



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO - ECO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

VERÔNICA MAIA RODRIGUES

LEITURA CRÍTICA E TELENÓVELA:
processos de construção da identidade em comunidades

Mestrado em Comunicação e Cultura

ECO/UFRJ

Rio de Janeiro

2013

VERÔNICA MAIA RODRIGUES

LEITURA CRÍTICA E TELENÓVELA:
processos de construção da identidade em comunidades

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em **Comunicação e Cultura**, na linha de pesquisa Mídia e Mediações Socioculturais, sob a orientação da Prof^a. Doutora Raquel Paiva de Araujo Soares.

Mestrado em Comunicação e Cultura

ECO/UFRJ

Rio de Janeiro

2013

Ficha Catalográfica

MAIA, Verônica.

Leitura Crítica e Telenovela: processos de construção da identidade em comunidades./ Verônica M. Rodrigues. Rio de Janeiro, 2013.

118 f.

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Escola de Comunicação - ECO, 2013.

Orientadora: Raquel Paiva de Araujo Soares.

1. Leitura Crítica. 2. Telenovela. 3. Comunicação Comunitária. 4. Identidade Comunitária. 5. Contra-hegemonia. I. Raquel Paiva (Orient.). II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação. III. Título.

FOLHA DE APROVAÇÃO

LEITURA CRÍTICA E TELENOVELA:

processos de construção da identidade em comunidades

Dissertação apresentada no curso de Comunicação e Cultura da
Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Banca Examinadora:

Orientador(a): Prof^a. Dra. Raquel Paiva de Araujo Soares
Universidade Federal do Rio de Janeiro/UFRJ/ECO.

Membro: Prof. Dr. Muniz Sodré de Araújo Cabral
Universidade Federal do Rio de Janeiro/UFRJ/ECO.

Membro: Prof^a. Dra. Veneza Mayora Ronsini
Universidade Federal de Santa Maria, UFSM / Departamento de Ciências da
Comunicação.

Dedico:

Aos atores sociais que se mobilizam para uma transformação social,
Ao meu marido, Ricardo Nascimento de Moraes,
A minha mãe, Rozana Ferreira Maia Pinheiro,
Ao meu *pai do coração*, Jorge Pinheiro,
A minha avó, Helena Albandes Ferreira,
Ao meu mestre da vida, Dr. Daisaku Ikeda
A minha avó, Ilka Albandes Ferreira (*in memorium*),
A minha bisavó, Francisca Albandes Ferreira (*in memorium*),
Ao meu pai, Francisco de Paula Castro Rodrigues Filho (*in memorium*),
E ao meu avô, Lourival da Silva Maia Filho (*in memorium*)

AGRADECIMENTOS

À minha mãe Rozana Maia, pela vida, pelo amor e carinho que sempre recebi e pelos ensinamentos preciosos e imprescindíveis para poder superar os momentos difíceis;

Ao meu marido, Ricardo Moraes, meu amor, companheiro e inspiração. Sempre pronto a me dar forças, me incentivando a crescer e evoluir como ser humano. Sua alegria e bom-humor transformam meus dias. Sem seu apoio, carinho, dedicação e companheirismo este trabalho não teria sido realizado;

A toda minha família por todo carinho e amizade: Helena Ferreira (avó), Jorge Pinheiro (pai), Arnaldo Bechara (sogra), Maria Elizabeth (sogra), Patrícia Nascimento de Moraes (cunhada), Arnaldo Bechara de Moraes Júnior (cunhado), e aos pequeninos sobrinhos: Arthur Bechara, Thais Gerpe Maia e Alex Gerpe Maia;

Ao meu mestre da vida Dr. Daisaku Ikeda (presidente da SGI - Soka Gakkai Internacional – associação budista fundada no Japão que atua em 192 países em prol da paz, cultura e educação) que, com seu exemplo vivo de força e dedicação me incentiva a me tornar uma pessoa melhor;

A Doutora Elizabeth David Silva Martins, por todo apoio e carinho. Através de suas importantes palavras de incentivo e coragem percebo que posso ir cada vez mais longe;

À Professora Raquel Paiva, minha orientadora, por acreditar em mim e na minha proposta ao acolher esta pesquisa. Muito Obrigado!;

Ao Professor Muniz Sodré, pela simplicidade e atenção em todos os momentos, além de sua importante contribuição ao mundo acadêmico e intelectual;

Ao amigos de jornada acadêmica de mestrado e doutorado do PPGCOM da ECO/UFRJ, Marcello Monteiro Gabbay, Zilda Martins Barbosa, Priscila Vieira, Pablo Laignier, João Paulo Malerba e Pedro Barreto, por todo carinho, orientação, atenção, boas conversas, grandes transformações compartilhadas, e também muitas risadas e alegria. Além de todos os demais colegas de curso, não citados mais igualmente importantes nesta jornada;

Aos professores do PPGCom da ECO/UFRJ, pelos seus valiosos ensinamentos neste espaço de aprendizado e troca. Em especial àqueles com quem interagi diretamente: Raquel Paiva, Muniz Sodré, Eduardo Granja Coutinho, Márcio Tavares do Amaral; Ana Paula Goulart Ribeiro, Suzy dos Santos, Marcos Dantas;

Aos pesquisadores do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária – LECC, pelos instigantes diálogos e debates carregados de reflexão. Em especial ao Marcelo Gabbay, Pablo Laignier, João Paulo Malerba, Zilda Martins, Ricardo Moraes, Nathália Ronfini de Almeida Lima, Thaís Barcellos Azevedo de Andrade, Lilian Saback de Sá Moraes e Patrícia Saldanha;

Aos funcionários do PPGCom UFRJ, Jorgina Costa, Marlene Bonfim e Thiago Couto, pela disponibilidade em ajudar sempre e pela pronta atenção;

Ao Núcleo de Solidariedade técnica da UFRJ (SOLTEC/UFRJ) que me acolheu de braços abertos brindando-me com uma incrível experiência profissional e acadêmica. Em especial ao Professor Doutor Sidney Lianza, Felipe Addor, Celso Alexandre Alvear, Jair Oliveira, Antônio Oscar Vieira, Sandro Rogério, Regina Carvalho, Ricardo Mello, Bruno Lima Cardoso, Lucimeri Ricas, às integrantes da Coordenação de Comunicação e outros tantos nomes não citados, mas igualmente queridos;

Aos grandes amigos, Marianna Fernandes, Bianca Damasceno e Tiago Junqueira, que independente da distância estão sempre por perto, compartilhando alegrias e auxiliando em momentos difíceis;

Aos amigos da Organização Budista BSGI – em especial ao Distrito Leme, pelas orientações, diálogos, incentivos, exemplos e companheirismo. Atuar humanisticamente ao lado de pessoas assim me torna um ser humano melhor;

À memória de Ilka Albandes Ferreira (avó), Francisca Albandes Ferreira (bisavó), Francisco de Paula Castro Rodrigues Filho (pai) e Lourival da Silva Maia Filho (avô). Cada um, a seu modo, fez parte de minha história, o que contribuiu para que eu hoje estivesse aqui, concluindo este trabalho.

EPÍGRAFE

*Desconfiai do mais trivial,
na aparência singelo.
E examinai, sobretudo, o que parece habitual.
Suplicamos expressamente:
não aceiteis o que é de hábito
como coisa natural.
Pois em tempo de desordem sangrenta,
de confusão organizada,
de arbitrariedade consciente,
de humanidade desumanizada,
nada deve parecer natural.
Nada deve parecer impossível de mudar.*

Nada É Impossível De Mudar

Bertolt Brecht

RESUMO

Maia, Verônica. LEITURA CRÍTICA E TELENOVELA: processos de construção da identidade em comunidades. Orientadora: Prof^ª. Doutora Raquel Paiva de Araújo Soares. Rio de Janeiro, 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

A presente pesquisa apresenta um olhar analítico sobre os processos de construção das identidades individuais e coletivas a partir das relações da mediação sociocultural realizada por intermédio das narrativas ficcionais e midiáticas veiculadas através da telenovela. Por meio desta reflexão propõe-se o exercício da leitura crítica do discurso comunicacional da teledramaturgia brasileira e como ela opera edificando um espaço gerador de relações simbólicas. Também se direcionam os esforços teóricos para o entendimento da fala roubada dos espaços populares, assim como a repercussão das favelas nos meios de comunicação. Em seguida, busca-se relacionar os processos de representação dessas favelas nas telenovelas com as ações de comunicação comunitária, bem como sua fala orgânica em relação ao mundo midiático.

Palavras-Chaves: Telenovela; comunicação comunitária; representação social; identidade comunitária; contra-hegemonia.

ABSTRACT

Maia, Verônica. CRITICAL READING AND TELENVELA: processes of identity construction in communities. Advisor: Raquel Paiva de Araújo Soares. Rio de Janeiro, 2013. Dissertation (Master in Communication and Culture) - School of Communication, Federal University of Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

This research presents an analytical view over the building process of individual and collective identities that appear from the relations of sociocultural mediation made through fictional narratives transmitted by telenovela. In this analysis we propose a critical reading exercise over the telenovelas communicational discourses, and how they operate building a space that generates symbolic relations. We also direct the theoretical efforts to understand the stolen speech of popular spaces, as well as the impact of favelas in the media. Then we try to relate the favela's representation processes in telenovelas with the actions from Community Communication, as well as their organic speeches concerning the mediatic world.

Key Words: Theater; communitary communication; social representation; communitary identity; counter-hegemony.

LISTA DE FIGURAS:

Figura 1: Capa da Revista Veja, de agosto de 2012_____32

Figura 2: Capa da Revista Veja, de janeiro de 2001_____55

SUMÁRIO

1. Introdução	13
2. Construção de identidades na teledramaturgia	
2.1. Marcas e influências da televisão e da telenovela no Brasil	19
2.2. As representações identitárias nas telenovelas	32
2.3. O folhetim televisivo e a comunicação hegemônica	42
3. Espaços populares, leitura crítica e ações de comunicação alternativa	
3.1 Favela, bairro ou comunidade	52
3.2 Leitura crítica e a comunicação comunitária	59
4. Ações de resistência, comunicação e mobilização comunitária	
4.1. A cultura carioca da comunidade Santa Marta na comunicação alternativa	65
4.2. Movimento de mobilização do Arte Manha no espaço popular de Caravelas – BA	69
5. Alteridade, Memória e Teledramaturgia: processos universais do comum	
5.1. Alteridade e o discurso simbólico de representação	75
5.2. Telenovela, memória e representação das favelas cariocas	83
6. Conclusão	95
7. Bibliografia	99
8. Anexos	107

1. Introdução

A intenção desta pesquisa é realizar uma leitura crítica que consiga distinguir as estratégias da ideologia hegemônica dominante, os modos como são representados os espaços populares, e verificar a partir disto como se constroem novas possibilidades de narração destes espaços através das iniciativas de comunicação comunitária. A presente pesquisa utiliza-se de uma proposta científica qualitativa através de entrevistas abertas com moradores de dois espaços populares, o primeiro na favela Santa Marta, no Rio de Janeiro, e o segundo em Caravelas-Bahia, a fim de buscar em tais espaços a influência direta da narrativa veiculada nas telenovelas brasileiras. E a partir desse ponto, apontar alguns processos insufladores e construtores das identidades brasileiras. Vale ressaltar que não se trata de um estudo de recepção, haja vista que, a intencionalidade do presente trabalho é abarcar opiniões acerca das telenovelas de modo geral, porém, sem exposições de capítulos para o grupo. O trabalho de campo se deu através da coleta de depoimentos com entrevistas abertas sobre telenovela, com objetivo de recolher dados qualitativos sobre as transformações e construções dos processos que resultam na formação da identidade brasileira. As pessoas que participaram da pesquisa eram espectadores assíduos das produções teledramatúrgicas da Rede Globo.

Para tanto, ao longo do trabalho serão apresentados pontos considerados importantes a respeito da telenovela brasileira, sem deter-se de forma exaustiva na fala sobre a história da telenovela.

A escolha deste tema partiu de um interesse em investigar o poder discursivo por trás das telenovelas e suas possíveis influências na construção identitária, em especial das favelas cariocas. E, como estas produções teleficcionais realizam a representação de espaços populares. A comunicação comunitária aparece, então, como uma forma de contraposição ao discurso hegemônico da mídia massiva, através de sua possibilidade de gerar uma nova forma de representação, uma fala autêntica.

No primeiro capítulo mostram-se breves considerações sobre as marcas e influências das telenovelas, e o meio em que são produzidas, além de suas imbricações políticas. Para estabelecer um olhar crítico sobre o objeto proposto é indispensável considerar a sua evolução e as transformações ocorridas ao longo do tempo. Este panorama é de extrema importância para a compreensão do atual sistema de produção e da condução que o meio audiovisual televisivo desempenha sobre o campo sociocultural. Outro ponto tratado neste capítulo são as bases em que se estruturam os

meios de comunicação no Brasil, em especial a televisão. Como operam as relações econômicas e políticas que envolvem a televisão brasileira. Para tal, foram utilizadas neste percurso as considerações de Maria Immacola Vassalo de Lopes (2004: 2008: 2009: 2012), Renato Ortiz (1989) e Cristina Brandão (2007).

Compreender os diferentes momentos que a telenovela viveu torna-se relevante para o presente estudo, pois é o que nos dá a base para discutir o cenário atual destas produções. A grande circulação e as bases de sua indústria são analisadas nesta parte da pesquisa. Assistir telenovela e consumir os diversos produtos derivados de suas tramas são ações completamente ligadas e fazem parte das estratégias mercadológicas destas produções, como aponta João Freire Filho (2007) ao tratar da comercialização de produtos derivados das produções ficcionais. A partir desse momento é que começam a aparecer pistas da influência que estas produções podem gerar em seu público.

A emergência da “C” nos leva a observar de que modo a teledramaturgia busca adequar seu discurso a este novo público consumidor. Além disso, há de considerar as formas de recepção e reinterpretação destes conteúdos por esta parcela de espectadores, tal como é apontado pela pesquisadora Veneza Mayora Ronsini (2011). Em seus estudos sobre a categoria de classes sociais e formas de recepção a teórica aponta para a questão dos modos como são recebidas e reinterpretadas por este público as produções teledramatúrgicas.

Finalizando esta primeira parte apresentam-se as considerações de Henry Jenkins (2009) e Lopes (2012) acerca da recepção transmidiática, e como essa nova forma de consumo de mídia afeta as produções do folhetim televisivo.

Ainda neste capítulo pretende-se analisar as implicações políticas e econômicas nas produções das telenovelas, uma reflexão sobre a narrativa da teledramaturgia acerca de temas políticos estetizantes engendrados pelos discursos simbólicos da mídia televisiva. Para compor o cenário hegemônico onde se estruturam as telenovelas desenvolve-se um breve resgate do processo de estabelecimento e desenvolvimento da televisão no Brasil, em especial da Rede Globo, e suas tramitações políticas, utilizando os seguintes autores: Othon Jambeiro (2004); Regina Luna Santos Souza (2007); Daniel Herz (1987); Manuel José Sena Dutra (2005), entre outros.

O conceito de coronelismo e sua ampliação com o adendo “eletrônico”, desenvolvido pela pesquisadora Suzy dos Santos (2005; 2006) é colocado nesta parte da pesquisa a fim realizar uma leitura crítica sobre o papel comunicacional da mídia televisiva visando à compreensão das relações entre a comunicação e as políticas de

tramitações institucionais. Em meio às construções midiáticas influenciadas por interesses políticos mostra-se relevante o pensamento de Muniz Sodré (2002) sobre a despolitização midiática e os riscos do enfraquecimento ético-político da sociedade.

Ao longo da pesquisa são utilizados outros esteios teóricos como Weber e Souza (2009), Martín-Barbero e German Rey (2004), Marilena Chauí (2006), Clara Fernandes Meirelles (2007), Mikhail Bakhtin (2010b), Pedrinho A. Guareschi (2000), Zygmunt Bauman (1998) e Maria Helena Weber (2000).

No segundo item é realizada uma leitura crítica da ideologia universal presente nas telenovelas e suas influências na construção de identidades. Utiliza-se Muniz Sodré (1990), Stuart Hall (2006), Nestor García Canclini (2010) e Bauman (2005), para localizar a que tipo de formação de identidade se refere esta pesquisa, analisando e discutindo esses processos a partir das relações e mediações socioculturais em articulação com as narrativas midiáticas veiculadas pelas telenovelas. O quanto estas narrativas estão presentes no cotidiano e fazem parte deste processo de edificação identitária, reforçando uma “forma de vida midiaticizada” (PAIVA; SODRÉ, 2004).

No último item deste capítulo é analisado o folhetim televisivo e sua comunicação com base em aspectos ligados à hegemonia, contra-hegemonia, ideologias de coerção e consenso, os quais são tratados através das reflexões e apontamentos de Gramsci e as referências gerais de Eduardo Granja Coutinho (2008; 2009; 2011), Raquel Paiva e sua contribuição intelectual sobre o aspecto hegemônico e a comunicação (2007), Adorno e Horkheimer (1985) abordando a produção atomizada da indústria cultural. Atrémos a mitificação, o mito como fala roubada - o signo esvaziado de seu significado primeiro-tal como exposto por Roland Barthes (2009), com o discurso das telenovelas.

No terceiro capítulo busca-se o entendimento da fala roubada dos espaços populares, assim como a repercussão das favelas nos meios de comunicação. Aqui é ressaltada a importância das ações de comunicação comunitária. Frente a este panorama o conceito de “Comunidade Gerativa” (PAIVA, 2004), nos apresenta como a comunidade é capaz de atuar no contra-fluxo destes imperativos. Paralelamente fazemos uma passagem do conceito de Leitura Crítica, o qual foi retomado pelo Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária – LECC/UFRJ.

No quarto capítulo expomos os dados coletados em campo, apresentando as comunidades e seus potenciais de desenvolvimento de fortes núcleos de resistência contra-hegemônica. São abordados o espaço comunitário da favela Santa Marta (Rio de Janeiro) e seu caminho de comunicação comunitária em resistência ao movimento

político dominante, através do Grupo Eco e do Coletivo Visão Favela Brasil, instâncias culturais alternativas de bastante influência no coletivo social localizado em Botafogo, e o Movimento Cultural Arte Manha em Caravelas-BA, que em uma região periférica distante do principal centro baiano se desdobra para movimentar a cultura local com comprometimento e conscientização política dos indivíduos. Tais núcleos buscam criar exatamente um olhar crítico partindo da multiplicidade das realidades sociais, visões de mundo, e, verdades das realidades locais, que dificilmente são retratadas pela mídia. Dessa forma, busca-se um entendimento crítico acerca dos mecanismos subliminares existentes nessas produções, que são capazes de interferir no seio cotidiano influenciando comportamentos e atitudes.

O objetivo é encontrar, em regiões e políticas diferentes, chaves que permitam entender como a mídia, e, mais especificamente a telenovela, atua na construção da cidadania, intervindo desse modo na construção das identidades, formação de outro “eu”, criação ou “mutação” das alteridades numa sociedade tão fortemente midiaticizada.

No quinto capítulo o intento será o de abordar a questão da alteridade, memória e teledramaturgia. A alteridade e o discurso simbólico da representação contidos nas telenovelas são analisados utilizando Mikhail Bakhtin (1990; 2008; 2010; 2010b) e seus principais conceitos como dialogismo, polifonia, exotopia, cronotopo, significação/sentido. Outros autores também são trazidos para compor esta análise do folhetim televisivo. No tocante a memória busca-se as articulações entre telenovela e memória comunitária e representações das favelas. O que se propõe é a análise e discussão dos processos de construção das identidades e memórias individuais engendradas na memória coletiva do grupo popular a partir das relações da mediação sociocultural com as narrativas midiáticas veiculadas por meio da telenovela.

As teorias sobre memória a serem expostas neste capítulo passam pela visão de Maurice Halbwachs (2006) e Michael Pollak (1989; 1992). A autora Eclea Bosi, amparada em Halbwachs comenta sobre a memória individual, e diz que esta “depende do seu relacionamento com a família, com a classe social, com a escola, com a Igreja, com a profissão, e enfim, com os grupos de convívio e os grupos de referência peculiares a esse indivíduo” (BOSI *apud* HALBWACHS, 1994). Nesse contexto a telenovela faz parte deste processo, e o intento desta pesquisa é analisar o quanto estas produções interferem no olhar das comunidades sobre elas próprias, como elaboram as memórias destas narrativas e sua representação dentro das mesmas.

Ainda neste capítulo pretende-se investigar a representação das favelas na

teledramaturgia através de uma breve comparação de duas telenovelas que abordam comunidades populares em sua trama, *Duas Caras*¹ e *Salve Jorge*², ambas exibidas no horário nobre da Rede Globo de Televisão.

Os questionamentos da pesquisa empírica sobre as duas telenovelas citadas giram em torno de como essas narrativas midiáticas entusiasmam o público deste espaço popular, e se estes se sentem retratados ou não. Para tal foram realizadas entrevistas abertas com um grupo de 20 pessoas (13 mulheres e 7 homens, com idades entre 20 e 50 anos) que aceitaram participar apresentando suas opiniões sobre o tema na comunidade Santa Marta. Busca-se o entendimento de como e o quanto os folhetins novelescos influenciam o processo de criação e desenvolvimento das identidades e memória dos grupos pesquisados. Neste contato com a comunidade buscamos compreender como os agentes locais de comunicação comunitária desenvolvem a leitura diante da representação ofertada pelo discurso hiperreal contido no texto teledramatúrgico.

O objetivo é revisitar os discursos delineados no interior das tramas destas histórias ficcionais, no que concerne a representação dos espaços comunitários. Quem são os moradores destes espaços na ficção televisiva? Que papel eles representam na memória individual e coletiva da comunidade? Que mensagens este discurso é capaz de suscitar? Ou seja, que cognição pode se construir no sensível e à parte dele por meio dos discursos das teledramaturgias. A proposta é realizar uma leitura crítica desta mediação audiovisual através das relações que se estabelecem entre o cotidiano da comunidade carioca em questão. Pretende-se, ainda, analisar o quanto a telenovela, enquanto discurso comunicacional direto com o espectador é capaz de intervir nos comportamentos e exercer influências no âmbito do corpo social como um todo.

Diante do exposto, a presente pesquisa se propõe analisar criticamente o discurso ideológico da telenovela e o seu papel intervencionista sobre a comunidade carioca Santa Marta, considerando também os estudos que apontam a relação entre conteúdos e narrativas midiáticos – incluindo todo um conjunto de valores e visões de mundo neles imbuídos – e as audiências como processos não estanques, mas permeados por todo o conjunto de dinâmicas socioculturais e mediadoras (MARTÍN-BARBERO, 2003; HALL, 2003). Nesse sentido pretende-se destacar ainda mais a importância das

¹ Escrita por Aguinaldo Silva, e exibida em 2007 e 2008.

² Escrita por Glória Perez, e exibida em 2012 e 2013.

mobilizações dos coletivos nas comunidades, e o quanto suas atividades são capazes de estimular um pensamento mais apurado e crítico dos moradores destes espaços populares, rompendo assim com a lógica de recepção passiva.

A pesquisa está amparada, além de idas à campo, pela revisão bibliográfica de importantes autores da área, bem como revistas, jornais impressos e eletrônicos que abordam o tema pertinente à este estudo.

A presente Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura iniciou oficialmente em 2011, porém, a pesquisa tácita teve início em 2009, quando surgiu o desejo, através da experiência com o Movimento Cultural Arte Manha, em Caravelas-BA, de estender o trabalho aplicando a carga teórica necessária, o que possibilitou o início formal do presente estudo.

2. Construção de identidades na teledramaturgia

2.1 Marcas e influências da televisão e da telenovela no Brasil

Muito além de informar, a televisão tornou-se uma companheira para a solidão, uma vez que, este eletrodoméstico é capaz de despertar inúmeras emoções nas mais diversas pessoas. Desta forma, para iniciar uma reflexão sobre a telenovela é preciso realizar uma breve contextualização a respeito do meio pelo qual ela é produzida e veiculada, bem como suas principais características.

A televisão no Brasil teve início em 18 de setembro de 1950, e a partir da década de 1960 passou a fazer parte da história do país, chegando por vezes a se confundir com ela. A televisão compõe nossa realidade socio-histórica há mais de 60 anos, em conjunto com ela construímos boa parte de nossa memória social recente.

A televisão brasileira surge inspirada no modelo norte-americano de exploração comercial dos meios de comunicação de massa. O primeiro conglomerado de mídia teve início em 1938 com Assis Chateaubriand (JAMBEIRO, 2004), o qual se tornou o maior da América Latina. Por mais de quarenta anos Chateaubriand foi um dos homens mais influentes da política nacional, dando início à complexa relação entre mídia e política no país (SOUZA, 2007).

Em 27 de agosto de 1962 houve uma significativa mudança na esfera das comunicações com a promulgação do Código Brasileiro de Telecomunicações, em função da mobilização nacional dos radiodifusores. Esta foi a primeira tentativa frustrada de regulamentação do setor, pois os interesses de agentes públicos e privados sempre prevaleceram.

Um pouco antes, em 28 de junho do mesmo ano ocorreu a constituição jurídica da TV Globo Ltda, que em menos de um mês de seu estabelecimento firmou contrato com o grupo estadunidense *Time-Life* – um dos maiores em nível mundial de entretenimento – transgredindo a constituição brasileira que não permitia o recebimento de financiamento estrangeiro nos meios de comunicação (HERZ, 1987; DUTRA, 2005; SOUZA, 2007). Contudo, Roberto Marinho seguiu com seus empreendimentos e transformou a Rede Globo em uma das maiores potências econômicas do setor de comunicações da América Latina, tornando-se a principal rede de televisão aberta

brasileira. Trilhando o caminho de Chateaubriand, Roberto Marinho geriu paralelamente um dos principais jornais impressos nacionais, edificando sua organização como a que mais se beneficiou com grandes investimentos publicitários nos meios de comunicação brasileiros (BECERRA; MASTRINI, 2009). Diversas foram as denúncias sobre irregularidades ligadas ao acordo com o grupo *Time-Life*, porém na prática nenhuma providência foi tomada. Segundo os estudos de Daniel Herz e Dutra fica bastante evidente que o desenvolvimento da Rede Globo passou por um processo de troca de favores, obtendo apoio do governo militar e de capital estadunidense. Dessa forma a televisão assumiu um decisivo papel no processo de consolidação de uma identidade nacional.

A ligação entre política e meios de comunicação permanece até os dias atuais, inclusive, sendo possível observar o envolvimento de políticos, de forma direta ou indireta, na gestão de empresas de radiodifusão e nos processos decisórios ligados a legislação do setor. Num âmbito geral as emissoras de televisão nacionais, do ponto de vista econômico, podem ser consideradas como indústrias geridas pelo capital, e como destacado anteriormente, estão centralizadas nas mãos de grupos elitistas que possuem o controle sobre a programação e informações veiculadas. Raquel Paiva ressalta que uma “rede como a Globo ramifica o seu poder junto a elites políticas (e geralmente familiares) regionais, por meio de emissoras afiliadas, hibridizando a modernidade transnacional do Centro-Sul com o arcaísmo “coronelista” do Norte e Nordeste” (PAIVA, 2005, p. 2) Desse modo, podem interferir sobre o que vai ou não ao ar na televisão, incluindo-se aí a teledramaturgia. Como já discorrido aqui, na mesma década do surgimento da televisão a telenovela passou a integrar a rede de programação e gradativamente se consolidou enquanto gênero de maior audiência e preferência do público.

Inserem-se aqui as considerações da pesquisadora Suzy dos Santos sobre o coronelismo no campo da comunicação. A autora traça um paralelo entre a terra da Primeira República e os meios de comunicação para iniciar sua fundamentação sobre o adendo “eletrônico” que atrela ao conceito de coronelismo. Na concepção de Vitor Nunes Leal (1980) o coronelismo é um sistema político de compromissos recíprocos envolvendo desde o Coronel até o Presidente da República. Segundo Santos, o que ocorre é uma apropriação dos espaços públicos pelo privado através de concessões de radiodifusão. Entenda-se aqui o privado como os conglomerados de comunicação (muitos destes ligados a parlamentares). A teórica aponta que:

A rede de clientelismo que configura as comunicações brasileiras passa por distintas formas de associações de interesses, apadrinhamentos e parentescos. O que pode parecer um mercado concorrencial, às vezes, revela-se uma espécie de divisão de bolo entre amigos. (SANTOS, 2005, p.11).

