

Márcia Gomes Marques

A leitura interpretativa das telenovelas

Resumo

O argumento deste artigo diz respeito ao papel e à importância da televisão na construção da realidade social, e o interesse aqui é o de discutir sobre como as representações apresentadas por um gênero televisivo, as telenovelas, são elaboradas e utilizadas como recursos cognitivos a partir da sua recepção.

Introdução

Apesar de todo o conhecimento adquirido nas últimas décadas sobre os diversos aspectos implicados no consumo dos produtos dos meios de comunicação, as perguntas relativas ao que fazem os meios com o público, e ao que faz o público com os meios, continuam pautando grande parte dos estudos realizados na área de Comunicação Social. No que diz respeito ao que o público faz com o que “recebe” ou “vai buscar” nos meios de comunicação, o interesse por identificar o que se faz se associa, muitas vezes, com a atenção em relação a *como* — de que maneira e a partir de quais artifícios — o que é oferecido pelos meios é aproveitado e utilizado justamente para obter ou desenvolver certos conhecimentos e habilidades.

Os trabalhos realizados nas diversas linhas de pesquisa têm acentuado uma série de fatores que se fazem presentes na interação dos telespectadores com os programas televisivos, e que interferem também no resultado que se produz a partir dos diversos tipos de interação que se verificam. Entre os diversos fatores que, como vêm mostrando os estudos realizados na área, interferem ou realizam algum tipo de mediação entre o que se vê e o que se obtém a partir do que se assiste, têm

sido acentuados, por exemplo, os que se relacionam com as características dos receptores, do ambiente onde se dá a recepção, do meio (canal) através do qual o programa/texto é proposto aos espectadores/leitores, e com as características do produto/programa em questão. No que diz respeito ao produto com relação ao qual a interação a ser examinada se refere, muitos estudos têm indicado que as características dos textos sugerem caminhos preferenciais aos seus leitores que, ao menos em parte, condicionam as leituras que deles são feitas.

Dentro do contexto acima mencionado, uma das propostas do estudo, cujos resultados serão em parte apresentados neste artigo, era justamente a de verificar como as características morfológicas e semânticas de um determinado gênero televisivo, as telenovelas, se expressavam e interferiam na interação cognitiva que as telespectadoras estabelecem com os programas deste tipo. Entre os aspectos mais significativos encontrados, foram identificadas diferentes dimensões de leitura a partir das quais as telespectadoras mostraram organizar e apropriar o que viam nas telenovelas. Das dimensões de leituras encontradas, serão aqui apresentados alguns dos elementos pertinentes à dimensão de leitura interpretativa das telenovelas.

Como metodologia utilizada, foi combinada a análise sócio-narrativa do gênero telenovelas com entrevistas em profundidade e a aplicação de questionários. As dimensões de leitura foram abordadas principalmente através das entrevistas em profundidade realizadas com 22 participantes selecionadas entre as 151 mulheres que responderam ao questionário. O contato com as

Márcia Gomes Marques é socióloga pela PUC-RJ, mestre em Comunicação Social pela Universidade Javeriana de Bogotá, Colômbia, doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Gregoriana de Roma. É professora e pesquisadora na área das Teorias de Comunicação



telenovelas nas entrevistas foi explorado através do desenvolvimento de quatro áreas de interesse - o conhecimento do gênero, os conteúdos sociais, a aprendizagem e o modo de fruição - a partir das quais se pretendia verificar, fundamentalmente: o que é apropriado, como é apropriado, e alguns dos fatores que interferem neste processo. As entrevistas foram realizadas entre maio e junho de 1999 em diversas localidades do Brasil, e as participantes eram todas mulheres, brasileiras, com idades entre 25 e 91 anos. Conheciam bem o gênero e interagiam de forma ativa com o que percebiam nas telenovelas que acompanhavam.

I. Telenovelas e aprendizagem social

O argumento aqui tratado diz respeito ao papel e à importância da televisão na construção da realidade social, e o interesse neste artigo é o de discutir o modo com que as representações apresentadas por um gênero televisivo em especial, as telenovelas, são utilizadas como recursos cognitivos por parte das suas telespectadoras. Sendo este um dos gêneros de maior apelo popular atualmente, o propósito é verificar como as telenovelas são utilizadas como ambiente, como meio e/ou como espaço a partir do qual desenvolver certos conhecimentos e habilidades: como colaboram a somar elementos ao conjunto de conhecimentos que os telespectadores usam para interagir e integrar-se socialmente.

Para entender como se efetua um certo tipo de aprendizagem social através das telenovelas é fundamental identificar os aspectos que permitem explicar como o que é proposto por estes programas é, de algum modo, “aproveitado” pelos telespectadores. Para ser considerado como espaço de construção de conhecimento os telespectadores devem, por sua vez, “assimilar” ou “interiorizar”¹ o que percebem e observam nas telenovelas, e chegar a “integrar” os elementos assim adquiridos no conjunto de saberes e nos esquemas de referimento que utilizam

como parâmetro para desempenhar-se em sociedade. Como afirma Hall, «if no ‘meaning’ is taken, there can be no ‘consumption’. If the meaning is not articulated in practice, it has no effect.»².

Associado ao interesse de verificar “se” tal internalização se concretiza, neste caso se coloca também a questão de “como” se realiza a “assimilação” e a “integração” de conteúdos sociais através do contato estabelecido com esses programas. As respostas pertinentes a estas questões permitem avançar em termos das noções que se tem sobre o que fazem os telespectadores com estes produtos, ou, ainda, sobre o que conseguem fazer estes programas à bagagem sociocultural das pessoas que os assistem.

