

TELENOVELA E SOAP OPERA



internacional

As telenovelas e as *soap operas* têm chamado a atenção de pesquisadores da Comunicação em todo o mundo. A América Latina, em particular, tem dado significativa e original contribuição científica nesta área, especificamente em relação aos estudos de recepção. Esse fato levou o Centro para o Estudo da Comunicação e Cultura da Universidade de St. Louis, EUA, a publicar, em língua inglesa, na revista *Tendências da Pesquisa em Comunicação*, o artigo que trazemos com exclusividade para os leitores brasileiros, e que é também uma síntese das seções adicionais da revista *Ciências de la Información*, editada pela Universidade Complutense de Madrid.

A pesquisa sobre **Telenovela** — a *soap opera latino-americana* — é extensa, mas, geralmente, organizada de uma maneira informal, através de contatos pessoais e de redes de trabalho, e com um certo envolvimento pessoal pelo tema, por parte dos pesquisadores. Um prévio conhecimento sobre o gênero é necessário, no entanto, para se obter, posteriormente, uma análise científica imparcial.

Os primeiros estudos sérios de telenovelas reconheceram que, ao mesmo tempo em que elas são ficção, são também fundamentais na estruturação da realidade de seus espectadores. Esta era a posição de Eliseo Veron², que falou do “trabalho de construção do real a partir da mídia de comunicação”. E

os artigos sobre telenovelas freqüentemente as descrevem como as “destruidoras da fronteira entre realidade e ficção”.

MELODRAMA

Alguns dos mais importantes estudiosos sobre a telenovela enfatizaram seu caráter melodramático. Apesar do formato “industrial” e da “produção em massa” da tele-

OS AUTORES

Nora Mazziotti

Gerlinde Frey-Vor¹

1. Nora Mazziotti é a autora da primeira parte deste artigo, originalmente intitulada: *A pesquisa sobre as telenovelas latino-americanas*. A segunda parte é de autoria de Gerlinde Frey-Vor, intitulada: *Desenvolvimentos recentes do formato soap opera e pesquisas sobre o assunto*. O texto que ora traduzimos compõe o número 4, volume 13, de 1993, da revista **Tendências da Pesquisa em Comunicação**, cujo editor é William E. Biernatzki, S. J.

2. VERON, Eliseo. *Relato televisivo e imaginário social*. **Lenguajes**. Buenos Aires: Ediciones Tierras Baldia, n.4, 1980. p. 26-35.

novela, seu teor melodramático lhe dá grande poder.

Jesús Martín-Barbero é um pioneiro em considerar o melodrama como fundamental para este gênero, baseado em pesquisas empíricas no México, Brasil e diferentes cidades na Colômbia. Essas pesquisas publicadas em Cali, Colômbia³, confirmam as descobertas feitas por Barbero em seus primeiros estudos. O aspecto esbanjador e a emoção exagerada das telenovelas parecem representar a necessidade de se quebrar a rigidez da vida cotidiana, tão marcada pelo comercialismo e pelo anonimato. Barbero se pergunta se dentro do “esforço do melodrama para ser reconhecido” não se encontra a “ligação secreta entre o melodrama e a história da América Latina”. O predomínio de relações primárias na telenovela pode indicar uma rejeição subconsciente do público para com a sociedade moderna, a qual frustra a realização dessas relações na vida real.

Jorge Gonzalez⁴ vê na telenovela mexicana uma “irmandade de infinitas emoções”, na qual o melodrama fornece o “objeto e o material abundante desse esforço, além de uma redefinição histórica do ‘familiar’”, na luta para tornar a vida diária mais compreensível e ordenada.

Jesús Galindo⁵ considera a telenovela como “texto e pretexto” onde “o que ocorre na vida diária é selecionado e apresentado de forma dramática”, distinguindo, deste modo, entre o que é real e o que é irreal.

Apesar de a telenovela ser comumente traduzida para os países de língua inglesa por *soap opera*, há algumas diferenças significativas.

Uma das diferenças principais é que a *soap opera*, nascida nos Estados Unidos, é escrita para ser infinita, indo ao ar enquanto houver uma audiência suficiente para persuadir os patrocinadores a pagar pelo programa. A telenovela, por outro lado, é escrita para ter uma duração de 120 a 300 capítulos, hoje padronizada entre 180 a 200 capítulos. Na telenovela, os protagonistas são, geralmente, um casal, enfatizando o *star system*, enquanto que na versão norte-americana os protagonistas são uma família ou uma comunidade inteira. Conflito de classes e mobilidade social também são apresentados mais comumente nas produções latino-americanas⁶.

PRODUÇÃO E CIRCULAÇÃO

Estudos da indústria de produção e distribuição de telenovelas não estão ainda bem desenvolvidos. Renato Ortiz, Sílvia Simões Borelli e José Mário Ortiz Ramos⁷ discutem como a produção de telenovelas brasileiras se interligou com a cultura dentro de diferentes períodos do seu desenvolvimento. Eles têm como objetivo “entender como a indústria cultural funciona e como ela engloba o conceito de trabalho cultural”.

