

Afinal, o que é telenovela? Em busca da configuração do gênero situacional

Leonardo Coelho Corrêa-Rosado*

Resumo: O presente trabalho visa descrever o gênero discursivo/situacional telenovela brasileira, configurando suas características situacionais, discursivas e formais a fim de compreender seu funcionamento intragenérico, bem como o papel desse gênero como artefato cultural da sociedade brasileira. Para tal, utilizamos como arcabouço teórico-metodológico a Teoria Semiolinguística de Charaudeau (1983; 1992; 1997; 2004; 2008), conjuntamente com os estudos de gêneros discursivos propostos por Miller (1994) e Bakhtin (2010). Nossas análises evidenciaram que a telenovela procura representar a realidade brasileira, suas crenças e valores de seu povo, funcionando como horizonte de referência para diversos atores sociais.

Palavras-chave: Telenovela brasileira. Gênero discursivo. Análise do discurso. Teoria Semiolinguística.

Abstract: The present work aims to describe the situational/discursive genre, Brazilian telenovela, configuring its situational, discursive and formal characteristics in order to understand its intragenetic functioning, as well as the role of it as a cultural artifact in Brazilian society. For this, we used, as a theoretical-methodological framework, the Semiolinguistics Theory of Charaudeau (1983; 1992; 1997; 2004; 2008), with the studies of discursive genres proposed by Miller (1994) and Bakhtin (2010). Our analyzes showed that telenovela seeks to represent Brazilian reality, the beliefs and values of its people, functioning as a reference horizon for social actors.

Key-words: Brazilian telenovela. Discursive genre. Discourseanalysis. Semiolinguistictheory.

Resumé: Le présent article vise à décrire le genre discursif/situationnel feuilletonbrésilien, en configurant ses caractéristiques situationnelles, discursives et formelles afin de comprendre son fonctionnement intragénirique, ainsi que le rôle de ce genre en tant qu'artefact culturel de la société brésilienne. Pour cela, nous utiliserons la Théorie Semiolinguistique de Charaudeau (1983; 1992; 1997; 2004; 2008), comme cadre théorique-méthodologique, ainsi que les études des genres proposées par Miller (1994) et Bakhtine (2010). Nos analyses ont montré que le feuilleton cherche à représenter la réalité brésilienne, les croyances et valeurs de son peuple, fonctionnant comme un horizon de référence.

Mots-clés: Feuilleton brésilien. Genre discursif. Analyse du discours. Théorie semiolinguistique.

* Doutor em Linguística do Texto e do Discurso pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e professor da rede particular de Belo Horizonte (MG). <https://orcid.org/0000-0002-9447-472X> /E-mail: leotimtimcorre@icloud.com.



Introdução

A telenovela é um artefato cultural brasileiro. Essa declaração não é difícil de se comprovar, sobretudo, quando consideramos que a maior emissora de televisão do Brasil – a *TV Globo* – reserva cerca de 5 horas de sua programação diária para a exibição de suas produções telenovelistas (incluindo as novelas do *Vale a Pena Ver de Novo*, até as novelas das 23h, de periodicidade variada). Esse fato pode também ser observado em outras emissoras, como a *RecordTV*, que, nos últimos anos, vem investindo em telenovelas de caráter bíblico, alcançando sucessos de audiência e desafiando a concorrência (é o caso, por exemplo, de *Os Dez Mandamentos*, exibida entre março de 2015 e julho de 2016, com 242 capítulos).

Ademais, a história da televisão brasileira é cheia de passagens em que as telenovelas são grandes “protagonistas” da vida cotidiana de muitos brasileiros, gerando situações curiosas, como bolões lotéricos, sorteios de prêmios, modismos, além de repercussões das mais variadas em jornais, revistas e redes sociais. A título de exemplo, citamos a repercussão nas redes sociais do famoso “beijo gay” entre as personagens Félix (Matheus Solano) e Niko (Thiago Fragoso) no último capítulo de *Amor à vida*, novela de Walcyr Carrasco, exibida pela *Globo* entre maio de 2013 e janeiro de 2014¹.

Mesmo com a evolução do acesso à internet no país, a televisão faz parte de 97,2% dos domicílios brasileiros, segundo dados levantados pelo IBGE por meio da *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua 2016*². Diante desse cenário, podemos afirmar que, embora, atualmente, as telenovelas sofram concorrência com outros gêneros narrativos ficcionais seriados, como as séries das diferentes plataformas de *streaming* (*Netflix*, *HBO Plus*, *Amazon Prime*, entre outras), elas ainda constituem um

¹ Segundo dados do IBOPE, o capítulo final de *Amor à vida* consolidou 48 pontos de audiência na grande São Paulo e 45 pontos no Rio de Janeiro. Além do mais, um *tweet* publicado pelo *Estadão*, em 31 de janeiro de 2014 (data da exibição do último capítulo da referida telenovela), divulgando imagem e matéria sobre o “beijo gay”, movimentou as redes sociais, com comentários de apoio e desprezo pela exibição da cena. É possível visualizar essa repercussão na rede social em questão por meio do link: <https://twitter.com/Estadao/status/429423898480738304>.

² Para consulta dos dados levantados na pesquisa mencionada, sugerimos a leitura da página do site *Agência Brasil*, por meio do link: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-02/uso-de-celular-e-acesso-internet-sao-tendencias-crescentes-no-brasil>.

imenso repertório de histórias, personagens e comportamentos de domínio comum a muitos brasileiros – domínio este que serve de horizonte para que muitos telespectadores, sobretudo das classes D e E, se posicionem e interpretem tanto os seus próprios dramas, quanto os problemas e situações sociais e políticas que os envolvem.

Outrossim, muitas plataformas de *streaming*, como a *Globoplay* (do Grupo Globo) e a *Netflix*, disponibilizam várias telenovelas para seus assinantes. O caso da *Globoplay* é bastante interessante nesse ponto, uma vez que a plataforma disponibiliza sucessos da emissora, resgatando clássicos da teledramaturgia. Em seu catálogo, é possível encontrar títulos como *Tieta* (1989-1990), *O Bem-Amado* (1973), *Mulheres de Areia* (1993-1994), *A Indomada* (1997), entre outros. Desde abril de 2020, a plataforma em tela disponibiliza, a cada 15 dias, uma novela completa em formato *streaming*.

Ainda com a relação à *Globoplay*, muitas dessas telenovelas vêm se tornando recordes de audiência entre o público-assinante, como é o caso de *Mulheres de Areia*. De acordo com o jornal *O Globo*³, o *remake* protagonizado por Glória Pires (nos papéis das gêmeas Ruth e Raquel) teve cerca de 4.965 milhões de horas assistidas em seus primeiros 30 dias no *streaming*. A referida novela, originalmente exibida em 1993, estreou na *Globoplay* em 29 de março de 2021.

Esse cenário justifica, então, a proposição desse artigo, cujo título, “Afinal, o que é uma telenovela?”, configura-se como uma pergunta que procuraremos responder ao longo desse trabalho. Nesse sentido, nosso objetivo é tentar compreender a telenovela enquanto um gênero discursivo que faz parte da vida de muitos brasileiros. Assim, encaramos, por um lado, a telenovela como um tipo relativamente estável de enunciado – tal como propõe Bakhtin (2010) –, ou mais especificamente uma classe de texto⁴, tal como propõe Charaudeau (1997) no âmbito da Análise do Discurso Semiolinguística, arcabouço teórico-metodológico que orienta esse trabalho.

Por outro lado, a telenovela é um artefato cultural, uma parte dos modos de representação do raciocínio e dos propósitos de uma cultura, tal como propõe Miller

³ Os dados relativos à pesquisa realizada pela colunista Patrícia Kogut de *O Globo* podem ser acessados pelo link: <https://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/novelas/noticia/2021/05/mulheres-de-areia-e-novela-de-maior-sucesso-do-globoplay-confira-o-ranking-completo.html>.

