

TELENOVELAS: OS VALORES DE UM QUOTIDIANO VIVIDO

*Ana Paula Robalo do Nascimento Castela**

RESUMO

Fenómenos de popularidade em todo o mundo, as telenovelas invadem as nossas casas. Formas estéticas que revelam aspectos importantes da vida são um pretexto para repensar o imaginário social agregando os diversos géneros no tempo e no espaço, transmitindo os valores de uma sociedade em metamorfose e permitindo um meio de leitura de várias culturas e o aproximar de símbolos que organizam a vida em sociedade. Podemos, assim, dizer que as telenovelas, tanto portuguesas como brasileiras, e no caso em análise as chamadas novelas-verdade, que se legitimam pelos temas da realidade que abordam e pela abertura do seu argumento, apesar de todos os filtros técnicos e ideológicos, podem ser consideradas instrumentos que permitem a compreensão da realidade social de um país e transmissoras de valores que apontam para uma mudança cultural, mudança cultural essa a que alguns autores chamam pós-modernidade.

OS VALORES E A PÓS-MODERNIDADE

Desde sempre existiu, em todas as sociedades, uma representação do que é bom, do que é desejável, que se manifesta no que chamamos ideais colectivos, sendo estes valores considerados como algo que não se transforma. Os valores aparecem, com muita frequência, na obra de Durkheim e de Weber. Tanto para um como para o outro a unidade social é assegurada pelos valores que são inculcados aos indivíduos, assimilados por eles e finalmente partilhados.

Desde essa altura até aos nossos dias, muitos têm sido os sociólogos que se têm interessado por esta questão dos valores. E é, assim, que Parsons (1988) refere o modo como os valores de um sistema se transmitem aos actores desse mesmo sistema. Para ele, os actores integram-nos no seu comportamento através da socialização chegando mesmo, por meio deste processo, a converter-se, em parte, na sua consciência. Diz, ainda, que “as normas e os valores aprendidos na infância tendem a ser estáveis e, se reforçados, a durar toda a vida”¹ (Parson, 1988:227).

Os valores podem “manter a coesão social na medida em que são partilhados por todos e legitimam as regras que condicionam as actividades” (Worsley, 1983:495-496). No entanto, isso não quer dizer que os valores não mudem bem assim como as atitudes. É o que tem vindo a acontecer nestas últimas décadas com a passagem, segundo Inglehart, de uma sociedade moderna a uma sociedade pós-moderna, mudança cultural que traz consigo novos valores mais voltados para o individualismo, a secularização, a dessacralização da ciên-

¹ Talcott Parsons, *El sistema social*, Madrid, Alianza Editorial, 1988, p. 227

* Docente da Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

cia mas também para a reflexividade o niilismo e a solidariedade, bem como uma maior tolerância tanto em relação a temas como o aborto ou o divórcio como em relação à homossexualidade e à diversidade étnica.

Desde a Revolução Industrial e até meados do século XX a sociedade industrial ocidental modernizou-se e os regimes políticos e culturais tradicionais baseados em crenças religiosas, em estados burocráticos, estados providência que procuraram maximizar o bem estar dos seus habitantes. Como refere Inglehart “transferiu-se a autoridade da família e das instituições religiosas para as instituições políticas” (Inglehart, 2001:76).

Nos últimos 30 anos, assistiu-se a uma outra mudança, mudança essa que teve que ver com o crescimento económico que ocorreu em determinadas sociedades e que fez com que as mesmas apresentassem valores elevados de segurança económica. “A autoridade afastou-se tanto da igreja como do estado e foi parar às mãos do indivíduo, com uma crescente atenção a tudo o que o concerne, ou seja as amizades e o ócio” (Inglehart, 2001:77).

Como diz Boudon (2002:51) “são sobretudo os valores que insistem na autonomia do indivíduo que estão em alta; os valores que implicam a submissão do indivíduo a instituições, ideias, princípios, etc. – estão ao contrário em baixa”.

A família, tão cara à modernidade não faz mais parte dos valores pós-modernos. Aliás, e como refere Giddens (2002:57), “De entre as mudanças que estão a ocorrer por todo o mundo, nenhuma são mais importantes do que as que afectam a nossa vida pessoal: sexualidade, relações, casamento, família”.