Entre os aspectos encontrados que confirmam a apropriação da realidade social a partir da recepção das telenovelas, foram individuadas algumas dimensões de leitura por meio das quais as telespectadoras acediam a explicar o que eram para elas esses programas televisivos. Além da percepção da pluralidade de linguagens/dimensões que compõem este tipo de produto, a presença dessas formas de abordagem no discurso sobre o gênero expressa, adicionalmente, aspectos relativos à qualidade da interação que as telespectadoras têm com as telenovelas. O interesse pelas leituras identificadas se relaciona, também, com a idéia de que, ao menos em parte, as repercussões da recepção que é feita dependem das características e especificidades dos programas em questão. Dentro desta perspectiva, se entende que as dimensões que constituem e caracterizam o gênero devem traduzir-se e expressar-se nas formas e na qualidade da relação que se referem, conseqüentemente, à pluralidade de elementos utilizados para “ler” e assimilar o que é proposto por estes textos. A individualização das leituras se relaciona, então, com a finalidade de identificar como cada uma delas contribui à apropriação dos conteúdos sociais propostos por este gênero televisivo. Relaciona-se,

(01) Como bem nota León, referindo-se direta ou indiretamente ao processo de socialização e de resocialização, ao lado dos conceitos de “assimilação”, de “integração” e de “internalização” utilizados por Heller para dar conta e explicar a relação entre a objetividade social e a particularidade individual, Bourdieu utiliza entre outros o conceito de “interiorização” para dar conta dos mecanismos de acumulação e de atesouramento de capital cultural que permitem o ajuste entre as práticas e as estruturas sociais. Cf. LÉÓN, E. Usos y Discursos Teóricos sobre la Vida Cotidiana.

(02) HALL, S., «Encoding/decoding», in Culture, Media, Language, ed. S. Hall - D. Hobson - A. Lowe - P. Willis, London, 1984, 128.



adicionalmente, com o intuito de verificar como as características do gênero se expressam na apropriação que se dá a partir do contato com as telenovelas.

II. As dimensões de leitura

As dimensões de leitura que emergem da interação com um determinado tipo de texto estão sujeitas à combinação entre o que é proposto pelo texto e o modo com que nele se organiza e dispõe o que é oferecido/apresentado ao público receptor. Elas dependem, ainda, do que estando no texto, e do que nele é predisposto como estratégia para interpelar e envolver os seus interlocutores, é utilizado pelos receptores para apreender os elementos percebidos e observados durante as várias etapas nas quais a recepção se realiza.

À diferença dos níveis ou das modalidades de leitura, as dimensões de leitura aqui propostas não se referem às formas de posicionar-se³ e de decifrar o sentido dos textos⁴. Refere-se, à discrepância disso, à percepção da variedade de aspectos que, combinados, fazem com que as telenovelas sejam como são. Cada parte constitutiva (dimensão) demanda e estimula o desenvolvimento de determinados tipos de competências, e solicita uma variedade de maneiras de aproximação e de abordagem para que se consiga apreender e articular os elementos necessários para interpretar o que o texto, no conjunto, tenciona propor ou sugerir como significado.

As dimensões de leitura delimitadas se relacionam com os tipos de respostas cognitivas propostas por Neuman, a partir das quais, segundo este autor, os receptores expressam o que pensam sobre os programas e externalizam a relação que fazem do que neles assistem com a própria vida, com a comunidade e a sociedade⁵. As dimensões de leitura se relacionam, além disso, com os tipos de leituras propostas por Liebes e Katz, porquanto eles exploram, contrapondo, o tipo de leitura em que o receptor conecta o programa com a vida real, com aquele onde se discute sobre os programas

como construções ficcionais e nos seus aspectos estéticos⁶.

As dimensões de leitura são, por conseguinte, manifestações dos aspectos constitutivos da interação com um determinado tipo de texto. Com a combinação das dimensões de leitura presente no discurso sobre as telenovelas, as participantes deste estudo demonstraram perceber e elaborar, de forma associada ou separadamente, os aspectos que para elas se mostravam mais significativos. As dimensões revelam diferentes facetas da qualidade da interação com as telenovelas, e também da contribuição dessa interação para o desenvolvimento social e intelectual das telespectadoras. Ao mesmo tempo em que através da percepção das dimensões de leitura se demonstra a capacidade de circunscrever e evidenciar aspectos específicos dessas obras, por meio dela se evidencia, também, que as receptoras pensavam e refletiam sobre os seus aspectos constitutivos, e que assimilavam e apropriavam, de modo organizado, muitos dos elementos e dos saberes que compõem e articulam essas dimensões.

As leituras dizem respeito, então, à versão construída sobre o que e como são esses produtos. Elas se referem, em segundo lugar, ao que se acredita que as telenovelas propõem, ao que elas procuram ou tencionam “transmitir”. As leituras individuadas se referem, enfim, a como o receptor se coloca, como sujeito social, perante o que observa neste tipo específico de construção narrativa.

III. A dimensão interpretativa

A leitura interpretativa se refere, essencialmente, ao que se julga identificar nas telenovelas como construção social de sentido. É uma forma de abordagem e de resposta cognitiva aos produtos midiáticos onde é indicado e analisado o que se considera que relatam e apresentam os programas em termos gerais: qual é o modelo de mundo tipicamente proposto, quais são os mundos possíveis construídos pelas várias tipologias de tramas, o que dizem

(03) A este respeito se pode citar, por exemplo, os três tipos de posições a partir das quais decodificar as mensagens dos meios propostos por Hall: posição dominante-hegemônica; posição ou codificação negociada; e codificação de oposição. Ver HALL, S. op. cit.

(04) Sobre as leituras conotativa e denotativa como modalidades de leitura, cf. ANG, I. *Watching Dallas. Sobre os modos de ler, ou melhor, os eixos - o sintagmático e o paradigmático - a partir dos quais se cria significado na construção narrativa, cf. ALLEN, R., «The guiding light: soap opera as economic product and cultural document», in *Television. The critical view*, ed. H. Newcomb, New York, 1987, 141-163.*

(05) NEUMAN, W.R., «Television and american culture: the mass medium and the pluralist audience», *Public Opinion Quarterly* 46 (4), 1982, 471-487.

(06) LIEBES, T. - KATZ, E., *The Export of Meaning. Cross-cultural reading of Dallas*, New York, 1990.



sobre a sociedade, o que dizem sobre as pessoas (“outras”), o que pensam passar como idéias gerais, de que maneira pretendem aproximar-se e representar à realidade social, e assim por diante. Trata-se, portanto, de um procedimento de construção de sínteses generalizantes a partir do qual se especifica e elabora o que se acredita que determinados textos apresentam, ou o que se julga perceber em relação ao que os programas transmitem como conteúdos sociais. As considerações pertinentes à dimensão interpretativa permitem, por sua vez, avaliar a capacidade de combinar a compreensão com a interpretação e a análise dos aspectos semânticos e pragmáticos dos textos.