Tal relação se estabelece em forma de troca de favores, ou até, pode-se dizer, uma “prestação de favores”, uma vez que essas trocas passam a ser quase deveres realizados por interesse. Assim, políticos passam a ter acesso as comissões legislativas e, por consequência, passam a regular os meios de comunicação. Configura-se que, estes meios prestam serviço público, mas fogem do rigor do controle público, há um deslocamento da centralidade do interesse privado para a centralidade do interesse político. Fatos históricos exemplificam até onde podem chegar as intervenções feitas pelos políticos dentre os meios de comunicação, tal como destaca Santos:

A manipulação dos conteúdos exibidos pelos canais de televisão em propriedade de políticos chegou a constranger a própria Rede Globo, que, em maio de 2001 começou a divulgar intervenções em algumas afiliadas da Rede. (...) a apresentadora do *Jornal Nacional* Ana Paula Padrão frisou ao vivo a recusa da afiliada TV Bahia, de propriedade do então senador Antonio Carlos Magalhães, em fazer e transmitir as imagens do protesto de estudantes pedindo a cassação do senador. As imagens da violência da polícia, invadindo a Universidade Federal da Bahia e espancando os estudantes, exibidas no *Jornal Nacional*, foram cedidas pelo Sindicato dos Bancários baiano. Apesar destes movimentos, a afiliação de políticos ainda é expressiva no quadro da Rede Globo (SANTOS, 2005, p.10).

De acordo com a pesquisadora, no Brasil, a manifestação mais clara do coronelismo eletrônico se dá no campo da televisão aberta, apresentando um índice muito elevado de outorgas que são controladas por políticos e seus familiares. Dados quantitativos assinalados pela autora mostram que aproximadamente “33,6% das geradoras e 18,03% das retransmissoras são controladas por pessoas que exercem ou exerceram, nos últimos 15 anos, o mandato eleitoral” (SANTOS, 2005, p.12). Analogamente Santos define coronelismo eletrônico como:

Um sistema organizacional da recente estrutura brasileira de comunicações, baseado no compromisso recíproco entre poder nacional e poder local, configurando uma complexa rede de influências entre o poder público e o poder privado dos chefes locais, proprietários de meios de comunicação (SANTOS, 2006, p.8).

Ao traçarmos um paralelo entre os radiodifusores contemporâneos e os coronéis (do passado) é possível perceber a diferença no raio de ação de ambos. Na contemporaneidade existe um instrumento comunicacional de influência no âmbito nacional com força eleitoral, já, anteriormente a relação de mando ficava restrita somente à região de atuação do coronel. Sérgio Capparelli complementa este pensamento dizendo que as concessões apenas fortalecem grupos que já detêm poder econômico e político. Dessa forma, os meios de comunicação passam a servir “como um intermediário entre as idéias, valores e comportamentos desses grupos e o resto da população”. (CAPPARELLI, 1986, p. 86).

As redes de televisão nacional produzem um conteúdo popular, massivo, o que facilita a condução dos interesses dominantes, “traduzindo uma espécie de pacto simbólico ou contrato de leitura” (SODRÉ, 2002). De acordo com o autor, a mídia consegue impedir a justa interpretação dos fatos-imagens exibidos por meio de um “engana olho” estético, o agradável da forma exibida anestesias sensorialmente a sensibilidade crítica. Tal fato pode ser visto na hiperrealidade dos textos e estetizações das imagens contidas no discurso das telenovelas. Os espectadores passam a ler como verdade as falas proferidas por estes monopólios da comunicação.

A forma de abordagem realizada por essas corporações age diretamente no âmbito histórico, sociocultural, político e econômico do país. Particularmente a televisão atua de forma naturalizada sobre a sociedade, sendo capaz de disseminar valores morais de forma implícita dentro de sua programação. Ana Paula Goulart Ribeiro (2008) assinala a posição institucional que os meios de comunicação passaram a ocupar a partir do século XX, o que lhes conferiu “o direito de produzir enunciados em relação à realidade, aceitos pelo consenso da sociedade como verdadeiros” (RIBEIRO, 2008, p.195). Assim, a televisão “oferece marcos de referência que são incorporados às narrativas que os cidadãos comuns constroem sobre o mundo” (PORTO, 2007, p.107), passando a adquirir status de importante fonte de informação para a sociedade seguindo a lógica da produção mercantil.

Enquanto mídia hegemônica a televisão atua “reinterpretando semioticamente determinados discursos do senso comum, tornando-se, por força do mercado de consumo, mais assimilável pelo público do que verdadeiramente comunicativa”. (SODRÉ; PAIVA, 2002, p.131). As relações de poder se estabelecem e se perpetuam através do discurso, uma vez que ele é construído por meio de narrativas sociais e culturais. Sobretudo, é importante ressaltar que a mídia televisiva mostra-se ainda mais

incisiva em regiões onde as taxas de analfabetismo são elevadas e as formas organizadas de mediação dos conflitos sociais (tais como sindicatos e outras instituições da sociedade civil) deixaram de atuar de forma expressiva. Em decorrência desse fato há um fortalecimento da midiática frente às antigas instituições de mediação, levando a uma “despolitização midiática”, resultado do processo de enfraquecimento ético-político da sociedade (SODRÉ, 2002).

Neste contexto introduzimos a relevância das mensagens produzidas pelas narrativas das telenovelas, que se apresentam como “um produto serializado ficcional híbrido que transmuta a literatura, o cinema, o rádio e o teatro” (WEBER; SOUZA, 2009, p.142), e resgatam fatos sociais apresentando-os de forma diluída a fim de disseminar e propagar os mais diversos temas pela reprodução da hegemonia através do consenso.

Desde seu início a teledramaturgia apresenta-se como um dos produtos mais rentáveis para as empresas de comunicação, visto, por exemplo, que foi exatamente através deste tipo de produção que a Rede Globo de Televisão obteve seu grande crescimento na década de 70. Neste período a telenovela já estava imersa em um “processo cultural cada vez mais atravessado pelos influxos modernizadores da sociedade e coercitivos do Estado autoritário” (ORTIZ, 1989, p. 80), construindo um ambiente de afirmação da ordem capitalista.

As telenovelas são meios comunicacionais pelos quais os brasileiros atribuem sentido ao mundo social e da política tal como ressalta Mauro Porto (2007), com base em sua pesquisa e experiência pessoal. Por aliar o aspecto do entretenimento a um caráter comercial estas produções recebem orçamentos milionários, capazes de abarcar as percentagens mais significativas dos investimentos publicitários (MARTIN-BARBERO; REY, 2004), contribuindo para “manutenção e expansão de um sistema comercial de televisão cuja regulação se dá essencialmente pelo mercado” (WEBER; SOUZA, 2009, p.159). Assim, do ponto de vista econômico estas produções são geridas pelos “imperativos do capital” (CHAUÍ, 2006).

A comunicação do folhetim televisivo e sua dramaturgia configuram-se como uma produção discursiva que possui uma ampla aceitação e veiculação, que sensibiliza e atinge as mais diversas camadas sociais por um sistema de projeção e identificação. Seus discursos simbólicos, através de valores estéticos dominantes apoiados nos cânones clássicos tidos como universais, reforçam as visões de mundo da burguesia hegemônica e naturalizam a realidade social. A este respeito considera-se também que a

matriz das produções teledramatúrgicas encontra suas raízes no melodrama, que é a forma canônica de um tipo de imaginação presente no mundo social, e, portanto, formalizador do imaginário que busca dar corpo a moral e torná-la visível (MEIRELLES, 2007).

Levando em consideração os principais conceitos de Bakhtin (2010b) acerca do ser como evento único (inserido em um contexto, tempo e espaço únicos), constituído por falta e excesso, pode-se observar a relevância dos discursos proferidos pela teledramaturgia, pois esta opera como grande protagonista na produção de sentidos, elaborando e reelaborando o cotidiano (GUARESCHI, 2000), trazendo os mais diversos temas para discussão, dentro dos quais se inserem as representações sociais. A ficção televisiva influi nas questões de sentimento nacional e, dessa forma, conduz comportamentos induzindo à dinâmicas culturais dentro das edificações paradigmáticas dos discursos de homogeneização e controle. É cada vez maior o número dos temas abordados nas tramas que se convertem em pontos de debate na sociedade, e mais recentemente trazidos pelo merchandising social. Este tipo de ação possui uma relação intrínseca com as demandas ideológicas do autor da telenovela e a emissora de televisão. É possível, portanto, dizer que as telenovelas atuam como estruturadoras e reestruturadoras de “percepções e cognições, funcionando como uma espécie de agenda coletiva” (SODRÉ, 2002, p.26).

É na estrutura da telenovela que “encontramos a série, o fragmento, o tempo suspenso que reengata o tempo linear de uma narrativa estilhaçada em subtramas enganchadas no tronco principal, como no romance-folhetim publicado nos rodapés dos jornais” (BRANDÃO, 2007, p. 166). Durante muitos anos as produções e os textos da teledramaturgia ancoravam-se na adaptação de obras, retratando principalmente temáticas estrangeiras. Numa observação do contexto histórico e cultural da época podemos perceber que a ausência de uma dramaturgia brasileira estava inserida em um contexto sociopolítico, onde a oposição entre o nacional e o estrangeiro aparecia nas relações de dependência da sociedade brasileira frente ao contexto internacional (ORTIZ, 1989). Não só a telenovela, mas outras áreas culturais como o cinema e o teatro passavam pela mesma problemática. É importante ressaltar que desde sua criação a telenovela foi considerada como gênero menor da televisão brasileira. De fato, na época de sua edificação não se poderia imaginar seu grande êxito e penetração na cultura nacional. A televisão, e por consequência a telenovela, se estabeleceram no Brasil em “uma época em que começam a florescer inúmeras iniciativas culturais

lideradas pela burguesia industrial paulista”, período em que a “cultura burguesa vigorava como ‘a cultura’, e apenas uma faixa privilegiada da população tinha acesso a TV exibida para um público restrito ao Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte” (BRANDÃO, 2007, p. 168).

A utilização dos veículos de comunicação para fins de unificar uma identidade cultural nacional tem como marco a era Vargas. A partir de 1930, o que deu o “tom” da identidade nacional foi a mídia. Entretanto, foi a partir da ditadura militar que a televisão assumiu intenso papel na integração e direcionamento do país. O que podemos observar é o fato de que a partir de então os meios de comunicação assumiram um destaque na posição de pautar questões para a sociedade. Há de se evidenciar que a televisão, por meio das telenovelas abre espaços para discussões e reflexões de alguns temas. Na época toda a sociedade brasileira foi imersa no clima político e nacionalista dos governos de Juscelino Kubitschek e João Goulart, juntamente com os movimentos políticos e a construção de Brasília. Houve, então, um redirecionamento na produção cultural do país, a qual se passou a tratar da questão nacional. Frutos desta movimentação despontam no cenário cultural nacional o cinema novo e o Teatro de Arena com a montagem do espetáculo *Eles não usam black tie*.

No final dos anos 60 é possível perceber os primeiros traços modernizadores nas tramas destas produções ficcionais, e a realidade brasileira começando a ser explorada enquanto tema nas telenovelas. Um marco modernizador na teledramaturgia brasileira foi o lançamento de *Beto Rockfeller*, de Bráulio Pedroso, exibida pela extinta TV Tupi. Essa telenovela foi responsável por trazer pela primeira vez a realidade brasileira para a cena da teledramaturgia.

É neste contexto de modernização que a TV Globo trilha os caminhos abertos com a narrativa de *Beto Rockfeller* e se estabelece como a maior produtora de telenovelas do país, passando por momentos em que chegou a ser a única. Aos poucos o folhetim eletrônico passa a fazer parte da realidade e dos hábitos de seus telespectadores. Ortiz (1989) destaca utilizando Umberto Eco que a arquitetura das tramas provoca no espectador “satisfações contínuas e renováveis”.

A partir dos anos 70 a telenovela se consolida na grade de programação da Rede Globo, ganhando inclusive horários fixos, os quais se mantêm (com pequenas alterações) até hoje. É inegável que estes mais de sessenta anos de telenovela se mostram como forte veículo de diálogo com a sociedade.

Maria Immacolata Vassalo de Lopes aponta a ficção brasileira como um dos

principais setores estratégicos das produções audiovisuais, devido ao seu forte papel na “produção e reprodução de imagens que a nação tem de si mesma e nas quais se reconhece fortemente” (LOPES, 2009, p.101). E continua, afirmando que a telenovela transformou-se em um fenômeno nacional, por ter a capacidade de captar e expor as angústias e ambivalências presentes nas mudanças vividas pela sociedade brasileira, sendo capaz de construir um “discurso privilegiado do imaginário nacional, uma verdadeira narrativa da nação” (Idem.). Diversas são as tramas teledramatúrgicas que tratam sobre as questões sociais do cotidiano nacional³. Lopes complementa dizendo que a telenovela é “capaz de promover discussões públicas sobre dramas privados e conversas privadas sobre acontecimentos públicos” (Idem.). Entretanto é importante considera que ao mesmo tempo em que é excepcional um veículo ser capaz de agregar e dar sentido a uma nação também pode manifestar tentativas de homogeneizar os discursos proferidos neste meio. Não podemos esquecer os interesses políticos e econômicos que envolvem estas produções.

A TV Globo produz anualmente cerca de 2.500 horas de novelas e programas e apenas 1.800 horas de telejornalismo (RIBEIRO, 2010), números que demonstram a importância das telenovelas para os estudos de comunicação. Justamente pelo forte potencial dessas narrativas é que estudos como este se fazem necessários para discutir e analisar suas formas de comunicação.

Outro ponto a ser observado é o quanto as telenovelas movimentam a estrutura capitalista com venda de produtos ligados ao seu conteúdo. Em relação à Rede Globo nos deparamos, recentemente, com o ápice desta prática a fim de impulsionar o consumo com a criação do site *Globo Marcas – O shopping dos produtos da Globo*, o que Stuart Hall (2006) chamaria de “supermercado cultural”.

Desde sua criação, em 2000, este site destina-se a vender, de forma licenciada, parte dos produtos utilizados nas produções da empresa (utensílios domésticos, calçados, roupas, jóias etc.), além de Cd’s e Dvd’s dos programas que compõem a grade de programação da emissora. Segundo uma autodefinição, o site existe para aproximar o público do convívio com as atrações e personagens preferidos⁴. Enxerga-se nesse ponto

³ Alguns exemplos: “*Que Rei Sou Eu*” (1989), que apresenta forte ligação sociopolítico, econômico e cultural do Brasil da década de 1980; “*O rei do Gado*” (1996), realiza abordagem sobre a luta pela reforma agrária

⁴ <http://www.globomarcas.com.br/globomarcas/pages/atendimento/quemSomos.jsf>

a articulação do “bios-midiático” colocado por Sodré (2002), onde, segundo o autor, a mídia massiva ocuparia o papel de principal mediador social, promulgando valores morais e éticos pautados pelo consumo e pela ordem mercadológica. Vale ressaltar que a partir de 2003 o site *Globo Marcas* expandiu sua atuação para outros países, o que mais uma vez reforça a sua amplitude e o alcance das produções hegemônicas, e em especial a importância e a circulação das telenovelas “globais”⁵ ao redor do mundo.

Sobre esta comercialização de produtos das produções ficcionais, João Freire Filho observa:

A lógica econômica da convergência midiática pressupõe e incentiva a existência de um “consumidor ativo” (...). Através do marketing global e intrusivo de um sem-número de produtos derivados, as novas estratégias comerciais ambicionam intensificar o grau de imersão do público no universo do seu artefato favorito. (FREIRE FILHO, 2007, p.100)

O espectador/consumidor está cada vez mais imerso neste cenário de convergências e de múltiplas telas ao seu redor. Neste caso consumir está fortemente ligado ao aspecto de pertencimento e de proximidade com a obra, objeto do imaginário do espectador.

Esteticamente a telenovela realiza com frequência o uso de autorreferência entre suas tramas. Através de uma construção interdiscursiva os escritores acabam por acionar a memória seus telespectadores operações de produções de sentido ancoradas nos referenciais particulares de absorção e resgate temporal de suas tramas. Lopes destaca que a função destas ações, entre outras possibilidades é a “produção de sentidos ancorada na identificação de conhecimentos/sentimentos compartilhados pelo personagem e pelo espectador” (LOPES, 2012, p. 161). Como afirma Lopes utilizando-se das reflexões de Umberto Eco: “Esse olhar sobre si é uma característica das narrativas modernas, que, como a telenovela, proporcionam ampliação das relações entre os mundos reais e os mundos possíveis” (idem, p. 162).

Uma mudança significativa em termos culturais, que acaba por afetar a forma como se recebe e negocia os discursos das telenovelas, é uma questão que vem sendo abordada em alguns estudos de comunicação, em especial sobre telenovela, fazendo referência a emergência da chamada classe “C” e sua migração para a classe média (LOPES, 2012). Este fator cultural implica diretamente nas formas de recepção e

⁵ Referência popular feita as telenovelas que são produzidas pela Rede Globo de Televisão.

reinterpretação destes conteúdos, levando em consideração que a competência comunicativa do gênero abarca “demandas e desejos de várias classes sociais” (RONSINI, 2011 p. 383).

Sobre as transformações que a produção da telenovela passou ao longo dos tempos também é importante destacar o fenômeno mais recente chamado de “recepção transmidiática”. Chegamos em uma época repleta de oportunidades crescentes de produção e de recepção de conteúdos midiáticos, destacando no mínimo três telas, a TV, o celular e o computador, o que o autor Henry Jenkins chama de convergência, ou seja, “o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia (...). Convergência é uma palavra que consegue definir transformações técnicas, mercadológicas, culturais e sociais” (JENKINS, 2009, p. 29).

Este novo processo tem influenciado significativamente as formas como se vê a telenovela na atualidade por exemplo. Tal fato implica entre outros aspectos na forma como se realizam estas produções, uma vez que elas devem se adaptar e dar conta desta fatia emergente de mercado, como aponta Lopes:

Essas experiências novas são, realmente, desafios à ficção, notadamente à telenovela, que deve se reinventar na sua condição de “narrativas da nação”, agora em ambiente transmidiático (LOPES, 2012, p. 130).

O folhetim exibido (de março à outubro de 2012) às 21h, *Avenida Brasil*⁶, por exemplo realizou uma inovação com relação ao último capítulo. Ao longo do dia da exibição do desfecho final da trama foram colocados no site da telenovela pistas sobre o principal mistério que envolvia a morte de um dos personagens. Além das informações que foram sendo apresentadas, aproximadamente a cada uma hora era aberta uma enquete para que os espectadores expusessem seus palpites de quem seria o assassino. Essa tentativa corrobora com o que Jenkins comenta sobre o comportamento das novas audiências, as quais se colocam como “caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fans” (JENKINS, 2009, p. 49).

Lopes (2012) destaca que, muito recentemente e com uma grande velocidade, o brasileiro se tornou o terceiro usuário de redes sociais e o Brasil atingiu a sétima

⁶ Telenovela escrita por João Emanuel Carneiro.

colocação no mercado de internet do mundo. Mesmo em tempos de recepção transmidiática autora Maria Isabel Orofino⁷ ressalta que a “telenovela continua a mobilizar grandes audiências e se consolida como um canal de reconhecimento, criatividade, articulação, debate e diálogo social”.(OROFINO, 2008, p. 104).

Dessa forma, buscamos destacar a relevância do discurso proferido pelas telenovelas e sua presença no processo de construção e reconstrução das identidades de seus espectadores. As telenovelas podem dar grande visibilidade a qualquer assunto, e ressaltamos como positivo esse lado das produções da teledramaturgia. Um exemplo deste potencial ocorre quando são abordadas questões sócioeducativas ou que possuam o intuito de gerar um debate social sobre determinado assunto. Existem autores que buscam este caráter em suas obras, como é o caso do Benedito Rui Barbosa. O escritor e afirma:

(...)venho tentando fazer isso desde 1971 quando fiz a primeira novela educativa, usar a telenovela como instrumento de educação também. Porque eu percebo uma coisa: o telespectador quando está vendo uma novela na televisão, fica desarmado pela emoção, ele entra na emoção da trama e quando você o encontra desarmado assim pode jogar elementos educativos dentro da trama porque ele assimila muito bem⁸.

É importante ressaltar que o gênero encontrou na produção brasileira um de seus maiores espaços de criação. Orofino aponta que a “indústria brasileira vem (...) realizando uma teleficção de altíssima qualidade técnica, com traços estéticos muito particulares, força de autoria com a participação de atrizes e atores da maior expressão dramática que temos no Brasil” (Idem. p.111). Este estudo busca observar todas as faces das produções novelescas. Mas embora reconheçamos seus aspectos positivos não podemos deixar de examinar os aspectos indutivos destes discursos, que estão ligados as questões políticas envolvendo interesses, consensos - em uma visão gramsciana - e manipulação das massas, como será abordado mais a frente.

Sobre as audiências das telenovelas vale destacar que atualmente elas abarcam homens e mulheres dos mais diversos estratos sociais. E observa-se que a veiculação da

⁷ Pesquisadora do livro “Vivendo com a telenovela: mediações, recepção e teleficcionalidade” (LOPES, 2002).

⁸ Entrevista com Benedito Ruy Barbosa, no Programa *Roda Viva* da TV Cultura, exibido no dia 24/02/97.

novela se dá para além do horário de exibição, através da presença em pequenos comerciais que informam sobre o andamento da trama ao longo da grade de programação diária da emissora. O jornalismo também realiza certa cobertura das tramas e dá destaque a alguns assuntos abordados por estas produções. Um exemplo que chamou a atenção a respeito da inserção da telenovela no meio jornalístico foi quando o *Jornal Nacional*, do dia 04/11/1995, encerrou sua edição com uma matéria sobre o último capítulo da novela *A Próxima Vítima*⁹. Além disso, os jornais impressos *O Estado de São Paulo*, *Jornal da Tarde* e *O Globo*, também publicaram matérias sobre esta mesma telenovela.

Observa-se aqui um fator importante e bastante significativo para esta pesquisa: quando a telenovela passa a ser realidade além da ficção, amparada pelos discursos comunicacionais jornalísticos recebendo tratamento real sobre sua trama, ao passo que um fato realmente não ficcional passa a ser comunicado ou exposto com recursos ficcionais de espetacularização. Mais recente encontramos uma demonstração deste fenômeno, que ocorreu no dia da exibição do último capítulo de *Avenida Brasil*, de João Emanuel Carneiro. Ambos os programas jornalísticos, *Encontro com Fátima Bernardes* e *Globo Repórter* abarcaram em suas pautas integrais o conteúdo da trama tão esperada para ser desvendada por milhões de brasileiros. Uma estratégia de comunicação e audiência para fins de uma superaudiência no horário da novela e após. O primeiro foi exibido pela manhã, ou seja, antes da exibição do tão falado capítulo decisivo. O segundo, onde se misturavam histórias reais e ficção, foi ao ar após a exibição, ou seja, para fazer a mensuração da aceitação do público e continuar com a alta audiência atingida durante a novela. Podemos afirmar que “os status da ficção e do ‘mundo real’¹⁰ foram, (...) invertidos” (BAUMAN, 1998, p.157). No caso da ficção televisiva o espectador é mantido envolto na trama dentro e fora da tela.

Um exemplo muito relevante do poder exercido pela teledramaturgia envolvendo o mundo real e a ficção refere-se a repercussão na mídia, em especial impressa, referente ao assassinato de *Odete Roitman*¹¹ em *Vale Tudo*, de Gilberto Braga e Aguinaldo Silva (novela de 1988 / 1989). A novela obteve duas matérias de destaque: uma nas páginas amarelas da revista *Veja*, sob o título “entrevista com *Odete Roitman*”,

⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=kompmyJK8V8>. Acesso em 21/07/2011.

¹⁰ Grifo do autor

¹¹ Interpretada pela atriz Beatriz Segall.

e a outra na edição especial de fim de ano da revista *Isto é Senhor*, marcando o assassinato dentre os fatos mais importantes de 1988 (WEBER; SOUZA, 2009). Esta mistura entre entretenimento e informação, também chamada de infoentretenimento, é apontada por Douglas Kellner (2003) como sendo responsável pelo desenvolvimento cada vez mais intenso de uma “cultura tabloide se torna cada vez mais popular” (KELLNER, 2003 p. 5). Retomando a ideia de inversão cunhada por Bauman (1998), Maria Helena Weber enfatiza a discussão a respeito do tratamento jornalístico que privilegiou a cobertura de um assassinato ficcional sobre um assassinato real ocorrido em nossa sociedade. Segue este exemplo no apontamento da autora que nos mostra um parágrafo publicado pela revista *Isto é Senhor*, acima citada, na ocasião do julgamento do assassinato de Chico Mendes:

Milhões e milhões de brasileiros se emocionaram diante de seus aparelhos de TV na noite de 22 de dezembro de 1988 e discutiam um assassinato anunciado para o dia seguinte: quem mataria Odete Roitman, a vilã da novela (...)? Naquela noite, nos confins do Brasil, em Xapuri, (...) morria assassinado (...) Francisco Alves Mendes Filho (...). Se no Brasil, até então, quase ninguém sequer sabia da existência de Chico Mendes, mundo a fora já existia a preocupação com a morte anunciada. A de Chico, não a de Odete, tão cara aos brasileiros (...). (WEBER, 2000, p.137)

Outro exemplo que chamou atenção ocorreu no mês de agosto de 2012, em que o país passava pelo julgamento do mensalão (o maior escândalo de corrupção política da história brasileira). A capa de uma das revistas de maior circulação do país dá um destaque, quase total, para a telenovela *Avenida Brasil*, e restringe um pequeno espaço para falar do mensalão, como se a importância maior daquele momento fosse o drama entre as personagens principais da trama. Ficam evidentes com este fato as imbricações e interesses políticos dos meios de comunicação. Em momentos políticos importantes é “mais interessante” manter o grande público afastado das discussões que realmente interessam ao país, desse modo, a ficção aparece para distrair os “desavisados”, reforçando o imaginário do senso comum de que política é coisa “chata”.



Figura 1: Revista Veja, agosto de 2012.

Por intermédio da dramaturgia, do modo como é veiculada, da ancoragem em narrativas jornalísticas, a telenovela atinge um alto grau de persuasão social. Através da comunicação narrativa de uma estória de suposto entretenimento o folhetim novelesco é capaz de disseminar as mais diversas falas influenciando comportamentos em todos os estratos sociais. Entretenimento ou esvaziamento? Contudo, esta pesquisa não pretende julgar tal aspecto como bom ou ruim, mas sim, levá-lo em consideração para formular uma crítica reflexiva sobre tais produções discursivas.

2.2. As representações identitárias nas telenovelas

O conceito de identidade cultural abrange uma problematização ampla, mas buscaremos aqui ambientar o que se entende por identidade na contemporaneidade e de que forma essas identidades se relacionam com os discursos das telenovelas.

A ideia de identidade como algo permanente, único, exclusivo já não da mais conta das inquietações e incertezas epistemológicas da atualidade. Hoje as identidades

apresentam-se em permanente construção sujeitas a deslizamentos e a deslocamentos. Para Sodré identidade seria, de fato, algo que está implícito em qualquer representação que fazemos de nós mesmos, sendo aquilo que nos lembramos, determinando a definição que damos as coisas e ao espaço que ocupamos dentro de um sistema de relações, pois:

O *idem* latino faz referência à igualdade ou à estabilidade das representações, possibilitadas pela ordem simbólica e pela linguagem, mas também à unidade do sujeito consigo mesmo. A consciência, enquanto forma simbolicamente determinada, é o lugar da identidade. (SODRÉ, 1990, p.35)

Para Stuart Hall, “o próprio conceito com o qual estamos lidando ‘identidade’, é demasiadamente complexo, muito pouco desenvolvido e muito pouco compreendido na ciência social contemporânea para ser definitivamente posto à prova” (HALL, 2006, p.8). O deslocamento do sujeito e seu lugar no mundo são frutos da fragmentação instaurada na pós-modernidade (Idem). Daí decorre o que o autor chama de “crise da identidade”, a qual se estabelece devido ao processo de profundas mudanças na esfera social. No mundo contemporâneo é possível compreender identidade como uma instância plural, resultado de construções pessoais derivadas de um processo de hibridização e transnacionalização. Desta forma as identidades não podem ser definidas como fixas e unidimensionais, as formas com que se apresentam na atualidade são múltiplas e em constante processo de transformação. Nestor García Canclini (2010) afirma que:

A identidade surge, na atual concepção das ciências sociais, não como uma essência intemporal que se manifesta, mas como uma construção imaginária que narra. A globalização diminui a importância dos acontecimentos fundadores e dos territórios que sustentavam a ilusão de identidades a-históricas e ensimesmadas. Os referentes de identidade se formam, agora, mais do que nas artes, na literatura e no folclore - que durante séculos produziram os signos de diferenciação das nações -, em relação com os repertórios textuais e iconográficos gerados pelos meios eletrônicos de comunicação com a globalização da vida urbana (Canclini, 2010, p.117).

Podemos completar este raciocínio com as considerações de Zygmunt Bauman quando este diz que “as identidades ganharam livre curso, e agora cabe a cada

indivíduo, homem ou mulher, capturá-las em pleno vôo, usando os seus próprios recursos e ferramentas” (2005, p.35).