A família desfaz-se e já não considera tão importante que os filhos vivam como a mãe e o pai para serem felizes. A mulher também já não vive a sua vida em função dos filhos. Bem pelo contrário, afirma a sua independência, e, normalmente, casa e tem filhos em idades mais tardias, dedicando-se mais ao prazer e à sua realização pessoal e profissional. Aliás, como refere, a propósito, Gil Villa, os papéis sociais atribuídos perderam definição e conteúdo. Os “papéis sexuais antes claramente definidos em ‘instrumentais’ e ‘expressivos’ e ligados respectivamente ao homem e à mulher sofrem uma profunda alteração com os movimentos de libertação da mulher” (Gil Villa, 2002:5).

O que realmente conta é o prazer, é o “aqui e o agora”, sem consequências, nem responsabilidades. Há um aumento evidente do Hedonismo, do consumo estéril, da frivolidade e como diz Rojas (s/d: 42) “ao possibilitar-se ao homem, da sociedade do bem estar, a satisfação de todos os apetites materiais (...) pode acontecer que se não abram outras vias mais ricas no campo cultural e espiritual e venha a deslizar por uma rampa que termina na frivolidade”.

No entanto, a mudança para os valores pós-modernos não se deu, ao mesmo tempo, em todos os países, nem da mesma maneira. É assim que Portugal e o Brasil embora tenham situações semelhantes, já que de acordo com o Inquérito Mundial de valores lançado em 1990-91, Portugal pode definir-se como pertencendo a uma “zona cultural hispânica que inclui Espanha e Portugal que, empiricamente, se parece com as Sociedades latino-americanas (Inglehart, 2000:32), apresentam algumas diferenças, principalmente, no que diz respeito ao valor dado à religião e à família.

Portugal pertence, ainda, ao grupo de países que se costuma desmarcar da América latina, com uma grande quantidade e habitantes católicos, e, dentro deste grupo, é o país que se situa mais perto dos valores de segurança dos de escassez, encontrando-se a meio caminho entre o que podemos considerar os valores modernos e pós-modernos, a autoridade tradicional e a autoridade burocrática. E, embora, o Brasil se encontre no mesmo grupo está bastante mais próximo da autoridade tradicional ou seja dá uma importância muito maior que Portugal aos valores religiosos e familiares.

São, pois, países, que vivem numa transição em que, por vezes, se podem encontrar momentos de ruptura e outros de continuidade. Caminham, no entanto, ambos, a grande velocidade, para o que se considera a pós-modernidade e consequentemente para a adopção de valores pós-modernos.

TELENOVELAS: ESPELHO DE VALORES DA SOCIEDADE ACTUAL

Como refere Almenara (1997:69), “dos meios para não dizer o meio mais significativo, dentro da cultura mediática na qual nos desenvolvemos, é a televisão”. E podemos dizer, ainda, que as telenovelas em alguns países como Portugal e Brasil ocupam uma grande parte do espaço televisivo, principalmente, o que podemos considerar o espaço nobre.

Daí que tenhamos optado por identificar estes valores pós-modernos nas telenovelas já que estas, fruto de um meio de comunicação doméstico e privilegiado como a televisão, permitem que entremos em contacto com realidades às quais não podemos aceder de forma directa e “organizam a nossa visão da realidade e de nós mesmos” (Sampedro Blanco, 2000:125). Mais ainda, reflectem a estrutura e os valores da sociedade e podem operar como agentes de mudança.

Também Giddens considera que as comunicações de massas estão associadas a muitos aspectos da nossa sociedade e a televisão é o mais importante desenvolvimento dos media nos últimos trinta anos. Como o próprio diz “A influência da televisão como um meio de cultura não pode ser só vista em termos dos programas que oferece. A televisão fornece os quadros de experiência, nos quais os indivíduos interpretam e organizam a informação nas sociedades modernas” (Giddens, 1993:452), já que “a maior vantagem da televisão está em apresentar-se dentro de casa, durante o dia e nas horas em que os membros da família se reúnem, após exaustivo dia de trabalho” (Pasquini, 1975:124). Além disso, a televisão, como diz Casetti & Chio, não é só “«um espelho do mundo»” mas também um exemplo, um *cânon* de como «é» o mundo e de como se «deve» estar nesse mundo” (Casetti & Chio, 1999:312).