Como se mencionou anteriormente, as dimensões aqui propostas possuem alguns pontos em comum com as respostas cognitivas sugeridas por Neuman e também, dentro de certos limites, com os tipos de leitura apresentados por Katz e Liebes. Neuman, por exemplo, define a leitura interpretativa como aquela onde os receptores avaliam as intenções e as implicações dos programas para a sociedade, e a relevância dos programas para a própria vida pessoal. Em outras palavras, ele junta as impressões sobre o programa, de modo geral, com aquelas que os receptores têm tomando a si mesmos e às próprias vivências e experiências como parâmetro de construção. Na proposta aqui desenvolvida os comentários interpretativos propostos por Neuman são separados em duas partes, sendo que por respostas interpretativas se entende sobretudo a dimensão de leitura que diz respeito ao que os receptores apreendem do que é apresentado pelo programa de modo geral, e por respostas referenciais aquelas onde o receptor se sente direta e pessoalmente implicado pelo que sugere e considera o texto ou o tipo de programa em questão. Assim sendo, no caso da dimensão interpretativa aqui apresentada o receptor não se situa como parâmetro primário de referência para avaliar o que observa, e não constrói conhecimento a partir da comparação

direta entre o que vê e o que vive individualmente. Em lugar de acentuar a individualidade do receptor, as comunidades de referência e de apropriação em que participa ou as suas características sociodemográficas, na dimensão de leitura interpretativa aqui proposta se enfatiza a sua experiência enquanto sujeito social, dentro e em relação a um contexto social. Quanto às formas de leituras propostas por Liebes e Katz, os aspectos ideológicos por eles analisados seriam, na proposta deste estudo, abordados na leitura interpretativa, visto que para entender as sugestões feitas pelos textos os receptores devem também resgatar e articular (interpretando), como conjunto, as idéias apresentadas pelos programas. Além disso, em lugar de enfatizar e valorizar a tendência em separar a realidade da ficção, como acontece na proposta feita por estes autores, aqui se avalia o grau de realismo atribuído à representação, porque se tem como ponto de partida que todos os programas televisivos constroem necessariamente versões e representam a realidade que dizem mostrar ou retratar.

A leitura interpretativa aqui proposta diz respeito, então, ao sentido construído sobre as representações da realidade propostas pelos programas, pois com relação ao que é encontrado o percebido nos textos, o receptor constrói a partir da articulação dos seus distintos elementos e dos recursos constitutivos. Em relação às sínteses generalizantes realizadas através da interação com as telenovelas, foram trabalhados três aspectos relacionados à visão construída sobre o que dizem e transmitem esses programas de modo geral. Os três aspectos desenvolvidos neste sentido foram: à influência imputada às telenovelas, às mensagens identificadas e à percepção do realismo atribuído à representação. O primeiro fator, à influência atribuída, diz respeito ao que, de maneira geral, se pode obter ou é aproveitado deste tipo de narrativa; o segundo, às mensagens, dizem respeito aos modelos, às concepções e às noções genéricas preferencialmente observadas nesses programas



televisivos. O terceiro, ao realismo da representação, se refere aos elementos e às facetas desses programas que, segundo as telespectadoras, falam e comentam a realidade social. Para compreender o que é ou pode ser apreendido como idéias e concepções através do contato com esse gênero televisivo é importante entender se, para as receptoras, esses programas falam (debatem, comentam, refletem, retratam, mostram) sobre o que está fora da televisão. É necessário considerar, também, se existem certos argumentos ou núcleos temáticos que, no parecer das telespectadoras, são particularmente abordados ou salientados por esses produtos. Enfim, é relevante entender se, segundo as pessoas que assistem às telenovelas, as propostas sugeridas e os conteúdos sociais oferecidos pelo gênero são (por conveniência, por convincentes, por atraentes, ou por algum outro motivo), ou podem ser, aproveitados pelas pessoas que assistem a este tipo de programação. Em adição, como manifestação do que percebiam e prestavam atenção nesses programas, deve-se ressaltar que algumas características do gênero, que serão a seguir também indicadas, eram bem discernidas, se expressavam no discurso que as telespectadoras faziam sobre estes programas, e eram particularmente utilizadas pelas receptoras entrevistadas para construir a própria visão e versão sobre o modelo de mundo e de sociedade exposto pelas telenovelas. Em continuação serão indicados os principais resultados encontrados em relação aos três aspectos acima mencionados, e serão ressaltadas, também, as especificidades do gênero que foram mais claramente utilizadas e contribuíram para a leitura interpretativa desses programas.

a) A influência das telenovelas:

O primeiro fator que diz respeito ao que se interpreta e extrai dos produtos mediáticos é a capacidade atribuída de mostrar-se, ou de ser percebido, como algo que possa somar elementos: que “dê”, que ofereça ou

que apresente elementos/saberes que sejam assimilados e utilizados pelo público receptor. Para exercer influência é preciso que, pelas razões que sejam, o que é sugerido ou “mostrado” seja visto ou apareça como algo utilizado ou utilizável; além disso, é também necessário que se receba ou “pegue” o que é “dado” ou exposto por estes produtos. Para as mulheres entrevistadas, as telenovelas têm o poder e possuem os meios para influenciar as pessoas que as assistem. Exercem influência porque o que elas apresentam é utilizado pelos telespectadores que, segundo elas, reproduzem e repetem (ações, comportamentos, atitudes, etc) o que vêem nesses programas. A influência conferida, no entanto, era vinculada unicamente à utilização implícita ou explícita de algo desses programas por parte das “outras” pessoas que os assistiam. Quanto aos usos que assumiam fazer dos conteúdos sociais das telenovelas, isto não se tratava, para elas, de uma manifestação de haver sofrido uma influência, mas sim de uma opção pessoal e voluntária de usar, copiando e repetindo, algo que lhes servia ou que era considerado útil (por desejável, por atraente, por adequado, por bonito, por justo, etc).

Em se tratando dos “outros”, das pessoas que conheciam e nas quais reconheciam algum tipo de réplica/imitação do que haviam visto em alguma telenovela, o uso dos conteúdos das novelas era visto como uma evidência e uma manifestação concreta da influência destes programas. Neste caso, além disso, a influência era entendida como algo de espontâneo, que acontece porque se absorve de forma ingênua e inconsciente, sem que exista a intencionalidade na escolha ou o discernimento na seleção do que é ou deixa de ser assimilado. Quando se tratava dos “outros”, a influência era indicada seja como uma constatação, «isto acontece», nos casos em que se tinha uma boa opinião desses programas, seja como uma potencial ameaça, quando se desconfiava das intenções furtivas que podiam vir a ter esses programas, ou



se duvidava da capacidade de discernimento daquela massa “de outros” que assistem a estes programas⁷.