É importante observar, conforme pontua Orofino, que “é preciso considerar o conjunto dos meios de comunicação na construção de representações sociais a partir das quais compartilhamos um imaginário social” (OROFINO, 2008, p.104). Os meios de comunicação são capazes de realizar uma forte influência em nossa cultura. Dessa forma, “refletem, recriam e difundem o que se torna importante socialmente tanto ao nível dos acontecimentos (informação) como do imaginário (ficção)” (MORAN, 1991, p.5). Neste âmbito podemos inserir a questão do discurso das telenovelas e suas imbricações no processo de construção e reconstrução das identidades, aproximando seus espectadores por atos de identificação ligados à vida cotidiana, sendo um processo de interação social mediada pelo aparato tecnológico.

A telenovela pode ser vista como uma matriz do imaginário coletivo, agindo como produtora e refletora de identidades, e através de seu discurso pode provocar um tipo de identificação com uma determinada realidade. Observa-se que seu conteúdo não busca por excelência levar seu público a refletir sobre determinada realidade, mas sim evidencia as diferenças frente às normas sociais hegemônicas. Desta forma a teledramaturgia pode encaminhar-se para eficácia e potencialização do efeito de realidade inerente à construção de representações sociais das mídias de massa audiovisuais. De acordo com Douglas Kellner, os meios de comunicação de massa se configuram como “representações que ajudam a construir a visão de mundo do indivíduo, o senso de identidade e sexo, consumando estilos e modos de vida, bem como pensamentos e ações sociopolíticas” (KELLNER, 2001 p.82), sendo possível, por meio deste conjunto de representações haver uma fixação da ideologia política hegemônica.

Assim, observamos que a televisão atua como agente significante, gerador de sentidos, os quais não se destinam apenas a reproduzi a realidade, mas sim em defini-la, e a telenovela utiliza-se da base real da sociedade para gerar identificação entre as pessoas, produzindo assim “um novo regime de visibilidade pública” (SODRÉ, 2002). A edificação de um espaço de representação virtual ao mesmo tempo em que separa fisicamente os indivíduos os agrega em grupos de representação, uma vez que as comunidades em sua forma original estão gradativamente se desfazendo. A sociedade contemporânea e a sua indústria cultural cada vez mais vêm sendo regidas pela “telerrealização das relações humanas” (SODRÉ, idem). Sobre a relação entre indivíduo

e os discursos da mídia, Raquel Paiva, contribui:

Ao supor um tipo comum de indivíduo (a massa), o discurso do mass media se consolida no esquema de falar o tempo todo, simulando uma intimidade inexistente, propiciando ainda uma impressão de apropriação do real e formulando parâmetros de relação e comportamento, enfim, mediando as relações no nível social. (PAIVA: 2003, p. 24-25).

E sobre a indústria cultural, José Manuel Moran, completa:

A televisão (...) mostra a competência dessa indústria em captar anseios e necessidades, e corresponder adequadamente através de narrativas dinâmicas, ágeis, que encontram ressonâncias profundas, afetivas, emotivas, conscientes-inconscientes no “receptor”. (MORAN: 1991, p.17).

Por esse motivo não se pode ignorar as construções narrativas realizadas pela produção dramaturgicamente audiovisual televisiva, e sim, buscar um olhar crítico sobre elas, sem deixar levar-se pela ideologia dominante contida nessas produções, nem tampouco apresentar uma visão preconceituosa sobre elas. Contudo devemos ter cautela, sem superestimar, nem tampouco subestimar a capacidade crítica e compreensiva dos espectadores. Ao contrário do que declarou o autor Gilberto Braga, em entrevista para a revista Superinteressante, na qual ele comenta a respeito de não envolver questões mais profundas em suas tramas: “A maior parte do público não tem bagagem cultural para um entretenimento mais consistente do que a telenovela, e uma boa parte que tem essa bagagem teve um dia cansativo, quer espaiar” (BRAGA, 2005 p.27). É claro que a característica primeira destas produções é o entretenimento, o que não quer dizer que ela não possa tratar de assuntos importantes. O que vemos, na maioria dos casos, é a utilização desta ferramenta comunicacional para dar visibilidade de temas de interesse hegemônicos, por meio da forma do entretenimento, apoiada no sensível para persuadir seu público. É por este motivo que consideramos que as representações sociais apresentadas nestas obras teleficcionais configuram-se como atores importantes por fornecerem visões e versões de mundo aos seus espectadores. Nada é aleatório, lembrando que por trás destas visões e versões há relações de poder implícitas nos sistemas de representação dos grupos sociais.

A televisão, em especial a telenovela, possui uma representatividade muito forte

para o desenvolvimento das identidades individuais, além de atuar também no processo de construção de “memória coletiva internacional-popular” (ORTIZ, 2007) da sociedade, “a mídia é o principal lugar de memória e de história das sociedades contemporâneas” (RIBEIRO, 2008). Em relação às questões referentes à construção das identidades considera-se que elas ocorram através de processos articulados ao longo da existência individual e coletiva. Várias são as formas que o indivíduo percebe o mundo e se relaciona com ele. A soma de suas experiências socioculturais e o seu modo de apreensão tornam-se responsáveis pela formação de sua identidade, revelando um sentimento de pertencimento.

A representação social configura-se como uma das formas que os indivíduos são capazes de se apropriarem da realidade. A televisão ocupa um espaço estratégico nas

dinâmicas da cultura cotidiana das maiorias, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades. (...) a televisão constitui hoje, simultaneamente, o mais sofisticado dispositivo de moldagem e deformação do cotidiano e dos gostos populares e uma das mediações históricas mais expressivas de matizes narrativas, gestuais e cenográficas do mundo cultural popular, entendido não como as tradições específicas de um povo, mas a hibridação de certas formas de enunciação, de certos saberes narrativos, de certos gêneros novelescos e dramáticos do Ocidente com as matrizes culturais de nossos países. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p.26)

A telenovela aparece como um espaço privilegiado para a reprodução de valores éticos morais e estereótipos, atuando diretamente no processo de identificação cultural uma sociedade. Em relação aos comportamentos culturais diante da grande mídia, Douglas Kellner assinala que “a cultura em seu sentido mais amplo, é uma forma de atividade que implica alto grau de participação, na qual as pessoas criam sociedades e identidades” (KELLNER, 2001, p.11). Em seus estudos o autor aponta as influências realizadas pela mídia frente aos indivíduos, levando-os a se identificarem com determinadas ideologias e representações sociais e políticas dominantes, muito presente nas telenovelas. Em suas considerações encontram-se também a possibilidade de reversão deste processo, ou seja, os indivíduos não são meramente receptores passivos e são, portanto, capazes de elaborar seus próprios significados, aceitando ou rejeitando o que lhes é consensualmente colocado pela mídia. Levando este argumento em consideração deve-se agir com cautela nas análises sobre os processos de recepção para

que não se subestimar a capacidade crítica do espectador. Há de ser ressaltado que as representações ficcionais aparecem como importantes atores sociais por externarem aos espectador visões e versões de mundo. Entretanto, não se pode ocultar as relações de poder existentes por trás de sistemas de representação de grupos sociais.

Os processos de criação da teledramaturgia não são aleatórios, ou seja, desde a elaboração do texto e desenvolvimento de determinados personagens, que exercem este ou aquele papel social, o próprio autor está operando diretamente nos sistemas de representações atuando por meio de interesses e ideologias, sejam estas pessoais ou profissionais. Além disso, é importante observar que a criação do texto de uma telenovela se realiza concomitante com sua exibição, diferenciando-a das outras artes como o teatro, o cinema e a literatura que somente são levadas ao público após a sua finalização. Este fazer simultâneo abre espaço para variadas formas de interlocução e interação entre o público e o autor, na medida em que estas produções se pautam no *feedback*, de modo que os

autores definem o rumo de suas histórias e com elas impulsionam mudanças que se manifestam na complexidade crescente das produções, tramas e temas. Criam suas histórias olhando para o cotidiano das pessoas, da sociedade, do país. (MOTTER, 2003 p.43)

Assim a equipe de produção juntamente com pesquisadores, roteiristas e o próprio autor são responsáveis pelos ajustes e adaptações no decorrer da trama, justamente por se tratar de uma obra em aberto, o que “permite um diálogo permanente entre produção e audiências (...), ao mesmo tempo em que é também criado e produzido em meio a estratégias de controle e poder” (OROFINO, 2008, p.111). O autor em especial acaba atuando de forma pontual neste processo de recriação, orientado pela comunicação de retorno. Os fins são bastante claros, a busca pela maior audiência e conseqüentemente o aumento no faturamento de cada capítulo. Estas produções mobilizam grandes audiências em todo país, o que gera interesse e motiva anunciantes e investidores. Mantendo assim as telenovelas como um dos produtos mais rentáveis da televisão brasileira. De forma magistral este tipo de produção consegue juntar a arte de fazer contas e contar histórias. Recentemente observamos os elevados números de audiência e faturamento publicitário envolvendo a novela *Avenida Brasil*¹². Em reportagem¹³, o

¹² Telenovela de João Emanuel Carneiro, exibida entre março a outubro de 2012.

Jornal Estado de São Paulo publicou o resultado de uma pesquisa da revista norte-americana Forbes, que demonstra o recorde comercial atingido pela telenovela *Avenida Brasil*, tanto em termos de audiência com cerca de 46 milhões de espectadores por dia, quanto comercial por contabilizar aproximadamente R\$ 1 bilhão com publicidade ao longo dos meses de exibição. Para Martín-Barbero (1999) a “telenovela faz parte dos modernos dispositivos de recriação do imaginário latino-americano” (MARTIN-BARBERO, 1999 p. 314). Sobre os papéis que a teledramaturgia assume na sociedade Weber e Souza destacam que a

telenovela fascina na combinação do tempo, histórias, personagens em imagens que simulam o tempo real num tempo próprio da televisão e da narrativa ficcional, distante do tempo humano necessário à imaginação individual estabelecida a partir da leitura de um livro ou da apreciação de um filme. Na telenovela, o acordo está no próprio desenrolar e a imaginação pretende ser saciada aos poucos, fragmentariamente, a partir de uma história que combina interesses mútuos – dos contadores de estórias, das emissoras, dos telespectadores e de tantos outros. (WEBER; SOUZA, 2009, p.143).

O meio audiovisual televisivo molda comportamentos cotidianos induzindo à dinâmicas culturais dentro das edificações paradigmáticas dos discursos de homogeneização e controle. Por fazerem parte de uma elite de classe média alta, os autores brasileiros de telenovela muitas vezes, acabam por refletir seus próprios valores. Sobre a organização das identidades coletivas e o lugar que as telenovelas ocupam no imaginário social Immacolata Vassallo de Lopes, expõe que:

A ficção televisiva é um elemento decisivo, pois diz respeito ao modo como as indústrias culturais estão reorganizando as identidades coletivas e as formas de diferenciação simbólica, ao produzir novas hibridizações que fragilizam as demarcações entre o culto e o popular, o tradicional e o moderno, o próprio e o alheio. A telenovela aparece como um ponto de entrecruzamento não só de formas de investigação sobre a cultura de massa, mas de estados de reflexão teórica sobre as relações entre a televisão, os gêneros “cultos” e “populares”. Por meio dela é possível identificar o lugar da ficção narrativa na construção do imaginário social e, no presente caso da telenovela brasileira. (LOPES, 2004 p. 127-128)

¹³ Acesso eletrônico através de: <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,avenida-brasil-quem-matou-o-max-so-depois-de-longos-comerciais,131549,0.htm>

O homem precisa desenvolver seu autoconhecimento, e para tal é imprescindível o contato com o outro. Contato este que está cada vez mais mediado, atravessado e influenciado pelo conteúdo midiático. Dessa forma, a análise dos discursos das telenovelas faz-se relevante, pois seus elementos colaboram ativamente na formação dos discursos que telespectador elabora sobre si e sobre o outro, uma vez que estas produções possuem a capacidade de construir e veicular modelos identitários que influem diretamente na forma como se narra à sociedade. É por esse motivo, e, por lidar com o universo das representações, que a telenovela possui tanta aceitação entre as pessoas, principalmente pela necessidade de alimentar as fantasias consumistas do sujeito e alterná-lo entre a realidade e o imaginário social. À respeito, Lopes (2008, p. 41) assinala que a telenovela e suas histórias são “a própria realidade convertida em imaginação”. E continua: “as televisões respondem com (...) telenovelas (...) que tentam nos aproximar de uma forma de arte popular construindo personagens de ficção que se acham escondidos no fundo de nossa imaginação” (idem). Raquel Paiva completa:

Por entre as dobras do real e do imaginário, trafega a estrutura discursiva *midiática*, eclodindo num universo espetacular, fascinante, sobrecarregado de *look* que enreda o indivíduo num processo identificatório, imaginário. Fuga do real? Antes, o encontro com um real que o satisfaz, em primeira instância, porque lhe possibilita a chance de experimentar a tristeza da mãe ao ver seu filho partir, a expectativa do encontro amoroso, a raiva diante da injustiça, a fala mansa e cheia de charme do enamorado... Tudo como se estivesse acontecendo de fato. (PAIVA, 2000 p. 114).

É isto que torna a narrativa das telenovelas tão sedutora para os indivíduos. Nela é possível experimentar determinadas sensações que na vida real (na maioria dos casos) está distante das pessoas. Marilena Chauí (2006) aponta que a TV apresenta-se como um espelho gigantesco, “no qual podemos ver nossa própria imagem, que parece estar ali simplesmente refletida quando, na verdade, foi deliberadamente produzida para obter o efeito da identificação narcisista” (CHAUÍ, Idem, p. 54-55). Pode-se também fazer conexão com o argumento de Guy Debord (1997), em que o “espetáculo apresenta-se como instrumento de unificação”. Importante falar que a telenovela faz uso da não estimulação do desenvolvimento de uma consciência crítica, o conteúdo já é levado pronto aos telespectadores não exigindo a edificação de um pensamento crítico diante do exposto. Este fato faz mencionar outro ponto que Chauí (2006) coloca em relação à

indústria cultural e a venda da cultura, relacionando-o também com o exemplo citado acima sobre os grandes ganhos com publicidade nos capítulos de telenovelas. Ela diz que para poder vender é preciso agradar, seduzir o público. Para tal não se pode chocá-lo, provocá-lo, fazê-lo pensar, trazer-lhe informações novas que o perturbem, mas deve devolver-lhe com nova aparência, o que já sabe, já viu, já fez, sem um caráter hermenêutico de análise profunda do discurso. Podemos relacionar este pensamento ao de Martín-Barbero e Rey, quando externam em suas abordagens:

(...) pois é a televisão em si mesma (...) que reflete e reforça a incultura e a estupidez das maiorias. Com o argumento de que “para *ver* televisão não se necessita aprender”, a escola – que nos ensina a *ler* – não teria nada a fazer aqui. Nenhuma possibilidade, nem necessidade, de formar uma visão crítica que distinga entre informação independente e informação submissa ao poder econômico e político. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p.27-28)

Estas colocações nos remetem ao que Bourdieu (1997) coloca sobre a questão da “formação das cabeças de uma parcela muito importante da população”. Ele aponta para a utilização do tempo livre, e, de como este é manipulado pela televisão, que o preenche com o vazio, afastando informações importantes para os cidadãos, interferindo inclusive na forma de como eles exercem seus direitos democráticos, gerando uma despolitização da sociedade. Pode-se assinalar aqui outra a premissa do autor, “ocultar mostrando”, estratégia usada, principalmente no jornalismo. Trata-se de ao mesmo tempo mostrar uma realidade social e ocultar parte dos fatos, desviando o foco das notícias primordiais, favorecendo aos grupos dominantes evitando o debate público daquilo que não os interessa. Os meios de comunicação são capazes de exercer o que Bourdieu chamaria de paradoxo de ocultar mostrando:

(...) mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é, informar; ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde absolutamente à realidade. (BOURDIEU, 1997, p. 24)

A estratégia é levar o acontecimento à exaustão, e após haver saturado o público desviam o foco para outro fato sobre o qual a mesma lógica será aplicada e assim

sucessivamente. Ressaltamos que estes movimentos não se restringem ao jornalismo, podendo ser aplicado nas narrativas das telenovelas, as quais por intermédio da dramaturgia são capazes de dar visibilidade a diversos temas, ao mesmo tempo em que podem ocultar informações e até mesmo reduzir o potencial de reflexões sobre eles.

O imaginário da mídia e da publicidade pode “transformar costumes e formas de percepção nos lugares mais fechados aonde chega”. (PAIVA; SODRÉ, 2004, p. 107). “A telenovela opera reforçando o senso comum social, mantendo a suposta clareza da distinção entre o bem e o mal, a naturalização da hierarquia social e da pobreza, o desejo de “subir na vida”, a recompensa dos bons e a punição dos maus” (CHAUÍ, 2006, p. 52). A televisão acaba sendo um dispositivo de “gentrificação”, reforçando a “forma de vida midiaticizada” (PAIVA; SODRÉ, 2004). Um exemplo citado pelos autores acerca desta forma de vida midiaticizada ocorreu por intermédio da novela *Celebridade*, Gilberto Braga, exibida pela Rede Globo entre 2003 e 2004. Na construção narrativa, o dito núcleo pobre da novela foi implantado no bairro do Andaraí:

(...) “Celebridade” “gentrificou” o bairro, simulando ambientes do subúrbio de antigamente e fazendo circular ali personagens de grande charme. Acabada a novela, tudo fica como antes, o culturalismo não cria nada de substancial, tudo se desmancha na imagem. (PAIVA; SODRÉ, 2004, p.97)

Também observamos este fenômeno na novela *Avenida Brasil*, que criou um bairro fictício também ambientado no subúrbio do Rio de Janeiro. No caso deste folhetim é importante ressaltar o caráter exacerbado da hiper-realidade que foi tratada esta construção espacial, a qual não corresponde com a realidade dos subúrbios da referida cidade. Este processo de gentrificação também ocorre com a representação das favelas nas telenovelas. As produções teledramatúrgicas que acabam por criar uma realidade que não corresponde com o dia-a-dia destes espaços populares, seja para uma idealização, seja para uma depreciação do espaço. É o que veremos mais a frente nesta pesquisa com o exemplo de duas novelas, *Dois Caras* e *Salve Jorge*, ambas exibidas no horário nobre.

Para não se deixar levar pelos discursos hegemônicos destas produções torna-se preciso edificar uma consciência crítica que seja capaz de reinterpretar os conteúdos veiculados pela mídia televisiva, principalmente através das telenovelas. Assim as

comunidades populares aparecem aqui de duas formas, pois em regra geral elas representam uma grande parte do público-alvo do discurso midiático massivo, em contra partida, são nas comunidades que vem se desenvolvendo fortes núcleos de resistência e mobilização popular. São os casos dos espaços comunitários como Santa Marta¹⁴ e Caravelas-BA¹⁵, que serão abordados mais a frente. Estes núcleos que buscam edificar exatamente um olhar crítico partindo da multiplicidade de realidades sociais, visões de mundo, e verdades frente as realidades locais, que dificilmente são retratadas pela mídia.

2.3. O folhetim televisivo e a comunicação hegemônica

Recuperando a argumentação marxista sobre um processo de construção explorador e que não reconhece o homem, pode-se notar que a produção mercantil da cultura televisiva evanesce com o sensível do trabalho humano. A concepção de Marx sobre ideologia dominante mostra uma crítica à representação que aponta os homens não como sujeitos, mas sim como objetos. Isto induz o homem a não se reconhecer como sujeito de sua própria história, levando-o a legitimar a ordem imposta como natural. Desta forma Marx propõe a consciência invertida da realidade, ou seja, uma distorção da realidade. Um exemplo prático é apontado pelo autor no campo do trabalho e das relações sociais, nas quais o homem perde autonomia fazendo parte de todo o processo, porém como algo mecanicista.

Assim, a ideologia exercida na esfera dos discursos dominantes obscurece as explicações e tem a intenção de apagar as diferenças e camuflar as contradições. A realidade é dada como algo pronto, acabado para impedir que os homens se percebam como sujeitos criadores. Realidade esta, que é representada nas telenovelas, as quais apresentam em suas tramas uma visão mais ligada aos ideais e padrões hegemônicos. O proletário busca ser igual ao burguês, assim como o público busca traços de determinados personagens que interferem em seu imaginário e logo se tornam um padrão de comportamento estético a ser seguido. Isto ocorre porque a chamada esfera subalterna também possuem os mesmos sonhos dos burgueses. Sonhos estes,

¹⁴ Comunidade popular situada no bairro de Botafogo, Rio de Janeiro.

¹⁵ Destaque para o Movimento Cultural Arte Manha.

representados como um valor estético dominante, valores tidos como universais, que são provenientes dos grupos tidos como superiores, e o discurso das telenovelas faz uso frequente deste pensamento. Eis aqui o poder da ideologia dominante que acaba por determinar a alienação do trabalho humano e suas relações. Pois é justamente a alienação que se constitui como fenômeno próprio de todas as sociedades marcadas pela existência da propriedade privada, nas quais os indivíduos não se reconhecem em suas produções.

O entretenimento, e conseqüentemente as telenovelas apresentam com frequência em seu discurso formas de dominação, capazes de produzir consciências coletivas padronizadas, reduzindo a possibilidade de qualquer esforço intelectual. As pessoas tornam-se preparadas para aceitar aquilo que lhes é ofertado, o resultado é a passividade, pois os discursos “edificadores da hegemonia são veiculados desde muito cedo, cristalizando-se nos indivíduos, o que demanda grandes esforços para quaisquer alterações psicológicas profundas” (PAIVA, 2008a, p. 133). Anestesiados, os indivíduos são incapazes de desenvolver uma capacidade crítica e o comprometimento político.

O conceito de hegemonia cunhado por Antonio Gramsci torna-se fundamental para compreensão da complexidade dos discursos proferidos pelos meios de comunicação, os quais assumem papel essencial para manter a ordem dos interesses de um grupo. A este respeito Eduardo Granja Coutinho destaca:

Em linhas gerais, a conclusão a que Gramsci chegou foi que, nas sociedades industrializadas de “tipo ocidental”, a dominação de classes não se dá apenas por meio dos aparelhos de coerção, mas também pela hegemonia, isto é, pela busca do “consenso” do dominado. A sociedade civil, a esfera da cultura, aparece como uma das instâncias da luta política. [...] Nessa esfera, ocorrem as relações de direção político-ideológica que completam a dominação estatal, coercitiva. É na sociedade civil, compreendida como o conjunto dos aparelhos privados de hegemonia (...) que se legitima (ou se contesta) a dominação. (COUTINHO, 2008, p. 46).

Assim, entendemos hegemonia por uma forma de poder, com postura totalizante e generalizada, que atua através de persuasão formando um consenso ideológico por intermédios de padrões simbólicos que levam à aceitação social. A mídia hegemônica configura-se como uma arena ideológica e opera como uma complexa indústria de legitimação. Sua atuação pode ser percebida como um intelectual orgânico das grandes

corporações econômicas. Seu discurso reflete as classes sociais com as quais possui vínculo ideológico e econômico. Frente a esta configuração das grandes corporações de mídia da indústria hegemônica é que se torna importante estarmos atentos ao seu papel ideológico-normativo, pois só desta forma seremos capazes de filtrar e encontrar a origem de suas mensagens. Inserida nestas indústrias está à produção teleficcional que aparece como exemplo das influências hegemônicas diluídas em seu texto, que são capazes até mesmo induções de comportamentos. Complementando sobre o aspecto hegemônico e a comunicação, Raquel Paiva expõe:

A idéia gramsciana de hegemonia permite vislumbrar a coexistência de outras determinações como a cultura, a produção da fantasia, a arte, a religião, a filosofia e a ciência que se articulam junto à política e à economia para a produção de um pensamento determinante e dominante. E, portanto, a questão da comunicação, seus veículos e suas produções. (PAIVA, 2007, p. 139).

E complementa dizendo que “a televisão aparece de fato como o entretenimento hegemônico, com todos os seus modos de ocultar e distorcer a realidade vivida” (PAIVA, 2005, p.1). Não se pode deixar de levar em consideração que a telenovela é uma produção artística atravessada pelo capitalismo, conectada com a questão da quantificação e reificação exposta por Lukács (1974) que envolve todas as relações sociais, tal como aponta Coutinho ao retomar a argumentação sobre o apontamento do teórico húngaro:

A forma mercantil imprime sua estrutura reificada a todas as formas de objetividade, mascarando o caráter histórico da vida social, transformando o homem em elemento passivo, espectador de suas próprias faculdades objetificadas e coisificadas. (COUTINHO, 2009, p. 55-56).

Uma obra de arte define-se por seu caráter único, imprevisível e que não se repete (COUTINHO, 2011), entretanto, a telenovela é uma produção artística, mas que está distante da definição acima, pois guarda em seu interior a lógica mercantil exposta anteriormente, reproduzindo fórmulas pré-concebidas. A este respeito Raquel Paiva e Muniz Sodré (2007) comentam, em suas considerações sobre as produções televisivas e o pastiche, o uso da “fórmula universal da repetição”, da qual a produção

teledramatúrgica se utiliza a fim de reapresentar aquilo que já foi aprovado no mercado de bens simbólicos. Como exemplo nota-se a “fórmula” engendrada em cada novela: o enlace amoroso, o herói, o senhor detentor do poder, o vilão, o serviçal, ou seja, estereótipos do cotidiano oriundos da dramaturgia, com raízes no teatro da *Commedia dell’arte*, apropriados, esvaziados e apresentados através da hiperrealidade. Isto pode acarretar que a produção das telenovelas se distancie da arte criadora, e tal como destacam Theodor Adorno e Max Horkheimer, ao falarem sobre o cinema e a música, podemos observar como operam os clichês e de que modo o espectador/consumidor vai sendo moldado para aceitar o que lhe é ofertado. Os teóricos ressaltam que

desde o começo do filme já se sabe como ele termina, quem é recompensado, e, ao escutar uma música ligeira, o ouvido treinado é perfeitamente capaz, desde os primeiros compassos, de adivinhar o desenvolvimento do tema e sentir-se feliz quando ele tem lugar como previsto. (ADORNO; HORKHEIMER 1985, P.103).

Ensejando este pensamento, podemos traçar um paralelo entre o caráter estandardizado mencionado acima, que sobrepõe à fórmula sobre o conteúdo da obra, com a apropriação que as telenovelas fazem dos tipos cênicos de crítica social da *Commedia dell’arte*. Neste caso, podemos aproximar o objeto deste estudo em questão com as considerações feitas por Eduardo Granja Coutinho, com base no teórico alemão, acerca da apropriação do gênero da música popular, que gera uma padronização e massificação, se prestando

à liquidação com a subjetividade, à destruição do não idêntico à reprodução do sempre igual, conferindo a tudo um ar de semelhança. Longe de servir ao desenvolvimento da subjetividade a música apenas contribui para o emudecimento dos homens. (COUTINHO, 2011, p. 48)

Mediante estas colocações podemos observar por intermédio de Debord (1997) a “consciência espectadora” ou “falsa consciência” que se limita pela “tela do espetáculo”. Os “interlocutores fictícios” entretém “unilateralmente” com suas mercadorias e com a política de suas mercadorias, o que dá o caráter de esvaziamento.

Aproximando estes comentários ao objeto deste estudo percebe-se que o conteúdo, antes expressado nas manifestações populares do teatro de praça, dá lugar à forma mercadológica do consumo através das telenovelas.

Diante disso, observa-se Adorno e Horkheimer (1985) assinalando um “processo de adestramento sofrido pelos indivíduos, que os afastam das reflexões críticas em relação aos seus modos de vida e a necessidade da retomada da criticidade”. No que tange a adequação da estética da telenovela e sua dramaturgia, não vemos a preocupação em despertar uma consciência crítica do outro - o indivíduo ou o coletivo das massas. Realizando uma leitura crítica observa-se que essa comunicação é processada para se tornar bastante envolvente, a fim de que seja facilmente consumida, sem maiores reflexões. Uma posição justa e de possível transformação sobre a comunicação direta exercida diante do público pode ser apresentada por intermédio de um esquema de comunicação que:

(...) exige, para sua construção pertinente, o exame cuidadoso das possibilidades combinatórias reais permitidas pela rede de relações que venha a ser estabelecida entre os traços dominantes da mensagem e as modalidades de recepção. Tais relacionamentos desenham o espaço semiótico da comunicação. Estudar-lhes as dimensões requer também postular um modelo de semiose isento de quaisquer peculiaridades advindas dos processos mecânicos com que lida a teoria da informação. (GUINSBURG; NETTO; CARDOSO, 2006, p. 302)

Observa-se que as representações sógnicas aparecem no interior das relações de comunicação. Mostram-se acentuadas as colocações de Mikhail Bakhtin (2010) em torno da relevância dos signos e suas especialidades. Bakhtin desenvolve uma concepção materialista, e define a linguagem como um fenômeno natural e ao mesmo tempo dialético, uma vez que os signos são constantemente reinterpretados e reelaborados. Desse modo, enxerga-se a forma de expressão dialética do signo que levam os sujeitos a tornarem-se capazes de reinterpretar criticamente as verdades sociais. Assim, o festejo popular, geralmente estabelecido em meio às feiras e praças públicas, aparece como a representação de um “segundo mundo e uma segunda vida”, e isso gera um caráter de “dualidade do mundo”. Para o autor, essa dualidade na percepção do mundo e da vida humana como um todo aparece anterior à civilização primitiva, porém, a partir do momento em que se estabelece o regime de classes e de Estado ocorre um desequilíbrio na ambivalência dualista presente na prática das manifestações populares. No caso deste estudo, podemos atrelar a proposição do autor à leitura crítica das telenovelas analisando seus signos monolíticos. Para tanto, Bakhtin (2010) ressalta a necessidade de se opor sistematicamente à linguagem autoritária,

mecanicista, acima de tudo monológica, e propõe outra linguagem que abarque o diálogo e a polifonia, situando os sujeitos – emissores e receptores das mensagens – assim como a própria mensagem no meio social.