⁴ Para Charaudeau (1992; 1997), o texto é o resultado de um ato de linguagem produzido por um sujeito em uma situação de troca social contratual.

(1994). Essa perspectiva não exclui o ponto de vista precedente (na verdade o complementa), já que, sendo a cultura um “modo particular de vida, em certo tempo e lugar, experienciado em toda sua complexidade por um grupo que compreende a si mesmo como um grupo identificável” (MILLER, 1994, p. 47), o gênero corresponderia a um desses modos de interação desse grupo, ou nas palavras de Miller (1984, p. 22), “ações retóricas tipificadas, fundidas em situações recorrentes”.

Diante desse quadro, o presente trabalho visa descrever o gênero discursivo/situacional *telenovela*, configurando suas características situacionais, discursivas e formais a fim de compreender seu funcionamento intragenérico, bem como o papel desse gênero como artefato cultural. Para tal, utilizaremos como arcabouço teórico-metodológico a Análise do Discurso Semiolinguística proposta por Charaudeau (1983; 1992; 1997; 2004; 2008), conjuntamente com os estudos de gêneros discursivos propostos por Miller (1984; 1994) e Bakhtin (2010). Além do mais, para empreender tal configuração, utilizaremos trabalhos de estudiosos da televisão e das telenovelas, tais como Balogh (2002), Costa (2000), Hamburger (2005; 2010), Machado-Borges (2003), entre outros.

Antes de responder, vamos esclarecer uma possível dúvida...

Como existem diversos modelos de telenovela, como a *soap opera* estadunidense⁵, a telenovela fechada⁶, a telenovela latino-americana, convém esclarecer a que tipo

⁵ A *soap opera* pode ser considerada uma produção ficcional transmitida pela TV, cuja história se baseia em peripécias de uma comunidade cambiante, de um local definido ou de uma família circunscrita, não tendo um fim exatamente previsto, prestando a ser permanentemente estendida. Segundo Pallottini (1998, p. 53), os exemplos mais próximos e mais conhecidos são *Dallas* e *Dinastia*. “Na verdade, a *soap opera* está mais para um longuíssimo e infindável seriado que para a telenovela como a conhecemos”.

⁶ De acordo com Pallottini (1998), a telenovela fechada é similar à telenovela brasileira (tradicional), no entanto, é totalmente escrita e gravada antes de ir ao ar, o que não possibilita mudanças nos rumos da história devido a questões de audiência (IBOPE), mercadológicas ou de preferência do público. Algumas emissoras brasileiras, como o SBT, produziram e ainda produzem exemplares desse modelo, como *Éramos seis* (SBT, 1994), *As pupilas do Senhor Reitor* (SBT, 1995), entre outros.

estamos nos referindo antes de propor uma possível resposta: a telenovela brasileira. À maneira de Costa (2000), chamamos de telenovela brasileira esse produto televisivo peculiar que passou a ser apresentado no Brasil, a partir do final da década de 60, resultado de um processo de transformação marcante, cujo ponto culminante foi *Beto Rockfeller*, de Bráulio Pedroso, exibida pela extinta *TV Tupi* em 1968-69.

Logo, não estamos nos remetendo apenas às produções adaptadas, nacionalizadas ou geradas no Brasil, ou seja, aos produtos *made in Brazil*. Na verdade, quando falamos de telenovela brasileira, estamos nos referindo ao gênero que adquiriu características próprias, provenientes de nosso teatro, de nossa literatura, de nosso cinema, enfim, de nossa cultura nacional, e cujas maiores expressões se dão nas manifestações do realismo fantástico, presentes, por exemplo, em *Saramandaia* (1976), *Roque Santeiro* (1985-1986), *Tieta* (1989-1990), *Pedra sobre Pedra* (1992), *Fera Ferida* (1993-1994), *A Indomada* (1997-1998) e também nas histórias de cunho social, com forte tendência realista, como *Irmãos Coragem* (1970-1971), *Dancin' Days* (1978-1979), *Água Viva* (1980), *Vale Tudo* (1988-1989), *Belíssima* (2005-2006), *Avenida Brasil* (2012-2013). Estamos tratando, portanto, dessas produções com “cores locais”, como diria Machado de Assis (1997 [1873]) em seu famoso *Instinto de Nacionalidade*, adaptando aqui o pensamento de Machado às produções ficcionais televisivas.

Se nas telenovelas latino-americanas – sendo nosso referencial mais próximo as mexicanas importadas pelo SBT como, por exemplo, *Simplesmente Maria* (1991), *Maria do Bairro* (1997), *A Usurpadora* (1999), *Manancial* (2002-2003), entre outras – o modelo é basicamente o chamado dramalhão, com enredo melodramático, centrado na família burguesa e em seus conflitos, advindos geralmente da oposição entre instintos e anseios íntimos, e a necessidade de adequá-los às normas sociais, também burguesas, na telenovela brasileira, os temas são geralmente nacionais, retratando, ainda que de forma ambígua e às vezes até paradoxal, uma parcela da realidade brasileira – na grande maioria das vezes, a parcela de parte da classe média alta das grandes cidades brasileiras, centradas no eixo Rio de Janeiro e São Paulo. Nesse sentido, elas podem ser vistas como espaços para a mobilização de grades de interpretação e reinterpretação de certos conteúdos socioculturais, incluindo modelos – frequentemente hegemônicos – de estrutura familiar, relações de gênero, arranjos políticos, entre outras questões.

Logo, trata-se de um gênero com fortes traços de natureza social e crítica, com enredos centrados não só em conflitos íntimos, pessoais e sentimentais, mas também sociais⁷. A maior expressão desse modelo se revela nas produções da *Rede Globo de Televisão*, que, desde o início dos anos 1970, se tornou a pioneira de produção do gênero no Brasil, engendrando um modelo que foi e é, quase sempre, seguido por outras emissoras brasileiras.

O que é telenovela? Uma possível resposta

Voltemos à pergunta proposta no título desse artigo. Em termos de gênero discursivo, podemos definir, a princípio, a telenovela como uma novela escrita diretamente ou adaptada de outro gênero (obra literária, peça teatral, etc.) para a televisão (S. COSTA, 2008; RABAÇA; BARBOSA, 1995). Corresponde, dessa maneira, a um tipo de novela, isto é, a uma “[...] forma narrativa, popular e produzida pela indústria cultural” (COSTA, 2000, p. 133), cujas origens e funções remontam às canções de gesta, de temática aventuresca e de comportamentos heroicos, contadas por trovadores na Idade Média, com o intuito de entreter as pessoas. Hoje, o termo “novela” é usado para designar essa narrativa sentimental, melodramática e seriada, produzida, sobretudo, na América, em suas versões literárias (novela literária), radiofônica (radionovela), de imprensa (fotonovela) e televisiva (telenovela).

Partindo dessa perspectiva, a telenovela corresponde, então, a um subgênero desse gênero maior que é a novela (nos moldes como estamos apresentando acima).

⁷ O fato de a telenovela brasileira ser um espaço de interpretação e reinterpretação de certos conteúdos sociais, como estamos propondo, não pressupõe que elementos melodramáticos e folhetinescos não integrem a sua construção composicional (BAKHTIN, 2010) ou mesmo sua organização narrativa (CHARAUDEAU, 1992). A telenovela é fruto de um conjunto de antecedentes que, de um modo ou de outro, se fazem presentes em sua estrutura narrativa. Nesse ponto, concordamos com Porto e Silva (2005), para quem a influência do melodrama e do romance-folhetim na telenovela brasileira vai mais além das situações melodramáticas e dos *coups de théâtre* (grosso modo, imprevistos). Eles se ajustam facilmente à programação televisiva e renascem plenamente na telenovela, “[...] comovendo e prendendo o interesse de milhões de telespectadores, assim como o fizeram as peças desse gênero de teatro [melodrama] com plateias no passado” (PORTO E SILVA, 2005, p. 47).