3. MARTÍN-BARBERO, Jesús, MUÑOS, Sonia (Eds.). *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercero Mundo Editores, 1992.

4. GONZALEZ, Jorge. *La cofradía de las emociones (in)terminables (Parte primera) — construir las telenovelas mexicanas. Estudios sobre las culturas contemporáneas*. México: Universidad de Colima, v. 2, fevereiro, 1988, n. 4/5.

5. GALINDO, Jesús. *Lo cotidiano y lo social — la telenovela como texto y pretexto. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. México: Universidad de Colima, v. 2, fevereiro, n. 4/5, 1988. pp. 95-135.

6. ROGERS, Everett, LIVIA, Antola. *Telenovela: a Latin American success story*. (Telenovela: um sucesso latino-americano) *Journal of Communication*, v. 35, n. 4, 1985, p. 24-35.

7. ORTIZ, Renato, RAMOS, José Mário O. *História e Produção*. In: _____ & BORELLI, Sílvia Helena Simões. *Telenovela: história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

A expansão comercial da gigante em produções de telenovelas, a **Rede Globo**, desde sua fundação, na década de 60, foi descrita por José Marques de Melo⁸. Marques de Melo atribui o sucesso da **Globo**, na exportação de seus produtos para 128 países, à atenção que dedica aos detalhes de pré e pós-produção, supervisionados cuidadosamente por um departamento de controle de qualidade, que verifica roteiros, efeitos sonoros, música, áudio, figurino, iluminação etc., assim como aplica teste de mercado através de pesquisas e painéis. O que é produzido pela **Globo** é um “reflexo glamorizado”, correspondendo mais ao mundo do desejo do que à realidade do cotidiano brasileiro.

Jorge Gonzalez⁹ descreveu os métodos do trabalho de produção de telenovelas no México, salientando as relações entre todos os que participam, seja da estrutura corporativa, seja do *show bis* ou do *marketing* mundial.

RECEPÇÃO

Muitos observadores notaram como a telenovela parece estabelecer uma relação de “intercâmbio simbólico” com seus espectadores — um intercâmbio que, é claro, acontece inteiramente na relação com o espectador, e é apenas catalisada no momento em que se assiste a uma produção. Michelle e Armand Mattelart¹⁰ apontam como o mecanismo de produção está fora de alcance do telespectador. Outros enfatizam a nature-

za circular do processo comunicacional, na medida em que o público estabelece uma cumplicidade com o emissor na composição do significado do programa.

Jorge Gonzalez diz que a fascinação da telenovela está na “complexidade do secreto que é revelado àqueles que conhecem além das fronteiras”. O espectador é trazido para um “envolvimento emocional em cenas fictícias poderosas, nas quais aspectos da natureza humana estão envolvidos: honra, bondade, amor, maldade, traição, vida, morte, virtudes e pecados que de uma maneira ou outra têm alguma coisa a ver com ele”¹¹.

Jesús Galindo aponta que o “espectador escolhe diretrizes para a vida através de situações mostradas na telenovela”, as quais se tornam “um meio de interagir com as vidas de milhões na criação de seus mundos imaginários”¹².

Martín-Barbero examina “a maneira como as telenovelas combinam a lógica comercial de sua produção com a lógica cultural de seu consumo”¹³. Jorge Gonzalez¹⁴ sugere que ambos — telenovela e *soap opera* — ajudam as pessoas a adicionar vitalidade às suas experiências de vida. No entanto, esse processo é difícil de ser analisado ou medido, mas o contínuo esforço de estudá-lo pode render frutos para um melhor entendimento sobre o que é significativo para as pessoas na sociedade e cultura contemporâneas.

Martín-Barbero salienta as formas com que a vida doméstica e familiar respondem às telenovelas. Gonzalez e Mugnaini dizem que as telenovelas assistidas por uma família permanecem em suas mentes como pontos

8. MARQUES DE MELO, José. *As Telenovelas da Globo*: produção e exportação. São Paulo: Summus, 1988.

9. GONZALEZ, Jorge. *Navegar, naufragar, rescatar... entre dos continentes perdidos*: ensayo metodológico sobre las culturas de hoy. Mexico, Programa Cultura/CIS/ Universidad de Colima/Universidad Complutense de Madrid, janeiro, (Mimeo), 1992.

10. MATTELART, Michelle, MATTELART, Armand. *O Carnaval das Imagens*: a ficção na TV. São Paulo: Brasiliense, 1989.

11. GONZALEZ, J. *Navegar, Naufragar...*

12. GALINDO, Jesus, *Lo cotidiano y lo social...*

13. MARTÍN-BARBERO, J., MUÑOS, S. (Eds.) *Televisión y melodrama...*

14. GONZALEZ, J. *La cofradía de los emociones (in) terminables...*

de referência para eventos reais de suas próprias vidas, sendo retrabalhadas em outros textos, objetos, referências e discussões.