Neste contexto, as telenovelas tiveram e continuam a ter um peso muito especial dado que, desde os primeiros dias, ganharam a hegemonia no panorama da cultura de massas em todos os países. É assim que estas continuam a surgir como *pivots* da programação diária, esteio do mapa semanal e quase emblema da globalidade dos programas de televisão brasileira e portuguesa. Na verdade, como refere Moreira “a força do impacto de um fenómeno cultural de massas mede-se, antes de tudo, pelos efeitos imediatos, de que a popularidade é sem dúvida o mais gritante” (Moreira, 1980:50), já que, ao contrário da arte das elites inquietante, é a repetição do já ouvido que importa ao público, a procura da ordem nas coisas, da segurança, da familiaridade, que traz a telenovela. Também Paiva reconhece que “A telenovela abriu um rasgão no tecido simbólico da sociedade, exibindo as frestas por onde circulam valores em transição da nossa cultura de passagem de século” (Paiva, 1999: 224). A ficção muda, assim, hábitos e costumes, sugere a moda, norteia a opinião pública e, em alguns casos, mesmo, a tomada de decisões importantes.

As telenovelas são, pois, objecto privilegiado para o estudo dos valores de uma sociedade porque a telenovela “como as demais mensagens da televisão e do cinema, deve ser considerada um produto da sociedade na qual se apresenta, por ser produzida por esta sociedade, isto é, revela como esta sociedade se organiza, quais os seus valores, quais os seus costumes” (Tilburg, s/data:12) e porque partimos do pressuposto que as situações que são colocadas no seu enredo são extraídas da vida social, ou seja “a cópia dos pequenos gestos sem grandeza e das mesquinhas consumições quotidianas, numa imitação fiel da dimensão trivial e familiar do mundo das aparências que é o nosso próprio” (Moreira, 1980:69).

Até porque uma boa telenovela avalia-se pela capacidade de produção de uma adequada ilusão da realidade, sendo assim uma das ficções mais apreciadas e a que tem maior correspondência à realidade humana pois “exacerba o imaginário não separando propriamente a realidade do imaginário mas facultando uma ficção reconhecível através de mecanismos de identificação e de projecção com incidências eventuais sobre a vida quotidiana” (Pais & Cabral, 1998:125).

Em suma, a telenovela está extremamente vinculada ao processo de modernização dos países, sendo um verdadeiro termómetro desse processo enquanto interprete da vida

social, mas também uma parceira constante no quotidiano, ultrapassando a questão do mero lazer e daí que, cada vez mais, seja utilizada como um poderoso meio de marketing social.

Procurámos, assim, saber que tipo de valores transmitiam as telenovelas analisadas e se esses valores correspondiam, de alguma maneira, aos valores já observados nestas duas sociedades, por outros autores, em estudos anteriores.

METODOLOGIA

Escolhemos, para análise, uma telenovela brasileira e uma portuguesa dirigidas ao mesmo tipo de público-alvo. São duas telenovelas de horário nobre, o seu campo de acção é a cidade, e direccionadas não só para um público adulto mas também para os jovens, já que estes têm um papel importante em ambas.

Gravámos 30 episódios de cada uma somando uma média de 58 horas por telenovela e consultámos revistas que poderiam ter alguma informação mais pertinente sobre o desenrolar da história.

Procurámos aliar as contribuições de diferentes domínios do conhecimento para “aprender o sentido das imagens televisuais, o que define antes uma postura hermenêutica ou interpretativa, do que uma metodologia legitimada, a priori, pela função crítica e o espírito de negação” (Cardoso Paiva, 2002).

Dos capítulos gravados foram transcritos não só os factos mais elucidativos sobre a temática a estudar como ainda diálogos e situações que melhor a ilustravam. Dado serem os valores a temática a estudar procuram-se analisar os seguintes eixos: a família, a convivialidade/os amigos, o trabalho e o lazer, objectivos de futuro e maneiras de ser e estar dos personagens.