Assim, o gênero novela, com o seu macrocontrato comunicacional, desdobra-se em outros subgêneros, com seus subcontratos comunicacionais, condicionados principalmente pelo dispositivo midiático utilizado para veicular o gênero (televisão, rádio ou imprensa escrita).

Nesse sentido, os subcontratos dos subgêneros novelísticos, a telenovela, a radionovela, a fotonovela, assumem traços dos contratos que configuram o dispositivo comunicativo que os carregam (televisão, rádio, imprensa) e da comunicação midiática em geral. Isso se justifica pelo fato de que, como afirma Charaudeau (2001), os atos de comunicação realizados em uma sociedade não corresponderem a um único tipo de contrato, pois, com frequência, se inter cruzam, se superpõem e/ou se encaixam (CHARAUDEAU, 2001). Há, portanto, um “jogo de encaixamento de contratos”, conforme propõem Lochard e Soulages (1998, p. 103) em sua análise da comunicação televisual.

Além do mais, como sugere Calza (1996), a telenovela não pode ser confundida com outras formas narrativas de representação, como o romance, as peças teatrais, os poemas, pois, devido a esse encaixamento, a telenovela possui um lugar específico: a mídia e a televisão. Assim, a telenovela é uma história ficcional, que não é literatura, não é teatro, não é cinema, porém “pode surgir da adaptação de um livro ou mesmo ser inspirada em poema, mas nunca se confundirá com eles” (CALZA, 1996, p. 7).

Por ser veiculado pela televisão, esse gênero assume características de seu dispositivo físico, ou suporte, em sua organização, diferenciando-se de seus congêneres. Desse modo, a imagem tem importância na significação da história⁸, porém não do mesmo modo que nos filmes narrativos – embora a telenovela tenha incorporado a gramática audiovisual hollywoodiana clássica (ritmo veloz das cenas, exploração dos movimentos de câmera, cenários amplos e externos, iluminação sofisticada, incorporação de linguagem musical mediante trilhas sonoras), na qual prevalece o texto

⁸ Ao tratar da mídia televisiva, Charaudeau (2006) afirma que a televisão é imagem e fala, fala e imagem, não existindo, para a significação televisiva, imagem em estado puro, como poderia ser o caso das criações na fotografia ou nas artes plásticas, como a pintura e a escultura. “Não somente imagem, como se diz algumas vezes quando se trata de denunciar seus efeitos manipuladores, mas *imagem e fala numa solidariedade tal, que não se saberia dizer de qual das duas depende mais a estruturação do sentido*” (CHARAUDEAU, 2006, p. 109, grifo nosso).

imagético, disfarçando os recursos narrativos. Contudo, entre esses dois gêneros há uma diferença, por exemplo, na utilização dos planos (predominantemente mais abertos no filme narrativo de ficção e mais fechados nas telenovelas), bem como na constituição das personagens (no filme, geralmente, há uma interioridade marcante, enquanto nas telenovelas as personagens são trabalhadas mais por sua exterioridade – conduta, figurino, hábitos de linguagem e tiques).

Ademais, na telenovela, os diálogos são mais importantes que as imagens, já que a ação progride mais por meio deles. Em *Dancin' Days*, por exemplo, quando a personagem Julia Matos viaja para a Europa, acompanhada de sua amiga Solange, as ações de Julia no “velho mundo” chegam ao telespectador não por meio de imagens (não há cenas que mostrem as duas em Paris ou em Londres), mas por meio de diálogos entre as demais personagens: Carminha e Jofre, Verinha e Ubirajara. Exemplos similares também podem ser observados em *Irmãos Coragem*: quando a personagem Duda Coragem se apresenta com uma grande barba, ficamos sabendo do motivo desta pelo diálogo que ele tece com o seu irmão Jerônimo: fora uma promessa feita a São João de Deus, por não ter perdido a perna com o erro médico de seu sogro, Dr. Maciel.

Devido à importância dos diálogos, alguns estudiosos definem o gênero como sendo uma história contada, por meio de imagens televisivas, com diálogo e ação (PALLOTTINI, 1998), ou mesmo uma história que se desenrola através de diálogos ou de conversação (PIGNATARI, 1984). Concordamos com essas definições e acrescentamos que o frequente recurso ao diálogo é, conforme nos explica Calza (1996), resultado de uma mistura de diferentes tradições: do rádio⁹, da literatura e dos clichês cinematográficos, “submetida a um conjunto primeiro de regras esquemáticas impostas

⁹ A televisão brasileira surgiu e se sustentou do rádio durante seus primeiros anos. Dele, o incipiente veículo herdou o pessoal, os recursos técnicos e administrativos, e as formas de regulamentação. Assim, o rádio foi umas das maiores influências no que tange à produção televisiva dos primeiros anos, pois muito dos gêneros e formatos radiofônicos, como os programas musicais, os shows de calouros, as novelas, os radioteatros, os programas humorísticos, os jornais informativos, entre outros, foram praticamente transferidos para a televisão. Era comum ouvir entre os telespectadores, como aponta Fanucchi (1996), que a TV dos primórdios não passava de uma “rádio com imagens”. No entanto, com a inauguração da *TV Excelsior* no início dos anos 1960 e, posteriormente, com a chegada da *TV Globo*, houve um rompimento com a tradição radiofônica e uma busca pela midiatividade televisiva, de modo a tornar a TV um veículo próprio.

menos por opções estéticas e mais por pressões econômicas, ou seja, pelas necessidades da TV comercial” (CALZA, 1996, p. 8).

Sua relação com a realidade faz com que a telenovela brasileira seja um modo de representação de alguns aspectos da vida cotidiana, com alguns de seus problemas, conflitos, resoluções e comportamentos, estando mais próxima da crônica do cotidiano que do romance, como propõe Calza (1996) – embora a telenovela não seja nenhum dos dois. O “mundo lá fora” é uma referência para a construção do enredo de uma telenovela, visto que “[a] audiência tem que estar apta a acreditar que as personagens construídas no texto são pessoas reais, agradáveis ou não, com quem possuam afinidades ou não” (ANDRADE, 2003, p. 58).

Com efeito, na enunciação telenovelística, há a simulação de uma situação possível de ordem psicossocial e espacial – definição de ficção proposta por Mendes (2004) –, fazendo com que o contrato comunicacional desse gênero discursivo estabeleça um estatuto ficcional, isto é, a telenovela é um gênero em que há o predomínio da simulação de situações possíveis. Assim, as relações do discurso telenovelístico com a realidade são as mais instigantes possíveis; a telenovela pode “nos dar sinalizações muito contundentes sobre o que se passa no imaginário de nosso povo” (BALOGH, 2002, p. 197). Dessa maneira, ela mimetiza (simula)¹⁰ e constantemente renova determinadas imagens do cotidiano, definindo, por um lado, uma certa pauta que regula algumas interações entre a vida pública e a vida privada, e transmitindo, por outro lado, uma certa noção do que é ser contemporâneo.

Logo, as novelas podem fornecer certo repertório comum para indivíduos de diferentes classes sociais, gêneros, gerações e regiões, constituindo em uma espécie de referência para esses grupos de atores sociais. Esse repertório é, frequentemente, organizado em torno de alguns aspectos e problemas experienciados por determinados segmentos da sociedade brasileira. Nessa propagação de sentidos, as histórias de muitas telenovelas retratam a realidade vivida, sobretudo, pelos integrantes da classe média alta

¹⁰ Genette (2007) afirma que a melhor tradução para o termo grego *mimese* (proposto por Aristóteles em sua *Arte Poética*) está no termo *simulação*, pois, na narrativa ficcional, o ato narrativo instaura (inventa) de uma só vez, a *história* (o conteúdo narrativo) e a própria *narrativa* (o enunciado), e os dois são perfeitamente indissociáveis.

das grandes capitais brasileiras, engendrando padrões hegemônicos que representam segmentos majoritários em termos de gênero, etnia, sexualidade, classe social, entre outros, ao mesmo tempo estereotipando segmentos que não fazem parte desse padrão.