Rosa Maria Alfaro¹⁵, numa pesquisa com extensas entrevistas com mulheres da classe trabalhadora urbana no Peru, nota que a satisfação que as mulheres obtêm ao acompanhar uma determinada novela não afeta sua vida doméstica. Possibilita-lhes examinar a si mesmas, utilizando outros valores sociais e morais e entender o processo de urbanização que é relativo à desordem de sua própria vida urbana. Sonia Muñoz¹⁶ encontrou, em sua pesquisa em Cali, um diálogo similar entre o mundo irreal da televisão e o mundo real do cotidiano de mulheres de três grupos sociais.

As mulheres mais velhas, especialmente as menos letradas e analfabetas, criam laços emocionais mais fortes com as telenovelas do que as mulheres mais novas da mesma classe social, pois estas exigem um padrão maior de argumentação e ação.

As adolescentes das classes sócio-econômicas mais altas apresentam uma compreensão crítica da linguagem, da ação e dos elementos visuais da televisão e são capazes de lidar com a trama como “pura ficção”.

Leal¹⁷ realizou uma pesquisa etnográfica com famílias de duas classes sociais de Porto Alegre, Brasil, na qual elas eram requisitadas para assistir a alguns capítulos da novela *Sol de Verão*¹⁸, e dar o seu parecer sobre o argumento da novela. O grupo de

menor renda tendia a dar à história uma importância e intensidade míticas “trazendo-a para uma dimensão real”. A história é vista como um retrato mais ou menos fiel da vida numa classe social mais alta e poderosa, à qual ele gostaria de pertencer. O grupo de maior renda, por outro lado, tendia a criticar as novelas e sua inverossimilhança. Mostravam, também, um entendimento mais crítico do gênero enquanto ficção televisiva.

VARIAÇÕES NACIONAIS NAS TELENÓVELAS

As diferenças entre as telenovelas de países latino-americanos envolvem fatores de produção, *marketing* e comportamento do público. Culturalmente, as telenovelas podem ser mais “um objeto de identidade pluralística”¹⁹ do que um símbolo de diferenças culturais entre os países latino-americanos.

Michelle e Armand Mattelart vêem as telenovelas brasileiras desenvolvendo sempre o mesmo argumento, constantemente repetido, com roteiros baseados tanto em fontes tradicionais quanto modernas, misturando “uma estética de ritmo com uma estética passional”²⁰.

Renato Ortiz identificou os precursores das primeiras telenovelas latino-americanas em romances, séries melodramáticas francesas, *soap operas* americanas e histórias de rádio latino-americanas.²¹ Ele detectou uma certa continuidade dessas influências, apesar das várias mudanças ocorridas

15. ALFARO, Rosa Maria. *Los usos sociales populares de las telenovelas en el mundo urbano. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. México: Universidad de Colima, v. 2, fevereiro, 1988, n. 4/5.

16. MARTÍN-BARBERO, Jesus, MUÑOS, S. (Eds.) *Televisión y melodrama*./...

17. LEAL, Ondina Fachel. *A Leitura Social da Novela das Oito*. 2 ed., Petrópolis: Vozes, 1986.

18. A novela *Sol de Verão*, dirigida por Roberto Talma, foi veiculada pela **Rede Globo de Televisão** em 1982. (N.E.)

19. MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Telenovela: melodrama e identidad*. **Cortocircuito**, n. 15, abril, 1991. p.5-7.

20. Idem nota número 10.

21. Ver sobre o assunto: FERNANDES, Ismael de Souza. **Memória da Telenovela Brasileira**. São Paulo: Brasiliense. 1987.

no formato durante o processo de desenvolvimento do gênero nesses países. A influência das histórias de rádio deram um tom melodramático especial às telenovelas brasileiras, presentes na dependência crucial dos efeitos sonoros, como o dos quadrinhos ao estilo *hollywoodiano* e das adaptações de textos literários vitorianos nos anos 60. Essas possíveis influências também foram apontadas por Joseph Straubhaar²².

Na década de 60 a telenovela brasileira abandonou o estilo de revista e começou a criar a sua própria forma narrativa: atualizada e realista.

Estilos de atuação distintos e a tendência das telenovelas de formar uma agenda de discussões de valores nacionais deram a elas um papel de destaque na formação da identidade nacional brasileira²³.

Em outros esforços de se distinguir as características nacionais nas telenovelas brasileiras, Muniz Sodré²⁴ notou tendências centralizadoras tanto na família retratada nas telenovelas quanto no caráter monopolista do sistema de comunicação no país.

Martín-Barbero apontou um desenvolvimento nas telenovelas colombianas comparável ao das brasileiras. Há uma tendência à ironia nas produções colombianas, que cresce a cada capítulo, refletindo uma longa tradição colombiana da paródia e da sátira.

