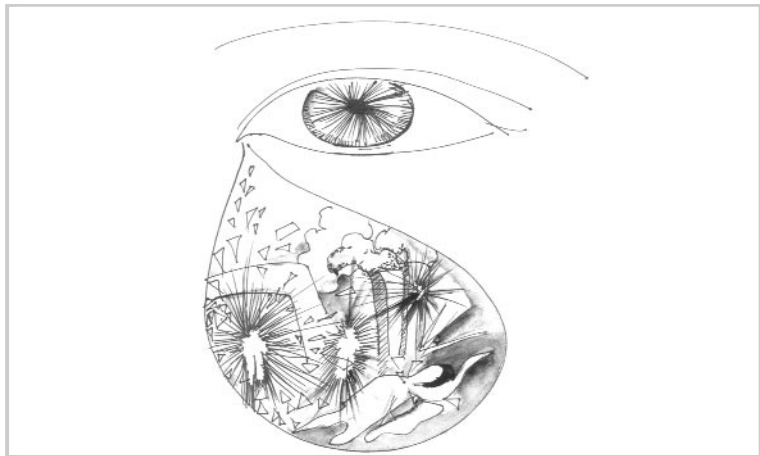


TV Espetáculo e seus impactos imensuráveis



Mércia David Martinho

Jornalista e Mestre em Comunicação Social -UMESP;
Coordenadora do Curso de Jornalismo na UNINOVE.



Introdução

Com base nos pressupostos anunciados pela Escola de Frankfurt, que define os meios de comunicação de massa como uma orquestra afinada e hegemonicamente voltada para o controle e a reprodução da sociedade dominante, discutiremos a noção de indústria cultural, numa breve análise do papel da televisão como veículo de manipulação ideológica. Todavia, contrariaremos, em parte, algumas teses frankfurtianas, pois o artigo pretende analisar como a televisão, por meio da novela, torna-se um espetáculo, podendo suscitar reflexões acerca de temas atuais e causar impactos socioculturais positivos.

“O grande perigo da arte de massa, transmitida pelos meios de comunicação de massa (MCM), é o de transformar esse enorme público em um grande rebanho de seres passivos, incapazes de qualquer transformação de sua realidade” (CAMPOS, 2001). Por exemplo, sentar-se em frente da TV, no momento de folga, para relaxar as tensões do cotidiano, para distrair-se com determinado filme, capítulo de novela, seriado enlatado, programas de auditório, sabendo que se trata de um espaço de pura diversão consumista que nada exige de seu público e pouco acrescenta ao conhecimento, constitui apenas um momento de folga, um refresco do qual as pessoas precisam para continuarem na luta diária e constroem sua humanidade.

Posto desta forma, verifica-se que os produtos da indústria cultural não se oferecem como alternativa de lazer construtivo e inventivo que leve à reflexão nem contribuem para a formação do senso crítico, ou seja, para a essência de todo ser. Ao contrário, aparecem como forma de diversão, de entretenimento, voltadas para o descanso das mentes, do

mesmo modo que o sono proporciona o descanso físico.

Infelizmente, existe uma tendência, em especial no meio acadêmico, de olhar única e exclusivamente para os impactos negativos dos meios de comunicação de massa. Vale resgatar uma idéia de Umberto ECO (1985), que trata da necessidade de isenção, de imparcialidade do pesquisador quando diante da análise da cultura de massa, pois ela é a cultura do homem contemporâneo e não pode ser negada.

Assim, este texto pretende discutir os possíveis impactos positivos que a TV Espetáculo, por meio das telenovelas, pode causar em seus telespectadores.

Telenovela – uma arte respeitável

A telenovela tornou-se uma arte respeitável em suas particularidades. Uma arte popular, brasileira, com vida própria, desenraizada dos conceitos filosóficos e acadêmicos por meio dos quais tentam interpretá-la.

Telenovela é, sim, uma arte brasileira, popular, capaz de, em um determinado espaço de tempo, arrebatá-la toda a população que, na sua grande maioria, se mantém distante da ribalta artística. E é dessa distância que emerge, na sua pujança, a telenovela brasileira, preenchendo um vácuo, repondo ficção, descontraindo com humor e exibindo a emoção pela imagem televisiva, a arte cênica.

Há mais de duas décadas, os brasileiros estão acostumados a assistir pela televisão, de segunda a sábado, a histórias parceladas que permanecem no ar por vários meses, criando a conhecida teledramaturgia horizontal. Durante esse período, a telenovela fixou-se como um hábito na vida de milhares de brasileiros, contando uma infinidade de dramas e conflitos vividos por uma gama ampla e variada de personagens (FERNANDES, 1994).