Foi feita, assim, uma investigação de tipo etnográfico ou seja “uma observação directa de acontecimentos relevantes” (Simmons, 1969: 1) já que a observação participante é um método a utilizar quando se querem obter “informações sobre comportamentos, discursos e acontecimentos observáveis” (Costa, 1986: 143). E, neste caso, podemos, mesmo, dizer que o adoptámos como método privilegiado já que a pesquisa de terreno é, em boa medida, a arte de obter respostas sem fazer perguntas” (Costa, 1986:138).

Gostaríamos, ainda, de referir que notámos diferenças substanciais nomeadamente à forma como as telenovelas brasileiras são elaboradas em relação às portuguesas. É, assim, que esta, tal como a maioria das telenovelas brasileiras, está mais próxima da realidade não só no que respeita às relações pessoais entre os personagens bem como no que se refere a acontecimentos sociais, económicos e políticos que fazem parte da vida do país já que mistura a ficção com a realidade social do Brasil trazendo à ribalta questões emergentes transformando-as em temas de agenda para a sociedade. O mesmo não acontece nas telenovelas portuguesas já que em algumas e a estudada faz parte desse número, embora procurem mostrar o quotidiano continuam a seguir, em parte, a tradição burlesca dos filmes portugueses, que estiveram na moda nos anos 50/60, com situações humorísticas e muitas vezes de puro *non sense*.

CONCLUSÕES

Da análise efectuada podemos dizer que as telenovelas estudadas revelam aspectos importantes da vida e são um pretexto para repensar o imaginário social permitindo uma compreensão dos países, das quais são originárias, com sociedades em metamorfose, já que fornecem um meio de leitura da sociedade e da cultura portuguesa e brasileira e permitem-nos aproximar dos símbolos que organizam essa vida em sociedade.

Estas, embora fazendo parte de culturas e quotidianos distintos, mostram sociedades que vão na direcção da pós-modernidade que podemos constatar na maior tolerância para com a diversidade étnica, cultural e sexual, no estreitar de relações interpessoais e no aumento da convivência, bem como nas posições assumidas face ao trabalho e ao lazer.

O trabalho é visto principalmente, por parte dos mais jovens, de uma maneira bastante diferente da dos seus pais, já que além de terem do mesmo uma visão puramente instrumental, servindo-lhes para obter o que lhes dá prazer, também, e, paradoxalmente, revelando uma preocupação com o seu conteúdo revelando valores mais expressivos como a realização pessoal e o gosto pelo que se faz. Há uma necessidade de auto-realização a par de alguma complementaridade entre o trabalho e o lazer, lazer, esse, que está presente em variadas actividades desportivas como o surf, o voleibol, a natação, que revela a grande importância dada ao culto da imagem nos tempos de hoje, mas também nas constantes festas e nas idas aos bares e às lojas.

A telenovela brasileira mostra, ainda, uma sociedade que dá muito valor à família e à religião, o que não acontece na telenovela portuguesa. Enquanto que na brasileira a família é o núcleo central à roda do qual se movem as diversas personagens e que é constituído, na sua maior parte, por famílias tradicionais em que os homens mantêm o seu estatuto de “chefes de família”, na portuguesa, ao contrário, 40% das personagens ou vivem sozinhas ou em união de facto e as que vivem em família não têm ligações muito fortes com a mesma. Raramente comem juntos, não realizam qualquer tipo de actividade em conjunto, passando a maior parte do tempo ou no quarto, mostrando o seu carácter individualista, ou fora de casa, o que poderá reflectir uma sociedade muito pouco ligada à sociedade tradicional.

Também no que respeita à religião há, como referimos anteriormente, algumas diferenças entre as duas telenovelas e consequentemente entre os dois países. Enquanto que na telenovela portuguesa há uma ausência total do tema religião, na brasileira essas referências são constantes incluindo transmissões das cerimónias que fazem parte da religião católica de uma forma integral. Assiste-se a todo o ritual de um casamento, de um funeral e de um baptizado já para não falarmos das missas constantes. Há mesmo uma personagem feminina que afirma a sua virgindade por ser católica e praticante, bem como outra que ensina o filho a rezar as orações da noite.