Quiroz²⁵ ofereceu uma ampla perspectiva das telenovelas peruanas, apontando a sua ligação com a tradição popular de se contar histórias.

Oswaldo Capriles²⁶ diz que as telenovelas venezuelanas também passaram por diferentes estágios de desenvolvimento. A cultura da *soap opera* foi, a princípio, desprezada pelo mundo do cinema e do teatro, apesar de ser popular entre o público em geral. Mais tarde, como telenovela venezuelana, ela adotou conteúdos populares e populistas, mas ainda assim não agradou aos críticos.

Martín-Barbero destaca, nas telenovelas melodramáticas tradicionais mexicanas, os “cenários ao estilo barroco, decorações luxuosas, figurinos e maquilagens sofisticados”. Recentemente, também os cenários mudaram radicalmente, passando, geralmente, a uma imagem mais leve. Gutiérrez Espindola²⁷ aponta que o melodrama nas telenovelas mexicanas condiz com uma tendência similar no cinema e na música mexicanas.

Mazziotti²⁸ examinou as maneiras pelas quais a literatura, os costumes e o melodrama se desenvolveram no início das telenovelas argentinas. Elas simplesmente seguem os passos não apenas do drama de rádio argentino mas também do velho teatro de costumes do início do século. A linguagem, personagens, música e cenas de ação são remanescentes da tradição teatral.

22. STRAUBHAAR, Joseph. *The Development of the Telenovela as the Pre-eminent Form of Brazilian Popular Culture* (O desenvolvimento da telenovela como aspecto da Cultura Popular brasileira). *Studies in Latin American Popular Culture*, v. 1, 1982.

23. FADUL, Anamaria. *Políticas culturais e processo político brasileiro*. in: MARQUES DE MELO, José (Org.). *Comunicação e Transição Democrática*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985. p. 180-209.

_____. *Brasil: el exito de la telenovela*. *Chasqui*, n. 25, 1988.

24. SODRÉ, Muniz. *Álbum de Família*. (Mimeo), 1990.

25. QUIROZ VELASCO, María Teresa. *La telenovela en el Perú*. *Diálogos de la comunicación*. n. 18, outubro, 1987. p. 74-84.

26. CAPRILES, Oswaldo. *El insalvable obstáculo* — notas sobre la telenovela latinoamericana y Venezolana. in: *Reflexión sobre el Discurso Audiovisual*. Caracas: Escuela de Cine y Televisión/UNESCO, 1989.

27. GUTIÉRREZ ESPINDOLA, José Luis. *La industrialización del melodrama* (história y estructura de la telenovela mexicana). in: DELARBRE, Trejo. *Las Redes de Televisa*. Cidade do México: Claves Latinoamericanas, p. 75-125.

28. MAZZIOTTI, Nora. *Intertextualidades en la telenovela argentina: melodrama y costumbrismo*. *Anais do 13º Congresso da INTERCOM*, [Relatório]. Porto Alegre, Brasil, 1991.

PRODUÇÕES TELEVISIVAS RECENTES

Aspectos do *marketing* mundial tornaram-se uma importante peça na indústria da telenovela latino-americana. Custo-benefício é o ponto-chave. Adrianzén²⁹ sugere que os produtores peruanos façam seus produtos “o menos peruano possível”.

Mas Jesús Martín-Barbero avisa que copiar simplesmente séries de sucesso de outros países ou de produtores renomados não é o bastante para se garantir um sucesso de exportação.

Mazziotti aponta, entretanto, que co-produções irão criar um tipo de “neutralidade” cultural, sem espaço para o coloquialismo ou referências e significados nacionais distintivos. Capriles adverte que a universalidade não será alcançada ao se erradicar a substância e fundações que dão ao gênero uma significância dramática ou literária. Uma falsa transnacionalização será, sem dúvida, detectada e rejeitada pelo público.

DESENVOLVIMENTO DO FORMATO SOAP OPERA

Mais de dois anos depois da publicação inicial sobre o assunto na Revista **Tendências da Pesquisa em Comunicação**³⁰, as *soap operas* e as telenovelas ainda proliferaram nos sistemas de televisão da maioria dos países. Apesar do fato de as *soap operas* nos Estados Unidos terem, aparentemente, perdido um pouco do seu apelo para outras formas de programas populares — como, por exem-

plo, em relação ao seu parente mais próximo, as comédias de situação (*Sitcom*) — para um grande número de espectadores elas ainda são tão importantes quanto eram em 1990. Há, entretanto, novos desenvolvimentos do gênero e uma continuidade das pesquisas sobre o assunto.