“Eu tenho uma sobrinha, ela tinha dois aninhos e meio, aí eu fui brincar com ela que a Sandrinha ia ficar com o Jamanta da novela, e ela virou prá mim e disse: ‘e quem vai ficar com a Lucineide?’. Eu nem sabia quem que era a Lucineide. Era a namorada do Jamanta, sabe? Então *as crianças já estão incorporando esse tipo de coisa*. Eu fui e falei, ‘ela não sabe’, ‘eu vou falar que o mais famoso vai ficar com a mais famosa da novela’, ‘e quem vai ficar com a Lucineide?’. Eu levei um choque, eu falei *‘faz parte do mundinho dela esse tipo de coisa’*”.

“Porque *eu acho que incentiva as pessoas*, sabe? Porque eu, *não é o meu caso*, mas tem muita gente que parece que vive uma novela em casa, e se baseia naquele comportamento para ter um comportamento igual. [...] Então *eu acho muito arriscado colocar essas tramas, assim, pesadas*”.

“Inclusive há novelas que eu dizia prá uma que trabalhava comigo, que *não deixasse a filha ver*, ‘não deixa, não deixa porque *ela é criança, ela não sabe separar*’. Então isso vem a *prejudicar*, porque ela fica com a mente, assim, *achando que aquilo que tá ali é certo quando na verdade não é*”.

Quando falavam de si mesmas o tom do discurso era completamente diverso. Em primeiro lugar, o que acontecia com elas não era tido como uma real influência, porque era algo consciente e voluntário; em segundo lugar, os termos utilizados para definir

o modo e a razão de uso eram outros; em terceiro lugar, o que elas absorviam desses programas era sempre o que julgavam ser os seus aspectos “melhores” e mais “convenientes”. Não se preocupavam em sofrer algum tipo de influência (negativa) por assistir regularmente a esses programas, porque se sentiam capazes de defender-se e de optar, selecionando, somente pelo que era proveitoso ou servia para algo preciso.

Todas as participantes afirmaram utilizar certos aspectos do que viam nas novelas para distintos fins, mas atribuíam este tipo de “aproveitamento” a uma opção deliberada e consciente de obter recursos que podiam trazer-lhes vantagens e benefícios. No que se refere ao que elas reconheciam “pegar” das telenovelas, se pode mencionar, em primeiro lugar, o uso que faziam do que assistiam como modelo, como estratégia para alcançar determinados fins ou como modo (guia) para solucionar determinados problemas. Admitiam, em segundo lugar, utilizar, copiando e imitando, para produzir um resultado similar ao das ações ou comportamento que tinham visto nas telenovelas; ou ainda por haver estabelecido uma relação, através da identificação de semelhanças, entre o que viviam e o que viam nas telenovelas. Em terceiro lugar, como influxo das telenovelas sobre si mesmas, aceitam abertamente que aprendiam através do que viam nesses programas. Admitiam aprender porque o que ali assistiam dava inteligibilidade ao que até então não tinham conseguido “ver” ou entender fora da telenovela, e porque consideravam adquirir conhecimentos sobre aspectos específicos, ou sobre como interagir e enfrentar a vida em certas ocasiões.

“O jogo da sedução. Quando eu era mais nova *eu prestava muita atenção* no jeito que as novelas mostravam como se paquerava. *Eu não sabia como paquerar, então eu via nas novelas como é que fazia*. Olhava no espelho, assim, e fazia caras e bocas, *tentando fazer igual*”.

(07) Neste caso, se trata de uma espécie de “pânico moral” análogo ao que, como menciona Jensen e Rosengren, acompanhou o desenvolvimento do estudo de diversos meios de comunicação, porque se duvidava de seus efeitos sobre crianças, mulheres e pessoas sem educação formal elevada, ou seja, aquelas consideradas weak minds. JENSEN, K.B. - ROSENGREN, K.E., «Five traditions in search of the audience», *European Journal of Communication* 5 (2-3), 1990, 208-209.



(Patrícia, 27).

“Agora, é a coisa mais engraçada, *eu boto muito mais apelido de novela em animais do que em pessoas*. Tinha uma novela aí que tinha uma tal de Bina, e tinha uma porquinha que eu botava leite na mamadeira e dava, então ficou o apelido de Bina. E o guachinho, o carneirinho que nasceu, era o Jony Percebe. *Porque era um personagem da novela e foi batizado assim*”.

(Elmina, 57).

“Às vezes até *eu posso imitar*. Ou seja, ‘nossa, a Claudia Raia fica muito bem com um terninho’, eu falo: ‘Ah, eu gostaria de botar um terninho’, ‘acho bonito’. Porque veio ao encontro do que eu já gosto. Ou seja, *casou com o que eu já gosto*, que é usar uma roupa de uma cor só, ou usar uma roupa em tom sobre tom. E *se tem um personagem assim, eu começo a prestar atenção mais nela*. Nessas roupas e coisas, e admiro às vezes, mas não exageradamente”.

(Patrícia, 36).

“Igual, muitas vezes, *aprender a perdoar, aprender a admitir* que você errou, que você tem que chegar e falar. Que não é tudo do jeito que você quer que vai acontecer. *Você aprende com isso*, porque às vezes não é o que você quer que vai acontecer, do jeito que você quer”.

(Luciene, 25).

“Dá prá aprender, por exemplo, se tem um pintor na novela, tu *aprendes alguma coisa de arte*. Se tem um cantor, tu *aprendes alguma coisa de música*. Se tem um poeta, tu *aprendes alguma coisa de poesia*. Se a novela se passa em outro país, tu vês aquele país, apa-

recem museus, aparecem pontos turísticos daquele país. *Tu vês e tu aprendes*”.

(Milene, 31).