Para o autor russo o signo, deve ser reconstruído pelos indivíduos na interação verbal, refletindo a realidade, tornando-se plurivalente, e conferindo ao emissor uma voz autônoma. Por natureza o signo deve ser móvel e por consequência plurivalente, e é justamente este o motivo pelo qual a classe dominante tem interesse de torná-lo monovalente. Diante dos signos monolíticos, que possuem a intenção de transmitir um único sentido, temos como exemplo artístico: romances em que a voz do personagem é sobrepujada pela do autor, que se expressa como opinião maior, retirando a autonomia do personagem. Este, então, se torna um detentor de signos monolíticos, sem diálogo e com um discurso unilateral – perspectiva do autor, concepção criticada por Bakhtin. Por outro lado, existe também o diálogo do autor com o personagem, ficando aquele como um colaborador no diálogo da cultura, o que caracteriza o signo plurivalente, que está sempre em domínio do homem, sendo reinterpretado dialeticamente por ele. Tal exemplo deveria ser encontrado na produção do homem participativo na edificação da teledramaturgia: autores, diretores, produtores. Quando o autor exerce a função de “autor-criador” ele possibilita a compreensão do “autor-pessoa”, e após as suas colocações, declarações e opiniões sobre a sua obra são produzidos significados elucidativos e complementares. Assim, as personagens criadas se desconectam do processo criador e iniciam uma vida autônoma no mundo da obra. (BAKHTIN, 2010b). O teórico aborda a relação entre autor e personagem, onde no devir do desenvolvimento da obra revelam-se as influências sobre as opiniões do personagem. Isto proporciona a abertura consciente do autor para que o personagem exerça sua função dramática. Para Bakhtin é no personagem que há produção de sentidos, que há movimento dialético, e é isso que leva à polifonia e à autonomia da voz do personagem. (BAKHTIN, 2010b). Assim, os elementos sógnicos de comunicação das telenovelas poderiam ser construídos ou se darem de forma a interagir mais profundamente e de forma verdadeira com os espectadores.

O pensador russo coloca que somente depois de compreender a relação autor/personagem e o próprio princípio da visão do personagem é que “pode-se por uma ordem rigorosa na definição da forma-conteúdo das modalidades da personagem, dar para elas um sentido unívoco”, sem interpelações por parte do autor. Observa-se:

A cada passo esbarramos na confusão de pontos de vista diferentes, de planos de enfoque diversos, de princípios vários de avaliação. Personagens positivas e negativas (relação do autor), personagens autobiográficas e objetivas, idealizadas e realistas, heroificação, sátira, humor, ironia, herói épico, dramático, lírico, caráter, tipo, personagem, personagem de fábula, a famigerada classificação dos papéis cênicos: galã (lírico, dramático), sentencioso, simplório, etc; todas (...) carecem de total fundamento, não se ajustam umas as outras, além de não haver um princípio único para ajustá-las e fundamentá-las. (BAKHTIN, 2010b, p.7).

É inútil, segundo o teórico russo, insistir em um processo sem fundamento entre autor e personagem. Ambos são como elementos correlativos do todo artístico da obra.

Permitindo que o caráter de supremacia do autor outorgue falas, discursos e expressões do personagem, a função social deste será cada vez mais passiva e entregue à hegemonia do autor, logo entregue também a um sistema de controle social por aceitação, conformidade ou consenso, conforme externa Gramsci (2007). Por isto, podemos encontrar fórmulas utilizadas (nos processos de edificações das teledramaturgias contemporâneas) para construções superficiais de personagens, que público se identifica rapidamente, porém sem nenhum caráter crítico, e que são criados por medida de interesse hegemônico de acordo com a situação política e econômica do momento. Desse modo, adéquam-se ao aparelho ideológico soberano que age em uma sutil e consensual manipulação massiva. Essas medidas, ou então, modelos, ou ainda, fórmulas, “enfraquecem a autonomia da personagem” (BAKHTIN, 2010b).

Observa-se esse aspecto em grande parte na televisão, podendo-se articular os pensamentos de Bakhtin com a perspectiva gramsciana colocada acima, aponta-se a sugestão do pensador russo de que é preciso excluir um direcionamento sem nenhum fundamento verdadeiro:

Negamos apenas o enfoque sem nenhum princípio, puramente factual desse tema, que atualmente domina sozinho e se funda na confusão do autor-criador, elemento da obra, com o autor-pessoa, elemento do acontecimento ético e social da vida, e na incompreensão do princípio criador da relação do autor com a personagem; daí resultam a compreensão e deformação – no melhor dos casos a transmissão de fatos apenas – da personalidade ética,

biográfica do autor, por um lado, e a incompreensão do conjunto da obra e da personagem, por outro. (BAKHTIN, 2010b, p.9)

Ensejando os conceitos de Bakhtin a respeito dos signos podemos relacioná-los com a questão da expressão nas telenovelas e produções de suas dramaturgias, contanto, estas passem a absorver os vestígios politizantes da prática cultural popular de Bakhtin (2008), justamente por atrelar em sua constituição histórica os aspectos orgânicos necessários à formulação de uma comunicação social crítica.

Diante desse panorama apresenta-se a partir deste ponto a análise do mito no discurso dramático da telenovela discutindo a reificação da linguagem e a naturalização do signo com base nos pressupostos teóricos de Roland Barthes.

Para construir o conceito de mito o autor amplia a perspectiva do sistema semiológico (significante, significado e signo) de Ferdinand de Saussure. Para Barthes, o mito um é sistema particular construído a partir de uma cadeia semiológica existente anterior a ele (BARTHES, 2009). O mito configura-se como uma fala “roubada” onde o signo é esvaziado do seu significado primeiro, ou seja:

O que é signo (isto é, totalidade associativa de um conceito e de uma imagem) no primeiro sistema, transforma-se em simples significante no segundo. (...) Pode constatar-se, assim, que no mito existem dois sistemas semiológicos, um deles deslocado em relação ao outro: um sistema lingüístico, a língua (...), a que chamarei de *linguagem-objeto*, porque é a linguagem de que o mito se serve para construir o seu próprio sistema; e o próprio mito a que chamarei *metalinguagem*, porque é uma segunda língua, *na qual* se fala da primeira. (BARTHES, 2009, p. 136-137).

Portanto, o mito pode ser entendido como uma naturalização entre forma e conteúdo, resultado de uma metalinguagem, a fala de um discurso sobre outro discurso. A função do mito é transformar a história em natureza, neutralizando determinados valores, transformando em universal uma fala particular com caráter indutivo, a exemplo do mito burguês, muito presente nas telenovelas.

Exemplificando uma das formas de como o mito pode aparecer em telenovelas, encontramos, em linhas gerais, o esvaziamento dos signos da resistência do movimento estudantil e do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra - MST, os quais aparecerem geralmente nestas produções de forma estereotipada, romancizada, e por vezes com uma carga negativa, sendo evanescidos de sua origem histórica. A função específica do mito

é justamente transformar o sentido em forma. Nas palavras de Barthes “por mais paradoxal que isso possa parecer *o mito não esconde nada*: tem como função deformar, não fazer desaparecer” (BARTHES, 2009, p. 143).

Com base nesses pressupostos podemos dizer que a teledramaturgia, com frequência, mitifica suas narrativas apropriando-se da forma das personagens da *Commedia dell’arte*, por exemplo, - que tinha em seu centro a crítica social - para criar, se é que podemos dizer criar, suas histórias romancizadas. Transformando o que antes era uma arte de crítica social em um mero entretenimento esvaziado. As telenovelas utilizam-se da forma, mas associando-a a outro conjunto de valores diferentes de sua origem. Tal como Eduardo Granja Coutinho (2011) assinala sobre a apropriação do gênero musical samba e sua reprodução enquanto forma pela indústria, esvaziando-o de seu conteúdo crítico original. A fala histórica é incorporada pelo sistema e torna-se reificada. Assim, a telenovela reproduz um discurso monovalente, tal como criticado por Bakhtin. Estas produções acabam naturalizando os discursos hegemônicos em vários aspectos e setores sociais. “(...) a novela não é apenas uma mercadoria simbólica, mas, uma mercadoria que anuncia subliminarmente outras mercadorias e que *vende* sua audiência (...)” (LEAL, 1986, p. 85). O mito, esta fala apropriada, esvaziadora de conteúdo e edificadora de formas, por intermédio das telenovelas “é constantemente atualizado no vestir e no falar de seus personagens, nos comentários que são notícias diárias concomitantes, na ida do Brasil ao FMI, nas eleições (...)”, e continua com outros exemplos cotidianos: “na homenagem à Elis Regina no aniversário de sua morte, no natal, no carnaval, fazendo com que as datas e eventos reais e fictícios coincidam” (Idem, p. 86). Diante disso, enxerga-se um exemplo claro de como os fatos sociais são motes principais das estruturas dramáticas dos discursos telenovelescos. “É uma história de famílias e de afetos que se dissolvem e se recompõe cotidianamente e familiarmente” (Idem). A autora ainda expõe que a eficácia manipuladora das mensagens estaria comprometida se o argumento da novela não se organizasse em uma narrativa que dissesse respeito a tais afetos e a todo um sistema de crenças e valores sociais. “A novela é, pois, instância legitimadora e legitimada (...)” (Idem), conclui a autora.

Buscamos uma análise crítica dos conteúdos expostos através do folhetim televisivo, examinando muito além de um mero entretenimento. Sendo assim, não tem a intenção de dizer que em meio à produção dos discursos simbólicos das telenovelas há um “ente” que se dedica a manipulação das massas, mas sim, que existe um

direcionamento comprometido com os interesses ideológicos de grupos hegemônicos. A teledramaturgia, bem simbólico elaborado por um grupo dominante, tal como exposto por Leal (1986), é um produto comprometido com a visão mercadológica da indústria em que está inserida. É justamente esta produção direcionada que acaba por influenciar nos processos de construção e reconstrução da identidade de seu público. Sendo esta influência relativa, e em escalas diferenciadas de acordo com o grupo que a recebe.

Em contrapartida as novelas merecem atenção, pois elas também possuem o potencial para estimular os espectadores a se posicionarem frente a determinados temas. Como ressaltado por Lopes (2002), quando ela afirma que a telenovela brasileira conquistou amplo reconhecimento do público “como produto artístico e cultural, e ganhou visibilidade como agente central do debate sobre a cultura brasileira e da identidade do país” (LOPES, 2005 p. 250). Este fato pode ser percebido em alguns autores que buscam realizar uma reflexão social, na linha do que propunha o dramaturgo alemão Berthold Brecht, o qual em suas obras sempre buscou realizar uma reinterpretação crítica da realidade traduzido-a na dramaturgia. Entre estes autores nacionais além de Benedito Rui Barbosa já citado anteriormente neste trabalho, outro destaque é Dias Gomes, que na década de 70 através de sua telldramaturgia atuou “no campo da cultura como uma trincheira de resistência e de contra-hegemonia” (ROEDEL, 2008 p. 218). Dias Gomes fez uso do discurso da telenovela para estimular o debate de diversas questões que afetavam o cotidiano da sociedade brasileira. Em suas obras destacam-se visões a respeito de uma luta contra a superficialidade da indústria cultural. Com estes exemplos enfatizamos que as novelas podem ser utilizadas para outros fins, entre eles manifestar-se contra regras pré-estabelecidas por grupos dominantes, valendo-se assim da própria indústria massiva para se opor ao consenso.

3. Espaços populares, leitura crítica e ações de comunicação alternativa

3.1 Favela, bairro ou comunidade

Favela, bairro ou comunidade? Os conceitos sobre comunidade e suas diversas aplicações são complexos e estão em permanente transformação. Portanto, faz-se necessário deixar claro que quando fazemos referência à comunidade é com base nas contribuições teóricas de diversos autores que tem se dedicado à compreensão que este termo possui em nossa sociedade. A síntese feita por Cecilia Peruzzo (2003) define brevemente o que entendemos hoje por comunidade:

Apesar das alterações, muitos dos princípios desenvolvidos pelos clássicos preservam grande validade até os dias atuais. As comunidades continuam a se caracterizar pela existência de um modo de relacionamento baseado na coesão, convergência de objetivos e de visão de mundo, interação, sentimento de pertença, participação ativa, compartilhamento de identidades culturais, co-responsabilidade e caráter cooperativo. (PERUZZO, 2006 p.14)

E continuamos com a contribuição de Raquel Paiva, amparada na noção psicológica, que considera a “comunidade como sendo a qualidade de relação entre indivíduos, que se caracteriza pela presença de sentimentos de solidariedade, identificação, união, altruísmo e integração” (PAIVA, 2003, p. 71-72). Peruzzo complementa esta definição ao dizer que comunidade “pressupõe a existência de elos mais profundos e não meros aglomerados humanos” (PERUZZO, 2003 p. 6). A relação com o outro é um ponto fundamental para o conceito de comunidade, e para tratar desta relação Paiva se utiliza do francês Jean-Luc Nancy, o qual resgata o conceito de heideggeriano do *ser-com*, e afirma que a comunidade é “o nós que acontece enquanto ser-juntos da alteridade” (PAIVA 2003, p.82).

As comunidades aqui estudadas encaixam-se na definição acima, ficando explícito na pesquisa empírica o sentimento de pertencimento e o impulso para agir coletivamente em prol do bem comum. Assim, pode-se verificar que de fato “a proposta comunitária surge como nova possibilidade de socialização, com o propósito de fazer frente ao modelo econômico em que o número dos excluídos parece cada vez mais

ampliado” (Idem, p.26). Em contrapartida, o que aparece com mais frequência é a substituição de termos para falar de espaços urbanos que possuem população de baixa renda. A favela no Brasil é fruto de um processo de urbanização com origem na explosão demográfica, êxodo rural e exclusão social, quadro que também se estende pela América Latina.

No Rio de Janeiro, em 1897, o Morro da Providência foi primeiro a ser habitado. Sua ocupação se deu por soldados que haviam lutado na guerra de Canudos. Por descumprir a promessa de dar casas aos ex-combatentes o governo permitiu que eles construíssem barracos de madeira no referido morro. Os habitantes passaram a chamá-lo de Morro da Favela. Assim o local condensou diversas casas sem infraestrutura, e com uma população sem condições, que vivia na linha da pobreza. Em função dessas características o termo favela se tornou sinônimo de regiões com esta precariedade urbana. (CONDE; MAGALHÃES; FIELL). É a partir daí que surgem as imagens que relacionam a favela como

um lugar da carência, da falta, do vazio a ser preenchido pelos sentimentos humanitários, do perigo a ser erradicado pelas estratégias políticas que fizeram do favelado um bode expiatório dos problemas da cidade, o “outro”, distinto do morador civilizado.(ZALUAR; ALVITO 2003, p. 7-8).

O pesquisador Jailson de Souza e Silva aponta que o eixo paradigmático da representação destes espaços populares é “a noção de ausência” (SILVA, 2007). Para ele a favela é definida

pelo que ela *não é* ou pelo que *não tem*. Nesse caso, é apreendida como um espaço destituído de infra-estrutura urbana – água, luz, esgoto, coleta de lixo; sem arruamento; globalmente miserável; sem ordem; sem lei; sem regras; sem moral, enfim, expressão do caos. (Idem, p. 211)

Até a própria definição do dicionário enquadra favela como sendo um local de habitação desprovido de infraestrutura, contendo construções irregulares, desagradável, com mau aspecto e um sítio suspeito. Essa definição ganhou corpo no senso comum para tratar da representação das favelas dentro do espaço urbano carioca.

No início do século XX, foi colocada em prática uma política de urbanização

que visava a demolição de diversos espaços para dar lugar a grandes avenidas. Este processo gerou inúmeros desabrigados, os quais procuraram abrigos nos morros da cidade dando início a construções de mais e mais casas. De acordo com levantamentos feitos pelo Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré (CEASM, 2000) a melhor saída, para parte da população que não possuía emprego fixo, era buscar abrigo nas favelas.

Por volta dos anos 90, o então prefeito César Maia tentou implementar uma política de inclusão das favelas, através de um projeto de urbanização e regularização do espaço. É neste dado momento que há uma tentativa de elevar as favelas ao status de bairro. Novamente, no ano 2000 foi proposto o projeto Favela-Bairro, o qual previa novamente obras ligadas a urbanização para cerca de 22 comunidades. Não se pode deixar de falar do caráter violento que esses espaços incorporaram devido às influências do tráfico de drogas, e mais uma vez a imagem de seus moradores foi associada a fatos negativos.

Em termos urbanísticos as diversas alterações, mutações e crescimento das favelas geraram uma profunda alteração na paisagem do Rio de Janeiro. Este fato foi um dos aspectos que contribuíram para um tipo de representação hegemônica que liga as favelas a aspectos negativos. Nota-se que a representação conceitual foi progressivamente sendo “substituída por uma representação estereotipada. Nesta, os pré-conceitos e juízos generalizantes, desprovidos da relação direta com o núcleo do fenômeno, caracterizam o processo de apreensão do objeto” (SILVA, 2007 p. 215).

Desde o seu surgimento, até os dias atuais, a representação midiática das favelas limita-se a termos negativos ligados à tríade “favela-tráfico-violência” (NÓRA; PAIVA, 2008). Em uma pesquisa quantitativa e qualitativa Gabriela Nóra e Raquel Paiva analisaram três jornais impressos de 2005 e 2006. O resultado da pesquisa apontou que a representação feita pela mídia acerca dos espaços populares destaca, em sua maioria, aspectos apenas negativos destes locais. Do mesmo modo a produção ficcional (teledramatúrgica e cinematográfica) costuma fazer este mesmo tipo de referência, reforçando a

existência de uma sociedade cada vez mais fragmentada, na qual os habitantes de áreas pobres, uma vez identificados como membros de uma comunidade, são frequentemente associados à sua imagem negativa e à violência (NÓRA; PAIVA, 2008, p.23).

Em contrapartida vale destacar o que o autor Adair Rocha aponta em sua pesquisa sobre a favela Santa Marta e os novos modos de leitura que podem ser feitos às comunidades:

Estudos e pesquisas mais rigorosos, que leiam e interpretem a cidade na sua complexidade, certamente vão descobrir uma cidade para além do cenário de violência. O foco será a potencialidade de afirmação da diferença e de superação da desigualdade, como aponta minha pesquisa, feita no decorrer de 16 anos, numa das comunidades do Rio, o Morro Santa Marta, quando a lógica do cerzimento é que dá conta da aproximação de compreensão do cotidiano e da existência da cidade (ROCHA, 2009, p.117).

O que observamos é uma grande ação por parte das comunidades através de diversos movimentos de integração entre atores sociais que buscam uma representação adequada de suas realidades, tanto o positivo, quanto aquilo que buscam resolver (problemas relacionados à saúde, educação, segurança, etc.). A necessidade de uma autorrepresentação, uma fala própria é cada vez mais necessária, pois os espaços populares são frequentemente retratados na mídia de forma unilateral, refletindo uma visão parcial da realidade dessas localidades. Um exemplo extraído da revista Veja de janeiro de 2001 tem a seguinte manchete: “O cerco da periferia”. Esta reportagem lança uma visão completamente estereotipada e parcial, classificando os espaços populares como uma espécie de praga que está contaminando os grandes centros, ignorando suas capacidades e potencialidades internas.



Figura 2: Revista Veja, janeiro de 2001.

Esta capa indica a preferência como se esta fosse uma ameaça para a cidade, e numa leitura completamente hegemônica define como sendo quase impossível que nestes espaços se produzam algo de positivo. Como visto anteriormente podemos observar a edificação destes territórios no cenário da cidade e sua proximidade a zonas com poder aquisitivo mais elevado, o que gerou um processo de exclusão e discriminação. Aos olhos generalizadores de uma sociedade burguesa a favela tornou-se rapidamente sinônimo de um lugar sujo, perigoso, que abrigava pessoas não confiáveis. Visão esta, a exemplo da revista citada acima, que foi e é disseminada pelos meios de comunicação. É, portanto, preciso deixar claro que nota-se, ao longo dos anos, uma tentativa de “maquiagem social” para os problemas enfrentados, buscando-se a diluição do preconceito. Um exemplo foi a proposta do “Ecolimite”¹⁶ que promoveu a construção de muros em diversas comunidades cariocas, entre elas no Santa Marta, com objetivo de conter o crescimento populacional nas favelas.

As formas de fazer referência a estes espaços recentemente incorporou a nomenclatura comunidade com o objetivo apenas de minimizar a visão negativa atribuída ao termo favela. Utilizando o termo comunidade sem necessariamente estar em concordância com a definição exposta acima. Por parte dos moradores, foi observado na pesquisa de campo que em sua maioria eles querem ser reconhecidos pelas suas qualidades e não se envergonham de morar na favela. O que rejeitam é a visão estereotipada que recebem. Os termos favela, comunidade e até mesmo bairro são superficialmente tratados pelos meios de comunicação e seus usos indiscriminados merecem atenção. Nota-se que ao fazer referência a favela, em geral, os destaques são levados para o lado negativo, fazendo, geralmente referência aos aspectos associados a violência e bandidagem. Já, quando a intenção é tratar de temas positivos, os termos comunidade e bairro costumam ser empregados, retratando uma forma politicamente correta de esconder o preconceito. Mais recentemente, este tratamento também busca ressaltar as ações do governo nesses territórios, em especial ao tratar das Unidades de Polícia Pacificadora (UPP’s) implantadas no Rio de Janeiro em 2008.

A favela Santa Marta foi a primeira a receber este novo modelo de segurança pública, em 19 de dezembro de 2008. O objetivo do governo seria de devolver a paz e

¹⁶ Projeto realizado pelo Governo Estado do Rio de Janeiro com o objetivo construir muros no entorno das favelas cariocas para conter construções irregulares, e o crescimento populacional em áreas de preservação ambiental em cumprimento à lei 11.428/2006.

restabelecer a sensação de segurança aos moradores e visitantes, além de reintegrar estes territórios, até então dominados pelo tráfico de drogas e atuação de milícias, ao conjunto urbanizado da cidade, por meio de uma aliança entre projetos sociais e policiamento integral. Contudo nota-se que ainda persiste no imaginário da população em geral, em especial dos que residem nos espaços formais legalizados da cidade, além das próprias autoridades públicas, uma representação das favelas (e seus moradores) ligada às visões negativas, generalizantes e estereotipadas .

A respeito de estes espaços serem considerados bairros, o que se tem em termos do planejamento urbano da cidade do Rio de Janeiro¹⁷ é que embora alguns territórios tenham recebido a denominação de bairro, como é o caso do Complexo da Maré, Rocinha, Morro do Alemão e Jacarezinho, a realidade vivida por seus moradores está distante do que seria classificado como um bairro. É importante destacar que, de acordo com a área de planejamento urbano da cidade, o espaço popular do Santa Marta não é considerado bairro, e sim comunidade urbanizada, e sua data de cadastramento nesta qualidade é de 03/11/1981. Contudo o termo favela não deixou de ser aplicado a nenhum destes territórios.

Em campo, através de entrevistas abertas e informais, duas visões foram levantadas por moradores. Há os que consideram o espaço como bairro e aqueles que fazem questão de continuar a considerá-lo e chamá-lo favela ou comunidade. Diversos moradores (homens e mulheres com idades entre 20 e 50 anos) relataram que a associação que é feita da favela com a violência ressalta o preconceito velado da sociedade. Por este motivo desejam que seu território seja visto como bairro principalmente para apagar, ou minimizar estes pré-julgamentos. O que se observou como um dado relevante é que este grupo é desenhado por pessoas que não se possuem envolvimento nos movimentos comunitários.

Do outro lado, temos aqueles que fazem parte desses movimentos e da comunicação alternativa local. Estes buscam o reconhecimento do território sem apagar a história, além disso, incentivam a participação popular dos demais moradores da região. De acordo com a observação deste grupo percebe-se que eles consideram que, para o território ser denominado bairro, é necessário que sejam empreendidas melhorias para as condições de vida, que passam por saneamento básico, saúde educação além das

¹⁷ <http://portalgeo.rio.rj.gov.br/sabren/>

formas de intervenção da polícia, mesmo depois da entrada das UPP's. Nesse caso, o bairro se apresenta como uma possibilidade, um devir, que para ser materializado exige um novo tipo de intervenção do poder público e também de seus moradores.

Fica claro que a forma de representação hegemônica que é empregada aos espaços populares apaga a historicidade destes locais. É nesse contexto que percebemos a dicotomia na representação destes espaços no que se refere à correspondência entre o objeto representado e a imagem hegemônica que dele se tem.

Diversas são as mobilizações populares que se movem para articular diferentes grupos a fim de reformular as visões sobre estes espaços. É deste ponto que partem as ações de comunicação comunitária que possuem o objetivo levar outra voz aos meios de comunicação, produzindo “discursos próprios” sem “filtros intermediários” (PAIVA, 2003) adequando às formas de representações que correspondem com a realidade cotidiana de quem vive nestes espaços.

É nesse sentido que os canais de comunicação comunitária cada vez mais se apresentam como uma grande força contra-hegemônica frente ao fluxo da grande representação midiática dominante. Através dos núcleos comunitários que os indivíduos desses grupos passam a estabelecer as suas significações e a reinterpretar e recontar com suas próprias palavras as suas realidades locais, a falar por si mesmos edificando um forte comprometimento político e uma visão crítica dos movimentos sociais. Tal como aponta Veneza Mayora Ronsini:

A observação, interpretação e análise do cotidiano, das competências culturais e das temporalidades dos que estão distantes das decisões e dos centros do poder – das miniaturas criativas e ativas nessas lutas tão insignificantes e tão importantes da sobrevivência material e simbólica – poderá nos indicar algumas tendências sobre os mecanismos intrusivos e sutis do poder simbólico dos meios de comunicação, pelo menos para os que acreditam que o lazer das classes populares não é só reprodução da força de trabalho. (RONSINI, 2003, p.48)

Introduzimos também o importante conceito de Raquel Paiva, “Comunidade Gerativa” (PAIVA, 2004) que exercita o movimento de criação da potencialidade crítica e comprometimento político do grupo comunitário. O presente conceito tem como foco o conjunto de ações empreendidas norteadas pelo propósito do bem comum. Neste contexto, a comunidade atua nos “intervalos” ou “hiatos”, buscando a edificação de um

novo projeto “político, ecológico e existencialista” e também de “vinculação identitária” (PAIVA, 2004, p. 58). Este movimento nasce na tentativa de alterar o presente cenário contemporâneo, no qual é evidente “a falência da “política de projetos”, a descentralização do poder, a forte tônica individualista e cosmopolita” (Idem). Nesta perspectiva o sujeito estabelece a sua integração em conjunto com o local onde vive se redescobrimo na troca de experiências com o grupo, agindo em resposta ao atomismo social e à razão instrumental. Em seus estudos mais recentes Paiva aponta para a questão do afeto envolvendo a esfera da comunicação comunitária, a qual se manifesta pelo viés do sensível, pelos laços que se formam nesta busca do bem comum, por meio da “possibilidade de vinculação em que o afeto, a simpatia, a igualdade de interesses e de partilha definam os contatos”. (PAIVA, 2012, p.11). Por meio da “Comunidade Gerativa” (Idem) o sujeito estabelece a sua integração em conjunto com o local onde vive, se redescobrimo na troca de experiências com o seu grupo social. Nesse sentido as mobilizações comunitárias (entre elas a comunicação alternativa) passam a desenvolver um conjunto de ações em busca de melhores condições para o grupo, com objetivo de compensar, expressar e assegurar a garantia de acesso frente a falta de ação do Estado, principalmente no que diz respeito às suas áreas de atuação básica (como saúde, segurança, educação e habitação). Mais a frente será apresentado duas experiências de comunicação comunitária, uma no Rio de Janeiro-RJ e outra em Caravelas-BA.

3.2 Leitura crítica e a comunicação comunitária

A concepção de Leitura Crítica serve como ponto de partida para a análise dos conteúdos midiáticos, além de possuir um caráter formativo crítico que estimula a vinculação e integração. O exercício cotidiano de análise crítica dos meios de comunicação é fundamental para o desenvolvimento dos movimentos comunitários de comunicação alternativa.