Nos Estados Unidos, a mudança mais significativa que ocorreu nesta época foi o fim da *soap opera* do horário nobre. O protótipo desse tipo de programa surgiu em 1978 quando a CBS estreou **Dallas**. Outros programas similares, particularmente **Dinastia** da ABC, se seguiram e tornaram-se vedetes da programação das emissoras de TV. Estes programas foram também vendidos para um número considerável de países onde, a exemplo dos Estados Unidos, atraíram uma audiência fiel por mais de uma década. Mas, em 1991, a transmissão do último capítulo de **Dallas** parece ter concluído uma era na televisão popular. Contudo, especialmente fora dos Estados Unidos, elementos desse tipo de programa são ainda absorvidos por produções locais, tais como a *soap opera* do **Channel Four Family Pride**, na Inglaterra, que começou em 1991 e apresenta personagens asiáticas como elementos importantes para o desenvolvimento da trama.

INFLUÊNCIA DO MELODRAMA HOLLYWOODIANO

Já em 1990, Jane Feuer³¹ estava entre os primeiros a salientar a influência do melodrama *hollywoodiano* dos anos 50 nesses programas mas, ao mesmo tempo, via-os como variações das tradicionais *soap operas* americanas. O livro recentemente publicado

29. ADRIANZÉN, Eduardo. *Telenovela peruana: entre los anhelos del público, de los productores y de los guionistas. Cortocircuito*. n. 15, abril, 1991. p.17-18.

30. FREY-VOR, Gerlinde. *Soap operas. Communication Research Trends* (Tendências da Pesquisa em Comunicação). vol.10, n.1, 1990.

31. FEUER, Jane. *Melodrama, serial form and television today* (Melodrama, forma seriada e televisão hoje). **Screen**. Vol.25, n.1, 1984.

por Gabriele Kreutzner³² desenvolve esta pesquisa, fazendo uma análise sistemática de quatro anos de transmissão de **Dinastia**, incluindo os comerciais. Além disso, Kreutzner chama a atenção para as influências dos programas antecessores do horário nobre na televisão americana, tais como as séries de ação e policiais dos anos 60 e 70. Ela também discute influências sociais como, por exemplo, a crise econômica da época, a que ela atribuiu a enorme atração pelo *glamour* apresentado na maioria dos programas.

Como já discutimos em 1990³³, o advento de *soap operas* mais glamourosas no horário nobre da televisão americana foi obscurecido pela renovação de algumas *soap operas* há muito tempo no ar no período diurno. De acordo com o conceito de Robert Allen³⁴, segundo o qual a *soap opera* é um texto interativo, essas mudanças e renovações ocorreram em resposta ao crescimento populacional, ampliando o número de receptores, e para atender ao gosto do público alvo.

Hoje em dia, parece que as velhas *soap operas* vespertinas sobreviveram às do horário nobre. Existem, ainda, 12 *soap operas* regularmente no ar, com capítulos diários, no período da tarde na **CBS**, **ABC** e **NBC**, sem contar as *soap operas* e telenovelas de redes menores ou hispânicas.

As séries vespertinas são parcialmente determinadas por princípios comerciais e de produção diferentes daquelas do horário nobre. De um ponto de vista narrativo, sua grande durabilidade pode, talvez, ser atribuída à extraordinária capacidade de absorver novos elementos em sua estrutura narrativa básica. O último desses elementos parece ser a tendência sensacionalista da Televisão Real que surgiu nos departamen-

tos de notícia americanos. Eles procuram mostrar eventos reais extraordinários que acontecem com pessoas comuns. Este princípio básico da Televisão Real parece funcionar bem se ligado à tendência tradicional das *soap operas* vespertinas em direção ao realismo. Desta maneira, dissolve-se a fronteira entre os programas fictícios e os factuais, justamente quando outras delimitações se tornaram mais embaralhadas.

Em seu livro *Speaking of Soap Opera* (Falando de *Soap Opera*), revisto em edição da Revista **Tendências de Pesquisa em Comunicação**, Robert Allen já havia se referido ao início da segmentação no gênero *soap opera* nos Estados Unidos. Isto foi trazido à tona pelo crescente número de canais a cabo e via satélite, desafiando a hegemonia das três maiores redes comerciais. Allen escreve: "Existem agora novelas 'cristãs', novelas para adultos, novelas para adolescentes e, por fim, novela para espectadores surdos". Desde então esta segmentação aumentou ainda mais.

Na Inglaterra há indicações de desenvolvimentos similares aos ocorridos nas *soap operas* vespertinas americanas nos anos 70 e início dos anos 80. Assim, **Coronation Street** (Rua da Coroação), a *soap opera* há mais tempo no ar, na Grã-Bretanha, passou a apresentar personagens mais novos e, desde 89/90, passou a utilizar, mais vezes, o crime em seus argumentos. Desenvolvimento que também pode ser visto em outras *soap operas* do horário nobre britânico, tais como **EastEnders** (O pessoal da Zona Leste) e **Brookside** (Margem do rio). Como aconteceu uma década antes nas séries vespertinas americanas, o mundo dos personagens se expandiu nas *soap operas*

32. KREUTZNER, Gabriele. *Next time on Dynasty: studien zu einem populären serientext im amerikanischen fernsehen der achtziger Jahre*. Trier: WVT Verlag, 1991. 206p.