Em síntese, elas consideravam que as telenovelas têm o poder e a possibilidade de influenciar aos telespectadores, ou melhor, que elas exercem influência sobre as pessoas (“outras”) que replicam, de modo espontâneo e involuntário, sem discernir claramente os critérios de seleção dos aspectos que chegaram a “assimilar”. Quando se dá de maneira voluntária e consciente, e se “aproveita” somente o que há de “positivo” nesses programas, como elas mesmas diziam fazer, aí já não seria uma influência, mas sim uma aprendizagem que se dá porque se sabe aproveitar oportunamente o que há “de útil” e de “melhor” nesses programas.

b) As mensagens:

O segundo aspecto aqui ressaltado, é que também se refere à qualidade da interação que os telespectadores têm com estes programas, diz respeito ao que é visto como sendo preferencialmente representado (e valorizado) nas tramas deste gênero. Os temas mais recorrentes, os problemas que marcam o percurso dos personagens, os valores mais representados, as qualidades e os atributos típicos dos personagens centrais, a maneira como se desenrolam as histórias, as soluções e o encerramento característicos são, todos eles, parte constitutiva de como os programas articulam e apresentam certos modelos de mundo e de realidade social aos seus telespectadores. Através desses e de outros elementos narrativos as telenovelas circunscrevem o próprio território de ficcionalidade, pontualizando e assinalando determinadas visões e concepções de como são e funcionam as pessoas e as relações sociais.

Com relação ao discernimento do sentido social construído por estas obras, então, outro aspecto identificado em relação à dimensão interpretativa foi a percepção das mensagens e da moral da história que as receptoras



observavam nas novelas que assistiam. O ponto central, neste caso, é definir o que esses programas querem ou terminam por comunicar, e estabelecer o que eles reafirmam e ressaltam com a particular composição e combinação de elementos que utilizam. A apreensão das mensagens estava relacionada com a capacidade de síntese, de enxergar o conjunto da história, de alinhar os diversos elementos fornecidos pelos textos e de conseguir visualizar, concluindo, o que esses textos propõem. As telespectadoras entrevistadas indicaram que esses programas passavam, regular e sistematicamente, idéias bem precisas sobre como funcionam as coisas, sobre o que é melhor e o que é pior, sobre o que é mais legítimo e o que não é bem aceito no modelo de mundo proposto pelo gênero.

Uma primeira maneira de resgatar o que era proposto pelas telenovelas eram as relações que faziam a partir dos exemplos de vida apresentados pelas trajetórias dos personagens centrais. As mensagens, ou seja, o que elas julgavam que os textos queriam dizer e comunicar era apreendido, neste caso, com a articulação dos conteúdos referentes aos comportamentos, às condutas e às posturas de vida apresentadas pelos diversos personagens. Em outras palavras, era através dos contrastes entre os exemplos fornecidos que elas percebiam que as tramas compunham e ilustravam a discussão sobre os projetos (antagônicos) de identidade social. As sínteses elaboradas neste sentido se referiam, em primeiro lugar, à identificação dos comportamentos vistos como mais eficientes (para alcançar o que se quer) e bem-sucedidos dentro do contexto das tramas. Neste caso, a eficácia atribuída se vinculava à percepção do bem-estar, do prazer e da aceitação social que, no modelo de mundo proposto pelas telenovelas, obtêm (relação causa-efeito) certas opções e hierarquias de prioridades expressadas pela ação dos personagens. As mensagens ligadas aos projetos de identidade eram percebidas, em segundo lugar, a partir da identificação do sentido de “possibilidade” introdu-

zido por esses programas. Em terceiro lugar, as mensagens ligadas às atitudes perante a vida eram apreendidas quando, abstraído e generalizando, as entrevistadas compreendiam as prescrições de comportamento implicadas nos modelos de mundo, de sociedade e de família propostos por esses programas.

“Ela [Bete, *Andando nas nuvens*] é egoísta, só pensa nela, e maltrata as pessoas mais humildes. É o comportamento de uma pessoa ambiciosa é assim, ela vai pisando em todo mundo para conseguir o que deseja. Então esse comportamento, na casa *ninguém gosta dela*, acham ela uma *chata* (risos)”.
(Rosimeire, 39).

“*Eu aprendi*, assim, não nessa novela agora, mas igual a essa mulher que foi deputada, que quando a gente quer a gente consegue as coisas. Porque ela era pamonheira, ela vendia pamonha na rua. Ai ela estudou e conseguiu ser deputada. E ela tentando que a filha dela estudasse e a filha dela não queria nem estudar nem nada. Nunca quis nada. Pois é! Ela estudou e foi deputada”.
(Aparecida, 31).

“Vários tipos de *mensagens*. Seja bonzinho, mas não seja otário; transe com ele, mas não seja fácil; traia o seu marido, mas às escondidas. Ou vice-versa, traia a sua mulher, mas faça bem feito. Se vale a pena, larga tudo. Pense antes no dinheiro do que na família. Tanto mensagens positivas, quanto negativas. Respeite quem você gosta. Não faça com os outros o que você não gostaria que fizessem com você. O bem sempre vence o mal. Quando o mal vence, dá problema no Ibope”.
(Patrícia, 27).



As mensagens apreendidas nesses programas expressam, também, a percepção da presença das alegorias do bem e do mal⁸ como eixo na discussão sobre o “dever ser”, sobre a normatividade social, sobre a construção de um consenso moral sobre a ‘condução da vida’⁹ pessoal. Trata-se, portanto, da percepção da tendência de avaliar os modelos de comportamento apresentados a partir de parâmetros que separam e contrapõem o bem e o mal, onde se associa o que é legítimo à verdade, ao bem e aos bons; e o que é ilegítimo à mentira, à maldade e aos maus. O processo de restauração da ordem social subvertida é, assim, associado à perseguição e ao exílio dos malfeitores, e à salvaguarda e ao triunfo da virtude, da inocência e da verdade.

‘Tem [mensagem], assim, que *tudo o que você fizer você paga*. Tipo isso: se você fizer o bem hoje, você recebe o bem; se você fizer o mal, você recebe o mal. Eu acho que essa é a mensagem, porque é difícil uma pessoa que seja ruim a novela inteira se dar bem no final. Ou ela morre, ou acaba ficando louca, uma doença, qualquer coisa dá na pessoa’.

(Aparecida, 31).

‘Aquela fulana [Bete, Viviane Pasmater, Andando nas nuvens] não quer fazer nada, nem prá ela, nem prá ninguém. Ela quer tudo pronto, só vem a mim e o vosso reino que se amole. Outra coisa, ela só anda correndo atrás de quem tem é dinheiro. Quem tem o carinho, quem faz o afago, isso aí ela não está ligando. [...] E outra coisa, ela é falsa. [...] É livre demais’.

(Julieta, 67).

‘A Glória Pires [Suave Veneno] também fez um papel muito feio, mas eu acho que ela não é *ruim* de um todo. Ela fez um papel feio porque prá tirar o

irmão da cadeia, ela se prestou a ajudar uma moça que queria fazer uma vingança. E aí a moça se deu mal e ela também, se deram muito mal as duas’.