Com isso, do ponto de vista da recepção, mesmo que os telespectadores, os sujeitos psicossociais reais que assistem às telenovelas (o sujeito interpretante da Teoria Semiolinguística), não concordem com tais representações, essas servem como referência para que esses grupos de indivíduos se posicionem e interpretem o mundo ao seu redor. Essa perspectiva é partilhada por diversos autores como Andrade (2003), Hamburger (1998, 2005), Lopes, Borelli e Resende (2002) e Machado-Borges (2003) e a ela nós também nos filiamos. Sobre esse aspecto, Hamburger (1998) afirma que:

Elas [as novelas] são capazes de “sintonizar” telespectadores com a interpretação e a reinterpretação da política, assim como de tipos ideais de homem, mulher, marido, esposa e família. A novela se tornou um dos veículos que capta e expressa *padrões legítimos e ilegítimos de comportamento* (HAMBURGUER, 1998, p. 468, grifo nosso).

Assim, esse repertório comum fornecido pelas telenovelas funciona como um referencial para certas parcelas sociais, revelando o potencial desse gênero, enquanto narrativa social, em construir identidades, às quais diversas narrativas individuais podem se referir. Elas, portanto, desempenham um papel na construção de certas identidades culturais de algumas comunidades da sociedade brasileira.

Desse modo, as telenovelas, como artefato cultural, não podem ser vistas como textos neutros ou objetivos, já que elas transmitem uma mensagem sobre o social, não oferecendo somente entretenimento (apesar de seu contrato pressupor uma visada emocional, um fazer-agradar, como veremos mais adiante). As mensagens que elas veiculam possuem mecanismos significativos que propagam certos sentidos, obscurecendo outros, revelando e/ou escondendo tendências reais pelas quais se organizam as relações sociais, como no caso do contexto brasileiro, mostrando e idealizando a realidade.

Nesse ponto, não é incomum a exibição de telenovelas que representam, de maneira estereotipada, minorias sociais, tais como os homossexuais, os negros, as mulheres, entre outras, engendrando no discurso telenovelístico imaginários de que tais

minorias são identificadas desta ou daquela maneira. Um exemplo interessante é a representação de personagens homossexuais masculinos, muitas das vezes, representados como efeminados. Tais representações – citamos, por exemplo, o mordomo Clodoaldo Valério da telenovela *Fina Estampa* (Rede Globo, 2011-2012) – acabam por propagar sentidos de que todo e qualquer homossexual masculino assemelha-se à representação estereotipada. Com isso, a diversidade social, em muitas telenovelas brasileiras, tende a ficar limitada a representações naturalizadas de certas parcelas sociais. Apesar de alguns avanços na última década, ainda existem muitos preconceitos e estereótipos veiculados pelas nossas telenovelas – o que é um ponto bastante negativo.

Entretanto, não podemos perder de vista um fato apontado por alguns sociólogos da comunicação, de cuja ideia compartilhamos: se há um diálogo entre a telenovela e a realidade, é porque preexistem na sociedade os conteúdos veiculados (ANDRADE, 2003; MACHADO-BORGES, 2003). “Se a televisão veicula valores que são dominantes, o faz pelo simples fato de que eles são dominantes na sociedade na qual ela faz parte” (ANDRADE, 2003, p. 32). Logo, se as telenovelas veiculam estereótipos e mobilizam certos preconceitos, é porque tais preconceitos e estereótipos fazem parte do imaginário social.

Embora engendrando estereótipos, muitas telenovelas abrem espaço para a discussão – frequentemente paradoxal – de valores morais, políticos, religiosos, e de certas questões “tabus”, como a homossexualidade, as drogas, a virgindade, tornando-se “[r]etrato do momento político, referência para a moda, fonte de comportamento, objeto de análise social: a telenovela brasileira é hoje um dos mais importantes produtos culturais do País” (ALENCAR, 2004, p. 2).

Sobre esse ponto, Costa (2000) complementa que:

[o] estilo melodramático, as peripécias das personagens e a intervenção do público, exigindo uma versão cor-de-rosa da vida, levam-nos a pensar a telenovela, muitas vezes, como um produto alienante e alienado, de nosso imaginário. Mas, quando estudada de maneira mais profunda, a construção das personagens e o desfecho de seus conflitos, vê-se que ela prima por um *desconcertante realismo*. (COSTA, 2000, p. 157, grifo nosso).

O fato de ter seus enredos calcados em determinados aspectos de parte da realidade faz com que as telenovelas engendrem em sua discursivização certa noção de contemporaneidade e de ser contemporâneo. Nesse sentido, elas difundem, com frequência, o que seu sujeito comunicante – o locutor da telenovela (uma instância compósita formada por inúmeros sujeitos sociais) – imagina como sendo o universo glamoroso das classes médias urbanas – centradas, sobretudo, no eixo Rio de Janeiro/São Paulo, conforme mencionamos anteriormente – com suas inquietações, sua ânsia de modernização, sua identidade construída em torno da atualidade sempre renovada e exibida por bens de consumo. “Personagens usam telefones sem fio, celulares, faxes, computadores, trens, helicópteros, aviões, meios de comunicação e de transporte que atualizam [...] os padrões do que significa ser moderno” (HAMBURGUER, 1998, p. 443).

Mesmo no caso de telenovelas com um enredo localizado em espaços rurais e interioranos, como *Irmãos Coragem*, *Roque Santeiro* e *Tieta*, é comum alguma referência à contemporaneidade. As personagens Sinhozinho Malta e Viúva Porcina (*Roque Santeiro*), por exemplo, ostentam uma série de artefatos que os colocam como vinculados a esse universo: aviões, carros de luxo, telefones sem fio, entre outros artefatos. Em *Tieta*, também temos uma situação similar: embora o enredo se localize em Santana do Agreste (cidade localizada no agreste baiano), a personagem Tieta, ao regressar à cidade, evidencia toda a lógica da capital paulistana por meio de seu comportamento, linguagem, vestuário e pertences. Inclusive, a casa que ela constrói na cidade, difere-se das dos demais habitantes.

Exemplo 1: Referência à contemporaneidade em *Roque Santeiro* (Sinhozinho Malta, i, ii, iii, iv; Porcina, v, vi, vii, viii) e em *Tieta* (Tieta, ix, x, xi, xii)



i



ii



iii



iv



v



vi



vii



viii



ix



x



xi



xii

Fonte: Imagens extraídas dos boxes de DVDs das referidas telenovelas¹¹.

Tal conjuntura aparece ainda indexada no *merchandising* incorporado pelas telenovelas – com a exposição de produtos por personagens no desenvolvimento das tramas –, ferramenta poderosa, com influência direta no consumo de determinados bens; na moda lançada pelos figurinistas, nas trilhas sonoras lançadas em discos, nos livros (no caso da telenovela ser uma adaptação); na representação das formas de comunicação sucessivamente atualizadas: por exemplo, o telegrama que anuncia a chegada do campeão de futebol Duda Coragem à sua cidade natal (*Irmãos Coragem*) representa um fator moderno naquela cidade perdida no Brasil profundo.

Exemplo 2: Chegada do telegrama de Duda em *Irmãos Coragem*



Fonte: Imagens extraídas do box de DVDs da referida telenovela.