A telenovela brasileira se apresenta como um produto diferenciado, com identidade própria e condições para competir no mercado internacional. Essa especificidade é tão marcante que pode ser verificada no próprio verbete de um dicionário francês, que define telenovela:

A telenovela (tradução literal: teleromance) é a forma assumida pelo gênero 'folhetim televisivo' na América Latina. O mercado internacional de programas consagrou, especialmente depois dos anos 60, a modalidade brasileira desse gênero, conhecido lá pela forma abreviada novela(...). No Brasil, as mais assistidas são as programadas pela rede Globo que as produz em seus estúdios. Essa rede é a quarta network do mundo, vindo atrás de três redes americanas. Ela sozinha produz cotidianamente mais de seis horas de ficção(...). É com as novelas que a Globo se impõe como líder e esse gênero constitui, desde 1970, a principal peça de sua programação(...). Ela alia sua força de sedução ao poder de um gênero tradicional que retoma a memória narrativa popular do melodrama(...). Atualmente, aborda temas de forte ressonância social.

(CHARON, 1991)

O reaproveitamento de idéias

Tornou-se consenso considerar a novela, produção de origem argentina, o melhor produto da TV brasileira. Na gênese, suas histórias eram adaptações de textos importados. O primeiro drama diário, estrelado por Tarcísio Meira e Glória Menezes, na Excelsior, em 1963, foi inspirado em um original do argentino Alberto Migre. Ivani Ribeiro começou sua



carreira reescrevendo dramalhões de Manuel Munoz Rico e Abel Santa Cruz. Na recém-nascida Globo, reinava a cubana Maria Magdalena Iturrioz y Placencia, que adotou o nome artístico de Gloria Magadan, e que ambientava suas tramas no Marrocos, no Japão e na Espanha (foi dela o drama *Eu Compro Essa Mulher*, uma adaptação de *O Conde de Monte Cristo*, de Alexandre Dumas). Um exemplo mais recente é o da telenovela *O Cravo e a Rosa*, inspirada na peça de teatro *A megera domada*, de William Shakespeare.

Por meio das telenovelas, camponeses do Azerbaijão souberam que os negros brasileiros haviam sido escravizados e tiveram sua liberdade alcançada em virtude de uma Escrava Isaura e de uma Sinhá Moça que se rebelaram. Também em razão das tramas estreladas por Lucélia Santos, na Globo, os russos passaram a chamar suas *dachas* de fazendas, pois as novelas chegavam ao vídeo deles em *over voice*, ou seja, com uma narração superposta às falas em português. A aceitação desse tipo de ficção produzida pela Globo fez com que a imagem do Brasil estivesse associada também à TV: telespectadores de mais de 120 países já viram novelas brasileiras. Neste momento, há 61 países acompanhando alguma trama produzida aqui. Estes dados evidenciam que, para os estrangeiros, os brasileiros, além de jogarem bem futebol e sambarem, também sabem fazer uma boa televisão.

Não se trata de ufanismo, pois, no imaginário do telespectador globalizado, nossos folhetins eletrônicos gozam o mesmo *status* das novelas mexicanas e venezuelanas, as mais exportadas. Mesmo tecnicamente mais bem cuidadas, com elencos que atuam de forma mais naturalista e economizam quilos de *pancake* e litros de laquê, as novelas brasileiras lançam mão dos mesmos elementos dramáticos

das similares. Há sempre um segredo, o inevitável triângulo amoroso, filhos que não conhecem a verdadeira identidade do pai ou da mãe, ódios ferozes e equívocos que se resolvem nos últimos capítulos.

A novela *O Clone*, sucesso de audiência e de exportação, explorou um fenômeno polêmico que, lá pelos anos 50, o escritor inglês Aldous Huxley relatou no livro *Admirável Mundo Novo*. Huxley sonhava com seres humanos fabricados em série. Sintetizando a história, trata-se de uma sociedade de seres humanos feitos em laboratório e divididos entre castas ou grupos – os alfas, os betas e os ipsilones. Os alfas, selecionados geneticamente, eram de alto nível de inteligência, e os betas, os normais; os ipsilones também eram modificados geneticamente para serem idiotas e usados em trabalhos braçais (Para quem não leu o livro, recomendo: é fascinante!). Todos viviam muito felizes porque era distribuída à população uma droga chamada Soma, que não fazia mal. Ser infeliz era considerado uma falta grave, e falar em pai ou mãe, coisa obscena.