33. cf. FREY-VOR, Gerlinde. *More on soaps* (Ainda sobre novelas). **Communication Research Trends**. vol.10, n.2, 1990.

34. ALLEN, Robert. *Speaking of soap opera*. (Falando de *soap opera*). The University of North Carolina Press: Chapel Hill/Londres, 1985.

britânicas através do uso mais freqüente de cenas filmadas fora da locação principal.

Em outros países europeus, por exemplo na Alemanha que, ao contrário da Inglaterra, não tem uma longa tradição de *soap operas* locais, o gênero está ainda no processo de adaptação aos contextos domésticos de produção.

O exemplo alemão sugere que podem existir obstáculos em um sistema de televisão que nunca produziu uma *soap opera*, dificultando uma ampla adaptação ao formato nos moldes da *soap opera* americana do horário nobre. A série **Lindenstrabe**, do primeiro canal público (ARD), que ainda é apresentada (desde 1985, uma vez por semana), permaneceu até 1992 como a única produção nacional de longa duração na televisão alemã, quando o relativamente novo canal **RTL Plus** começou a exibir sua série **Gute Zeiten, Schlechte Zeiten** (Bons Tempos, Maus Tempos). Esta série foi a primeira *soap opera* diária produzida na Alemanha.

Existiu por algum tempo uma linha de pesquisa que enfocava o impacto transcultural do formato *soap opera* e ao mesmo tempo apontava para variações culturais no estilo estético e no modo de recepção³⁵, na qual centramos nosso interesse. Assim, o estudo do conteúdo, produção e recepção de *soap opera* do tipo sócio-realista na Inglaterra e Alemanha investiga a maneira pela qual o mesmo tipo básico de *soap opera* é variado em sua ênfase temática e nos seus padrões de produção, através da interação dos mesmos fatores sociais e culturais, que operam em ambos os países. Este estudo

do também verifica como diferem os modos da recepção televisiva em geral dos modos de se relacionar com as séries em questão.

SOAP OPERA E RECEPÇÃO

Elementos da identidade cultural e nacional transmitidos pelo formato da *soap opera* são também objetos de estudo na pesquisa de Alison Griffith que enfoca a *soap opera* de língua galesa **Pobol y Cwm**, e sua recepção por crianças do País de Gales.

Marie Gillespie³⁶ estuda o tópico da *soap opera* e identidade cultural apenas pelo lado da recepção. Em estudo qualitativo, inovador metodologicamente, ela mostra como os jovens Punjabi, num subúrbio de Londres, utilizam a *soap opera* australiana **Neighbours** para administrar sua relação entre cultura familiar e grupal. **Neighbours** tem sido muito popular entre adolescentes em toda a Inglaterra desde 1988. Gillespie investiga as maneiras pelas quais os jovens de uma cultura minoritária utilizam a narrativa particular de uma série popular de televisão, com um amplo apelo social, como forma de construir sua própria identidade cultural.

Os pioneiros na pesquisa de *soap operas* e diferenças culturais na construção dos significados foram Elihu Katz e Tamar Liebes³⁷. Seu livro resume um projeto de pesquisa de longo prazo que procura saber como pessoas de diferentes passados culturais lêem a *soap opera* **Dallas** que, através da sua enorme popularidade em um grande número de países, tornou-se símbolo da dominação da cultura americana na mídia internacional.

35. FREY-VOR, Gerlinde, More on soaps...

36. GILLESPIE, Marie. *Soap viewing: gossip and rumour among Punjabi youth in southall* (Assistindo a novela: mexericos e rumores entre jovens Punjabi do Sul). (Paper apresentado na IV Conferência Internacional de Estudos sobre Televisão) Londres, 1991.

37. LIEBES, Tamar, KATZ, Elihu. *The export of meaning: cross-cultural readings of Dallas (A Exportação do Significado: leituras transculturais de Dallas)*. Nova York/Oxford: Oxford University Press, 1990.

Sônia Livingstone³⁸, em seu livro de 1990, *Making sense of television (Extraindo um sentido da televisão)*, fornece mais reflexões — embora de uma perspectiva menos transcultural — sobre os modos de interpretação da televisão pelo público. As várias personagens de uma *soap opera*, cujas personalidades são comparadas e contrastadas pelos espectadores, fazem parte do interesse dos estudos de Livingstone sobre as representações gradualmente construídas pela audiência. No curso de sua pesquisa ela comparou representações de espectadores em relação a personagens de *Dallas*, *Coronation Street* e *EastEnders*.

A edição de 1990 de *Tendências de Pesquisa em Comunicação* sugeria mais pesquisas sobre o histórico das produções de *soap operas*. O livro de Hans Berchers³⁹ e outros membros da equipe germano-americana de pesquisa certamente constitui um importante passo neste campo de pesquisa. De uma perspectiva estruturalista/semiótica ele resume a pesquisa feita nos estúdios de produção e arquivos da indústria americana de televisão. Aderindo ao conceito de Robert Allen da natureza interativa da *soap opera*, esta pesquisa é ligada a análises textuais de *soap operas* americanas e a um extenso trabalho de campo etnográfico com o público das *soap operas* nos Estados Unidos.