¹¹ As imagens que compõem os diferentes exemplos desse trabalho foram retiradas dos boxes de DVDs das referidas telenovelas mencionadas. Cumpre-nos ressaltar que tais boxes são produtos lançados pela *Globomarcas*, ligada às Organizações Globo e à Rede Globo de Televisão.

Dessa maneira, as telenovelas brasileiras por meio de seu *flow* (MACHADO-BORGES, 2003) – que não se restringe ao momento mesmo de sua enunciação, mas que abarca uma série de outros elementos como os comentários da mídia (programas de televisão, anúncios publicitários, artigos de jornais) e os produtos resultantes que intervêm nas tramas, personagens e atores – interpelam os telespectadores de diversas maneiras, podendo tais sujeitos (ao se reconhecerem como sujeitos a quem a interpelação se dirige, isto é, como sujeitos destinatários do ato de linguagem telenovelistico) se apropriarem dos discursos da telenovela e os engendrarem em suas práticas sociais e discursivas, tal como propõe Machado-Borges (2003).

Embora as telenovelas estejam conectadas a uma visão hegemônica de contemporaneidade, isso não pressupõe que seus enredos sejam inseparáveis das temáticas do romance, da família, do amor, do casamento, da separação. “É a lógica das relações pessoais que preside a narrativa dos problemas políticos ou sociais” (HAMBURGUER, 1998, p. 469). Há sempre um “quê” de melodrama nos enredos e nas temáticas das telenovelas; como diz o autor de telenovelas Benedito Ruy Barbosa: “O amor é o que amarra tudo em uma novela. Se não houver uma grande história de amor, ninguém vai se interessar por nada”.

Assim, se em termos de gênero e contrato, a finalidade, por selecionar uma ou mais visadas, determina a orientação discursiva da comunicação, tal como propõe Charaudeau (2004), podemos afirmar que a telenovela objetiva contar uma história para os telespectadores, com intuito de entretê-los. Ela é, antes de mais nada, entretenimento, cujo *mainstream* é o de narrar a crônica do cotidiano – ressaltando que tal cotidiano é, frequentemente, hegemônico. Mesmo que seu enredo dialogue com uma parte da realidade, engendrando outras visadas como a visada informativa (fazer-saber) e a visada de incitação (fazer-fazer), a telenovela não pode prescindir de ser uma história de ficção que agrade ao telespectador.

Ela deve propor-lhe uma satisfação hedônica, um fazer-agradar (visada emocional), pois as novelas “são concebidas para fazer rir e chorar, amar e odiar e portanto fazem, na maior parte das vezes, exatamente isso” (ANDRADE, 2003, p. 55). O contrato comunicacional estabelecido entre os interlocutores propõe, então, um convite implícito à especulação sobre julgamentos morais e/ou dilemas emocionais vividos pelas

personagens, “convite que é aceito pela audiência e materializado nas fofocas, conversas e comentários que a trama destila” (ANDRADE, 2003, p. 52), e nas respostas às interpelações da telenovela *flow* (MACHADO-BORGES, 2003, p. 80).

Com isso, a telenovela aparece como um jogo que brinca com o destino das personagens ao longo dos capítulos. Nesse sentido, assistir novela é, para alguns telespectadores, muito mais que ver um programa de TV; é estar envolvido em sua trama, é se deixar levar pelo suspense, é compartilhar emoções com as personagens, é discutir as motivações de suas condutas, é, por fim, decidir o que é certo ou errado. Assim, não é incomum que certo telespectador ligue a TV para assistir à telenovela com o intuito de se envolver, de se deixar seduzir, de ver reconhecida sua própria existência e experiência do dia-a-dia na tela da televisão. Sobre esse envolvimento, Calza (1996) complementa que:

uma TN [...] [e]ngendra-se a partir de seres de papel, saídos do reino da ficção, que de repente saltam para a vida real e, por seu alto poder de influência, invadem a privacidade do telespectador, na situação mais desprotegida: *relaxada, no recesso do seu lar*. O processo chega a ser *catártico, terapêutico*: o telespectador [...] quer se *exaurir em emoções e sobressaltos* (CALZA, 1996, p. 14, grifos nossos).

Dessa maneira, a telenovela, como todo ato de linguagem, é uma aposta, ou nas palavras de Charaudeau (1983), uma expedição e uma aventura. Uma expedição porque ela é organizada, dentro das possibilidades situacionais, por um sujeito (na verdade, por vários sujeitos que constituem uma instância compósita), dotado de uma intencionalidade, que se dirige a outros sujeitos, seus destinatários, a fim de influenciá-lo de algum modo; uma aventura porque não se sabe se os efeitos visados por esse sujeito intencional serão efetivamente produzidos no destinatário.

Podemos afirmar que a telenovela é similar a um encontro de conhecidos, em que um (o telespectador) espia a vida do outro (as personagens), encontro este cuja única fidelidade que existe é com a interação comunicativa, ou seja, com o próprio ritual de contar/assistir (COSTA, 2000). Apesar de o autor, o próprio escritor do roteiro, ser tido como o grande responsável pela enunciação telenovelística, visto que é a sua assinatura que consta como responsabilidade autoral (conforme evidenciamos nas imagens a seguir), a produção televisiva se comporta de maneira antropofágica em relação ao texto

telenovelístico, deglutindo-o segundo as necessidades produtivas (mercadológicas, sobretudo) e vontades do público.

Assim, uma das fidelidades da telenovela é o compromisso com seu público, ou seja, o compromisso de manter o contato com ele e de agradá-lo com histórias sobre o drama da vida. O público espera que o autor e a produção tenham como objetivo maior o seu prazer e gozo, e também a manutenção perpétua de sua atenção.

Exemplo 3: Responsabilidade autoral nas vinhetas de abertura das telenovelas de nosso corpus: *Irmãos Coragem* (i), *Dancin' Days* (ii a iv), *Roque Santeiro* (v e vi) e *Tieta* (vii e viii)



Fonte: Imagens extraídas dos boxes de DVDs das referidas telenovelas.

Desse modo, na telenovela brasileira, existe sempre uma possibilidade de mudança nos rumos da história em função do público: este pode não se sentir satisfeito com os rumos que a novela vai tomando, reclamando de alguma forma, o que leva a uma mudança no enredo. Assim, podemos considerá-la como uma “obra aberta” – um traço de um dos seus antecedentes, o romance-folhetim europeu, que se caracterizava por estar atento à resposta do público e por meio dela conhecer o jogo para agradá-lo.

Está claro que o sentido geral da trama é previsto inicialmente pelo autor e colaboradores por meio de uma sinopse – conjunto de elementos (*story-line*, argumento, descrição da trama central e das tramas paralelas, perfil das personagens, cenografia e figurinos) que compõem a versão sintética da história que se pretende vender à emissora, funcionando como ponto de partida para a produção de uma telenovela (CALZA, 1996;

ALENCAR, 2004). Todavia, o desenrolar da trama pode tomar outros rumos, devido à influência dos fatores acima.