Ao longo dos últimos anos o Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária da UFRJ vem resgatando estudos que articulam comunicação e educação a partir dos materiais deixados pelo grupo de Leitura Crítica da Comunicação. Neste âmbito a obra de Paulo Freire aparece como base para os estudos críticos no campo da comunicação. Suas ideias, que rompiam com a lógica unilateral da comunicação nas

relações entre emissor e receptor, serviram de inspiração para os movimentos de comunicação dialógica, participativa e de leitura crítica na década de 70. Freire defendia a educação para formação do “homem sujeito” (FREIRE, 1983), fundada na integração do homem com sua realidade e história. O autor afirma que esta integração ocorre por meio do desenvolvimento da consciência crítica, momento em que o sujeito torna-se capaz de empreender um olhar consciente sobre seu entorno, os processos históricos e as motivações sociopolíticas da sociedade. Sua proposta pedagógica se direciona para a busca de um enraizamento crítico, não fazendo referência a nenhum tipo de tradicionalismo aprisionante, uma vez que seu objetivo é gerar uma reação frente aos processos de massificação impostos ao homem, os quais acabam por torná-lo passivo frente aos impositivos da grande mídia, anulando e inibindo seu poder de decisão (FREIRE, 1983). Com base em seus estudos Freire estimulou o trabalho de comunicação popular exaltando a dimensão política da comunicação. É através da leitura crítica dos meios de comunicação, por sua capacidade de inserir a perspectiva histórica, que o homem passa a dispor de uma interpretação capaz de proporcionar um posicionamento frente às mediações ideológicas intrínsecas nos processos comunicacionais. Este exercício possibilita que o indivíduo tome consciência dos processos hegemônicos alienantes, uma vez que, pontua Moran:

ler a comunicação é decifrar as várias codificações ideológicas envolvidas em cada momento do processo histórico e explicitar, através dessas codificações, como se estabelecem as relações de poder interclasse, grupos e pessoas. Ler é desenvolver juntos com pessoas e grupos essa percepção das materializações da ideologia e das relações de poder a partir de diversos procedimentos metodológicos participativos e propor também participativamente caminhos mais adequados para expressar novas visões de mundo e expressar novas relações de poder (MORAN, 1993, p.52).

Dessa forma o sujeito é capaz de perceber as diacronias entre o discurso e a práxis, tornando-se menos suscetível aos encantos da ideologia hegemônica burguesa. Pois tal como aponta Moran, ler é um processo que consiste na passagem da “consciência ingênua” para uma visão crítica, na qual o sujeito é capaz de superar sua experiência confusa, fragmentada e apoiada no afetivo para “uma síntese coerente, esclarecedora e significativa” (Idem, 1991, p.9). A criticidade também aparece como chave do pensamento freireano que aponta a educação como sendo um processo que deveria contemplar a formação crítica e estimulante. A utilização de seu método no

campo da comunicação aparece no resgate e aplicação do projeto de Leitura Crítica da Comunicação (LCC).

O projeto de LCC situa-se no campo educacional visando despertar a consciência crítica através de estudos dos meios de comunicação de massa. O objetivo inicial deste projeto era denunciar a manipulação que os meios massivos exerciam frente a seu público. As iniciativas do projeto estavam ligadas à preocupação de analisar criticamente a produção midiática, e por consequência realizar uma capacitação que possibilitasse a produção de conteúdos comunicacionais diferentes daqueles padrões analisados nos meios convencionais.

O processo de Leitura Crítica da Comunicação é uma das etapas fundamentais para o estabelecimento de canais de comunicação comunitária. Este estágio “representa o momento em que a comunidade percebe por meio do que é divulgado diariamente nos veículos de comunicação existentes uma falta de relação com sua vida cotidiana” (PAIVA, 2003, p. 138). Os exercícios de Leitura Crítica da Comunicação permitem aos grupos sociais comunitários realizarem um “distanciamento entre sua realidade cotidiana e a estrutura de produção de informação dos meios de comunicação existentes” (Idem, p.139), incluindo aqui a produção ficcional televisiva, uma vez que também a consideramos uma forma de comunicação.

A comunicação alternativa tem por objetivo realizar outro tipo de comunicação, diferente daquela realizada pelos meios massivos, e desenvolver uma consciência crítica que estimule uma recepção não-alientante dos conteúdos midiáticos. Para tal, realiza dois movimentos, o primeiro de reinterpretar os conteúdos expostos na grande mídia, e o segundo de gerar mensagens ligadas à realidade local. Para Martin-Barbero o significado de comunicar é

tornar possível que homens reconheçam outros homens em um duplo sentido: reconheçam o seu direito a viver e pensar diferente, e reconheçam a si mesmos nessa diferença, ou seja, que estejam dispostos a lutar a todo o momento pela defesa do direitos dos outros, já que nesses mesmos direitos estão contidos os próprios” (MARTIN-BARBERO, 2005, p.70).

Com este sentido em mente as ações de comunicação alternativa buscam exatamente esta relação com o outro, informando sobre prazeres e dificuldades locais, colocando em jogo a diferença, encarando-a ao invés de ocultá-la. Do outro lado, conforme aponta Sodré, a mídia massiva

fala do mundo para vendê-lo ou para agilizá-lo em termos circulatórios – sua verdadeira agenda é a do liberalismo comercial. Sua moral utilitarista, com o mercado como vetor de mudanças, não contempla a utilidade social, pelo contrário, é privatista e redutora da sensibilidade quanto ao coletivo (SODRÉ, 2002, p.64).

Podemos, então, considerar que a produção midiática está situada no campo da hegemonia no sentido gramsciano. Sendo assim, a comunicação comunitária é facilmente localizada no campo contra-hegemônico. O que não significa que os meios de comunicação comunitários tenham o objetivo ocupar o lugar dos meios massivos, mas sim, de contrapor-se a eles, dando espaço a quem não tem voz nos veículos hegemônicos. Para Raquel Paiva (2003) as formas de comunicação alternativa insurgem, com o objetivo de democratizar a informação em meio ao monopólio de grandes redes de informação detentoras da versão pública sobre os fatos e sobre a verdade. Segundo a pesquisadora um veículo pode ser considerado comunitário não por sua capacidade de prestação de serviço, mas sim por “sua proposta social, seu objetivo claro de mobilização vinculado ao exercício da cidadania” (Idem, p.140). Complementando esta definição, de acordo com Cecília Peruzzo, a comunicação comunitária é

gerada no contexto de um processo de mobilização e organização social dos segmentos excluídos (e seus aliados) da população com finalidade de contribuir para a conscientização e organização de segmentos subalternos da população visando superar as desigualdades e instaurar mais justiça social (PERUZZO, 2003, p. 9)

O desdobramento deste movimento de mobilização social leva a processos de articulações no interior das comunidades, e acaba por despertar a conscientização e valorização da história e memória local, equalizando as forças hegemônicas implícitas nos grandes meios de comunicação. As ações de comunicação comunitária possuem forte ligação com os movimentos populares e tem ações concretas de desenvolvimento social.

Em seus estudos Raquel Paiva (2007) lança um novo olhar, propondo uma releitura, sobre a comunicação comunitária e traça um panorama bastante esclarecedor sobre a presença deste tipo de comunicação na atualidade. A autora aponta oito pilares

que consolidam e justificam a presença da perspectiva comunitária no campo comunicacional. Para o presente estudo iremos destacar os três primeiros, por fornecerem as principais características das ações de comunicação comunitária. O primeiro pilar apontado por Paiva situa a comunicação comunitária como força contra-hegemônica no campo comunicacional, uma vez que possuem grande potencial contra-hegemônico pelo fato destas produções comunicacionais operarem com “referencialidade numa estrutura social diferente das ordens dominantes” (PAIVA, 2007, p. 139). Entretanto sobre este aspecto a autora ressalta que justamente por estes meios possuírem esta característica vem se tornando cada vez mais difícil sua permanência, visto que tem se observado uma redução de rádios e TVs comunitárias, por se “se constituírem como instâncias contra-hegemônicas comunicacionais, em direção à construção de uma nova ordem de comunicação, estes veículos encontram dificuldades operacionais” (Idem, p.140). O segundo destaca o potencial para a realização efetiva de uma comunicação polifônica, no sentido bakhtiniano. Esta característica é uma das mais relevantes das ações de comunicação comunitária, e é encontrada nas rádios, TVs e jornais comunitários, além do teatro de caráter contra-hegemônico realizado em comunidades, tal como no estudo de Moraes (2012), *Teatro em Comunidades: um estudo sobre a linguagem cênica popular como mediação sociocultural e comunicação comunitária*, onde se percebe a valia pela polifonia no discurso teatral proferido dentro das comunidades, sempre em diálogo constante com os seus moradores. Pois está em sua gênese a busca pela pluralidade e inserção de novas vozes no tecido social, abrindo espaços para as mais diversas expressões. Conforme Paiva (2007) ressalta, esta pluralidade

constitui uma de suas maiores bandeiras contribuindo de maneira decisiva, não apenas para democratizar o diálogo, mas principalmente para reduzir visões preconcebidas e preconceituosas sobre os mais diversificados grupos humanos e propostas (Idem, p.141).

O terceiro pilar diz respeito à produção de novas formas de sentido através desta forma comunicacional alternativa. Paiva cita o filósofo pragmatista norte-americano Richard Rorty para fundamentar seu argumento acerca deste terceiro pilar. O escopo da comunicação comunitária substancia-se a partir da geração de novas formas de expressão e linguagens, e conseqüentemente gera novos significados fortemente ligados

com a realidade local, de modo que a produção dos veículos de comunicação comunitária se projeta em uma “dimensão de efetiva interferência na alteração de posturas sociais” (Idem, p. 141). Paiva destaca a argumentação de Rorty acerca do seu conceito de redescritção. A proposta redescritiva do autor norte-americano aparece como uma tarefa da imaginação e para tal faz-se necessário uma nova concepção de subjetividade. Para ele somente através de ações mais ousadas, como o “criativo abuso da linguagem”, são capazes de dar conta das questões como a tolerância e o fim da crueldade. Rorty advoga a “idéia de que os grupos oprimidos da sociedade só podem melhorar sua situação à medida em que forem capazes de ter, sobre si mesmos “autoridade semântica” para poderem inventar uma nova identidade moral para si mesmos” (GHIRALDELLI JR, 1998, p. 327), uma moral não universal. As ações de comunicação comunitária convergem e aproximam-se dessa perspectiva redescritiva “revolucionária” cunhada por Rorty.

Isto posto entendemos a comunicação comunitária como um agente contra-hegemônico capaz de gerar “um discurso reflexivo, organizado, aberto e público sobre o próprio grupo, sobre os outros e sobre o mundo” (ELHAJJI, 2005, p. 58). Os grupos que se utilizam desta forma comunicacional operam por meio de “hiatos” (PAIVA, 2004) para contraporem-se à hegemonia. A este respeito Paiva alia-se ao pensamento de Gianni Vattimo (1990) para pontuar que é através das fendas da lógica globalizante que se edifica uma “esperança de emancipação” (VATTIMO, 1990). Isto se dá por intermédio do surgimento de pequenos meios de vinculação comunitária, como jornais, rádios, teatro e blogs, por exemplo. A cultura popular das comunidades por meio destas ações comunicacionais torna-se o “lugar” da emancipação, da fala politizada e crítica em relação à ordem hegemônica, do comportamento biopolitizado (AGAMBEN, 2002; 2004), e da vida midiaticizada tal como cunhada por SODRÉ, 2002. Diversas iniciativas com estas características despontam pelo Brasil, como será abordado, destacando dois exemplos, no próximo capítulo.

4. Ações de resistência, comunicação e mobilização comunitária

4.1. A cultura carioca da comunidade Santa Marta na comunicação alternativa

Parte da chácara que pertenceu ao Barão de Macaúbas no século XIX deu origem ao Morro Santa Marta. Foi na década de 1930 que chegaram seus primeiros moradores. Famílias de procedência humilde iniciaram a ocupação do morro por conta da proximidade do local de trabalho, pois haviam sido contratados para ampliar a obra no colégio Santo Inácio, muito perto do morro. Na década seguinte, os barracos passaram a abrigar dezenas de famílias vindas do interior fluminense e de ex-escravos que migraram de Minas Gerais.

No final dos anos 50 houve uma grande invasão nordestina tanto no morro quanto na cidade (BARCELLOS, 2003). A Favela Santa Marta localiza-se na zona sul do Rio de Janeiro, no bairro de botafogo, na Rua São Clemente. Quanto à origem do nome, Santa Marta, se deu em função da padroeira local. No início do século XX, na década de 1940, uma moradora levou para lá uma imagem da santa, e foi construída uma igreja para abrigá-la. Já, Dona Marta é o nome dado pelo padre Clemente à estrutura geográfica. Esta nomenclatura foi dada ao morro em homenagem a sua mãe por volta de 1680. Entretanto, a construção da comunidade se dá em torno de sua padroeira, desta forma o nome mais utilizado pelos moradores é Santa Marta.

A fundação da Associação dos moradores ocorreu em 1965, e encontra-se em atividade até hoje. Os dados populacionais variam de acordo com a fonte. Atualmente existem cerca de 1.500 moradias e cerca de 6 mil moradores. A favela foi a primeira a receber a política de “pacificação” do governo do Estado, em 2008, ano em que foi implantada a Unidade de Polícia Pacificadora (UPP).

O espaço possui considerável projeção nos meios de comunicação através de atividades culturais ligadas a grande mídia hegemônica. Temos como exemplos: gravações de novelas¹⁸, filmes (um nacional e um estrangeiro)¹⁹, o videoclipe do astro internacional Michael Jackson, e ainda recentemente, o programa de incentivo ao

¹⁸ *Viver a Vida*, de Manuel Carlos (exibida pela Rede Globo de Televisão/2009) e *Escrito nas Estrelas*, de Elizabeth Jhin (exibida pela Rede Globo de Televisão/2010).

¹⁹ O filme nacional, *Tropa de Elite II* e a produção de Hollywood *Velozes e Furiosos V*. Ambos gravados em 2010.

turismo local “Rio Top Tour”²⁰. Como em qualquer outro espaço popular que sofre grande influência dos discursos televisivos, ainda mais sendo ficção como as telenovelas, é normal que sua população, assim como a sociedade em geral atenda aos seus apelos consensuais, como: moda, consumo, tentativa do “igual a telenovela” e aos seus personagens, principalmente sua produção ocorrendo tão perto, ou seja, dentro da comunidade. Desse modo, a influência dos folhetins e a identificação dos moradores são atomizadas ainda mais, tendo uma recepção alta das telenovelas do horário nobre, segundo constatado na pesquisa empírica deste estudo. Tal fato intervém diretamente na cognição dos indivíduos e do coletivo no que diz respeito a sua participação social nas opiniões políticas, conhecimento de leis, interesse pelos aspectos econômicos e educacionais que dizem respeito à comunidade, moldando dessa forma, identidades, alteridades e relações sociais como um todo dentro do espaço popular Santa Marta.

Por outro lado, em sua resistência, a favela Santa Marta possui uma intensa mobilização sociocultural através de coletivos atuantes. É bastante marcante a articulação de seus moradores nos movimentos culturais comunitários para edificação de melhores condições de vida da população local. Destacam-se dois coletivos locais por suas intensas atividades ligadas à comunicação comunitária, são eles: *Grupo ECO* e *Visão da Favela Brasil*.

O *Grupo ECO*²¹ iniciou suas atividades na década de 1970 através do Jornal Eco, que tinha como objetivo ir além da comunicação e da informação, prezando a formação de seus componentes. Em 1995, o grupo foi pioneiro no que diz respeito à inclusão digital nas favelas. Atualmente realiza diversas atividades que passam pela cultura artística (Grupo Cênico Musical Eco do Santa Marta), comunicação (jornal impresso, virtual e TV Favela) informática (cursos de informática), esporte (corrida rústica) e lazer (colônia de férias). Suas atividades possuem o objetivo de valorizar o encontro e o diálogo entre as pessoas. Como exemplo desta premissa, em novembro de 2011 recebeu para um intercâmbio alunos da Universidade Soka da América²². Esta iniciativa está ligada ao caráter educacional do grupo, que busca ser para a comunidade

²⁰ Projeto com o apoio do Ministério do Turismo e a parceria do SEBRAE/RJ.

²¹ O Grupo Eco é uma entidade sem fins lucrativos que se dedica a ações de caráter educacional e cultural. Seu objetivo é promover e apoiar atividades e iniciativas que visem o desenvolvimento humano e da comunidade para o fortalecimento da solidariedade comunitária participativa.

²² A Universidade Soka da América foi fundada em por Daisaku Ikeda, responsável por uma rede mundial de institutos educacionais com base na criação de valores humanos.

uma escola sem muros, pois todo o trabalho realizado está fortemente ligado à educação. Aproximamos aqui o pensamento de Paulo Freire (1983) sobre a “educação como prática da liberdade” através do despertar da consciência crítica e reflexiva, assim como o educador japonês Tsunessaburo Makiguti (1999) e o filósofo e líder humanista Daisaku Ikeda (2006)²³ sobre o despertar das potencialidades intelectuais e manuais, Gramsci e o comprometimento político da sociedade civil, e Raquel Paiva (2004) com o conceito de “Comunidade Gerativa”, onde propõe além de uma transformação um movimento constante das minorias para expansão de sua autonomia.

A integração do *Grupo ECO* com a comunidade é grande, e sua principal atividade desde sua fundação até hoje, é o jornal comunitário que tem sua versão impressa e virtual. Nesse sentido aparece bastante clara a função e importância da comunicação comunitária, por gerar “um repertório de resistência (...) porque constrói um outro lugar para observar seus próprios interesses e objetivos” (SANTOS, *In* PAIVA; SANTOS 2008, p. 42). Dessa forma a comunidade é capaz de enxergar e pensar criticamente sobre o seu cotidiano, como ele realmente é, e a partir deste ponto criar ações vinculadas ao bem comum. Raquel Paiva (2003) corrobora com este pensamento ao apontar a importância dos veículos de comunicação comunitária e suas capacidades de estabelecerem um sistema próprio de comunicação horizontal, onde se tornam capazes de produzir um discurso próprio e principalmente “sem filtros intermediários” (*idem*).

Para o *Grupo ECO* o mais importante é valorizar a favela, e para tal sempre buscam levar o seu nome de forma positiva para a sociedade. Assim acreditam que só é possível transformar sua localidade a partir do momento em que passem a estimar o lugar em que vivem e sua história estimulando ações que envolvam cultura e educação.

O outro coletivo analisado foi o *Visão da Favela Brasil*, que se estabeleceu na comunidade Santa Marta em 2007 após a chegada do ativista e músico Emerson Claudio Nascimento, mais conhecido como Rapper Fiell. Segundo ele, desde a sua implantação até hoje o objetivo do grupo é promover uma reflexão social expandindo a capacidade crítica de jovens e adultos para que estes sejam capazes de entender e debater sobre a conjuntura política local e global. Fiell também destacou que o grupo

²³ Ambos, Makiguti e Ikeda, baseiam-se na teoria de *Criação de Valor* (concebida originalmente pelo termo *Soka*), que visa à emancipação do indivíduo através do engajamento na geração de valores individuais e coletivos.

“busca lutar de forma organizada pelos direitos da comunidade e pela democratização dos meios de comunicação e educação de qualidade”²⁴. A partir da abordagem policial, pela unidade de polícia pacificadora, aos moradores do espaço popular Santa Marta foi criada pelo próprio Rapper e o coletivo do Visão Favela Brasil a *Cartilha Popular do Santa Marta: Abordagem Policial*, que segundo Fiell, não tem a intenção de ensinar à polícia como realizar a abordagem, mas sim, conscientizar os moradores, com base na Constituição Federal, sobre a maneira correta ao intervir na passagem dos moradores e dos seus direitos ao serem abordados de forma agressiva, como ocorreu com o próprio ativista cultural²⁵.

Em sua pesquisa sobre a autorrepresentação das favelas Lilian Saback de Sá Moraes aponta para a importância da reelaboração e reinterpretação dos conteúdos da grande mídia por parte dos moradores de comunidades populares. E, destaca a importância da produção comunicacional realizada pela própria comunidade, em especial a produção audiovisual, a qual se constitui como “uma experiência cultural vivida por muitos jovens que, até então, não exerciam seus direitos como cidadãos”. (MORAES, 2010, p.47). Esta experiência de que nos fala Moraes (2010) é vivida não só pelos comunicadores populares envolvidos diretamente no coletivo *Visão da Favela Brasil*, mas também por todos aqueles da comunidade que tem contato com suas produções.

Entre as principais ações do grupo encontramos atividades ligadas à comunicação (Jornal Visão da Favela Brasil e a Rádio Santa Marta), música (Hip-Hop Santa Marta), cinema (Cria Filmes e Sessão Santa Marta) e educação (Biblioteca, videoteca e Oficinas de Comunicação Popular).

A Rádio Comunitária Santa Marta merece um destaque especial devido a sua abrupta interrupção e fechamento, em uma ação realizada pela Polícia Federal e pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) em 03 de maio de 2011, ironicamente o dia da Liberdade de Imprensa²⁶. A rádio, que prestava serviços à comunidade, ficou no ar por apenas oito meses, Após o seu fechamento a rádio ainda não voltou a funcionar. Fiell, em seu livro, *Da Favela para as Favelas*, ressalta a importância da comunicação comunitária, afirmando que “toda favela tem que ter sua mídia local, que

²⁴ Entrevista realizada pela pesquisadora com Emerson Claudio Nascimento - Rapper Fiell, em setembro de 2011.

²⁵ Programa Contraponto, exibido em 02/11/2012, no Canal Universitário pela TV PUC-Rio.

²⁶ Decretado pela ONU em 1993.

faça uma comunicação plural, que fale de seus problemas e soluções” (FIELL, 2011 p. 54). Embora a rádio não esteja em funcionamento as demais atividades já citadas do coletivo *Visão da Favela Brasil* prosseguem normalmente. Em entrevista realizada na própria comunidade Santa Marta, Fiell ainda ressaltou:

A comunicação comunitária foi uma grande revolução na minha vida. Hoje eu posso dizer com toda satisfação: eu sou um ‘comunicador popular’ a serviço das favelas (FIELL, *entrevista cedida à pesquisadora na favela Santa Marta, em setembro de 2011*).

Estes dois grupos possuem um olhar diferenciado para o cotidiano e estão sempre prontos para realizar ações em prol da comunidade. Desenvolvem atividades interventivas no campo comunicacional, refletindo a produção hegemônica, com objetivo central na transformação social local.

4.2 Movimento de mobilização do Arte Manha no espaço popular de Caravelas – BA

O Movimento Cultural Arte Manha de Caravelas-BA, vem atuando há mais de 20 anos na município de Caravelas²⁷ articulando a arte e a cultura com os movimentos sociopolíticos. Através da realização de projetos educacionais e culturais o objetivo deste núcleo é o fortalecimento da identidade ao mesmo tempo em que aponta a diversidade cultural da comunidade local, valorizando e estimulando os processos criativos da população. Possuem atividades voltadas para geração de renda e auto-sustentabilidade da comunidade e regiões periféricas, que tem em seu principal viés o artesanato. Destaca-se ainda a grande atenção ao meio-ambiente imbricados nos temas dos trabalhos do Arte Manha.

Valorizar a arte e as tradições culturais locais em todas as suas formas e oferecer à população oficinas profissionalizantes ligadas à área das artes cênicas e manifestações folclóricas são os focos de atuação do grupo, segundo o coordenador do movimento

²⁷ Situado ao extremo sul da Bahia, com aproximadamente 20 mil habitantes conhecida por ser o ponto turístico de embarque para Abrolhos.

Jaco Galdino de Santana²⁸.

Após um estudo empírico desenvolvido no local ministrando Oficinas de Leitura Crítica da Mídia, pôde-se reconhecer no Movimento Cultural Arte Manha o desenvolvimento de suas atividades artísticas, que decorrem independente da reprodutibilidade da indústria cultural. Assim, evidencia-se a importância da arte local que nos faz lembrar um comentário de Zygmunt Bauman, ao citar Baudrillard, sobre as máquinas reprodutoras e copiadoras que atualmente se tornaram responsáveis pela medição da importância da obra de arte (BAUMAN, 1998).

As ações do Arte Manha possuem foco nas necessidades da comunidade local e buscam, através de oficinas de capacitação, dialogar e realizar intercâmbios culturais com as regiões vizinhas. O Movimento possui afluentes culturais, como, por exemplo, o grupo teatral Umbandaum,²⁹ que realiza, desde 1988, projetos que estimulam e corroboram com a cultura afro e a indígena, realizando trocas com as culturas vizinhas nacionais e também estrangeiras. Sobre as trocas interculturais articuladas através do teatro, Pavis aponta:

Ao se expandir para a troca intercultural, a prática teatral contemporânea (...) não age estabranadamente: ela confronta e interroga as tradições, os estilos de representação e de culturas que nunca se teriam reencontrado sem estes súbitos apelos de inspiração. Tal interesse repentino pelas relações interculturais explica-se, igualmente, pela pressão política muito forte exercida sobre as artes, com o intuito de que assumam a função de lazer, de animação ou negócio cultural e contribuindo para resolver as tensões sociopolíticas dos grupos étnicos em contato. (PAVIS, 2008, p.2)

Abandonado culturalmente pelo poder público, o único cine-teatro da cidade encontra-se fechado há anos, e atualmente o prédio onde funcionava está interditado. Mesmo com dificuldades em levar cultura e comunicação à população o Movimento Cultural Arte Manha nunca deixou de agir e desenvolver projetos, não permitindo assim que a produção cultural da cidade evanesça. Em 2006, receberam o apoio do comunicólogo André Esteves, que em sua passagem pela cidade articulou-se com o Movimento e em conjunto fundaram o jornal impresso *O Timoneiro* e o *Cineclube*

²⁸ Coordenador Geral do Movimento Cultural Arte Manha, artista plástico, diretor de arte do grupo de Antropologia Cultural Umbandaum e Coordenador da Rede Cultural Bahia ao Extremo.

²⁹ Grupo de teatro filiado ao Movimento Arte Manha.

Caravelas, duas importantes ferramentas de comunicação da comunidade. Em 2007, o Movimento Arte Manha recebeu o mestre em comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Josias Pereira. O resultado dessa interação foi a produção de dois curtas-metragens, *Lia e Sobre Viver* ambos filmados e editados durante as oficinas de produção audiovisual de baixo custo. Ainda em 2007, estes curtas participaram do Festival Visões Periféricas no Rio de Janeiro e *Lia*³⁰ recebeu o prêmio de melhor filme do júri paralelo. Esse tipo de ação mostra como os aparatos tecnológicos podem interagir também para beneficiar e não somente para atender ao interesse unilateral das maiorias dominantes.

Em todos os projetos culturais desenvolvidos pelo Arte Manha o objetivo central é sempre o benefício da comunidade e o resgate de uma identidade local. Com o início de produções artísticas audiovisuais envolvendo as pessoas da comunidade é possível recriar uma identidade que seja compatível com a realidade local. Sobre essa difusão de valores pela grande mídia ressalta-se que a “identidade nacional (...) é fabricada pela imagem que o eixo Rio-São Paulo elabora e repassa para todo o país, onde as metrópoles citadas são o que há de mais dinâmico e cosmopolita” (ALMEIDA *In*: BRAGANÇA; BRONSTEIN, 2007, p. 190). Observa-se que é justamente através dos projetos promovidos pelo Arte Manha que é possível romper com esses moldes identitários impostos pela mídia. Além disso, suas ações possibilitam o desenvolvimento da verdadeira alteridade, vinculação esta que tende a se perder no mundo globalizado, conforme exposto por Raquel Paiva (2003).

Ampliando sua rede de parceria, segundo entrevista realizada no local, o Arte Manha e a organização inglesa *Environmental Justice Foundation (EJF)*³¹ produziram o curta *É tudo mentira*³². Vemos aqui um resgate da cidadania na comunidade, um estímulo à participação sociopolítica da população assumindo uma postura ativa frente aos seus problemas. Ainda relativo às produções audiovisuais o filme *Não mangue de mim*³³ foi produzido em parceria com a organização norte-americana *Mangrove Action*

³⁰ Curta que mostra o intercâmbio entre a área rural do manguezal e a cidade através das experiências da menina Lia.

³¹ ONG, em funcionamento desde 2000, dedicada a projetos socioambientais, entre eles a produção de documentários retratando ameaças ao meio ambiente.

³² Documentário que retrata os impactos da carnicultura (criação de camarão em cativeiro).

³³ Um olhar poético sobre os moradores dos manguezais.

