens (08) e mulheres (74) que viviam em Campo Grande e em outras cidades do Mato Grosso do Sul, em Bagé e Porto Alegre (RS), no Paraná, em Cuiabá (MT), em Dolcinópolis e Guarujá (SP). Explorando justamente a relação entre o modelo de mundo das telenovelas e o acervo sociocultural dos receptores, nas entrevistas se indaga sobre a experiência dos telespectadores com o gênero, os motivos para assistir e a qualidade da relação que se têm com as telenovelas, os hábitos e os rituais de consumo ligados aos meios de comunicação e ao gênero, em particular.

A análise da qualidade do contato que os espectadores desenvolvem com as telenovelas indicou que é feita uma leitura analítica, uma leitura interpretativa e uma referencial. Através da leitura referencial, cuja atenção será posta neste artigo, os receptores ligam o que vêem com a própria história e experiência de vida social. Quanto aos tipos de identificação aqui analisadas, elas dizem respeito à leitura referencial dos programas, que no caso das telenovelas é a dimensão de leitura que predomina no discurso que os telespectadores fazem sobre a sua televidência.

³ Os resultados apresentados neste artigo fazem parte da pesquisa “Ficção seriada televisiva e representação da realidade social brasileira. A recepção de ficção seriada brasileira no Mato Grosso do Sul”, que conta com o apoio financeiro da FUNDECT

2. As dimensões de leitura

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

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

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

Os tipos de leitura que se manifestam no contato com os textos são também trabalhados por Liebes e Katz (1990), que contrapõem a leitura referencial, onde os receptores conectam os programas com a vida real, com a leitura crítica, onde os programas são discutidos como construções fictícias e desde seus aspectos estéticos. Diferentemente da proposta desses autores, a ênfase na separação entre ficção e realidade na abordagem dos conteúdos dos textos não é aqui utilizada como critério de classificação das dimensões de leitura. Pelo

contrário, desde a perspectiva aqui adotada, tem-se que todos os programas constroem versões e representam a realidade que afirmam mostrar ou retratar. Ainda em contraste com a proposta de Liebes e Katz, que atribui certa ingenuidade ao fato de ligar realidade e ficção na assimilação cognitiva dos textos, neste caso se ressalta a importância da leitura referencial, já que é conectando-se pessoalmente com os textos que os receptores refletem sobre suas práticas sociais. Segundo a análise aqui proposta, é justamente através da dimensão referencial que os receptores enriquecem, ao somar elementos e tornar mais complexos, os esquemas de conhecimento que utilizam para monitorar reflexivamente suas ações no mundo social (GIDDENS, 1991), e para controlar a imagem e as concepções de si que pretendem passar aos demais (TURNER, 1983).

3. Leitura referencial das telenovelas

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

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

A leitura referencial diz respeito tanto a percepção do “eu” e do “nós” (reconhecimento de si, identificação com) como àquela do “eles” (identificação de, alteridade). A observação do que dizem e fazem os personagens permite que os espectadores experimentem e ensaiem através do “outro” representado (performance e atuação). Com a

experiência de vida dos “outros”/personagens e a percepção das várias facetas do “nós” e do “eu” implicados na representação, os receptores descobrem e se descobrem, re-conhecem e se re-conhecem, adquirem competências sobre os próprios limites e sobre as alternativas de desempenho e de auto-apresentação em nível social. É uma forma de medir forças e de avaliar-se, vivendo de modo vicário e no “lugar do outro”, afrontando situações que podem estar ou não próximas ao que normalmente se vive ou se está em contato.

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

4. A identificação “de”

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

Na recepção de telenovelas, o reconhecimento se verifica quando percebe-se algo que se conhece no que está sendo apresentado pela história. Esse algo, porém, sempre traz

consigo uma parte de alteridade, seja pelo ambiente onde se apresenta situado, seja pela forma com que se associa com os outros elementos da história. Reconhecendo partes do que se conhecia combinadas de modo insólito, os indivíduos têm a oportunidade de considerar a riqueza de aspectos implicados e de somar elementos aos modelos já assimilados, passando a entender melhor o que em partes já sabiam. A operação de re-conhecer permite tanto “refrescar a memória”, quanto reforçar o conhecimento adquirido e reconfirmar o que já se havia apreendido. Através do reconhecimento se enxerga com mais nitidez e se produz inteligibilidade, visto que o contraste entre as partes permite discernir as qualidades afins, que muitas vezes não se pronunciam de modo evidente nas circunstâncias onde se manifestam corriqueiramente. É uma operação cognitiva que possibilita, então, acrescentar, enriquecer, somar elementos e saberes ao repertório que se possui.

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

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

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

5. A identificação “com”

A “identificação com” o que é apresentado pelas telenovelas se dá quando o telespectador se sente mencionado pelo programa: sente-se aludido no que observa, vislumbra a si mesmo no que é proposto pelos personagens ou nas situações apresentadas.