A RECEPÇÃO FEMININA DAS SOAP OPERAS

Em continuação aos estudos rese-
nhados em 1990, os livros de Christine

Geraghty⁴⁰ e Mary Ellen Brown⁴¹ enfatizam a especificidade do formato das *soap operas* como parte da cultura popular das mulheres e fonte de prazer feminino.

Geraghty realiza um estudo qualitativo de conteúdo das primeiras *soap operas* britânicas do horário nobre e das *soap operas* importadas americanas *Dallas* e *Dinastia*. Ela enfatiza o papel da *soap opera* como precursora no desenvolvimento de uma teoria de mídia feminista. Além de oferecer mais satisfação estética às mulheres do que outros programas, Geraghty acha que a estrutura narrativa das *soap operas* contém um potencial utópico. A estrutura narrativa infinita pode significar que as personagens inicialmente apresentadas como “más” são redimidas e bem-vindas ao mundo das *soap operas*. Desta maneira, “pode-se sobreviver ao divórcio, as mortes podem ser esquecidas ou até revertidas”⁴². Em contraste com formas mais finitas de ficção para mulheres, tais como romances ou filmes dirigidos ao público feminino, Geraghty também discute que a *soap opera* oferece aos seus espectadores uma noção de mudança. Assim como essas outras formas de ficção para mulheres, a *soap opera* contém as categorias utópicas chave da ficção feminina: “intensidade e transparência”, as quais ela traduz em competências práticas das experiências femininas, oferecendo um meio de testar como essas categorias podem ser vividas no mundo cotidiano.

Mas Geraghty também aponta para a desfeminização de, especialmente, *soap operas* do horário nobre, devido às pres-

38. LIVINGSTONE, Sônia. *Making sense of television: the Psychology of audience interpretation*. (Extraindo um sentido da televisão: interpretação da psicologia da audiência) Oxford: Pergamon Press, 1990.

39. BERCHERS, Hans et al. *Never-Ending Stories: american soap operas and the cultural production of meaning* (Histórias que nunca terminam: novelas americanas e a produção cultural do sentido). Trier: WVT Verlag, 1992.

40. GERAGHTY, Christine. *Women and soap opera: a study of prime time soaps*. (Mulheres e soap opera: um estudo das novelas preferidas) Cambridge: Polity Press, 1991.

41. BROWN, Mary Ellen. *Soap opera and women's discourse: The pleasure of resistance* (*Soap opera* e o discurso feminino: o gosto da resistência). London/Newbury Park/ New Delhi: Sage Publications Inc. (Communication and Human Values Series), 1992.

42. GERAGHTY, idem. p.130

sões para se ampliar o apelo ao público masculino. Geraghty vê duas linhas nesse desenvolvimento, uma é a inclusão de prazeres estéticos masculinos tais como crimes, *westerns* e eventos esportivos. A outra é uma mudança no enfoque dado à vida pessoal e emocional das personagens masculinas e uma tendência a apresentar, mesmo os homens mais fracos, como personagens simpáticos que devem ser compreendidos, ao invés de eschachados com a convencional frase “os homens são todos iguais”⁴³. Ela observa esta tendência predominantemente nas *soap operas* britânicas **Brookside** e **EastEnders**.

Geraghty analisa a desfeminização do conteúdo das *soap operas* como uma perda à satisfação tradicionalmente oferecida às mulheres. Mas ao mesmo tempo ela está atenta ao fato de que não há uma conclusão definitiva para a questão: se as formas inicialmente desvalorizadas de entretenimento feminino popular, como as *soap operas*, as quais têm sido reavaliadas por críticos feministas, são ou não “um espaço ou um gueto” para as expressões culturais femininas.

Para fornecer pelo menos uma tentativa de solução, Geraghty salienta o conceito do espectador ativo que pode examinar, expor, celebrar, romper ou fugir do espaço que a narrativa confusa e interminável da *soap opera* oferece.

Na mesma linha de seus trabalhos anteriores, Mary Ellen Brown, no seu último livro, conceitualiza a *soap opera* como um espaço de fortalecimento da audiência feminina. Ela desenvolve este conceito interpretando os resultados de seu estudo etnográfico sobre os espectadores de *soap operas* nos Estados Unidos e Austrália. Utiliza o conceito de hegemonia inicialmente proposto por Gramsci e, recentemente, desenvolvido

por Jesús Martín-Barbero no contexto latino-americano.

Martín-Barbero salienta que grupos sociais subjugados não existem separadamente dos grupos dominantes na sociedade, mas em estado desequilibrado de interação com eles. Por isso, em relação ao conteúdo da mídia, assume-se que grupos sociais subordinados (tal como o das mulheres, em uma sociedade patriarcal) devam ser capazes de recuperar traços de seu discurso reprimido no discurso dominante e torná-los sua própria cultura popular.