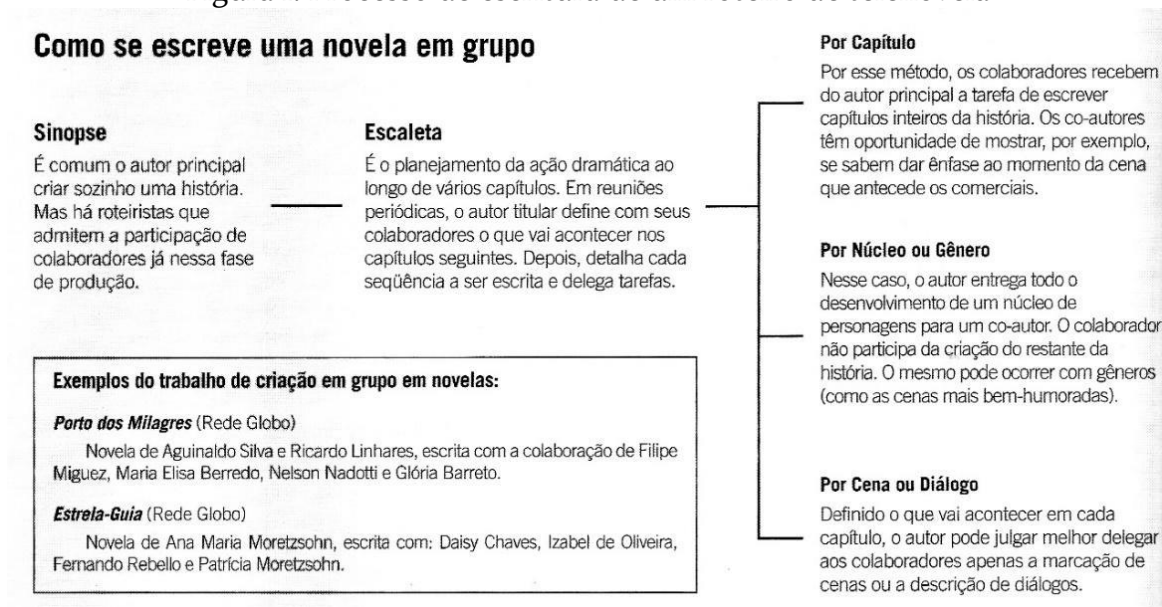
Nesse contexto, o jogo do IBOPE, aferindo a satisfação do público, e as opiniões expressas pelos telespectadores do Rio de Janeiro e São Paulo nos grupos de discussão (*discussion groups*) montados pelas emissoras, são elementos importantes nesse processo.

Como afirma Hamburger (1998):

[a]s relações do público com as novelas são marcadas pelo caráter folhetinesco, sujeito às mais variadas pressões de instituições sociais, de índices de audiência, às reações expressas por telespectadores em contato direto com autores e produtores, ou mediadas pela imprensa e mídia especializada (HAMBURGUER, 1998, p. 479).

Para termos uma ideia da dinâmica a respeito da questão da telenovela enquanto “obra aberta”, apresentamos a seguir um esquema elaborado por Alencar (2004) para explicar o processo de escritura de uma telenovela, considerando a interação entre autor e colaboradores.

Figura 1: Processo de escritura de um roteiro de telenovela



Fonte: Alencar (2004, p. 72).

Nessa ânsia de agradar seu público, a telenovela é uma espécie de ritual, uma vez que ela é oferecida sempre no mesmo horário e nos mesmos dias da semana para o telespectador – uma consequência da programação vertical e horizontal que permitiu desenvolver o potencial comercial da televisão e também desse gênero. Com isso, ela se insere nas rotinas diárias da audiência, em meio a afazeres de diversas ordens. Por exemplo, no caso de um homem que gosta desse gênero: o ritual de assistir telenovelas ocorre concomitante a outras atividades como a chegada do trabalho; organização da casa; cuidado com os filhos; jantar, etc.

Com efeito, a telenovela se torna uma verdadeira prática sociodiscursiva. Dessa maneira, ela institui um verdadeiro cerimonial narrativo (COSTA, 2000), no qual um determinado local (a televisão localizada em certo cômodo da casa) e um horário são estabelecidos para sua interação, organizando, com efeito, a vida temporal e social dos atores sociais¹².

Portanto, de um modo geral, a telenovela é uma narrativa ficcional escrita para a televisão ou adaptada de outro gênero (romance, peça teatral, poema, etc.), apresentada em capítulos diários, com duração de 40 a 55 minutos. Trata-se de uma “obra aberta”, na qual o desenrolar da trama acompanha as reações do público e do IBOPE. A telenovela, mesmo sendo entretenimento, pode lidar com temáticas sociais e discutir questões de interesse social, tais como a pedofilia, a prostituição, o desaparecimento de crianças, ou o uso de drogas, entre outros. Entretanto, muitas delas acabam por tratar dessas pautas a partir de uma perspectiva hegemônica, conforme mencionamos.

Telenovela: delineando o seu contrato

¹² É comum ouvirmos, em nosso dia-a-dia, enunciados do tipo: “Só posso depois da novela”; “Hoje não vai dar porque não quero perder o capítulo da novela”; “Chegando em casa, depois de um dia exaustivo de trabalho, só quero deitar na cama e assistir às novelas”; “Eu adoro novelas. Não perco um capítulo”, entre outros tão comumente ditos por certos brasileiros, o que evidencia o modo como as telenovelas organizam a vida de determinados telespectadores.

Nessa parte de nosso trabalho, achamos adequado apresentar ao nosso leitor uma breve descrição do gênero telenovela para complementar as considerações feitas anteriormente. Para tal, resgatamos alguns apontamentos realizados por nós mesmos em outros trabalhos (CORRÊA-ROSADO, 2013, 2016; CORRÊA-ROSADO; MELO, 2015) e inserimo-los em um quadro, conforme podemos visualizar a seguir (quadro 1).

Segue-se, então, o quadro que resume as configurações do gênero telenovela, segundo a perspectiva adotada.

Quadro 1: Descrição do gênero telenovela: quadro constituído a partir dos apontamentos de Corrêa-Rosado e Melo (2015)

Gênero: TELENVELA					
Restrições Situacionais	Domínio de comunicação	Finalidade	Identidade	Propósito	Circunstâncias Materiais
		Contar uma história, por meio de diálogos e imagens, para os telespectadores, com vistas a entreter-los (<i>contrato de entretenimento</i>).	<i>Instância de produção (midiática)</i>	História	Formato Capítulo (aprox. 50 min.), gravado em estúdio e em externa
		Visada	• EUE (Emissora de TV e seus agentes: autor, diretor, produtor, atores) • EUE (Enunciador telenovelistico) • ND (Narrador e demais instâncias textuais: personagens)		Suporte Televisão
		<i>Visada emocional</i> (fazer-agradar) <i>Visada informativa</i> (fazer-saber) <i>Visada de incitação</i> (fazer-fazer)	<i>Instância de recepção (público)</i>		Tipo de Situação <i>Monolocutiva</i> (o locutor não está em condições de perceber as reações do interlocutor, pois eles não estão em presença física)
Restrições Discursivas	Modos enuncivos (modos de organização do discurso)		Modos enunciativos	Modos de tematização	Modos de semiologização
	Enunciativo (dispositivo de ficção) Descritivo Narrativo		Delocutivo	Tramas/Subtramas	Estrato verbal Estrato visual/filmico Estrato Musical
Restrições Formais	Composição textual		Mise en scène textual interna	Fraseologia	Construção gramatical
	Divisão em capítulos (a telenovela está dividida em capítulos) Divisão em blocos (cada capítulo está dividido em blocos)		• Vinhetas de abertura e fechamento • Passagens de <i>break</i> • Elementos reiterativos (Resumo do capítulo anterior) • Elementos prolépticos (Resumo do capítulo seguinte) • Intervalos comerciais • Créditos comerciais • Classificação indicativa	Jargões que caem no gosto popular como: "Tô certo, ou tô errado?!" de <i>Sinhazinha Malta</i> (<i>Roque Santeiro</i>); "Mistério!" de <i>Dona Milú</i> (<i>Tieta</i>).	Diálogos Linguagem coloquial (aproximação com o telespectador)

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Tal como propõem Aumont e Marie (2009), os quadros e os esquemas constituem verdadeiros instrumentos de descrição de textos audiovisuais, pois quase tudo que em um filme é susceptível de ser descrito pode originar uma esquematização ou apresentar-se sob a forma de um quadro.