(Joaquina, 90).

‘Quando o malvado se dá mal, *é a história de todas as novelas, o bem sempre vence o mal*. Nada assim muito diferente disso. *O final é o mesmo*, as histórias só se misturaram. É a vida mesmo, ou ela acaba bem, ou ela acaba mal. Só que nas novelas, em geral, ela acaba mal prá quem foi ruim e bem prá quem foi bom. *E isso ensina à sociedade. Eu não sei se eles praticam, mas ensina*’.

(Patrícia, 27).

‘[as novelas falam] Dos pobres, dos ricos. Critica a maneira de certos ricos tratarem os pobres. Assim como critica também a maneira dos pobres tratarem certas pessoas, porque nem só os ricos são *maus*, os pobres também tem um grau de *maldade* também. Que às vezes é o que ocasionou a pobreza deles foi aquilo’.

(Antônia, 91).

À parte do que é individuado no que é comum ao gênero (identidade entre vários, diversos), outras questões ou discussões se referem às especificidades de cada obra, ou seja, aos temas que dão vida a cada uma das muitas histórias contadas por estes programas. Neste caso, porém, ao invés de referir-se ao que normalmente se encontram nesses programas, as mensagens construídas se remetem às particularidades das diferentes histórias contadas, isto é, aos argumentos e aos elementos temáticos que expressam, muitas vezes, a porosidade das obras a questões culturais e socialmente vigentes nos distintos contextos de produção¹⁰. O discernimento deste tipo de mensagem indica, por sua vez, o uso das competências desenvolvidas a

(08) THORBURN, D. «*Television Melodrama*» in *Television: the critical view*, ed. H. Newcomb, New York, 1987, 628-644.

(09) HELLER, A., *Historia y Vida Quotidiana*. México, 1985.

(10) GOMES, M., *Recepção de Tele-novelas e Socialização*.

respeito do gênero para compreender o que é proposto pelos diferentes programas, pois demonstra a capacidade de separar o que é comum a essas obras, e o que, como idéia de fundo, distingue uma das demais novelas.

“Tinha uma novela que eu gostava muito, essa eu acompanhei todinha, que era aquela ‘Era uma vez’. Por causa das crianças, eu adorava. E ela emitia aquela idéia do simples, do pobre e do rico. Eram os avós disputando as crianças, um era mais pobre, o outro era mais rico. Então passava aquela mensagem de que *o dinheiro não é tudo*, de que o avô mais pobre era o mais legal, brincava, as crianças gostavam mais, né? Passavam a mensagem de que dinheiro não é tudo”.

(Milene, 31).

“Ou seja, prá mim ficou como idéia dessa novela [Peccado capital, Rede Globo, 1975/76] o seguinte: que *you não pode fazer as coisas a qualquer preço*, você tem que primeiro saber bem quem você é e o que você quer, prá você não cair em enrascada. Porque o cara só caía em enrascada, por causa do fatídico dinheiro. Ele queria aparentar prá tal de Lucinha que ele fosse grande coisa, e ele topava qualquer coisa em nome disso. Eu só me lembro disso, que ficou essa coisa”.

(Patrícia, 36).

d) O realismo da representação:

O terceiro aspecto relativo à leitura interpretativa se refere ao que, nas histórias propostas por esses programas, têm de alusão ou de referência à realidade social dos telespectadores. Sobre a proximidade ou a semelhança entre história e contexto social se deve ressaltar, antes de tudo, que as entrevistadas sabiam que as telenovelas não tinham, tal como é o caso de outros

tipos de programas televisivos, a finalidade última de contar, refletindo e mostrando, o que acontece na vida de todos os dias. Sabiam perfeitamente que esses programas não tinham, adicionalmente, o compromisso de relatar fidedigna e estritamente os fatos “reais” tal como se apresentam por fora do mundo da televisão. Sabiam que eram programas de ficção, mas ainda assim mencionavam que neles reconheciam aspectos de realidade, e considerava realista ao menos parte do que viam nas telenovelas. O realismo das representações não era visto em contraste com o fato dessas serem histórias fictícias.

“*Falam sobre a realidade, mas de modo fictício*. Aquela situação ali não foi vivenciada pelo *cara que escreveu, ele inventou*. Ou *copiou* de alguém. Ele viu um casal que aconteceu isso, um casal que aconteceu aquilo, não sei que, pá, pá, pá. Então aquilo é uma ficção”.

(Elmina, 57).

“*Abre um pouco os meus horizontes*. A gente não fica tão assim na gente mesmo, a gente *abre os horizontes* da gente. Ainda mais prá mim, que tenho uma vida mais quieta, mais sozinha. Então, abre um pouco os horizontes. Apesar da gente saber que *é ficção*, mas tem certas coisas que *podem acontecer*, né? Não é a vida, *é ficção*, mas pode acontecer”.

(Terezinha, 68).

Quanto à aprendizagem social realizada com o que se vê nestes programas se deve mencionar, por exemplo, que mesmo indicando que eram histórias fictícias, as entrevistadas relacionavam o que viam nessas histórias com o que era para elas a vida de todos os dias. A esse respeito cabe assinalar, também, que além de não considerar a ficção como antônimo da realidade e de valorizar os elementos de realidade comunicados e comentados através das representações apre-



sentadas pelas histórias fictícias contadas pelas telenovelas, elas demonstraram utilizar o que viam nesses programas também para refletir sobre o que conheciam (reconhecimento) e para pensar sobre si mesmas (identificação). O que existe de realidade, ou como metáfora da realidade, no mundo proposto por esses programas era, assim, utilizado para refletir, para pensar e para explorar (comparando) o que se conhecia da realidade com a qual se tinha contato.

“Um pouco do que eu vejo na novela, *eu tento comparar com coisas que existem*. Por exemplo, você vê uma cena na novela aí você fala: ‘como que isso acontece na vida real?’, *fora da televisão*. Como que uma mãe reage com uma filha? Como que o chefe lida com o empregado? Você fala, ‘mas é assim que acontece?’. Às vezes eu me pergunto, ‘mas isso, não é assim que acontece com as pessoas que eu convivo?’”
(Patrícia, 36).