*Project (MAP)*³⁴. As manifestações culturais populares realizadas pela comunidade local foram de suma importância para a criação da Reserva Extrativista do Cassurubá - RESEX³⁵, a qual foi estabelecida por decreto do Presidente Lula quando esteve em Caravelas em 05 de junho de 2009. As parcerias do Movimento Cultural Arte Manha vem se ampliando cada vez mais e atualmente conta com os seguintes apoios: Parque Marinho de Abrolhos, Pastoral da Juventude, Ecomar – Indústria de Pesca S/A, Instituto Baleia Jubarte, *Conservation International*³⁶, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Colégio Estadual Polivalente de Caravelas, comunidade de pescadores e moradores da zona ribeirinha. Hoje, a população de Caravelas tem produção cultural própria e se reconhece nela. Em 23 de maio de 2009 foi lançado oficialmente o Projeto Pererê, o qual foi aprovado como Ponto de Cultura do extremo sul da Bahia. O projeto consiste em oficinas de produção cultural integradas: artes plásticas, dança afro-indígena, capoeira, serigrafia, percussão, audiovisual, costura de figurinos e adereços, artes cênicas, literatura, contos e cantigas da cultura popular.

Entre os objetivos do projeto destacam-se o resgate e fortalecimento das culturas afro e indígena do município de Caravelas, gerando uma ampliação da capacidade de criação artística para crianças e jovens, mantendo-os em atividade e retirando-os de situações de risco social. Também faz parte do projeto o núcleo audiovisual intitulado *Semente do Imaginário*, que visa à produção de pequenos programas e documentários com temas relacionados à cultura local. As oficinas e exposições ocorrem no Colégio Estadual Polivalente de Caravelas. Com esta ação o Arte Manha tem o objetivo de mobilizar os jovens à produzir materiais audiovisuais que possuam temas relacionados à cultura popular tradicional da região, bem como o resgate do patrimônio histórico e cultural da cidade.

Em dezembro de 2009, no desenvolvimento da pesquisa empírica, foi possível observar o cotidiano dos projetos além de conhecer a estrutura do grupo e da comunidade.

³⁴ Projeto que tem objetivo de conservar e restaurar manguezais e ecossistemas costeiros conexos, promovendo a gestão local sustentável dos recursos costeiros.

³⁵ A reserva consiste em uma área do governo federal que é concedida para uso das populações extrativistas locais (pescadores ribeirinhos e pequenos agricultores) onde não é permitido que sejam realizadas atividades de grande impacto ambiental.

³⁶ Organização privada, sem fins lucrativos, dedicada à conservação e utilização sustentada da biodiversidade, fundada em 1987.

Em passagem pelo grupo como docente tive a oportunidade de ministrar Oficinas de Leitura Crítica da Mídia para duas turmas do projeto *A Semente do Imaginário*³⁷, num total em média de 60 alunos na faixa etária entre 15 e 25 anos, sendo 35 mulheres e 25 homens. Em experiência todos os grupos/turmas que trabalhei disseram assistir novela cotidianamente, e em média, ficar de três a cinco horas em frente à televisão.

Nas oficinas, além das aulas foram aplicados exercícios de interação nos quais os participantes expressavam suas opiniões em debates críticos muito significativos. O objetivo destes exercícios foi despertar o senso crítico frente aos componentes ideológicos que dirigem a composição da ficção televisiva. Alguns desses exercícios consistiam em retratar cenicamente as notícias publicadas na mídia impressa e televisiva, e como isso se aplicava à realidade de Caravelas. Pode-se dizer que as reflexões, opiniões, exposições e resultado dos trabalhos foram muito positivos, fazendo-os insuflar a capacidade que já possuem de pensar criticamente sobre o que é veiculado e agir em prol do espírito comum presente no local. A cada trabalho prático cênico era sugerido pelos próprios participantes, ou seja, o que necessitavam expressar, um tema político, econômico, educacional veiculado pela mídia. Ao final, a conclusão a que chegavam os grupos divididos entre cinco e oito era transcrita para o papel. Segue uma das conclusões de um grupo de alunos da oficina após o exercício prático a respeito da falta de energia repentina no Brasil:

Na mídia...

A falta de energia nas grandes capitais foi retratada com um impacto na mídia, poucas horas sem energia criou uma grande polêmica.

Na realidade...

Aqui em Caravelas foram três dias e três noites sem água, luz e comunicação, e não entrou na mídia. Por que isso não foi retratado na mídia? Porque não iria lucrar nada para ela. Uma comunidade pequena é sem importância. (*Depoimento escrito pelos alunos Emanuelle, Gláucio, Alesson, Juliano e Nyrlana, dezembro de 2009, em Caravelas-BA*).

Como se pôde constatar acima, a resistência, a crítica reflexiva e as ações para as transformações sociais parte do interior do grupo, da comunidade. Ainda em outro

³⁷ I Ciclo de Comunicação Comunitária de Caravelas-BA.

relato surgido nos exercícios das oficinas de Leitura Crítica da Mídia apresenta-se:

Na mídia...

Aluno se forma e logo consegue emprego e se dá bem na sua carreira, sem obstáculos.

Na realidade...

Muitos jovens se formam e não conseguem emprego, as vezes sim, porém, a maioria se gradua e é obrigado a prestar concurso para gari, não tem dinheiro para montar seu escritório, e outros acabam na fila do desemprego. (*Depoimento escrito pelos alunos Elismar, Rafael, Rafhaela, Roseni, Neli, Clodinilda, Manuela e Vanilson, dezembro de 2009, em Caravelas-BA*).

Empiricamente foi possível observar que os projetos realizados pelo grupo Arte Manha possuem uma significativa contribuição no comportamento dos jovens da região, os quais se mostram empenhados em promover mudanças *para* e *na* a comunidade.

Os intercâmbios culturais promovidos pelo Arte Manha geram aos caravelenses a oportunidade de expor as necessidades da região. Essa troca faz com que a produção cultural não fique estática e preza antigos conceitos, pois as ações propostas pelo grupo estão sempre promovendo reflexões entre passado e presente, local e global, tal como é exposto por Hall:

A cultura popular (...) é o terreno sobre o qual as transformações são operadas. No estudo da cultura popular, devemos sempre começar por aqui: com o duplo interesse da cultura popular, o duplo movimento de conter e resistir que inevitavelmente se situa em seu interior (HALL, 2003, p.232-233).

Os espetáculos e os documentários não possuem a intenção de ser uma arte panfletária, conforme coloca Jaco Galdino. Ele explica que os temas sociais aparecem por conta da vivência com a comunidade, não sendo a denuncia social ponto de partida para as produções, tudo surge através do sensível naturalmente em movimento por meio das manifestações artísticas.

5. Alteridade, Memória e Teledramaturgia: processos universais do comum

5.1. A alteridade e o discurso simbólico de representação

De acordo com o teórico russo Mikail Bakhtin a tensão entre falta e excesso faz com que a relação com o outro seja a base para tudo que existe. O ser não se basta, e só pode existir dialogicamente na relação. Desse modo, o dialogismo celebra a alteridade. O que nos leva ao centro do conceito de exotopia colocado por Bakhtin:

(...) relação de uma tensa distância do autor em relação a todos os elementos da personagem, de uma distância no espaço, no tempo, nos valores e nos sentidos, que permite abarcar *integralmente* a personagem, difusa de dentro de si mesma e dispersa no mundo preestabelecido do conhecimento e no acontecimento aberto do ato ético, abarcar a ela e sua vida e completá-la até fazer dela um *todo* com os mesmos elementos que de certo modo são inacessíveis a ela mesma e nela mesma. (BAKHTIN, 2010b, p.12).

Assim entendemos que é a partir do olhar externo que se torna possível ao ser compreender o sentido de sua existência, sendo imprescindível a relação entre os sujeitos. Um exemplo desta necessidade humana pode ser melhor compreendido com um destaque da produção cinematográfica *O cozinheiro, o ladrão, sua mulher e o amante* (1989), de Peter Greenaway, construído em torno da “expressão da teatralidade grotesca”, ressaltando a ambivalência regeneradora através de sua estética. A história se passa em um restaurante, onde “existe uma profanação gastronômica do prazer de ingerir alimento, sexo e violência” (GARCIA, 2000 p.20). O destaque é a cena entre o cozinheiro Richard e Georgina, a qual mostra a necessidade do testemunho do outro para conferir sentido e acabamento a existência do “eu”:

Richard – (...) pelo que vi, o seu amante não precisava de um afrodisíaco.

Georgina - O que viu? Quero saber. Ninguém sabia senão você. Todos tinham pena de mim. Até você tinha pena de mim. Como

posso saber se ele me amava se não houve testemunhas?

Richard - Se o amava, essa não parece ser uma pergunta de todo necessária.

Georgina - Sim, é! Diga-me o que sabe!

Richard - O que vi foi o que me deixou ver.

Georgina - Claro que foi. Como poderia saber que foi real se não houvesse alguém vendo? Diga-me o que viu. Ou tem vergonha de me contar?

Richard - Não. Eu o vi beijando-a, na boca, no pescoço, atrás da orelha. Eu o vi despi-la. Eu o vi beijar-lhe os seios. Eu o vi pôr a mão entre suas pernas.

Georgina - E o que me viu fazer?

Richard - Vi beijá-lo na boca. Vi deitada por baixo dele no chão da despensa. Vi pegá-lo por trás (...). Vi...

Georgina - Os amantes comportam-se sempre assim?

Richard - Os meus pais comportavam-se assim.

Outro exemplo é encontrado na produção francesa *Delicatessen* (1991)³⁸, de Jean-Pierre Jeunet, filme que aborda a construção de relações através do ato exagerado de comer, dessa vez a própria carne humana. Mostra-se aqui novamente o ciclo de vida e morte assinalado por Bakhtin, pois ao mesmo tempo em que um corpo se apropria da carne humana, que é a morte, ele continua sobrevivendo. Trata-se de uma produção audiovisual cinematográfica onde o grotesco mostra-se nas estéticas dos tipos exagerados de alguns personagens, e por outro lado, a beleza clássica em outros.

Como percebemos nos exemplos acima, e também nos coletivos citados anteriormente (*Grupo ECO, Visão da Favela Brasil e Arte Manha*) a respeito das relações humanas na construção do sujeito, trocar experiências e histórias enriquece a perspectiva existencial do mesmo. Esta troca está no cerne do conceito de dialogismo de

³⁸ Comédia de humor negro que fala sobre um futuro onde a comida é tão rara que acaba sendo usada como moeda de troca, e onde as pessoas comem umas às outras, em virtude da escassez de alimentos. Recém-chegado na cidade, um jovem palhaço consegue um emprego num açougue e acaba se apaixonando pela filha do chefe. Porém, os planos de seu patrão para ele podem botar tudo a perder.

Bakhtin.

A referida relação de complementaridade e legitimação do “eu” também pode ser encontrada nas telenovelas considerando a hipótese de que o discurso do folhetim televisivo pode desempenhar função geradora de sentidos e acabamento do ser, em menor ou maior grau, para seus espectadores através de sistemas de identificação, projeção e transferência.

Sobre o processo de identificação do público com a obra, conectando-o com as concepções bakhtinianas de responsabilidade/responsabilidade (o ser que responde ao mundo pela sua singularidade, sempre em processo, refletindo, em um puro devir) e compreensão ativa de um discurso. Greenaway, na posição de interlocutor, afirma: “Eu gostaria que o público pensasse (...) e sentisse a necessidade de se identificar emocionalmente com (...) conteúdos ou personagens” (GARCIA *apud* GREENAWAY, 2000, p.41).

Ressalta-se uma observação importante neste estudo: não há intenção de apontar a produção teledramatúrgica apenas pelo seu caráter manipulador, mas sim observar o conjunto de seus discursos como um todo, sem juízo de valores preconcebidos. O que se pretende é realizar uma reflexão sobre a telenovela levando em consideração os tanto os aspectos negativos, quanto os positivos destas produções, os quais poderiam ser mais explorados. Para tratar das relações que são estabelecidas com as audiências é importante observar o contexto sócio-histórico, tal como aponta Maria Isabel Orofino (2008). A autora afirma que é preciso “levar em conta as estratégias de poder e controle exercidas pelo sistema de comunicação no qual a TV está inserida” (Idem, p.111).

Durante o processo de modernização estética (a partir de 1970) da televisão brasileira a telenovela passou por diversas modificações. Ana Paula Goulart Ribeiro e Igor Sacramento (2010) expõem que as inovações empreendidas nas telenovelas seguiam a tendência de superação do romantismo tradicional e moviam-se em direção ao realismo moderno. Os autores ainda ressaltam que “a modernização teledramatúrgica se valeu de diferentes estéticas: da realista e da naturalista, mas também do fantástico e até mesmo do grotesco e do romantismo melodramático” (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010 p.124). Foi neste período as tramas voltaram-se para o cotidiano dos brasileiros, como visto anteriormente. Estas eram desenvolvidas em cidades brasileiras apresentando a tensão entre rural e urbano, a qual foi o centro de diversas produções que acabavam também por tratar da dicotomia modernidade versus tradição. Como assinalaram Martin Barbero e Germán Rey:

(...) a televisão constitui um âmbito decisivo do reconhecimento sociocultural, do desfazer-se e do refazer-se das identidades coletivas, tanto as dos povos como as de grupos. A melhor demonstração desses cruzamentos entre memória e formato, entre lógicas da globalização e dinâmicas culturais, é constituída sem dúvida, pela telenovela (...). (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p.114-115)

A telenovela realiza uma espécie de organização da memória social de uma nação, porém, esta edificação se dá a partir de narrativas hegemônicas. Os discursos por ela proferidos “compõe relevantes contextos, em cujo interior indivíduos, grupos e comunidades elaboram, propõem, celebram, negociam e defendem suas identidades” (TRINTA, 2007, p.152). Estes sistemas de organização e representação realizados no interior do discurso das telenovelas estão estreitamente ligados à formação de identidades. De modo que os

indivíduos se fazem sujeitos em referência a significados sociais e sentidos culturais rerepresentados por tais sistemas, levando a que o estudo de significações (produzidas e postas em circulação) instrumente a análise feita quanto a relações de mútua presença. (TRINTA, 2007, p.153).

Podemos relacionar a afirmação acima com os elos da cadeia verbal expostos por Bakhtin. Segundo ele não somos os primeiros a quebrar o silêncio do mundo, não somos os primeiros a falar de objetos virgens. Todo enunciado remete-se a outro, e cada discurso compõe um elo na cadeia verbal, assim

o discurso nasce no diálogo como sua réplica viva, forma-se na mútua-orientação dialógica do discurso de outrem no interior do objeto. A concepção que o discurso tem de seu objeto é dialógica. (BAKHTIN, 1990, p. 88-89).

A influência que as telenovelas exercem sobre o comportamento social é muito significativa, e têm em vista atitudes entusiasmadas pelas relações consumistas, religiosas e de comportamento familiar.

Podemos encontrar alguns exemplos da fala de Bakhtin na telenovela *Fina*

*Estampa*³⁹. Sua trama central se desenvolve através de uma narrativa sobre as relações de conflito entre classes sociais, em especial sobre duas personagens, *Tereza Cristina*⁴⁰ representante da burguesia, e *Griselda*⁴¹, representante das classes populares, privilegiando a força das mulheres que desempenham os mais diferentes papéis na sociedade contemporânea. No caso da personagem *Griselda*, a identificação com os grupos comunitários estudados se deu justamente pelo caráter operário da personagem. Trata-se de uma mulher pobre que se esforça para mostrar que sua origem e posição social não podem ser utilizadas como premissas para um pré-julgamento e discriminação. O que se observou na pesquisa de campo quando questionados sobre *Fina Estampa*, foi uma grande identificação entre os moradores da favela Santa Marta com esta personagem por ambos serem alvos de preconceito e discriminação por parte da sociedade dominante e elitista. Sociedade esta que cristalizou uma imagem estereotipada da periferia, em especial das favelas, como descrito no capítulo anterior.

Encontramos na telenovela citada novamente a reprodução um discurso monovalente, tal como engendrado por Bakhtin, enfatizando determinados valores sociais de uma classe hegemônica buscando, através de um consenso ativo das massas, que os espectadores se identifiquem, se espelhem e aceitem a ideologia que lhes é subliminarmente imposta, naturalizando - não num sentido de abstração, mas sim no comunal cotidiano.

Dessa forma, as telenovelas e todo o seu sistema de produção edificam um discurso comunicacional que mitifica as narrativas dos fatos sociais através de dramatizações fictícias que se tornam discursos de realidade efetiva e ilusória das massas, os quais podem se atrelar à construção dos “discursos de verdade” (FOUCAULT, 1979: 2004) produzidos pela órbita ideológica no âmbito social.

Em vista disso, pode-se dizer que analisar historicamente, politicamente, ideologicamente e eticamente produtos televisivos como ficções seriadas envolve:

(...) uma reflexão sobre como se engajar, de modo analítico e imaginativo (...) com as conjunturas e os processos que assentam as condições de possibilidade não só para o funcionamento das instituições, como também para a construção dos discursos, dos

³⁹ Novela de Aguinaldo Silva, exibida às 21 horas pela Rede Globo de Televisão - 2011/2012.

⁴⁰ Personagem interpretada pela atriz Cristiane Torlone.

⁴¹ Personagem interpretada pela atriz Lilia Cabral.

imaginários, das representações e das práticas que circundam, interpretam e interpelam a indústria televisiva e seus produtos (FREIRE-FILHO *in*: RIBEIRO: HERSCHMANN, 2008, p. 129-130).

Buscando um processo de análise desse tipo pode-se enxergar com mais clareza as constituições de um novo padrão de verdade social no qual estão inseridas as narrativas míticas, ou seja, apropriadas, que se tornam realidade para a sociedade. Enxergue-se aqui, no caso deste estudo, os telespectadores das telenovelas.

É importante dizer que esse processo, em uma visão gramsciana, ocorre por meio da atuação consensual. Embora haja discrepância de forças e relações políticas e sociais, há uma aceitação e concordância do público junto à produção hegemônica. Porém, o poder dessas relações, já em uma visão foucaultiana, se exerce também nas microrelações, entre os extratos sociais menores interligados entre si e que não estão somente ligados ao poder maior do Estado. Por isso, percebemos discursos e narrativas simbólicas mitificadas tornando-se verdades da esfera social mediante ações, gestos e produções de alteridade por parte dos espectadores, do público, enfim, da sociedade como um todo, justamente por abarcar todos os aspectos: religiosos, políticos, econômicos, éticos/morais, posição social, instrução educacional etc. O que nos faz retornar ao exemplo da telenovela *Fina Estampa*, na qual, as duas personagens principais (*Tereza Cristina* e *Griselda*) dão o tom do conflito maior da trama, rivais e representantes de cosmovisões opostas em relação aos aspectos citados, as personagens apresentam claramente os conceitos bakhtinianos de exotopia, dialogismo e alteridade. Justamente pelo fato do ser humano precisar da relação para existir, a personagem de *Tereza Cristina* transforma esta necessidade em obsessão contra a rival.

Tereza Cristina enquadra-se esteticamente nos cânones clássicos de beleza. *Griselda* apresenta leves traços do que se poderia chamar de grotesco (Bakhtin, 2008), em função de sua aparência inacabada e ambivalente, por transmutar entre o feminino e o masculino, o princípio e o fim, neste caso podendo ser atribuído a sua condição de vida. Pois, após ser abandonada pelo marido e ficar com três filhos pequenos, ela teve que dar “fim” a sua vida para deixar surgir uma “nova” *Griselda*, que trabalha como “faz tudo” realizando diversos afazeres pesados que normalmente são desempenhados por homens.

Retomando o conceito de exotopia há uma cena⁴² desta telenovela que

⁴² Capítulo nº 39 exibido pela Rede Globo de Televisão no dia 05/10/2011

exemplifica claramente a relação da falta e excesso exposta pelo teórico russo. Na cena em questão, *Tereza Cristina*, com uma atitude totalmente arrogante, humilha *Griselda* dizendo que ela é “tão esquisita, horrorosa, que nem por caridade dá para gente chamar de mulher. Porque você não é uma mulher, você não é feminina. Aliás, nem masculina você é. Você é um nada. Você é um macacão ambulante”. (FINA ESTAMPA – Capítulo 39).

A ambivalência a que Bakhtin se refere fica clara quando *Tereza Cristina* diz: “Porque você não é uma mulher, você não é feminina. Aliás, nem masculina você é”. Neste instante observa-se a força do olhar externo, o qual confere sentido e acabamento à existência. No caso, por não ser uma constatação positiva, a personagem *Griselda* entra em depressão, fato que influencia diretamente na alteridade.

No decorrer da trama a referida personagem descobre que ganhou na loteria e realiza uma transformação total, a começar pela própria imagem. Inicia-se, então, a transição de um constante movimento do inacabado para o acabamento, do sem vida para a vida, pois ela inicia um processo de recuperação da sua existência, ou seja, da morte que era a existência levemente grotesca e depressiva da personagem para a vida, esta que é a atual transformação estética em que se encontra a personagem *Griselda*.

Esse ciclo existencial oscila durante o folhetim por meio da simultaneidade da vida e da morte por meio da “metamorfose incompleta, no estágio da morte e nascimento, do crescimento e da evolução” (BAKHTIN, 2008 p.21), mostrando a força de um eterno devir do ser humano. Por outro lado, observamos que no discurso simbólico desta produção existe uma inclinação à estética do belo. A personagem *Griselda* mostra-se como um verdadeiro exemplo de moral tradicional, mas com o contraponto de um acabamento estético ligado ao realismo grotesco, fugindo dos cânones clássicos de beleza. Para tal seu valor simbólico só é realmente elevado no momento que pode enquadrar-se nos padrões de beleza da contemporaneidade pelo fato da ascensão social que se dá por haver ganhado na loteria. *Tereza Cristina*, no entanto, apresenta uma estética existencial acabada, mas em termos morais e éticos não possui escrúpulos nenhum. Em entrevista⁴³ sobre os rumos da trama Aguinaldo Silva sintetiza esta dualidade com a pergunta feita no lançamento da novela: “Você é o que parece ser?”. Fica bastante evidente a aproximação dos conceitos bakhtinianos com este tipo de

⁴³ <http://tv.globo.com/novelas/fina-estampa/Fique-por-dentro/noticia/2012/01/aguinaldo-silva-da-novas-dicas-sobre-o-segredo-de-tereza-cristina.html>

produção, a ficção seriada.

Podemos observar que independente da trama ou até mesmo do autor, as telenovelas possuem grande audiência em todos os estratos da sociedade ganhando até repercussão internacional. Justamente pelo fato do homem precisar se construir na relação com o outro, a telenovela torna-se, embora através de discursos simbólicos, um facilitador da identificação entre as vidas das personagens narradas através da ficção e as vidas das pessoas que assistem. É a possibilidade de o homem olhar para outras vidas e tomá-las como exemplo de posicionamento moral, ético, social, e por vezes até mesmo político.

A respectiva influência nos comportamentos dos espectadores ocorre, em maior ou menor grau, de acordo com as capacidades de leitura crítica do público atingido em meio à produção das narrativas simbólicas, mitificadas e superficiais, as quais se tornam massivas e manipuladoras. Tal influência comportamental na leitura dos códigos sígnicos comunicacionais é o que Bakhtin chama de “tato”. Para o autor trata-se de um

conjunto de códigos que regem a interação discursiva. O ‘tato’ (...), tem a ver com as relações entre interlocutores e é determinado pelo conjunto de relações sociais dos sujeitos falantes, por seus horizontes ideológicos e pelas situações concretas de conversa. (STAM, 1992, p.62).

Desse modo, compreendemos melhor a importância dos pressupostos bakhtinianos por intermédio conceitual de seus apontamentos sobre o processo de complementaridade, do ciclo de vida e morte, do inacabamento e acabamento existencial, mas também, ressalta-se o enorme poder simbólico estetizante, superficial e massificador que os atuais discursos proferidos pelas telenovelas possuem em relação às suas audiências, e, para tal, merece estudos aprofundados a fim de percebermos ambos os processos de cognição interpretativa, e não somente um processo maniqueísta de representação de alteridades em meio às telenovelas brasileiras.

5.2 Telenovela, memória e representação das favelas cariocas

É característica do ser humano nas mais diversas sociedades, ao longo dos tempos, produzir formas de narrar a sua existência a fim de buscar explicações sobre sua origem, relatando o presente e prevendo o futuro. Na atualidade a centralidade dos discursos deixou a praça pública e ganhou espaço na mídia, em especial o rádio, televisão e mais recentemente o fenômeno da internet. A relação com a coletividade aos poucos foi sendo abandonada, e este espaço virtual da vida midiaticizada (SODRÉ, 2002) tornou-se referencial central.

Com as experiências cada vez mais individualizadas o homem vem perdendo sua capacidade narrativa, fato este que pode ser facilmente associado à ascensão tecnológica (PAIVA, 2008a). A tecnologia se apresenta como uma via de mão dupla, pois “ao mesmo tempo em que possibilita o contato entre as pessoas”, ela também é responsável pelo “afastamento gradativo dos homens do seu convívio social” (Idem p.126). É neste cenário que os discursos das telenovelas assumem lugar de destaque, expondo e reafirmando determinados valores sociais. Em contrapartida também há de ser destacado que estas produções, embora narrem valores da classe hegemônica, também são responsáveis por colocar em pauta uma gama de questões de interesse social, como a exclusão social, conflitos de classe, de gênero e orientação sexual, discriminação racial.

Desde seu início a telenovela se transformou em uma poderosa mediação para a disseminação de padrões culturais, mas que acabam sendo apresentados como modelos a serem seguidos, por exemplo, com relação à concepção de família, gênero, classe social e etc. Tais representações buscam configurar uma *comunidade nacional imaginada* (ANDERSON, 1991), que produz referências frente às quais os mais diversos indivíduos se reconhecem e se definem. O ato de representar é descrito por Tomaz Tadeu da Silva como sendo não simplesmente

um meio transparente de expressão de algum suposto referente. Em vez disso, a representação é, como qualquer sistema de significação, uma forma de atribuição de sentido. Como tal, a representação é um sistema lingüístico e cultural: arbitrário, indeterminado e estreitamente ligado a relações de poder. (SILVA, 2000, p.6)

Esta representação do cotidiano que a telenovela realiza, para Maria de Lourdes Motter (2005), é vista como sendo capaz de construir um paralelo, o qual toma como referencial a própria realidade, que lhe serve de base para desenvolver seu discurso. Para a autora a telenovela se consagra como um documento de época por participar da construção de memórias coletivas e pelo fato de que suas narrativas atuam na construção de identidades e sentidos por estarem relacionadas com as

imagens que construímos do (e no) presente, que se mantêm e se transformam através da participação na arena de conflitos que é o debate pela hegemonia social. Passa a ser vista também, principalmente no Brasil, como um dos discursos que ajuda a alimentar a opinião pública e a estabelecer consensos (Idem, p.3).

Lopes (2002) coaduna com este pensamento, e argumenta que a telenovela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada. Para a autora a telenovela deve ser entendida como um

construto que ativa na audiência uma competência cultural e técnica em função da construção de um repertório comum, que passa a ser um *repertório compartilhado* de representações identitárias, seja sobre a realidade social, seja sobre o próprio indivíduo. (...) esse repertório entre a produção e a audiência foi construído ao longo de 35 anos de telenovela no Brasil, e mais precisamente, de assistência diária às telenovelas da Rede Globo. (LOPEZ, 2002, p. 23).

Hermes Frederico⁴⁴, que atualmente está se dedicando à produção de um livro sobre a história da telenovela brasileira, afirmou⁴⁵ que a teledramaturgia brasileira possui grande importância para a construção da memória nacional coletiva. Hermes falou sobre a importância da teledramaturgia nacional, considerando-a um grande fenômeno de comunicação, por trazer à luz o debate social de grandes temas

⁴⁴ Hermes Frederico é pesquisador, coordenador geral do curso de Sociologia, da PUC/RJ, coordenador pedagógico da Casa das Artes de Laranjeiras (CAL), diretor acadêmico da Faculdade CAL de Artes Cênicas. A Faculdade CAL teve início em março de 2012 e oferece curso superior de Artes Cênicas. A Faculdade originou-se da CAL - CASA DAS ARTES DE LARANJEIRAS, que há 30 anos oferece curso profissionalizante de ator em nível médio.

⁴⁵ Entrevista concedida na CAL para esta pesquisa, em 23.03.2013.

importantes para a sociedade. Ainda destacou sobre o valor dramaturgico das produções brasileiras pelo fato de conjugar grandes autores, diretores e atores capazes de criar um produto de alto nível com penetração nacional e internacional. Em concordância com o pensamento do pesquisador, recuperamos o anuário Obitel de 2008, no qual Maria Immacolata Vasallo de Lopes também chama atenção para importância da teledramaturgia no cenário nacional e internacional. De acordo com a autora,

A ficção televisiva é hoje um enclave estratégico para a produção audiovisual iberoamericana, tanto por seu peso no mercado televisivo como pelo papel que joga na produção e reprodução de imagens que esses povos fazem de si e através das quais se reconhecem. Além disso, o atual debate sobre a globalização elege narrativas ficcionais de televisão tanto como espaço estratégico de construção de identidades que tem na nação seu ponto de inflexão, quanto como instrumento privilegiado de análise das estratégias de captura da audiência e de auto-reconhecimento: “a ficção fala por nós” (LOPES, 2008, p. 12).