Essa identificação se manifesta tanto em relação a uma ação singular, quanto em relação a um comportamento, a uma maneira de ser, a uma experiência concreta, a algo que se quer ou deseja para si. Manifesta-se, principalmente, como visão de si, como expressão de algo que existe (como presença ou ausência) no que os telespectadores são/fazem, desejam ou valorizam. Esta forma de identificação diz respeito, então, aos vínculos estabelecidos entre as passagens retratadas na história e alguma experiência ou característica específica da própria trajetória de vida, hierarquia de valores ou projeto de identidade social. O telespectador, neste caso, realiza *analogias* entre si mesmo e o que é representado pelas tramas, acedendo a conhecer-se melhor através deste recurso também muito utilizado na vida cotidiana para adquirir conhecimento⁴. Na posição de espectador, o receptor vê de fora e visualiza aspectos de si na representação, avalia os resultados e as impressões passadas aos demais com a composição de aspectos propostos pelas tramas.

essa identificação com personagens femininos fortes, eu não acho que é exatamente uma aplicação direta, mas reforça os seus princípios de objetividade. Reforça! A Chiquinha [Gonzaga], por exemplo, que era uma mulher muito fora do contexto. E às vezes eu me identifico com isso, porque eu sou muito questionada; sempre as pessoas estão dizendo que eu sou meio fora do contexto. Porque eu vou com mais sede ao pote do que normalmente as mulheres vão. (Jussara, dentista, 34 anos)

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

tem um personagem que eu acho que é muito parecido comigo, é a Júlia Montana [Andando nas Nuvens], que é interpretada pela Débora Bloch, na questão da

⁴ Junto com a analogia, Heller (1998) apresenta os seguintes modos de apropriação de conhecimento típicos do comportamento na vida cotidiana: o pragmatismo, a probabilidade, a imitação, o tratamento aproximativo da singularidade e a hiper-generalização. Com relação ao aproveitamento dos conteúdos televisivos, os telespectadores replicam as formas de obter conhecimento e orientar a ação que adotam na vida cotidiana.

entrega, do amor. Hoje não, eu tô casada, mas eu não deixava as pessoas me aproximarem, eu não me apaixonava facilmente. (Sherry, 28)

A identificação com se expressa também vinculada ao que os espectadores admiram ou aprovam nos personagens. Neste caso, esta forma de identificação ocorre de três modos distintos. Em primeiro lugar, tem-se o que Sluyter-Beltrão (1993) chama de identificação indireta, que aponta mais para exprimir o que se valoriza e deseja, quase que de modo onírico, sem que se tenha, necessariamente, a intencionalidade de traduzir isso em uma ação concreta. Em segundo lugar, está o vínculo que aponta para o desejo de realizar, de vir a possuir algo para obter um resultado parecido com o que se observava no enredo ou no desempenho do personagem. Aos olhos do telespectador, é como se o personagem oferecesse um exemplo bem-sucedido de como expressar aos demais certas propriedades, que se admira e desejaria ter para si, sem que necessariamente as tenha. A atenção é posta, por exemplo, em certos traços ou propriedades que exprimem, de forma justa e apropriada, determinadas idéias e noções do que se pretende, ao menos como desejo e intenção, transmitir de si mesmo. Nesse caso, porém, a identificação exprime a vontade, a intencionalidade de conseguir replicar, de aproximar-se ou de adquirir, senão a propriedade efetiva, ao menos a imagem exterior produzida por ela.

Ela [Juma Maruá, Pantanal] era muito humilde, uma pessoa..., só que ela era brava, ela era tipo um bicho do mato. Inclusive eles chamavam ela às vezes de onça, né? Então eu admirava muito ela. [...] Nem a coragem que ela tinha eu, sei lá, não tenho vontade de ter. Ela era muito corajosa. (Valdecy, empregada doméstica, 37 anos)

Por último, a admiração dá lugar à identificação com algo que é indicativo não da presença de algo compartilhado, mas da ausência, da falta, de algo sentido como uma privação em relação ao que se desejaria ter tido ou vivido, mas que já passou e não se teve. Neste caso, o sentimento de perda é acentuado porque, por alguma circunstância ou pela posição que se ocupa no ciclo vital⁵, o que não se teve é visto como algo que já ficou no passado, que não faz parte do que se tem todavia possibilidade de possuir ou experimentar.

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

⁵ Sobre as constrições relativas a prospectiva temporal causadas pelas mudanças no curso do ciclo vital, ver TURNER (1983).

6. A identificação com os modelos de posição

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

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

Entre os aspectos mais marcantes na percepção dos personagens desde o desempenho de papéis sociais, a idade no caso das telenovelas é um fator marcante. Isso porque a maior parte dos papéis centrais nas tramas é preenchida por personagens com idades que variam entre 20 e 40 anos, aproximadamente. A ação desses personagens centrais é observada pelos telespectadores em geral, pois são os protagonistas. À diferença deles, os personagens secundários (de todas as idades) em geral são mencionados principalmente por receptores de uma faixa etária equivalente à do personagem, de maneira que a posição no ciclo vital intervém na intensidade de atenção com que o telespectador contempla certos papéis: eles não se desfazem da própria posição no ciclo vital para observar e deleitar-se com a atuação dos personagens.