“Óbvio que você acaba *fazendo relações*, porque nas novelas os personagens são fictícios, mas *têm a ver com a realidade*, porque senão seria uma telenovela de Marte. Então sempre, *são situações que são quotidianas*, acho que aí todo mundo, se não se *identifica* naquela cena ou naquele comportamento, se identifica com outro, identifica outro, porque são situações comuns”.
(Rosana, 39).

Sobre os fatores considerados relevantes para diferenciar o que tinham do não tinham de realistas esses programas, cabe ressaltar que era sobre o conteúdo e não sobre a forma de construir o discurso narrativo que os comentários se centravam. Com isso não se quer afirmar que a morfologia não fosse importante para organizar o sentido de realidade nesses progra-

mas¹¹, mas sim que as entrevistadas não vinculavam os recursos utilizados com o sentido de realidade atribuído à representação. Entre os atributos dos conteúdos relacionados ao realismo se pode mencionar, em primeiro lugar, a associação feita do que é real com o que “existe”, com o que é atual (temas de atualidade), com o que é comum (no sentido de corriqueiro) e com o que é verdadeiro. O verdadeiro aqui é aquilo que “reflete” a realidade, que é “plausível” e que “pode acontecer”, e não somente o que reproduz um fato ou um evento que já aconteceu. Em segundo lugar, a representação é realista quando às circunstâncias, as situações ou os cenários onde se desenvolvem os acontecimentos são passíveis de serem re-conhecidos, e permitem que se estabeleça o vínculo com o que estava “fora” da televisão. O importante, neste caso, não é que fosse comparável, e sim que fosse parecido, que se assemelhasse e que “existisse” mais ou menos daquele modo também fora do mundo das telenovelas. Enfim, mais do que à probabilidade, o realismo aqui é associado ao sentido de possibilidade. O que é possível é o que de uma maneira ou de outra corresponde, o que encontra correspondência e equivalência; o que existe também, como regra ou como exceção.

“[são realistas] Porque mostram *coisas que estão acontecendo no mundo*. Coisas bem *plausíveis*, essas discussões em família por herança. Isso aqui é uma coisa que quase que *uma regra geral*. Tem uma pessoa que diz que quando morre uma mãe pobre, todos se juntam prá fazer o enterro, prá fazer o enterro em conjunto. Quando morre uma mãe rica, todos se juntam prá brigar pela herança. *E é uma verdade*, é muito raro, muito difícil não haver, não é? Só em casos excepcionais prá não haver isso.”
(Silvéria, 78)

“Aquilo era aquilo mesmo,

(11) Sobre as convenções ligadas à forma através da qual se constrói o sentido de realidade nos programas, ver FISKE, J., *Television Culture*. London, 1987.

a realidade aí do Pantanal [Pantanal, 1990], daquele cidadão bronco que tinha dinheiro, que manda os filhos prá fora estudar, mas que no fim não passa de um bronco mesmo. A gente fala ‘gigolô de boi’, porque vive às custas de boi (risos). Eu gostei muito por causa da natureza.” (Elci, 56)

“Nas novelas, prá mim, parece que acontece *tudo igual ao que acontece em uma casa*. [...] Que nem acontece na novela, *tá acontecendo em qualquer lugar* em uma casa. Briga de marido, separação, filho que não obedece pai.” (Alice, 70)

“essa última novela que está passando agora, ‘Suave veneno’. Você vê, no dia a dia *existem pessoas iguais* àquela menina: não roubou o chale, não colocou nas coisas da outra. No dia a dia existe muita gente querendo tomar o lugar dos outros. Então, quando elas são ruins, elas fazem tudo, prejudicam a outra pessoa, até no último extremo, para tomar o lugar da pessoa. E *na vida real existe isto*, puxar o tapete da outra. [...] *É uma cópia da realidade*. Eu já sei de muita gente que já puxou o tapete dos outros.” (Jacira, 59)

Dentro do que é visto como expressão do que é real em relação aos conteúdos se deve mencionar, também, o que tem neste gênero como porosidade ao que acontece fora das telas de televisão, antes ou durante o desenvolvimento das tramas. Como se tratam de obras que vão sendo escritas ao passo que estão sendo consumidas, certos eventos do contexto de produção vão, muitas vezes, sendo inseridos no texto e se manifestando no cotidiano vivido pelos personagens. Mais ainda, o que acontece fora da televisão é algumas

vezes comentado (“uma explosão de um shopping”, “crianças desaparecidas”), discutido e explicado através das situações e dos acontecimentos que “interferem” na vida dos personagens.

“A novela das oito normalmente tem *alguma coisa da realidade* do momento inserida na novela. [...] por exemplo, teve uma novela antes dessa que era sobre uma explosão de um shopping, tal, tal, tal, que *é uma coisa que já aconteceu* lá em São Paulo, né? Há uns três anos atrás explodiu um shopping lá, caiu, morreram pessoas e ficou por isso mesmo, a justiça não fez nada, as pessoas não foram indenizadas. Foi um acidente. Nesse caso da ‘Torre de babel’ foi um crime, foi uma pessoa que explodiu. Teve uma outra novela [Explode coração, 1995-96] que tinham crianças desaparecidas na trama, aí *eles colocaram*, eles prestaram um serviço de mostrar as crianças desaparecidas. Essa agora acho que não tem nada assim que esteja acontecendo no momento. Tem talvez a parte da ecologia, porque é uma coisa de mármore que derruba muito, que acaba com florestas e tal. Mas normalmente *eles põem alguma coisa da realidade do momento*.” (Rosimeire, 39)

Em resumo, os critérios utilizados para avaliar o que se apresenta de realidade nos programas deste gênero se vinculavam, sobretudo ao conteúdo das histórias, e em relação a eles era considerado necessário, principalmente, que fossem possíveis e factíveis de acontecer, que correspondessem ao que existe fora da televisão, que se referissem à vida e a experiência de pessoas “comuns”, e que trouxessem à baila temas atuais e contemporâneos. Como representam o que é possível, o que existe e o que pode acontecer também na vida real, as telenovelas põem os telespectadores diante (“na



frente”) e “informam” sobre o que de “atual está existindo”. É uma outra forma, entre as tantas oferecidas pela televisão, de olhar e apropriar-se do que acontece nos eventos ordinários e extraordinários da vida de todos os dias.