Com a audiência da novela *O Clone*, as pessoas, parece, usam a televisão principalmente em busca de informação e diversão; voltam-se para esse meio em substituição ao cinema, revistas em quadrinhos e obras de ficção. Assim, a televisão parece ter tomado o lugar dos meios impressos como forma de diversão e de escape, mas não parece tê-los afetado como fonte de informação séria e útil. (PETERSON, JENSEN E RIVERS, 1969)

Por mais ateu que seja o telespectador, é impossível que ele, ao assistir a *O Clone*, não reflita sobre os principais conceitos religiosos nem se interesse pelos hábitos e costumes dos povos muçulmanos.



Considerações Finais

Existe um mito acerca dos impactos negativos do conteúdo midiático, uma tendência a acreditar que o acesso aos meios eletrônicos, por exemplo, pode impedir ou reduzir o contato do público com outras manifestações culturais. Para ESCARPITT e BAKER (1975: 144-145), os meios de comunicação de massa, em geral, e a TV, em particular, não constituem empecilhos para a leitura:

Já sabemos mediante inquéritos que, de um modo geral, os meios de comunicação de massa não influenciam significativamente nos hábitos de leitura. Estatisticamente isso significa que quem lê livro não utiliza esses meios nem mais nem menos do que quem não lê. Por mais desapontadora que seja, essa conclusão pelo menos permite livrar-nos de um preconceito muito difundido nos círculos intelectuais, ou seja, que os meios audiovisuais são inimigos perigosos do livro. Parece mesmo, na medida em que a diferença pode ser notada, que a introdução da televisão em um país contribuiu para promover a leitura. Esse tem sido o caso dos países desenvolvidos.

O aparecimento de um novo meio, em vez de constituir-se elemento desestimulador do uso dos demais, na verdade atua como incentivador: quem vê um filme ou assiste a uma telenovela pode sentir-se motivado a ler o livro que contém o texto original da obra; quem assiste a uma telenovela pode ser estimulado a comprar o disco que contém a trilha sonora. A popularidade da

telenovela foi acompanhada de perto pelo sucesso de suas trilhas musicais. A Globo chegou ao requinte de criar a expressão 'trilha sonora original'. Com tal *slogan*, discos com temas de novelas são amplamente divulgados, fartamente tocados nas emissoras de rádio e vendidos em profusão para os consumidores de todo o país. Quem lê uma reportagem no jornal pode ser induzido a procurar informação complementar numa revista, ou na televisão. E assim por diante.

É exatamente o princípio de todos, ou nenhum, formulado por LAZARSFELD e KENDALL (*Apud* MELO, 1982), que explica a articulação da engrenagem da Indústria Cultural. Raramente uma empresa da área de comunicação limita-se a comercializar um único produto; a tendência é manter, numa mesma organização, várias unidades que aproveitam os subprodutos (notícias, música, filmes etc.) da empresa principal ou de suas agregadas, lançando-os ao mercado, para usufruir os efeitos da motivação gerada no público consumidor em determinado momento.

Essa tendência pode ser ilustrada com alguns casos concretos ocorridos recentemente no Brasil, em algumas telenovelas. Jorge Amado, Lígia Fagundes Telles, Érico Veríssimo, José de Alencar e tantos outros escritores tiveram seus livros reeditados e comprados maciçamente em decorrência da promoção feita pela telenovela.

Referências bibliográficas

CAMPOS, Pedro Celso. *A dialética negativa na Escola de Frankfurt*. Unesp/Bauru, 2001: Disponível em <planeta.terra.com.br/educa/cao/pedrocamos>.

CHARON, Jean-Marie (org.) *L'Etat des Médias. La Découverte du Pouvoirs de les Médias*. Paris: CFPJ, 1991.



ECO, Umberto. *TV: La Transparence Perdue*. Paris: Grasset, 1985.

ESCARPITT, Robert; BAKER, Ronald. *A fome de ler*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas. 1975.

FERNANDES, Ismael. *Telenovela brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

MELO, José Marques de. *As telenovelas da Globo*. São Paulo: Summus, 1988.

_____. Os meios de comunicação de massa e o hábito de leitura. *Cadernos de Pós-Graduação*. Instituto Metodista Superior, São Bernardo do Campo. 1982.

PETERSON, Theodore *et al.* *Os meios de comunicação e a sociedade moderna*. Rio de Janeiro: GRD, 1969.