Hermes continuou ressaltando sobre as inúmeras tramas que tiveram como pano de fundo a nação brasileira e suas peculiaridades (questões ligadas a imigração, política, luta da classe trabalhadora, reforma agrária, entre outros temas), permanecem vivas na memória de seus espectadores e ajudam a contar e a perpetuar certos momentos da história do país. A memória gerada pelos produtos teledramaturgicos também possui relevância em termos internacionais, pois segundo o pesquisador a telenovela configura-se como mais uma forma de narrar o Brasil no exterior, pois as novelas assumem um local de fala que acabam se tornando referencial internacional. Desse modo entendemos que as

lembranças, apesar de pertencerem aos indivíduos e nos parecerem íntimas e pessoais, se originam na sociedade. Os sujeitos só lembram a partir do ponto de vista de grupos sociais específicos, aos quais, de alguma forma, se vinculam. A questão da memória, por isso, está diretamente ligada às identidades sociais, seja em que nível for. A memória fornece aos sujeitos, aos grupos e às nações coerência no tempo e coesão social. (RIBEIRO, 2008, p. 188).

A partir deste entendimento podemos considerar que a produção teledramaturgica brasileira, especialmente da Rede Globo, possui uma forte significação para a construção dessa memória individual e coletiva, principalmente no que se refere

ao sentido de nação, lembrando que isso reforça o pioneirismo da telenovela referente ao Brasil. Dessa forma, podem-se ver os dois lados da moeda, ao mesmo tempo em que diante de uma leitura crítica vemos discursos resignificados e esvaziados, também temos uma representação artística, no sentido de grande produção considerada como a primeira do mundo na área de teledramaturgia. Como diz Muniz Sodré (2002) é preciso ter um pé dentro e outro fora do sistema mercadológico, desse modo pode-se perceber ambos os lados e ter uma visão crítica para poder fazer escolhas com propriedade.

Os processos narrativos realizados pelas telenovelas acabam compondo identidades individuais e coletivas. Uma vez que, através de seus textos são capazes de acionar e fazer parte da memória de seus espectadores ligando-se aos mais diversos assuntos.

A aceção de memória passa por diversas áreas do conhecimento o que lhe confere múltiplos significados. No tocante a este estudo, iremos nos deter principalmente nos conceitos de Michael Pollak (1989: 1992) e Halbwachs (2006).

Pollak (1992) aponta a memória como um elemento constituinte do sentimento de identidade, e a considera um fator “extremamente importante no sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si”. (Idem, p.5). Podemos atrelar esta definição ao discurso da telenovela, pois ele se mescla nestes sentimentos de continuidade e coerência vinculando-se à memória social. À respeito, Halbwachs (2006) ressalta que a memória é edificada no tempo presente, estimulada por meio de discursos e imagens da atualidade. Tal como destaca Ribeiro (2008) recuperando o pensamento do autor:

(...) que – ao contrário do que indica o senso comum – o tempo da memória é o presente (e não o passado). É a partir da atualidade e estimuladas por ela, que se constroem as lembranças. Lembrar não é reviver uma experiência passada, mas reconstruí-la com imagens e idéias de hoje, a partir de materiais que estão a nossa disposição. As memórias são reinterpretações, reconstruções, continuamente atualizadas e reconfiguradas a partir das necessidades e das demandas do presente. (RIBEIRO 2008, p. 188)

Assim percebemos a importância dos discursos das telenovelas para a construção da memória, seja ela individual ou coletiva. Podemos levar em conta estas considerações para pensar de que forma as favelas estão sendo representadas nestas produções. Em contrapartida dessa representação externa nos deparamos com os

movimentos de mobilização realizados a partir dos próprios espaços populares em busca da edificação de sua memória, no mesmo sentido postulado por Halbwachs.

Relacionando este pensamento com a comunicação alternativa encontramos forte ressonância do conceito de memória construída e articulada também no presente, desenvolvido por Halbwachs, com as ações de teatro comunitário, tal como argumentado por Ricardo Moraes (2012). Segundo o pesquisador, o teatro realizado nas comunidades age como forma de Comunicação Comunitária, operando de modo a “insuflar o movimento do grupo em busca da recaptura dos discursos fundamentados em conteúdos de verdadeira pertença e participação social em meio a tantos “rótulos” colocados pela sociedade e pelos aparelhos coercitivos” (MORAES, 2012, p. 141). Desta modo propicia a criação de vínculos comunitários capazes de estimular uma interação harmoniosa com o coletivo, de forma a despertar seu espírito crítico e movimentar-se para “abarcando a memória da comunidade olhando para o passado, mas também o articulando com os espaços discursivos contemporâneos, e assim, edificar uma identidade mais justa e digna do ser social”. (Idem, p. 148).

Pollak (1992) também considera a memória como um campo de disputa e em função disto postula a existência de duas formas de estruturação da memória coletiva. O autor propõe então, o conceito de “memórias subterrâneas”, que se contrapõe a uma “memória oficial”, a qual ordena os fatos sobre os critérios hegemônicos. O autor coloca que “memória oficial” opera selecionando e ordenando os fatos de acordo com alguns critérios, a qual é cada vez mais difundida pelos grandes meios de comunicação. Esta característica gera a construção de “zonas de sombra, silêncios, esquecimentos e repressões” (RIBEIRO, 2008), o que acaba por acarretar uma visão estereotipada e criminalizante dos espaços populares. Do outro lado estão as “memórias subterrâneas”, que geralmente são ignoradas pela visão dominante, mas que funcionam como formas de resistência. Mesmo sem serem contempladas pelo discurso hegemônico, mantêm-se vivas em redes de sociabilidade.

Observamos que a noção de memória está conectada ao processo de reconstrução de discursos e imagens. A partir desta definição de memória e sua interação com os movimentos comunitários de comunicação alternativa podemos refletir sobre a telenovela e sua significação para os moradores dos espaços populares, uma vez que sua cultura e história são frequentemente atravessadas pela “memória oficial” frequentemente reforçada pela teledramaturgia.

As memórias são reinterpretações sobre um determinado acontecimento, e

variam de acordo com necessidades e demandas específicas de cada grupo. É na linguagem que a vida social se constitui, e é nela também que instaura o campo de embate por sentidos. Nessa luta por significação, por vezes ocorre uma perda de identidade ou uma formação identitária falsamente forjada.

Nosso questionamento gira em torno de determinados segmentos da sociedade que possuem uma representação estereotipada na mídia. O problema desta representação estereotipada é pelo fato dela construir uma história única de forma monológica. Mesmo se tratando de obras ficcionais as representações dos espaços populares e de baixa renda nas telenovelas reverberam preconceitos enraizados no imaginário coletivo. As representações que ganham visibilidade nas tramas, em geral, corroboram para criação de uma imagem hiperreal sobre estes territórios. Na maioria das vezes a imagem criada se ampara nas concepções do senso comum da sociedade. O entendimento do conceito de senso comum se torna importante para a compreensão deste processo de naturalização e banalização, operado pela mídia, em especial pela telenovela. Raquel Paiva (2008), recuperando o argumento do filósofo pragmatista Richard Rorty sobre senso comum, destaca que este conceito está ligado a uma dimensão imobilizadora, na medida em que “congela conceitos e propostas, impossibilitando a adoção de busca coletiva em direção a novas posturas, inclusive àquelas mais socialmente inclusivas, porque capazes de reinterpretar valores, ideologias e proposições” (Idem, p.123).

Para analisar a questão da representação de espaços populares traçaremos uma breve comparação entre duas tramas da Rede Globo que retrataram favelas em seu eixo narrativo principal. *Duas Caras*, de Aguinaldo Silva e *Salve Jorge*, de Glória Perez. A primeira trata de um espaço ficcional inspirado na favela Rio das Pedras, localizada no Rio de Janeiro, e a segunda também extrai do Rio de Janeiro um dos cenários principais da trama, o complexo do Alemão. Ambos os espaços populares são retratados a partir de um olhar hegemônico, centrado na classe média nacional reproduzindo sobre este prisma as categorias subalternas (bem como o seu lugar, a periferia), nesse caso as favelas do Rio de Janeiro. Aqui, aparece bem claro a questão da midiaticização das identidades culturais através das representações audiovisuais por meio da teledramaturgia.

Lopes destacou na produção de *Duas Caras*, entre outras coisas, sua qualidade de produção por ter sido a primeira telenovela a se produzida para televisão digital. Em seu texto sobre os panoramas ficcionais no Brasil no Anuário Obitel 2008, Lopes

salientou a diferença das favelas violentas retratadas pela teleficção *Vidas opostas* (2006), da TV Record em comparação com a favela da Portelinha, de *Duas caras*, a qual foi representada como um espaço de solidariedade, trabalho, dignidade. (LOPES, 2008). De fato, a novela *Duas Caras* apresentou uma visão de favela menos violenta ao que geralmente vemos na mídia. Mas há de ser lembrado que não foi mero acaso que a favela ganhou o horário nobre da teledramaturgia, três fatos de relevância nacional, no ano de 2002, que contribuíram para isso: no cinema tivemos o lançamento do filme *Cidade de Deus*⁴⁶, na televisão foi ao ar a série *Cidade dos Homens*⁴⁷ e o assassinato do repórter Tim Lopes⁴⁸, da Rede Globo. Estes três acontecimentos foram marcantes para a imagem das favelas do Rio de Janeiro, reiterando a visão apenas negativa sobre estes espaços.

A proposta de Aguinaldo Silva em *Duas Caras* foi de desmistificar a visão de que na favela apenas residem bandidos. Para isto enfatizou o caráter humano e caracterizou a favela como espaço de pessoas honestas e trabalhadoras. Esta novela estreou em 1 de Outubro de 2007, com um enredo inspirado na periferia carioca. Na favela da Portelinha se ambientam os principais conflitos, a trama principal e suas sub-tramas. Juvenal Antena⁴⁹ é o dono da comunidade, construída nos anos 1980 por ele e por seus amigos. Este grupo de amigos trabalhava em uma fábrica que faliu e todos perderam seus empregos. Sem ter onde morar e desprovidos de maneiras de sustento, ocuparam o terreno da fábrica de portas encerradas e deram início a comunidade. Esta novela realizou outra abordagem sobre o cotidiano de uma favela, diferente de outras formas de representação exibidas até então. Um fato relevante a ser destacado é que enquanto obras teledramatúrgicas e cinematográficas anteriores, além das coberturas jornalísticas da grande mídia, sempre focaram a violência e o tráfico de drogas, esta telenovela enfatizou o apaziguamento entre as classes sociais e a solidariedade entre os moradores da favela. Sua narrativa enfatizou uma ideia de inclusão social, combate ao preconceito, alternativas de lutas sociais e respeito às diferenças. Esta novela teve uma

⁴⁶ Filme nacional exibido em 2002, dirigido por Fernando Meirelles. A história foi adaptada por Bráulio Mantovani a partir do livro de mesmo nome de Paulo Lins. O filme narra o crescimento do crime organizado na Cidade de Deus entre as décadas de 1960 e 1980.

⁴⁷ Dirigida por Paulo Morelli.

⁴⁸ O assassinato ocorreu após traficantes descobrirem que o repórter estava fazendo uma investigação sobre bailes funk na favela Vila Cruzeiro, no Rio de Janeiro.

⁴⁹ Personagem interpretado por Antônio Fagundes

repercussão positiva em relação ao debate social que suscitou mostrando ao público um olhar não marginalizado das favelas, diferenciando-se de conceitos tão arraigados no imaginário nacional, os quais, desde os primeiros registros relacionados à favela, sempre a descreveram como local de desordem e insalubridade.

Em campo, quando foi perguntado sobre a identificação com telenovela acerca da representação da favela, os comentários foram variados e equilibrados. Cerca de 60% dos entrevistados se mostraram satisfeitos por constatar que estava sendo veiculada outra imagem da favela, como foi o caso de um jovem de 29 anos:

Moro no Santa Marta desde criança, e para mim sempre foi muito complicado lidar com a visão que as pessoas tem de quem mora em uma favela, todo mundo só sabe julgar sem conhecer realmente a realidade das famílias que moram aqui. É claro que a questão da violência não ajuda, mas os moradores, de fato, são pessoas trabalhadoras e merecem ser vistos de outra forma. Na novela *Duas Caras*, embora não fosse uma favela de verdade, ela ajudou a melhorar a imagem das favelas do Rio, colaborou para que elas fossem vistas de um jeito diferente. *(Depoimento de Leonardo, morador do Santa Marta, cedido à pesquisadora em janeiro de 2013)*

Entretanto, a outra parte dos entrevistados, aproximadamente 40% afirmou que não se sentiam refletidos naquela realidade. Um fato importante de ser lembrado é que na época não haviam sido implantadas as UPP's. Na Favela Santa Marta, por exemplo, era o tráfico quem ocupava o território naquele momento, assim como as demais favelas do Rio de Janeiro.

Eu assistia a novela sim, e me lembro bem das cenas que eram na favela. Até achei legal no início, mas me lembro de que na verdade as coisas que passavam na novela não eram muito parecidas com a realidade não... mesmo as favelas que eram mais calmas e ocupadas por milicianos. A realidade não era tão pacífica como mostrado na novela. Mesmo depois que a UPP entrou aqui no Santa Marta, e em outras favelas, não foi tão tranquilo assim, agora é que está melhor. *(Depoimento de Rosa, 45 anos e moradora do Santa Marta. Cedido à pesquisadora em janeiro de 2013)*

Desta forma foi observado que alguns entrevistados ressaltaram a falsa realidade da favela narrada, pois na vida real mesmo as favelas que eram ocupadas por milicianos não possuíam um cotidiano tão pacífico. Ressaltaram também que o fato de não existir tráfico de drogas na localidade não era compatível com a realidade das favelas cariocas, como infelizmente em muitas comunidades ainda não é.

Em *Salve Jorge*, Glória Perez optou por ambientar parte do núcleo principal da história no complexo do Alemão. A autora resolveu retratar uma favela real e não inspirada no real como foi o caso de *Duas Caras*. A história de *Salve Jorge* narra a dificuldade da vida de uma jovem, mãe solteira e moradora do Alemão. Iludida com uma falsa oportunidade de trabalho, *Morena*⁵⁰ é traficada para a Turquia e a trama se desenvolve na tentativa de resgatá-la e prender a rede de criminosos. Como já é sua marca, Glória Pérez costuma abordar em suas tramas temas polêmicos e que promovam debate social, neste caso o foco central foi o tráfico de pessoas.

A autora também faz uso, com frequência em suas obras, de depoimentos reais dentro da trama⁵¹. Em *Salve Jorge* além dos usuais depoimentos inseriu personagens reais, ou melhor, moradores do Complexo do Alemão, como é o caso do comunicador popular Rene Silva. O rapaz ficou conhecido na grande mídia em 2010, ocasião da ocupação do Complexo de Favelas do Alemão. O jovem publicou no Twitter em tempo real informações sobre o que estava acontecendo de fato durante a ocupação dentro da comunidade. Após este ocorrido ganhou visibilidade mundial e pode ampliar o alcance do que já vinha desenvolvendo através do jornal comunitário *Voz da Comunidade*. A história real de Rene foi representada na telenovela por *Sidney*⁵², e ele próprio participou de algumas cenas. A proposta da autora parecia muito interessante, porém, com o desenrolar da trama pouca, ou quase nenhuma visibilidade foi dada a história dele e muito menos aos trabalhos sociais que ele realiza. A autora não deu a importância social devida ao personagem, e o limitou ao uso da internet quase como um entretenimento para o jovem *Sidney*, não condizendo com a realidade e importância que Rene tem para o Morro do Alemão como intelectual orgânico representante dos atores sociais oriundos das favelas do Rio de Janeiro. A própria participação do Rene nas gravações se restringiu a uma mera figuração com algumas falas sem peso social.

Foi observado na pesquisa um forte e crescente descontentamento do público frente à representação da favela. Mesmo sabendo que se trata de uma representação de outra favela, os moradores do Santa Marta não concordam com a visão estereotipada do

⁵⁰ Personagem interpretada pela atriz Nanda Costa.

⁵¹ A telenovela *O Clone* (exibida em 2001) teve repercussão internacional e chegou a ser premiada pelo FBI (Polícia Federal norte-americana) por conta de sua campanha antidrogas que mesclou ficção e depoimentos reais de dependentes químicos.

⁵² Personagem interpretado por Mussunzinho (nome artístico de Antônio Carlos de Santana Bernardes Gomes Júnior, filho do comediante Mussum).

atual folhetim do horário nobre. A marca da visão hegemônica ficou bastante clara em uma cena⁵³ na qual o personagem *Thompson*⁵⁴ (mordomo de um dos núcleos mais ricos da trama) descobre que herdou uma casa no Morro do Alemão e se mostra completamente insatisfeito com o ocorrido, enfatizando uma visão preconceituosa sobre as favelas. O diálogo a seguir entre *Thompson* e *Leonor*⁵⁵ é referente a esta cena:

Leonor - É No morro do Alemão Thompson?

Thompson - Um horror, um horror dona Leonor, deprimente.

Leonor - Mas você não tinha nenhum contato com essa sua tia Thompson?

Thompson - Não. Eu sabia que ela morava no sul e não tenho ideia como foi adquirir uma casa no Rio de Janeiro e ainda mais naquele lugar.

Leonor - E a casa é boa pelo menos? Para os padrões do lugar, claro?

Thompson - Dona Leonor (...)

Leonor - Venda então Thompson, agora com a pacificação os imóveis ali devem ter se valorizado bastante. Nosso advogado resolve isso para você.

Thompson - É o que eu quero fazer, me ver livre daquilo o mais breve possível. Eu herdei um pesadelo.

De modo geral passa uma visão para grande público de que não importa qual é a favela que está sendo retratada, mas a ideia estigmatizada no imaginário social é que todas as favelas são assim. Além disso, ao ambientar o núcleo do Alemão a autora centrou-se apenas no estereótipo já conhecido de favela e não obteve simpatia com o público, conforme podemos observar nos comentários:

⁵³ Capítulo nº 15 exibido pela Rede Globo de Televisão no dia 07/11/2012

⁵⁴ Personagem interpretado pelo ator Odilon Wagner.

⁵⁵ Personagem interpretada pela atriz Nicette Bruno.

Não gosto da forma que estão mostrando as mulheres da favela. Nós não somos assim, nem no Alemão as mulheres não são assim. Só sabem fazer barraco o tempo todo, e as meninas não estudam não? Só sabem tomar sol na laje? A gente aqui também se diverte na laje, mas todo mundo “rala” muito trabalhando e estudando. No Alemão da novela parece que só tem vagabundo que não faz nada da vida. Parece uma população comunitária só de “percoços”⁵⁶ (*Depoimento de Maria 34 anos, moradora do Santa Marta, cedido à pesquisadora em janeiro de 2013*).

Agente sabe que muitas favelas cariocas, mesmo depois das UPP’s, não estão tão tranquilas assim. Aqui mesmo já tivemos muitos casos complicados. No início a sensação que tivemos foi apenas que trocou quem está segurando a arma. No Alemão não deve ser diferente, e a novela não mostrou isso em nenhum momento. Agora virou moda dizer que as favelas estão fashion! (*Depoimento de Almir, 52 anos, morador do Santa Marta, cedido à pesquisadora em fevereiro de 2013*).

Na minha opinião as pessoas que moram em uma favela são muito diferentes das que aparecem no Alemão da novela. A começar pelas mulheres, lá só tem mulherão e a maioria branca. Acho que a realidade é bem diferente. (*Depoimento de Carolina 20 anos, moradora do Santa Marta, cedido à pesquisadora em fevereiro de 2013*).

Podemos observar que *Salve Jorge*, em comparação com *Duas Caras*, teve uma receptividade menor no que tangencia a representação de espaços populares. A vontade de uma expressão própria, que exprima a realidade local, é bastante presente. Assim as iniciativas de incentivo à comunicação e cultura são sempre muito bem vindas nas comunidades.

É procurando encorajar o coletivo, despertando a sua consciência crítica e o comprometimento político que as ações de comunicação alternativa e artísticas culturais apresentadas neste estudo através dos coletivos Visão da Favela Brasil-RJ, Grupo ECO-RJ e Arte Manha-BA, atuam.

Estes três grupos se movimentam para acercar as memórias de suas comunidades, olhando para o passado, mas também articulando este olhar com a atualidade para assim edificar identidades mais justas e dignas do ser social. É nessa esfera que a comunicação alternativa gerada no Santa Marta e também em Caravelas/BA vem exercer o seu potencial capacitador da autonomia consciente da

⁵⁶ Referência ao personagem *Pescoço*, interpretado por Nando Cunha em *Salve Jorge*. A marca principal deste personagem é a malandragem e fuga das responsabilidades, entre elas o trabalho.

comunidade com o intuito de resgatar e reconstruir um novo olhar sobre os valores principais de um grupo subalterno: autoreconhecimento, autoconfiança e espaço social para a expressão de sua voz ativa. Portanto, leva em consideração a memória individual e coletiva da localidade comunitária em que atua.

Os agentes locais de comunicação comunitária do Santa Marta desenvolvem sua leitura crítica a partir das narrativas midiáticas em geral e estão em uma constante busca de seu reconhecimento perante a sociedade e a própria comunidade.

Fica explícita a importância do verdadeiro papel da comunicação comunitária, por ser capaz de colocar em debate questões inerentes à cidade e ao mundo. Suas ações fundadas em um caráter contra-hegemônico permitem uma valorização local e um reposicionamento destes espaços populares na sociedade, edificando novos olhares através do espírito comum, e libertando-os de visões aprisionantes e estereotipadas.

6. Conclusão

Inserida no campo da comunicação social, dos estudos da cultura e do audiovisual teledramatúrgico como meio de comunicação efetivo e massivo, a presente pesquisa propôs-se avaliar sob a luz da Leitura Crítica os meandros discursivos, ideológicos e simbólicos do folhetim telenovelesco e sua forte influência no comportamento do corpo social.

Fica fortemente assinalada nesta pesquisa a atenção merecida sobre tal objeto, por ser fonte de importantes subsídios voltados aos discursos de enfrentamento com a esfera hegemônica no campo da comunicação e da arte.

Mediante os aspectos dos processos comunicacionais contidos nas telenovelas, juntamente com seu potencial de identificação direta com o público, apresentou-se neste trabalho uma reflexão crítica a respeito dessa narrativa de entretenimento televisivo tão bem aceito culturalmente em nossa sociedade.

Através deste estudo pode-se reafirmar e expandir um pensamento crítico à respeito das grandes mídias que dominam, como um “príncipe eletrônico”, a esfera política, econômica, educacional e social, principalmente a Rede Globo, que realiza um processo edificador de uma identidade nacional que prima por um Brasil elitista essencialmente urbano, e com hábitos universalizantes.

Na pesquisa empírica foi possível constatar que a percepção crítica dos moradores do Santa Marta-RJ e de Caravelas-BA está em ascensão. Paralelo a isso vem crescendo a forte participação em movimentos comunitários estimulando a relação interpessoal dos moradores destas localidades. Através da recepção transmidiática está cada vez mais acessível a todo público o consumo dos conteúdos midiáticos, em especial das novelas. Nas comunidades pesquisadas as formas relatadas sobre o acesso aos conteúdos do folhetim televisivo ainda aparece o tradicional aparelho televisor, seguido dos celulares e também da internet. Esta interação, mesmo que virtual, facilita as formas de comunicação, troca de informação e opiniões, o que acaba promovendo um grande debate social. Muitos foram os relatos de pessoas que ao assistirem novelas fazem comentários simultâneos à respeito da trama nas redes sociais.

As telenovelas não tem a obrigação de retratar fielmente o real, desde uma vez que são obras ficcionais sem intenção documental. Porém, a leitura através de uma visão crítica empreendida neste estudo girou em torno do fato de que tais produções

buscam o patamar de narrativas da vida tal como ela é, e desta forma moldam comportamentos baseados nas falas proferidas em suas estórias. Assim, são capazes de influenciar condutas e criar consumidores, visto que apesar destas produções conterem textos, que por vezes, visam promover discussões sobre temas importantes para a sociedade, elas não estão desconectadas de sua característica inicial: a de atender às demandas mercadológicas.

Contudo, não é a intenção deste estudo realizar uma crítica maniqueísta das novelas, pois, enxergamos nestas produções uma importância comunicacional muito relevante, porém, pouco ou raramente explorada.

Durante o percurso dos estudos sobre o tema observamos um fator positivo ao constatarmos o distanciando de uma visão estruturada que apontava a teledramaturgia apenas como um produto exclusivo de divertimento e que seu único público era o feminino. Observa-se nesse ponto, a redução do preconceito masculino para com essa produção televisiva de arte e entretenimento, alavancando inclusive as opiniões masculinas nas ruas, no trabalho, em casa, ou seja, uma participação mais ativa sobre os assuntos sociais abordados nas tramas exibidas. Tal fato tornou as pesquisas sobre o tema mais abrangentes e significativas, exaltando esforços para levantar um material cada vez mais vultoso e de grande conteúdo.

A transformação e dedicação às pesquisas sobre este assunto se deve principalmente aos esforços do Observatório Ibero-americano de ficção televisiva, que tem à frente a pesquisadora brasileira Maria Immacolata Vassallo de Lopes. O presente estudo busca discriminar o olhar sobre a ficção seriada e avançar por meio de uma crítica que possa ir além de pré-julgamentos e venha a apontar chaves que possam contribuir para um melhor aproveitamento desta significativa, importante e efetiva narrativa comunicacional da arte. No entanto, não há como deixar de ponderar sobre o papel intervencionista da ficção televisiva no processo de construção e reconstrução de identidades. Suas estórias, personagens e locações, não são aleatórios. Pelo contrário, este conjunto invade, com consentimento, o espaço doméstico e traz consigo ideologias, modelos de ação e pensamento com o objetivo de edificar um diálogo entre os mundos ficcional e concreto para então imbricar-se nas construções identitárias individuais e coletivas.

Nota-se que a cultura das periferias, embora esteja ganhando espaço nos meios de comunicação massivos, ainda é alvo de muitas representações que não corresponde ao cotidiano destes espaços. À exemplo, ressaltamos a forma como foram tratadas as

favelas pela teledramaturgia. Entretanto, há de se destacar que as novelas *Duas Caras* e *Salve Jorge* não fizeram referência à tríade “favela-tráfico-violência”, termo usado por Nóra e Paiva (2008) citado anteriormente neste estudo. Estas novelas procuraram enfatizar outros aspectos das favelas e avaliamos isto como positivo, por contribuírem para representação de uma outra favela possível. Todavia, ainda não foi desta vez que uma telenovela pôde realmente falar das favelas com um olhar mais próximo da realidade.

Ao cruzar os olhares entre a produção teledramatúrgica (a respeito da representação e edificação de identidades dos espaços populares) e a forma como os moradores destes espaços realmente veem seu cotidiano pôde-se constatar, através dos depoimentos aqui expostos, uma porcentagem bem maior de insatisfação do que o contrário.

Através da pesquisa sobre construção de identidades e representações dos espaços populares, por meio da influência das telenovelas, nos deparamos com a forte relevância dos movimentos populares ligados a comunicação alternativa e sua busca pela geração de outro olhar e outro significado sobre seu território.

Em tempos de midiaticização vemos surgir, cada vez mais, diversos tipos de mobilizações comunitárias. Neste cenário despontam ações de comunicação comunitária em grandes cidades, em especial no Rio de Janeiro como visto através dos exemplos do *Grupo Eco* e do *Coletivo Visão da Favela Brasil*. Iniciativas como estas realizam uma relevante mediação entre questões locais e humanitárias com a sociedade, propiciando um resurgimento das favelas no cenário globalizado através dos “hiatos” (PAIVA, 2004) nos sistemas dominadores que propõem a dicotomia social.

As ações de comunicação comunitária vinculam as pessoas em torno da busca de um bem comum e realizam outra narrativa acerca de seu universo, estimulando novos caminhos, humanistas, mais sensíveis às transformações sociais, conscientizações, reflexões críticas e comprometimento político. Tais esforços coletivos podem ser atrelados ao pensamento de Gramsci (2007), por realizarem uma intervenção mais orgânica de pensamento e solidez cultural por parte da comunidade.

A teledramaturgia compõe um espaço privilegiado tanto na produção de registros e memórias, quanto na construção e fixação de valores, estereótipos e identidades. De forma que se faz necessário manter estudos críticos acerca dos discursos das telenovelas, bem como uma permanente investigação sobre seu caráter positivo e negativo, com ênfase nos efeitos sociais, políticos e culturais que podem ser edificados

a partir destas produções.