Um segundo aspecto relevante em relação à identificação com os modelos de posição é a hierarquia dos papéis sociais estabelecida para si pelos receptores e a atenção preferencial

aos personagens que enfatizam os papéis valorizados na composição da própria identidade social. Assim, os telespectadores que se definem primeiro desde a profissão que exercem colocam atenção e comentam mais o desempenho profissional dos personagens e os definem também desde suas profissões; os espectadores que se definem primeiro desde os papéis sociais que desempenham dentro da família (mãe, avó), colocam principalmente atenção nos personagens no desempenho desses papéis, e se identificam com aqueles que os exercem de maneira para eles “exemplar” ou próxima ao ideal.

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

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

7. O reconhecimento de si

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

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

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

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

8. Considerações finais

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

No que se refere aos aspectos observados do comportamento e dos projetos de identidade apresentados pelos personagens, a experiência com as telenovelas é utilizada como

um substitutivo da aprendizagem e da acumulação de experiências que os indivíduos fazem no contato face a face no cotidiano. A experiência adquirida desse modo é, de certo modo, um substitutivo das relações sociais, uma maneira alternativa – mediada – de refletir e comentar (trocar idéias) sobre os comportamentos e as atitudes que as pessoas tomam diante de situações corriqueiras. O envolvimento cognitivo e o empenho em compreender e interpretar a ação dos personagens é, em grande parte, expressão do forte interesse que os telespectadores desses programas têm pelos temas e pelos aspectos da vida social ali trabalhados.

Por ser um contato mediado, neste caso comentar sobre a vida dos “demais” não implica em ser apontado como pouco respeitoso da privacidade alheia. A posição de receptor oferece, portanto, um lugar menos comprometedor para implicar-se e analisar a conduta das pessoas/personagens. Oferece, ainda, um panorama mais completo (explicado, detalhado, inteiriço) e conveniente (protegido) para refletir sobre as conseqüências da própria forma de conduzir-se e de comportar-se, através das representações feitas por esses “outros” das histórias.

Saber mais acerca dos aspectos *aproveitados*, na visão deste estudo, permite entender melhor esses produtos televisivos, e compreender mais acerca do que significam esses programas para as receptoras que os assistem.

Referências

- ANG, Ien. **Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination**. London: Methuen, 1985.
- BARKER, C. Television and the reflexive project of the self: soaps, teenage talk and hybrid identities. **The British Journal of Sociology** 48, 1997, 611-628.
- BRUNER, J; WEISSER, S. A invenção do ser: a autobiografia e suas formas. In: OLSON, David; TORRANCE, Nancy (ed). **Cultura Escrita e Oralidade**. São Paulo: Ática, 1997. p. 141-161.
- DANZIGER, K. **La Socializzazione**. Bologna, 1979.
- GIDDENS, A. **Modernity and Self-Identity. Self and society in the late modern age**. Cambridge: Polity Press, 1991.
- GOFFMAN, E. **Espressione e identità**. Milano, 1979.
- GOMES, Márcia. Telenovelas, aprendizagem de conteúdos sociais e entretenimento. **Estudos de Sociologia** 11. Recife: UFPE, jan./dez. 2005, 143-160.
- HALL, Stuart. Encoding/decoding. In: HALL, S; HOBSON, D; LOWE, A; Willis, P. (ed). **Culture, Media, Language**. London, 1984. p. 128-139.
- HELLER, Agnes. **Sociología de la Vida Cotidiana**. Barcelona: Península, 1998.
- _____. **Teoría de los Sentimientos**. Barcelona, 1982. 2ª ed.
- LIEBES, T; KATZ, E. **The Export of Meaning. Cross-cultural reading of Dallas**. New York: Oxford University Press, 1990.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. El proyecto: producción, composición y usos del melodrama televisivo. In: MARTÍN BARBERO, J; MUÑOZ, Sonia (coord.). **Televisión y Melodrama. Géneros y lectura de la telenovela en Colombia**. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992.
- NEUMAN, W.R. Television and American culture: the mass medium and the pluralist audience. **Public Opinion Quarterly** 46, 1982. p. 471-487.
- OROZCO, Guillermo. Cultura y Televisión: de las comunidades de referencia a la producción de sentido en el proceso de recepción. In: GARCÍA CANCLINI (org.). **El Consumo Cultural en México**. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993.
- SLUYTER-BELTRÃO, M. Interpreting Brazilian telenovelas. Biography and fiction in a rural-urban audience. In: Anamaria FADUL (ed). **Ficção Seriada na TV. As telenovelas latinoamericanas com uma bibliografia anotada da telenovela brasileira**. São Paulo, 1993. P. 63-76.
- TODOROV, Tzvetan. **Introdução à Literatura Fantástica**. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- TURNER, Ralph. La concezione di sé nell'interazione sociale. In: SCIOLLA, Loredana (ed.). **Identità, percorsi di analisi in sociologia**. Torino: Rosenberg & Sellier, 1983.