Finalmente, podemos, ainda, assinalar em ambas as novelas as mudanças que se verificam em termos de papéis atribuídos que são também um sinal de adopção de valores pós-modernos. No que respeita aos papéis sexuais, a grande maioria das mulheres é não só trabalhadora como ainda ganha a sua independência em relação aos homens, não ocupa lugares secundários, normalmente ligados a estereótipos de género, como secretárias, enfermeiras e mulheres a dias, mas sim médicas, empresárias, biólogas, professoras e antropólogas. Os homens, por seu lado, mostram também além do instrumental o seu papel expressivo e esse lado já não faz mais parte do seu domínio privado, dos bastidores, mas vem para o público. E é, assim, que vemos tanto numa como noutra homens a chorar em plena rua, junto de outras pessoas ou mesmo o meio de uma festa.

Podemos, pois, dizer que estas telenovelas traduzem uma realidade observada através do Inquérito Mundial de Valores de 1990/91, como já referimos anteriormente.

Para terminar, gostaríamos, ainda, de acrescentar que pode parecer estranho caracterizar a telenovela como um instrumento que permite a compreensão da realidade social de um país mas, o que é certo, é que, apesar de todos os filtros técnicos e ideológicos que possam ter, acabam por permitir ver essa mesma realidade social e daí que não é por acaso que a ficção se tornou um assunto de interesse para os investigadores desse mesmo social.

BIBLIOGRAFIA

- ALMENARA, J. (1997). “Investigación sobre el consumo de la televisión” in Gomez, J. I. (dir.) *La outra mirada de la tele. Pistas para un consumo inteligente de la televisión*, Sevilha: Junta de la Andalucía
- BOUDON, R. (2002). *Déclin de la morale? Déclin des valeurs?* Paris: PUF
- CASETTI, F. & CHIO, F. (1999). *Analisis de la televisión*. Barcelona: Paidós
- COSTA, A. (1986). “A pesquisa de terreno” em Silva, A. S. & Pinto, J. M. *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto: Edições Afrontamento
- FADUL, A. & McANANY, E. (1998). “As temáticas sócio-demográficas na telenovela brasileira”. Comunicação apresentada na reunião do projecto “O impacto social da Televisão sobre o Comportamento Reprodutivo no Brasil”, Tiradentes. Brasil, 23-25 Julho.
- GIDDENS, A. (1993). *Sociology*, Cambridge: Polity Press
- GIDDENS, A. (2002). *O mundo na era da globalização*, Queluz de Baixo: Editorial Presença
- GIL VILLA, F. (2002). *Individualismo e Cultura Moral*, Madrid: CIS
- INGLEHART, R. (2001). “Modernization, Cultural Change and the Persistence of Traditional Values” in *American Sociological Values*, Vol. 65, February
- INGLEHART, R. (2001). *Modernización y posmodernización – El cambio cultural económico y político en 43 sociedades*, Madrid: CIS
- MCCALL, c. e SIMMONS, J. (1969). *issues in Participant Observation*, Nova Iorque: Addison-Wesley
- MOREIRA, J. (1980). “Telenovelas. A propósito da cultura de massas in *Revistas Crítica das Ciências Sociais*, nº 4-5 Outubro.
- PAIS, J. e CABRAL, M. (coord) (198). *Jovens Portugueses de hoje*. Oeiras: Celta/SEJ
- PAIVA, C. (1999). *As aparições do deus Dionísio na Idade Média*, Universidade Federal de Paraíba . Dissertação de doutoramento
- PAIVA, C. (s/data). “Contemplação e Compreensão das Imagens. Problemas de Telenovela e Metodologia Científica”. Departamento de Comunicação da UFPB
- PARSONS, T. (1988). *El sistema social*, Madrid: Alianza Editorial
- PASQUINI, V. (1975). “TV: improvisação e falta de organização” in *Revista Vozes*, nº 69
- ROJAS, E. (s/data). *O Homem light*, Coimbra: Gráfica de Coimbra
- SAMPEDRO BLANCO, V. (2000). *Opinión publica y democracia deliberativa – Médios, sondeos y urnas*, Madrid: Ediciones Istmo.
- TILBURG, J (s/data). A telenovela - instrumento de educação permanente, Rio de Janeiro. Pontificia Universidade
- WORSLEY, P. (1983). *Introdução à Sociologia*, Lisboa: Editora D. Quixote