“É o dia a dia do que está acontecendo. *Elas não têm diferença da vida atual.* Elas estão te passando *a mesma coisa.* Só que às vezes tu tá na rua, por exemplo, tu vês certas coisas que pode até passar na novela; mas como tu tá preocupada com a tua vida, às vezes tu passas pela cena na rua e tu *não notas.* E *na novela tu tá na frente do negócio, te chama mais à atenção.* Mas ela te passa tudo *o que de atual está existindo,* ela te passa, *elas te informam.*”
(Elmina, 57)

Conclusão:

O argumento central deste artigo se refere ao modo com que as representações apresentadas por um gênero televisivo em especial, as telenovelas, são utilizadas como recursos cognitivos por parte das suas telespectadoras. Com a finalidade de analisar a interação cognitiva que os receptores estabelecem com estes produtos televisivos, e de verificar como as características do gênero se manifestam no contato com os textos e na apropriação realizada pelos receptores, foram analisados alguns dos aspectos relacionados à dimensão de leitura interpretativa da recepção de telenovelas.

A leitura interpretativa diz respeito à construção de sínteses generalizantes onde se circunscreve e elabora o que se acredita que os textos apresentam, ou o que se julga perceber em relação ao que os programas propõem como construção social de sentido. Este tipo de abordagem às propostas feitas pelas telenovelas foi trabalhado, nesta oportunidade, a partir da influência imputada às telenovelas, das mensagens identificadas e do realismo atribuído à

representação. O primeiro fator tratado diz respeito à capacidade de “influenciar” que é atribuída quando o que oferecem é utilizado, assimilado ou aproveitado pelas pessoas que os assistem. No caso das telenovelas, esta capacidade (de convencimento, de sedução, de expressar de modo claro, etc) era reconhecida sempre em relação ao que se observava no comportamento dos “outros” tantos que assistem a esses programas. As participantes afirmavam que as telenovelas exerciam e tinham o poder de influenciar porque notavam que os “outros” usavam e reproduziam certos aspectos do que estes programas apresentam. Não era uma manifestação da influência destes programas, por outro lado, os usos que elas assumiam fazer do que viam nas telenovelas. Nestes casos, segundo elas, deixava de ser influência porque eram elas que optavam, consciente e voluntariamente, por “aproveitar” certos elementos desses textos: não era, portanto, algo (uma capacidade, uma força, um poder) a ser atribuído ao programa, mas à livre e voluntária capacidade de escolha manejada por elas mesmas. Elas assumiam pegar, e aprender, dos modelos de comportamento observados quando o que viam produzia um resultado satisfatório ou se assemelhava ao que elas mesmas estavam vivendo, e quando adquiriam conhecimentos específicos ou compreendiam algo com o que assistiam nesses programas.

Com relação ao sentido construído na interação com estas obras, o segundo aspecto identificado em relação à dimensão interpretativa foi a percepção das mensagens e da moral da história que as receptoras observavam nas novelas que assistiam. As mensagens apreendidas nesses programas se vinculavam, em primeiro lugar, aos exemplos de vida organizados por meio da trajetória dos personagens. As sínteses elaboradas sobre o que se acreditava que as telenovelas queriam comunicar com os exemplos de vida e com os projetos de identidade social levavam em conta, principalmente: a eficiência e os resultados tipicamente



atribuídos às alternativas observadas, as prescrições de comportamento reafirmadas, e o sentido de possibilidade introduzido pela variedade de opções (viáveis) apresentadas. O discernimento das mensagens apreendidas manifestava, também, a percepção da tendência desses programas de compor e avaliar os projetos de identidade a partir da separação, e do contraste, entre o bem e a verdade, com o mal, à mentira e à ilegitimidade.

Por último, o terceiro aspecto identificado da leitura interpretativa se refere à percepção do que esses programas tinham de alusão e de citação da realidade social. Elas sabiam que as telenovelas contavam histórias fictícias, mas mesmo assim afirmavam reconhecer aspectos de realidade e consideravam realista ao menos parte do que viam nesses programas. Além de não contrapor ficção e realidade, e de valorizar o que, para elas, as telenovelas

comunicavam e comentavam a propósito do que acontece ao externo das telas de televisão, elas demonstraram também utilizar o que viam nesses programas para refletir, para pensar e para explorar a realidade com a qual tinham contato. O realismo das representações era vinculado basicamente aos conteúdos observados nesses programas. O sentido de realidade era associado ao que “existe”, ao que é atual, ao que é comum, ao que é “plausível” e “pode acontecer”. Os conteúdos faziam que as representações fossem realistas quando, adicionalmente, as circunstâncias, as situações ou os cenários eram reconhecíveis. Mais que à probabilidade, o realismo aqui era associado ao sentido de possibilidade, e era considerado possível o que de algum modo corresponde e equivale ao que também existe por fora do mundo das telenovelas.

Bibliografia do Artigo

ALLEN, R. **The guiding light: soap opera as economic product and cultural document**, in *Television. The critical view*, ed. H.Newcomb, New York, 1987, 141-163.

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

FISKE, J. **Television Culture**, London, 1987.

GAMBELLIERI, E - GOMES, M. **I piaceri di Incantesimo. Il punto di vista dell'audience**, in *Passaggio a Nordovest. La fiction italiana e l'Italia nella fiction*, ed. M. Buananno, Roma, 2001.

HALL, S. **Encoding/decoding**, in *Culture, Media, Language*, ed. S.Hall - D.Hobson - A.Lowe - P.Willis, London, 1984.

HELLER, A. **Sociologia della Vita Quotidiana**. Roma, 1981.

_____, **Historia y Vida Cotidiana**, México, 1985.

JENSEN, K.B. - ROSENGREN, K.E. **Five traditions in search of the audience**, *European Journal of Communication* 5 (2-3), 1990.

KATZ, E. - LIEBES, T. **Once upon a time**, in *Dallas*, *Intermedia* 12 (3), 1984.

LEÓN, E. **Usos y Discursos Teóricos sobre la Vida Cotidiana**, Barcelona, 1999.

LIEBES, T. - KATZ, E. **The Export of Meaning. Cross-cultural reading of Dallas**. New York, 1990.

MARQUES, M. G. **Recepção de Telenovelas e Socialização: as telenovelas e a construção da identidade social feminina**. (Tese de Doutorado) Roma: Pontificia Universidade Gregoriana, 2002.

NEUMAN, W.R. **Television and american culture: the mass medium and the pluralist audience**, *Public Opinion Quarterly* 46 (4), 1982.

THORBURN, D. **Television Melodrama**, in *Television: the critical view*, ed. H.Newcomb, New York, 1987.