Uma questão que fica sobre telenovelas é seu considerável potencial comunicacional. Amada ou odiada ela é comentada, e mesmo aqueles que dizem não assistir telenovela em algum momento já se pegaram comentando sobre o assunto, seja para criticar, elogiar ou dar “pitacos autorais”, tal como o torcedor que é um pouco técnico do seu time. Pessoas conversam sobre as novelas diariamente, seja com familiares, entre amigos e até mesmo no trabalho. As novelas são, sim, um produto ficcional de entretenimento, mas é inegável o potencial que possuem em dar visibilidade a qualquer assunto, propiciando o debate social.

Contudo, não é nossa intenção dizer que todos os folhetins devam obrigatoriamente cumprir uma função social. Porém, acreditamos que suas produções possam ser mais diversificadas, e que o espaço para estimular a reflexão seja ampliado, tal como ocorre no teatro em algumas peças mais densas, em que o público sai de um modo diferente do que entrou, ou seja, mais crítico, mais atento e repensando sobre a questão abordada.

Em vista disso, não é nossa pretensão esgotar aqui os estudos sobre esse objeto, fonte de importante material social e político, e que apresenta uma gama de possibilidades para novas investigações, buscando apontar e abarcar um discurso sensível capaz de “desatar” os “nós existências” das relações sociais.

7. Bibliografia

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 1985.

AGAMBEN, Giorgio. **Homo Sacer: o poder soberano e a vida nua**. Ed. UFMG, 2002.

ALMEIDA, Veronica Eloi de. “O Brasil pela antena da TV”. *In*: BRAGANÇA, Jorge. BRONSTEIN, Michelle. (orgs.). **Mediações da Arte e da Cultura na Comunicação e na Política**. Ed. Publit: Rio de Janeiro, 2007.

ANDERSON, Benedict. **Imagined Communities**, Londres: Verso, 1991

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 4ª ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

_____. **Identidade**. Entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

BAKHTIN, Mikhail M. **Questões de literatura e estética**. SP, Hucitec, 1990.

_____. **A cultura popular na idade média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. 6ª ed. São Paulo: Hucitec, 2008

_____. **Marxismo e a Filosofia da Linguagem**. 14ª ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

_____. **A estética da criação verbal** 5ª ed. São Paulo. Ed. WMF Martins Fontes, 2010b.

BARCELLOS, Caco. **Abusado: o dono do Morro Dona Marta**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.

BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo. **Los dueños de La palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en La America Latina de siglo XXI**. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2009.

BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade: lembranças de velhos**. São Paulo: T. A Queiroz, 1994.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRAGA, Gilberto. “*Por que somos loucos por novela?*” *In*: **Superinteressante**. São Paulo, n. 219, nov 2005.

BRANDÃO, Cristina. “A radicalização de Beto Rockfeller: o discurso da telenovela brasileira”. *In*: COUTINHO, Iluska (org.). **Comunicação: tecnologia e identidade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p.165-181.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos**. 8.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

- CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Summus, 1986.
- CEASM , Centro de Estudos e Ações Solidárias da maré. **Censo Maré 2000**. Rio de Janeiro: CEASM, 2000.
- CHAUI, Marilena. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2006.
- CONDE, Luiz Paulo; MAGALHÃES, Sérgio. **Favela-Bairro: uma outra história da cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: ViverCidades, 2004.
- COUTINHO, Eduardo Granja; GONÇALVES, Márcio Souza (Orgs.). **Letra impressa: comunicação, cultura e sociedade**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- _____. **Velhas histórias, memórias futuras: o sentido da tradição em Paulinho da Viola**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2011.
- _____. “Gramsci: a comunicação como política” *In*: COUTINHO, Eduardo Granja; FREIRE FILHO, João; PAIVA, Raquel (orgs.). **Mídia e Poder: ideologia, discurso e subjetividade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DUTRA, Manuel José Sena. **A natureza da TV**. Belém: UFPA, 2005.
- ELHAJJI, Mohammed. “*Comunicação Intercultural: apontamentos analíticos*”. **Revista Contemporânea** (UERJ), Rio de Janeiro, v. 3, n.4, 2005.
- FIELD, Rapper. **Da favela para as favelas**. Rio de Janeiro: Coletivo Visão da Favela Brasil, 2011.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- _____. **A ordem do discurso**. 10ª Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2004
- FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. São Paulo: Paz e Terra, 1983.
- _____. “Por uma nova agenda de investigação da história da TV no Brasil” *In*: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; HERSCHMANN, Micael (orgs.). **Comunicação e história: interfaces e novas abordagens**. Rio de Janeiro: Mauad X, Globo Universidade, 2008.
- GARCIA, Wilton. **Introdução ao cinema intertextual de Peter Greenaway**. São Paulo: Annablume, 2000.
- GHIRALDELLI JR, Paulo. “*Materialismo e nova subjetividade no projeto filosófico-pedagógico de Richard Rorty*”. *In*: PINTO, Paulo Margutti (org.) **Filosofia analítica pragmatismo e ciência**. Belo Horizonte: Humanitas, 1998.

- GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere: Maquiavel. Notas sobre o Estado e a política.** Vol 3. Civilização Brasileira. Rio de Janeiro, 2007.
- GUARESCHI, Pedrinho A. (cord.). **Comunicação & controle social.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- GUINSBURG, J. ; NETTO, J. Teixeira Coelho; CARDOSO, Reni Chaves. (Orgs.) **Semiologia do Teatro.** Ed. Perspectiva: São Paulo, 2006.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva.** São Paulo: Centauro, 2006.
- HALL, Stuart. **Da Diáspora.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.
- _____. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo.** Porto Alegre: Ortiz, 1991.
- IKEDA, Daisaku. **Proposta educacional: considerações sobre a educação no século XXI.** São Paulo: Brasil Seikyo, 2006.
- JAMBEIRO, Othon; Santos, Suzy dos; RIBEIRO, Andrea et alli. **Tempos de Vargas: O Rádio e o controle da informação.** Salvador: EDUFBA, 2004.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno.** Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- _____. “A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo”. In: **Libero.** São Paulo, v. 06, n.11, 2003.
- LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novela das oito.** 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986.
- LEAL, Victor Nunes. “O Coronelismo e o coronelismo de cada um”. In: **Dados - Revista de Ciências Sociais e Humanas.** Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, 1980.
- LOPES, Maria Immacolata Vasallo de; RESENDE, V. R. ; BORELLI, S. H. S. . **Vivendo com a Telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade.** São Paulo: Editora Summus, 2002
- _____. (org). **Telenovela: Internacionalização e interculturalidade.** São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- _____. **Mercados globais, histórias nacionais: Anuário Obitel 2008.** São Paulo: Globo, 2008.
- _____. **A Ficção televisiva em países ibero-Americanos: narrativas, formatos e publicidades: anuário Obitel 2009.** Porto Alegre: Sulina, 2009.
- _____. **Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos: anuário Obitel 2012.** São Paulo: Globo, 2012.

_____. “*Narrativas Televisivas e Identidade Nacional: O Caso da Telenovela Brasileira*”. In: LOPES, Maria Immacolata Vasallo de; BUONANNO, Milly. (Org.). **Comunicação Social e Ética: Colóquio Brasil-Itália**. São Paulo: INTERCOM, 2005.

LUKÁCS, Georg. “*O fenômeno da reificação*” In: **História e consciência de classe**. Porto: Publicações Escorpião, 1974.

MAKIGUTI, Tsunessaburo. **Educação para uma vida criativa**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

MARTIN-BARBERO, Jesus Martin “*Las transformaciones del mapa: Identidades, industrias y culturas*”. In: GARRETÓN, Manuel Antonio (org.). **América Latina: un espacio cultural em el mundo globalizado**. Convenio Andrés Bello: Santafé de Bogotá. 1999.

_____. *Globalização comunicacional e transformação cultural*. In: MORAES, D. (Org). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro, São Paulo: Record, 2005.

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.

_____.; REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2004.

MARX, Karl. ENGELS, F. *A ideologia alemã (I – Feuerbach)*. São Paulo: Editora Hucitec, 1987.

MEIRELLES, Clara Fernandes. “*Melodrama, gênero dramaturgico e linguagem televisiva: uma análise à luz de Bakhtin*” In: **Comunicação e Melodrama**. Rio de Janeiro: Revista Eco-Pós vol.10 n.2, 2007.

MORAES, Lilian Saback de Sá. **A autorrepresentação das favelas: a criação de mundos possíveis por sujeitos heterotópicos**. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2010.

MORAES, Ricardo. **Teatro em Comunidades: um estudo sobre a linguagem cênica popular como mediação sociocultural e comunicação comunitária**. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2012.

MORAN, José Manuel. **Como ver televisão: leitura crítica dos meios de comunicação**. São Paulo: Ed. Paulinas, 1991.

_____. **Leitura dos meios de comunicação**. São Paulo: Ed. Pancast, 1993.

MOTTER, Maria Lourdes. **Ficção e realidade: a construção do cotidiano na telenovela**. São Paulo: Alexa Cultural, Comunicação & Cultura _ Ficção Televisiva, 2003.

_____. **Telenovela e realidade social: algumas possibilidades dialógicas**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: 2005.

NÓRA, Gabriela; PAIVA, Raquel. *"Comunidade e Humanismo prático: a representação da periferia no Rio de Janeiro"*. In: **Comunidade e Contra-hegemonia: Rotas de comunicação alternativa**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

OROFINO, Maria Isabel. **A ficção nossa de cada dia: para uma leitura crítica da telenovela pautada por uma teoria das mediações**. *Comunicação e Educação*. São Paulo: Paulinas, v.13, n2, p.103-113, maio/ago 2008.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela: história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

PAIVA, Raquel. **Histeria na mídia: a simulação da sexualidade na Era Virtual**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2000.

_____. **O Espírito Comum – Comunidade, Mídia e Globalismo**. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2003.

_____. *"Estratégias de comunicação e comunidade gerativa"*. In: PERUZZO, Cicilia M. K. (org.). **Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América latina**. São Paulo: Angellara, 2004.

_____. **A Mídia como educadora coletiva: cidadania ou apatia?**. In: IX CELACOM - Cólóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, São Bernado do Campo. CELACOM 2005.

_____. (Org). **O Retorno da Comunidade: Os Novos Caminhos do Social**. Ed. Mauad: Rio de Janeiro, 2007.

_____; SANTOS, Cristiano Henrique Ribeiro dos (orgs). **Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

_____. **Política: palavra feminina**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008a.

_____. **Novas formas de comunitarismo no cenário da visibilidade total: a comunidade do afeto**. In: XXI Encontro Anual da Compós, 2012.

_____; SODRÉ, Muniz. **Cidade dos Artistas: cartografia da televisão e fama no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Ed Mauad, 2004.

_____. **Telenovela e Pastiche**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Santos, 2007.

PAVIS, Patrice. **O teatro no cruzamento de culturas**. Ed. Perspectiva: São Paulo, 2008.

PERUZZO, Cicília Krohling. **Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil**. In: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: BH/MG, 2003.

_____. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária.** In: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Brasília, 2006.

POLLAK, Michael. **Memória, esquecimento, silêncio.** Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.

_____. **Memória e identidade social.** Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992.

PORTO, Mauro P. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência.** Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. “Os meios de comunicação e as políticas de memória e esquecimento” In: COUTINHO, Eduardo Granja; FREIRE FILHO, João; PAIVA, Raquel (orgs.). **Mídia e Poder: ideologia, discurso e subjetividade.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

_____; SACRAMENTO, Igor. “A renovação estética da TV” In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; ROXO, Marco, SACRAMENTO, Igor; (orgs.). **História da televisão no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2010.

RIBEIRO, Mariana Zahar. **Guia ilustrado TV Globo: novelas e minisséries – Projeto memória Globo.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

ROCHA, Adair. “*Observações periféricas*”. In: **Periferia: educação, cultura & comunicação** – Revista do Programa de Pós-Graduação em Educação, Cultura e Comunicação da FEBF/UERJ. Rio de Janeiro: v.1, n1, p.112-121, 2009.

ROEDEL, Hirian. “*Uma guerra de posição por dentro da indústria cultural brasileira: contra-hegemonia nas telenovelas de Dias Gomes.* In: COUTINHO, Eduardo Granja (org.). **Comunicação e contra-hegemonia: processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

RONSINI, Veneza V. Mayora. **A etnografia crítica da recepção.** Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 24, n. 39, p. 33-50, 1o. sem. 2003.

_____. “Apontamentos sobre a categoria classe social em estudos de recepção”. In: FREIRE FILHO, João; BORGES, Gabriela (orgs.). **Estudos de televisão: diálogos Brasil-Portugal.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

SANTOS, Suzy dos ; CAPPARELLI, Sérgio. “*Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito*” In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia.** São Paulo: Paulus, 2005. Disponível em: http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/suzy_coronelismo.pdf

_____. **E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras.** E-COMPOS – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2006.

SILVA, Jailson de Souza. *Um espaço em busca de seu lugar: as favelas para além dos estereótipos*. In: SANTOS, Milton (et al). **Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

SILVA, Tomaz Tadeu da. *A produção social da identidade e da diferença*. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

STAM, Robert. **Bakhtin da teoria literária à cultura de massa**. São Paulo: Ática, 1992.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

_____. **Antropológica do Espelho: uma teoria da Comunicação Linear e em Rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

_____; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SOUZA, Regina Luna Santos. A “cordialidade” na gramática política brasileira e seus efeitos na (in)definição de políticas universais e democráticas de comunicação. In RAMOS, Murilo; SANTOS, Suzy dos (orgs.). **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007.

TRINTA, Aluizio Ramos. “Identidade, identificação e projeção: telenovela e papéis sociais, no Brasil”. In: COUTINHO, Iluska (org.). **Comunicação: tecnologia e identidade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p.151-164.

VATTIMO, Gianni. **La sociedad transparente**. Paidós: Barcelona, 1990.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculos da política**. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

_____; SOUZA, Carmem Jacob de. “Dramatizações da política na telenovela brasileira” In: GOMES, Itania Maria Mota. **Televisão e Realidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.

ZALUAR, Alba; ALVITO, Marcos. **Um século de favela**. 3. ed. Rio de Janeiro. FGV, 2003.

Referências Complementares

_____.Entrevista concedida, em dezembro de 2009 por Jaco Galdino de Santana, Coordenador Geral do Movimento Cultural Arte Manha– Caravelas-BA.

_____.Entrevista concedida, em setembro de 2011 por Emerson Claudio Nascimento (Rapper Fiell), ativista e músico– comunidade Santa Marta-RJ.

_____.Entrevista concedida em março de 2013 por Hermes Frederico, pesquisador e diretor acadêmico da Faculdade CAL de Artes Cênicas – Rio de Janeiro-RJ.

_____.http://www.rodaviva.fapesp.br/materia_busca/121/Benedito%20Ruy%20Barbosa/entrevistados/benedito_ ruy_barbosa_1997.htm - acesso em 01.07.2011

_____.<http://www.youtube.com/watch?v=komqmyJK8V8>. acesso em 21/07/2011.

_____.<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,avenida-brasil-quem-matou-o-max-so-depois-de-longos-comerciais,131549,0.htm>. acesso em 19/10/2012

_____.<http://portalgeo.rio.rj.gov.br/sabren/> - acesso em 30.11.2012

_____.<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> - acesso em 07.12.2012

_____.<http://uppsocial.org/territorios/santa-marta/> - acesso em 17.01.2013

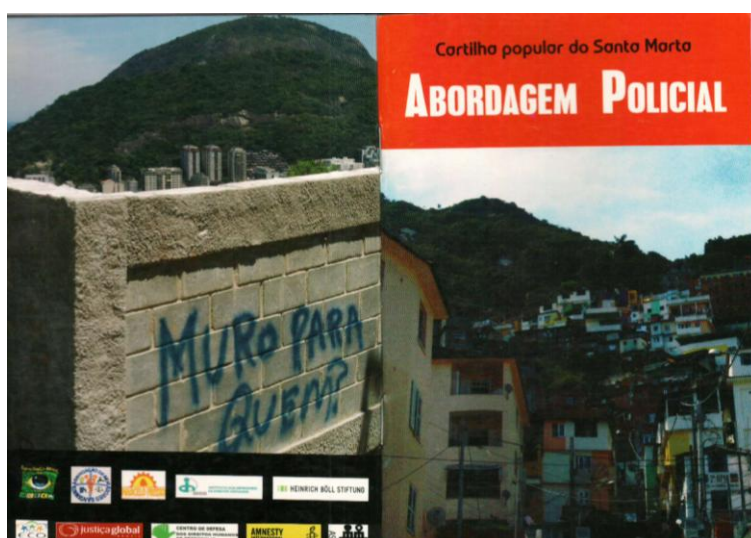
8. Anexos

I – Favela Santa Marta – Botafogo, Rio De Janeiro.



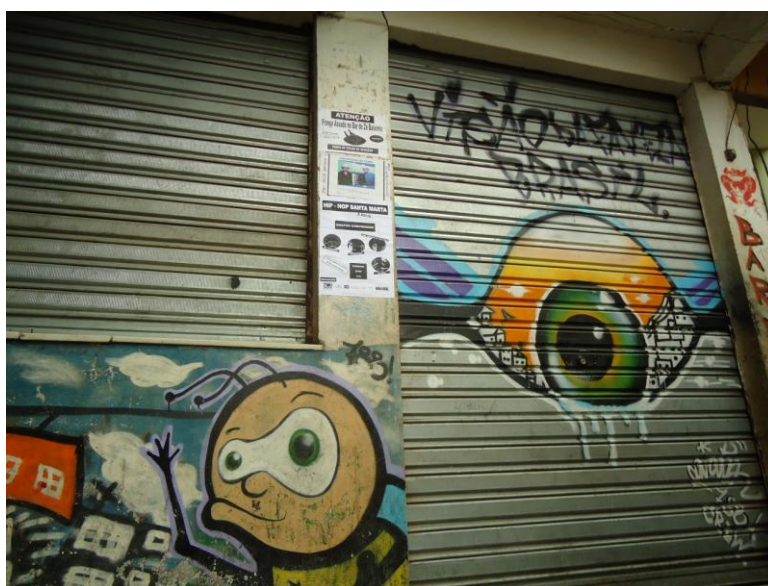
Entrevista realizada em setembro de 2011, no Santa Marta, com o Rapper Fiell. Local:
Sede do *Coletivo Visão da Favela Brasil*.

Foto: Verônica Maia.



Cartilha Popular do Santa Marta.

Foto: Verônica Maia.



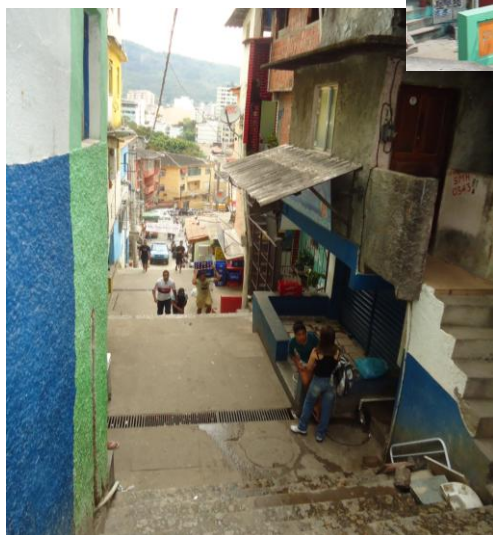
Logomarca do *Coletivo Visão da Favela Brasil*, grafitado no bar do “Zé Baixinho”,
Santa Marta.

Foto: Verônica Maia.



Verônica Maia e Rapper Fiell, após entrevista dentro da Rádio Comunitária Santa
Marta.

Foto: Nathália Ronfini – LECC/UFRJ.



Fotos do Pico do Morro, Praça Cantão e entrada da Favela Santa Marta.
Fotos: Verônica Maia.

II - Movimento Cultural Arte Manha – Caravelas, Bahia.



Oficinas de Dança e Percussão Afro-Indígena 2009 / 2010.



Manifestações culturais nas ruas de Caravelas/BA 2009 / 2010.

Fotos: Jaco Galdino.



Divulgação do I Ciclo de Comunicação Comunitária de Caravelas-BA.
Foto: Verônica Maia.



Aulas de Leitura Crítica da Mídia, ministradas por Verônica Maia, no projeto *A Semente do Imaginário* – Caravelas-BA, dezembro de 2009.

Fotos: Érika Almeida.

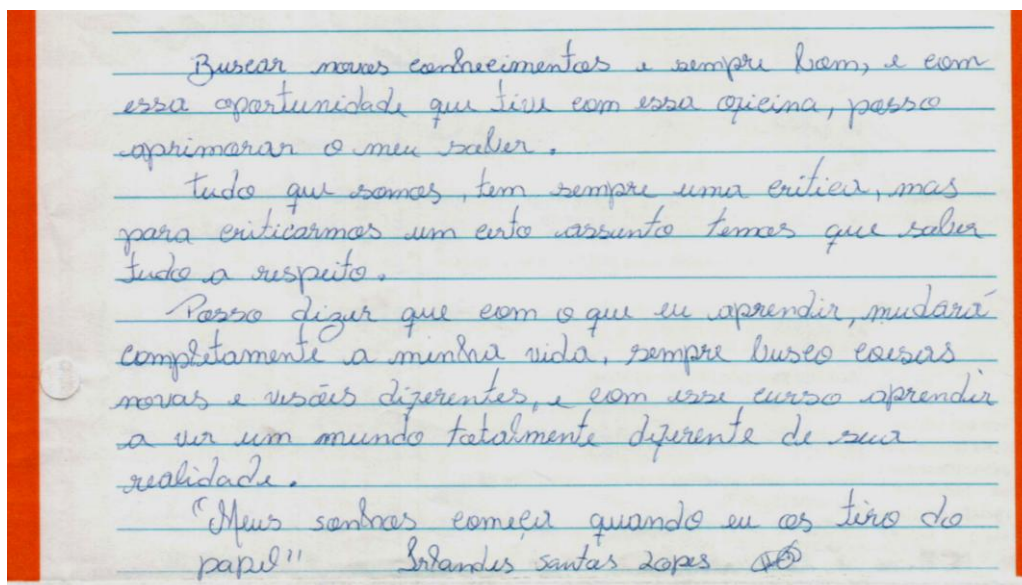


A pesquisadora, Verônica Maia com seus alunos – Caravelas-BA.

Foto: Érika Almeida.

Avaliação feita pelos alunos do curso de *Leitura Crítica da Mídia*, ministrada pela pesquisadora Verônica Maia.

Aluno: Irlandes Santos Lopes.



Leitura Crítica da Mídia
(Veronica Maia)

Então, deste curso lições muitas coisas de bom, especialmente neste módulo com a professora Veronica, muito bom mesmo, neste módulo abriu meus olhos para a mídia em que muitas vezes nos influenciam sem nós mesmos saber-mos.

Para mim como jovem de 16 anos foi um despertar diante a mídia a tão corrupta.

Só tenho a agradecer por este curso especialmente pelo módulo em que contamos com a professora Veronica Maia.

Só quero ~~destacar~~ ressaltar que a professora Veronica é inteligentíssima.

Só tenho a agradecer e quero fazer um pedido: por favor mandem a professora Veronica de volta para uma aula de Teatro.

Aluno: Rafael Monteiro.

Aluna: Nyrlana Tavares.

05/12

Leitura Crítica da Mídia

Foi muito importante, pois, fez com que entendesse mais como a mídia aborda os assuntos nas capitais, e com celebridades, jornalistas, políticos, atores, cantores com grandes influências e também diferente das abordagens nas pequenas cidades e sociedades menos favorecidas.

Nyrlana Tavares

Aluna: Brenda Monteiro.

05/12/09

Curso de Comunicação
Leitura Crítica da mídia

O curso foi muito bom, principalmente o módulo de leitura crítica da mídia. Foi possível enxergar com um olhar crítico todo o processo de mediação que formam nós.

A análise crítica da mídia é essencial para o aprimoramento de nossos conhecimentos e é portanto de fundamental importância.

Podemos observar que o homem em busca do progresso tecnológico acabou se alienando na sua própria criação.

Por isso reside uma grande importância em está sempre realizando uma leitura crítica da mídia.

Brenda Monteiro.

LEITURA CRÍTICA DA MÍDIA

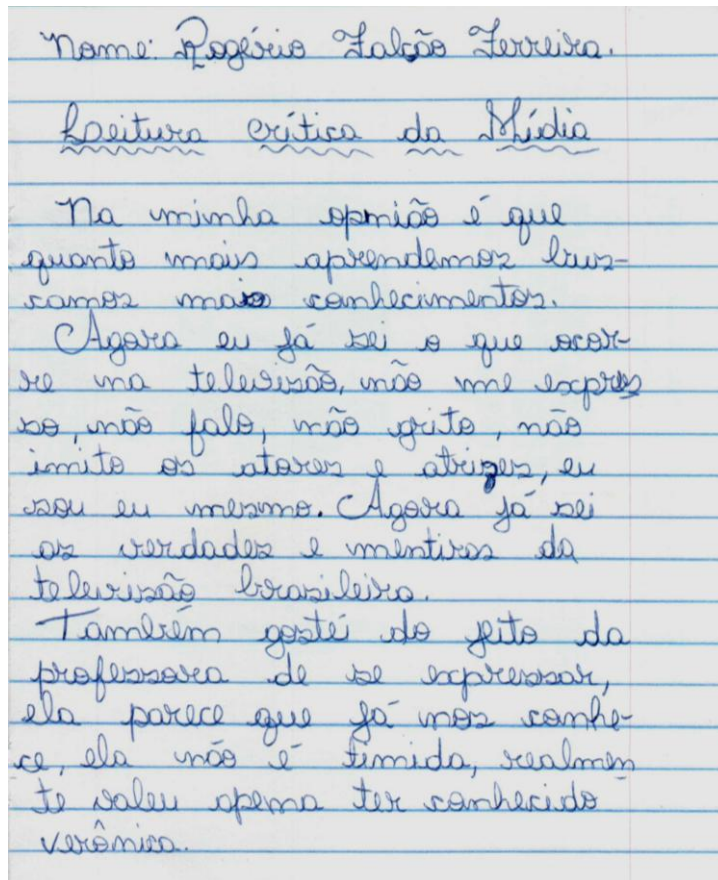
Os cursos e seus conteúdos foram de muita importância, para expandir nossos conhecimentos e nos ajudar a ver com bons olhos o que realmente existe de qualidade na mídia.

Também serviu para despertar o desejo de mudança de atitudes próprias da região, que entre elas é aceitar toda influência lançada pela mídia, e o desejo de tornar essa mudança uma mudança radical de toda comunidade.

Elismar F. Rocha

Aluno: Elismar Rocha.

Aluno: Rogério Falcão Ferreira.



A pesquisadora Verônica Maia em frente ao colégio Polivalente em Caravelas-BA, local em que ocorreram as oficinas do projeto *A Semente do Imaginário*.

III – I Seminário Regional de Comunicação Comunitária, outubro de 2012, PUC - Rio de Janeiro.



Debate sobre os meios de sobrevivência de jornais comunitários e a criminalização das rádios comunitárias. Convidados: representantes do Jornal A notícia por quem vive - Cidade de Deus; Jornal ECO – Santa Marta; Rádio Santa Marta e AMARC- Associação Mundial de Rádios Comunitárias.



Participantes da mesa: Joana da Conceição, Felipe Brum, Adair Rocha, Cilene Vieira, Arthur William e Rapper Fiell.

IV – Seminário Internacional “Estudos sobre Televisão: diálogos Brasil – Portugal”,
outubro de 2011, Casa da Ciência/UFRJ, Rio de Janeiro.



Mesa: Veneza Mayora Ronsini (UFSM)- Apontamento sobre a categoria classe social em um estudo de recepção, e Maria Immacolata Vassallo de Lopes (USP) – A recepção transmidiática da ficção televisiva: novas questões de pesquisa.



Verônica Maia com Maria Immacolata Vassallo de Lopes, e com Maria Carmem Jacob de Souza.

IV – Entrevista com Hermes Frederico, sociólogo e especialista em teledramaturgia. Atualmente, Hermes escreve e produz um livro, ainda sem título, sobre a história da telenovela brasileira, em parceria com o Centro Cultural Banco do Brasil - CCBB/RJ, com lançamento previsto para 2014. E produz um programa para o Canal Viva chamado *Grandes Ícones*, a ser veiculado em agosto de 2013, que mostra a vida das divas da televisão: Natália Timberg, Tônia Carreiro, Cleide Yáconis, Rosa Maria Murtinho, Sônia Braga, Regina Duarte, Nívea Maria e Glória Pires.



Após entrevista realizada na Casa das Artes de Laranjeiras (CAL), março de 2013 – Rio de Janeiro. Verônica Maia com Hermes Frederico, Coordenador Geral do curso de Sociologia da PUC/RJ, Coordenador Pedagógico da Casa das Artes de Laranjeiras, Diretor Acadêmico da Faculdade CAL de Artes Cênicas, no bairro da Glória/RJ.