Contudo, não podemos perder de vista que, ao propor essa descrição do gênero telenovela, estamos calcados na proposta de Charaudeau (1997, 2004). Para o pesquisador em tela, os gêneros do discurso são necessários para a inteligibilidade dos objetos do mundo, servindo de modelo ou contra-modelo de produção-leitura do discurso. “Assim, os gêneros se inscrevem em uma relação social na medida em que eles testemunham uma codificação que pode variar no espaço (diferenças culturais) e no tempo (mudanças históricas)” (CHARAUDEAU, 1997, p. 82, tradução nossa¹³).

Assim, partindo do postulado bakhtiniano de que é preciso certas referências para comunicar, ou seja, de que aprendemos a moldar nossos enunciados em formas de gênero (BAKHTIN, 2010), Charaudeau (2004) entende que os gêneros estão ancorados na dimensão social da linguagem, sem esquecer-se de suas outras dimensões, discursiva e formal. Com isso, ele os denomina de “gêneros situacionais”, na medida em que as características do discurso dependem essencialmente de suas condições de produção em determinadas situações, isto é, dos dados do contrato comunicacional que modela a situação de troca verbal (CHARAUDEAU, 2006, p. 251).

Nesse sentido, ele parte da ideia de que falar em gêneros é falar em restrições e propõe, com isso, uma articulação entre as restrições das três dimensões do fato linguageiro: a) as *restrições situacionais*, b) as *restrições discursivas* e c) as *restrições formais*. No entanto, é importante esclarecer que tal articulação deve ser entendida como uma correlação e não como uma implicação sucessiva entre os diversos níveis, pois todos eles possuem categorias que permitem apreender um determinado gênero.

Assim, as *restrições situacionais* são delimitadas pelos componentes do contrato comunicacional (*finalidade, identidade, propósito e circunstâncias materiais*); já as *restrições discursivas* dizem respeito aos componentes ligados ao “como dizer” em função dos dados situacionais (*modos enunciativos, modos enoncivos, modos de tematização, modos de semiologização*); por fim, as *restrições formais*, que correspondem às recorrências formais que testemunham as regularidades e até mesmo as rotinizações e a configuração textual do gênero (CHARAUDEAU, 2004), como a

13 No original: “Dès lors, les genres s’inscrivent dans une relation sociale en tant qu’ils témoignent d’une codification qui peut varier dans l’espace (différences culturelles) et dans les temps (changements historiques).”

composição textual, a mise en scène textual interna, os recursos de fraseologia e a construção gramatical.

Muitos dos elementos apresentados no quadro foram discutidos em trabalhos precedentes (CORRÊA-ROSADO, 2013, 2016; CORRÊA-ROSADO; MELO, 2015). Todavia, antes de finalizarmos essa parte, achamos interessante apresentar algumas considerações a respeito da argumentatividade desse contrato comunicacional – que tem a ver com o “poder de influência” do gênero.

Quando pensamos em argumentatividade e argumentação, nossa primeira referência tende para os discursos logicamente organizados, que mostram uma proposição a respeito do mundo, que é defendida com o uso de argumentos variados. São incluídos, nesse caso, discursos diversos como aqueles dos trabalhos científicos em geral, as argumentações jurídicas, os debates eleitorais, etc., enfim, discursos que possuem uma visada de persuasão (levar o interlocutor a compartilhar as mesmas representações propostas pelo locutor). Dificilmente incluiríamos nesse rol discursos narrativos, como os contos, os romances, as narrativas de vida e as telenovelas. A visão comumente compartilhada de narrativa é que ela simplesmente conta “histórias”, sem argumentar e sem o desejo de influenciar o seu público.

Todavia, como sugere Amossy (2000, p. 24, tradução nossa¹⁴), a argumentação no discurso “se liga tanto aos discursos que visam explicitamente a agir sobre o público, quanto àqueles que exercem uma influência sem se dar, para tanto, um empreendimento de persuasão”. Em outras palavras, há uma forma de argumentação que se aplica somente a certos tipos de discursos (a argumentação lógica) e outra, mais ampla, que aparece no interior do discurso narrativizado (MACHADO, 2012).

Amossy (2006) difere, então, a *visada argumentativa* da *dimensão argumentativa*. A simples transmissão de um ponto de vista sobre alguma coisa, que não objetiva modificar expressamente as representações do interlocutor, não pode se confundir com o empreendimento de persuasão sustentado por uma intenção consciente e por estratégias programadas para engendrar esse efeito (AMOSSY, 2006). Logo, a *visada argumentativa* engloba os enunciados que visam intencionalmente a persuadir o outro,

¹⁴ No original: “s’attache aux discours qui visent explicitement à agir sur le public, qu’à ceux qui exercent une influence sans se donner pour autant comme une entreprise de persuasion”.

a fazê-lo compartilhar as mesmas representações; já a *dimensão argumentativa*, mais ampla, não deseja provar ou mesmo defender algo. Contudo, ela não pode deixar de orientar o olhar e de conferir à paisagem ou à personagem que ela toma como tema uma coloração e um sentido particular (AMOSSY, 2006), que sensibilizarão o leitor, o ouvinte ou o telespectador.

Incluímos, nesse último caso, os gêneros predominantemente narrativos/descritivos, ficcionais ou não, como as notícias jornalísticas, os artigos de jornal, os romances, as narrativas de vida e as telenovelas.

Como complementa Machado (2012):

[n]o âmbito dessa opção argumentativa, vê-se que o que é buscado, em um discurso ficcional ou semificcional, como o das biografias e outros gêneros que incluem narrativas de vida, é dar ênfase à vida de um ser real, fazendo com que o leitor participe dos temas de reflexão propostos pelo narrador sobre este sujeito (MACHADO, 2012, p. 202).

Portanto, devido à sua dimensão argumentativa, a telenovela, mesmo que não seja produzida com uma visada de persuasão – excetuando-se os casos das sequências de *merchandising* que são construídas com essa intenção –, pode influenciar o telespectador de modo a intervir em sua percepção e até em seus comportamentos, fazendo-o partilhar de um conjunto de representações variadas – representações sobre o corpo, a feminilidade, a masculinidade, o erotismo, a beleza e a moda, muitas das vezes, estereotipadas, como já apontamos. É possível observar a alusão a essa *dimensão argumentativa* na telenovela nas seguintes palavras de Porto e Silva (2005):

a telenovela [...] possibilita ao espectador participar de uma experiência ficcional, através da qual, projetando-se na tela, esquecido das limitações da vida cotidiana, vive uma miríade de aventuras, às quais, possivelmente, não poderia experimentar na realidade. Nesse jogo ilusório a identificação com as personagens e a história permite-lhe ser vários e viver experiências diversas, podendo impunemente ceder a seus impulsos reprimidos, a seu desejo de sentir-se livre em aspectos religiosos, políticos, sociais e sexuais. Cessada a representação, desligado o aparelho televisor, a catarse feita, ele retorna sua vida diária. A ilusão ficou no palco ou apagou-se na tela do televisor desligado (PORTO E SILVA, 2005, p. 53-54).

Muitos sociólogos e antropólogos da comunicação, como Andrade (2003), Lopes, Borelli e Resende (2002) e Machado-Borges (2003), mencionam, em seus trabalhos, o

poder de influência que a telenovela tem sobre os seus interlocutores. Machado-Borges (2003, p. 63) cita o exemplo de uma de suas informantes que, ao se preparar para a festa de casamento de sua irmã, exclama: “Hoje, eu estou vestida como Maria do Bairro [personagem de uma novela mexicana exibida pelo SBT]: da cabeça aos pés. Eu sou Maria do Bairro”, evidenciando a maneira como a telenovela influencia, de modos variados (e até mais que um discurso argumentativo propriamente dito), seus interlocutores.