Neste contexto, Brown também aplica a noção de Fiske⁴⁴ de “texto terciário”, o qual é criado pela própria espectadora, a partir do “texto secundário”, subjacente ao conteúdo manifesto do programa de televisão. Como outros pesquisadores etnográficos, Brown salienta a dimensão oral da *soap opera*. Por isso, os comentários informais sobre conteúdos e personagens das *soap operas* constituem um importante elemento no estudo dos grupos de espectadoras. Através dessas redes informais de espectadores de *soap operas*, as mulheres tomam o controle sobre o que elas assistem e se apóiam mutuamente, o que lhes possibilita resistir aos sistemas dominantes de controle. Um elemento vital no discurso feminino sobre as *soap operas* gerado através desses comentários informais é o manuseio do texto em tom de brincadeira. Isso envolve rir dos absurdos dos acontecimentos, das personagens e da produção, ou da própria posição do espectador de *soap opera* como tal. Além disso, há também imitações eschachadas de personagens ou de aspectos de seu discurso ou conduta. Uma principal fonte de prazer que, de acordo com Brown, o texto

43. GERAGHTY, idem. p. 172.

44. FISKE, John. **Television Culture** (Cultura Televisiva). Londres/Nova Iorque: Methuen, 1987.

da *soap opera* fornece às mulheres é derivada da interação entre elas. As mulheres, controlando sua própria satisfação, estão indo de encontro aos códigos de dependência que trabalham para mantê-las presas às noções de romance (noções que implicam que as mulheres podem viver suas vidas sendo cuidadas por outras pessoas ao invés de elas serem responsáveis por si mesmas).

UM ESTUDO SOBRE *DALLAS*⁴⁵

Dallas atraiu o interesse acadêmico porque, no seu auge, era claramente o “programa mais popular do mundo”. Foi a *soap opera* pioneira do horário nobre nos Estados Unidos e na maioria da Europa, figurando por muito tempo no horário nobre britânico e sul-americano. Mas sua popularidade se estendeu bem além da região do Atlântico Norte. Liebes e Katz sugerem que os programas de televisão americanos, tal como *Dallas*, são populares em diversas culturas por causa da universalidade de seus temas, uma polivalência e liberdade em suas histórias que dão aos produtores a garantia de audiência, e porque a abundância de produtos feitos para o mercado americano torna disponíveis muitos programas baratos para emissoras fora do país, as quais não conseguem produzir programas suficientes para preencher seu horário. A popularidade particular de *Dallas* parece estar relacionada com estas duas características.

Os autores estudaram as maneiras pelas quais o programa foi recebido e utilizado pelo público em Israel e Estados Unidos, países em que teve sucesso, e no Japão, um dos poucos países onde o programa fracassou. O estudo israelita cobriu quatro grupos culturais.

A maioria dos grupos de espectadores utilizaram o programa como uma experiência lúdica, divertindo-se com ele, brincando com o uso de temas familiares da mitologia da cultura ocidental e utilizando-o como base para uma discussão sobre suas próprias experiências. Contrariamente às impressões de alguns observadores, *Dallas* é tanto mais complexo quanto dependente dos diálogos, não apostando simplesmente no apelo visual. Ela “oferece aos espectadores de diferentes níveis e de diferentes culturas algo concreto”. Todos parecem entender a história básica, mas com tipos de compreensão amplamente diferentes.

Entre a maioria dos grupos o programa facilmente estimula conversações mais ou menos relacionadas com o conteúdo. Grupos menos tradicionais — americanos e israelenses mais jovens — tendiam a ser mais metalingüísticos em suas discussões, especulando sobre as razões do escritor ou diretor de incluir certas cenas, por exemplo, e criticando-os em tom de brincadeira. Os árabes discutiam moralmente o programa. O grupo de russos imigrantes em Israel criticava sua estética e ideologia — “Eles nos dizem que os ricos são infelizes porque é isso que eles querem que nós pensemos!” — contudo, eles gostaram do programa. Os grupos japoneses rejeitaram *Dallas* por causa da sua inconsistência e da incapacidade, segundo os pesquisadores, de os japoneses encaixarem o programa dentro de suas próprias referências culturais.

Uma das principais conclusões dos autores é que “programas escapistas não são tão escapistas quanto parecem”, desde que os espectadores os utilizem como um “fórum de discussões sobre suas próprias vidas”. O efeito do programa sobre seu público depende não tanto do seu conteúdo, mas de como o público utiliza este conteúdo.

45. Publicado originalmente na seqüência do artigo como resenha do livro de LIEBES, Tamar, KATZ, Elihu. *The export of meaning: cross-cultural readings of Dallas*. (A exportação do significado: leituras transculturais de *Dallas*). Nova Iorque/Oxford: Ed. da Universidade de Oxford, 1990.