E nesse jogo de influência que a telenovela realiza é que precisamos nos questionar a respeito do papel desse gênero na construção de nosso imaginário social. Como ressaltamos ao longo desse trabalho, as telenovelas não podem ser vistas como mero entretenimento, mas principalmente como discursos. Assim, disfarçadas de “histórias para agradar ao público”, muitas telenovelas brasileiras acabam por retratar realidades hegemônicas de maneira naturalizada, enquanto ocultam outras (ou as refratam), frequentemente aquelas vivenciadas por grupos minoritários. O estudo discursivo desse gênero pode, então, abrir um campo para a compreensão desse imaginário.

Considerações finais

O presente trabalho almejou descrever o gênero discursivo/situacional telenovela brasileira, configurando suas características situacionais, discursivas e formais a fim de compreender seu funcionamento intragenérico, bem como o papel desse gênero como artefato cultural. Para a realização desse trabalho, utilizamos o instrumental teórico metodológico da Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau (1983; 1992; 1997; 2004), conjuntamente com os estudos de gêneros discursivos propostos por Miller (1984, 1994) e Bakhtin (2010). Além do mais, para empreender tal configuração, utilizamos trabalhos de estudiosos da televisão e das telenovelas, tais como Balogh (2002), Costa (2000), Hamburger (2005, 2010), Machado-Borges (2003), entre outros.

Diante disso, acreditamos que, enquanto materialidade discursiva, a telenovela brasileira pode ser tida como um artefato cultural – no sentido dado por Miller (1984),

ou seja, uma representação do raciocínio e propósitos característicos de uma dada cultura –, conectado a determinados parâmetros culturais e sociais do Brasil. Nesse sentido, nossos apontamentos evidenciaram que a telenovela, embora vinculada a um contrato comunicacional de estatuto ficcional, representa uma determinada parte da realidade brasileira – ainda que como pano de fundo de muitas de suas histórias –, e as emoções que definem certos segmentos do povo brasileiro, com suas crenças e valores, funcionando como horizonte de referência para diversos atores sociais, fonte não só de entretenimento, mas também de informação e de posicionamento para algumas questões sociais, políticas e culturais.

Dessa maneira, a telenovela opera como uma narrativa social compartilhada e aceita por um grupo de atores sociais. Ela também faz parte da dinâmica sociocultural, organizando a vida temporal de parte dessa coletividade (muitos brasileiros organizam suas atividades em função das telenovelas que assistem) e instituindo uma relação de força entre sujeitos, ao mesmo tempo que constitui algumas identidades (individuais e coletivas) de certos grupos de sujeitos.

Com efeito, o que se vê na telenovela é uma *construção* – e não uma expressão do mundo – realizada pelos sujeitos produtores. E, ao construir um mundo significado através de um processo de semiotização/representação narrativa, o sujeito comunicante, projetando-se em seu enunciador, imprime sua visão de mundo, seu olhar, no interior do ato de linguagem, propagando certos sentidos e obscurecendo outros. Logo, as telenovelas produzem certos efeitos de sentido que podem definir temas, instalar a agenda dos problemas sociais a serem discutidos e proporcionar pontos de vistas sobre os quais eles podem ser pensados. Porém, elas jamais garantem isso, já que o sujeito interpretante, o público real que assiste às histórias, é mais ou menos livre.

Referências

ALENCAR, M. **A Hollywood brasileira**: Panorama da telenovela no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2004.

AMOSSY, R. **L'argumentation dans le discours**. Discours politique, littérature d'idées, fiction. Comment peut-on agir sur un public en orientant ses façons de voir, de penser? Paris: Nathan, 2000.

ANDRADE, R. B. **O fascínio de Scherazade**: os usos sociais da telenovela. São Paulo: Annablume, 2003.

ASSIS, M. Notícia da atual literatura brasileira: Instinto de nacionalidade. In. ASSIS, M. **Crítica e variedade**. São Paulo: Globo, 1997 [1873]. p. 17-28.

AUMONT, J.; MARIE, M. **A análise do filme**. Lisboa: Edições Texto e Grafia, 2009.

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In. BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 5 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010. p. 261-306.

BALOGH, A. M. **O discurso ficcional na TV**: sedução e sonho em doses homeopáticas. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

CALZA, R. **O que é telenovela**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

CHARAUDEAU, P. **Langage et discours**: Éléments de sémiolinguistique (théorie et pratique). Paris: Hachette, 1983.

CHARAUDEAU, P. **Grammaire du sens et de l'expression**. Paris: Hachette, 1992.

CHARAUDEAU, P. Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information. **Réseaux: Communication, technologie, Société**. Paris, v. 15, n. 81, p. 79-101, 1997.

CHARAUDEAU, P. La television et l'autre-étranger. Conditions d'une étude. In: CHARAUDEAU, P *et al.* (org.). **La télévision et la guerre – déformation ou construction de la réalité ?** Le conflit em Bosnie (1990-1994). Bruxelas: Éditions de Boeck Université, 2001. p. 7-29.

CHARAUDEAU, P. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. Tradução de Renato de Melo. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. (org.). **Gêneros: reflexões em análise do discurso**. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFGM, 2004. p. 13-41.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso**: modos de organização. Coordenação da equipe de tradução Ângela M. S. Corrêa e Ida Lúcia Machado. São Paulo: Contexto, 2008.

- CORRÊA-ROSADO, L. C. **Sorrir ou chorar? A patemização na telenovela brasileira, um estudo de O Astro**. 2013. 260f. Dissertação (Mestrado em Letras). Departamento de Letras, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2013.
- CORRÊA-ROSADO, L. C.; MELO, M. S. S. A telenovela das 23h: uma descrição do gênero a partir da Teoria Semiociológica. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, SC, v. 15, n. 2, p. 207-227, maio/ago. 2015.
- CORRÊA-ROSADO, L. C. A narrativa telenovelística. In: MACHADO, I. L.; MELO, M. S. S. (org.). **Estudos sobre narrativas em diferentes materialidades discursivas na visão da análise do discurso**. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2016, p. 151-182.
- COSTA, C. **A milésima segunda noite**: da narrativa mítica à telenovela: análise estética e sociológica. São Paulo: Annablume, 2000.
- COSTA, S. R. **Dicionário de gêneros textuais**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.
- GENETTE, G. **Discours du récit**. Paris: Éditions du Seuil, 2007.
- HAMBURGUER, E. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: SCHWARCZ, Lilia (org.). **História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea**. v. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 439-488.
- HAMBURGUER, E. **O Brasil antenado**: a sociedade da telenovela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- LOCHARD, G.; SOULAGES, J.-C. **La communication télévisuelle**. Paris: Armand Colin, 1998.
- LOPES, M. I. V. de; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. da R. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.
- MACHADO-BORGES, T. **Only for you! Brazilians and the telenovela flow**. Stockholm: University of Stockholm, 2003.
- MACHADO, I. L. Uma analista do discurso face aos ditos de dois políticos: narrativas de vida que se entrecruzam. **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, [s.l.], v. 3, p. 68-81, 2012.
- MENDES, E. **Contribuições ao estudo do conceito de ficcionalidade e de suas configurações discursivas**. 2004. 267f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos). Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004.
- MILLER, C. Genre as social action. **Quarterly Journal of speech**. London, v. 70, n. 2, p. 151-167, 1984.

MILLER, C. Rhetorical community: The cultural basis of genre. FREEDMAN, A.; MEDWAY, P. **Genre and the New Rhetoric**. London: Taylor & Francis, 1994. p. 67-78.

PALLOTTINI, R. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Editora Moderna, 1998.

PIGNATARI, D. **Signagem da televisão**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.

PORTO E SILVA, F. L. Melodrama, folhetim e telenovela: anotações para um estudo comparativo. **FACOM**, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 46-54, 2005.

RABAÇA, C.; BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Editora Ática, 1995.

Recebido em 15/12/2021.

Aprovado em 04/05/2022.