

A construção da identidade feminina na telenovela *Belíssima* da Rede Globo

Luiz Ademir de Oliveira¹, luizoliv@terra.com.br; **Carla Martoni Mendes**²

1. Doutor em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), RJ; mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte; professor no Mestrado em Comunicação e Tecnologia da Universidade Presidente Antônio Carlos (Unipac), Juiz de Fora, MG, e no Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH), MG.
2. Mestranda em Comunicação e Tecnologia pela Universidade Presidente Antônio Carlos (Unipac), Belo Horizonte, MG.

RESUMO: O presente artigo traz uma discussão sobre os dilemas da mulher moderna – submissão e/ou emancipação – frente às transformações da era moderna. Tomando como referência a importância do campo da mídia como espaço de centralidade da vida social, o objetivo é levantar um debate sobre as representações criadas sobre o universo feminino na novela **Belíssima**, exibida em 2005 e 2006 pela Rede Globo no horário nobre. Articula-se, então, a discussão da mídia, indústria cultural e identidade feminina, tendo em vista que as telenovelas continuam sendo o principal produto midiático brasileiro e de grande impacto sobre o imaginário popular.

Palavras-chave: indústria cultural, mídia, televisão, telenovelas, identidade feminina.

RESUMEN: La Construcción de la identidad femenina en la telenovela *Bellísima* de la Globo. El presente artículo trae una discusión sobre los dilemas de la mujer moderna – sumisión y / o

emancipación – frente a las transformaciones de la era moderna. Tomando como referencia la importancia del campo de la comunicación como espacio de centralidad de la vida social, el objetivo es levantar un debate sobre las representaciones criadas sobre el universo femenino en la telenovela *Bellísima* exhibida en 2005 e 2006 por la Globo en horario de audiencia. Articulase, entonces, la discusión de los medios de comunicación, industria cultural e identidad femenina, teniendo en consideración que las telenovelas continúan siendo el principal producto comunicativo brasileño y de grande impacto sobre la imaginación popular.

Palabras llaves: industria cultural, comunicación, televisión, telenovelas, identidad femenina.

ABSTRACT: The construction of the feminine identity in Rede Globo's Beautiful soap opera.

The present article brings a discussion on the modern woman's dilemmas – submission and/or emancipation – front to the transformations of the modern era. Taking as reference the importance of the media field as a space of centrality of the social life, the objective is to raise a debate about the representations created on the feminine universe in *Bellíssima* soap opera, exhibited in 2005 and 2006 by the Rede Globo in the prime time. We pronounce, then, the discussion of the media, cultural industry and feminine identity, having in mind that the soap operas continue being the main Brazilian product of the media and of a great impact on the popular imaginary.

Keywords: cultural industry, media, television, soap operas, feminine identity.

Introdução

Vivencia-se uma era de profundas transformações na vida social, política, econômica e cultural. De um lado, tem-se o processo de globalização da economia, que rompe as fronteiras nacionais, derruba identidades e impõe acele-

rados processos de modernização. Atrelada a isso, destaca-se a mundialização da cultura, em que a mídia é responsável pela difusão massiva de novas formas simbólicas que tendem a gerar um padrão no mundo de consumo. Por outro lado, conforme destaca Thompson (1998), o global, paradoxalmente, reativa os localismos e os regionalismos. Abre espaço para a ampliação da esfera pública. Neste contexto, a mídia passa a ter um papel central de ser a principal fonte de informação e entretenimento. Com isso, cria intensamente novas formas de interação social ao mesmo tempo em que os meios de comunicação são responsáveis por manter ou criar representações sociais.

Tendo em vista o papel de centralidade da mídia, no Brasil, destaca-se o papel da televisão no país. Historicamente, consolidou-se como meio hegemônico da indústria cultural. Cria-se, então, uma nova cultura de massa, com a emergência dos mitos modernos, da felicidade, do amor romanceado, entre outras características. No contexto da TV, as telenovelas surgiram como um produto de sucesso que se tornou uma estratégia mercadológica para a Globo. No entanto, não se pode desconsiderar que a ficção seriada alimenta-se constantemente do social, do cotidiano e reflete os conflitos, os dilemas e os anseios do público. Daí o grande impacto das novelas no imaginário popular.

Num cenário de intensas transformações de identidade, a mulher, apesar de muitos avanços, seja em termos profissionais, mercado de trabalho, comportamento, ainda vive dilemas: entre ser submissa ou buscar a sua emancipação. Como conciliar o lado profissional e o lado afetivo, de esposa e de mãe? São dilemas que marcam a mulher moderna e estão representados nos produtos midiáticos, principalmente nas telenovelas.

Por isso, com base em autores que discutem, num primeiro momento, a indústria cultural, a cultura de massa (ADORNO; HORKHEIMER, 2000; MORIN, 1997; THOMPSON, 1998; LIPOVETSKY, 1989; KELLNER, 2001) e as telenovelas (MARCONDES FILHO, 1999; ORTIZ; BORELLI; RAMOS, 1991; SIMÕES, 2004), o artigo articula tais conceitos à concepção de identidade feminina (CASTELLS, 1999; BEAVOUIR, 1980) e desenvolve uma análise de conteúdo das representações da mulher na novela **Belíssima**, de Sílvio de Abreu, exibida pela Rede Globo, às 21 horas, entre 7 de novembro de 2005 a 8 de julho de 2006.

I – Mídia, cultura de massas e telenovelas

A consolidação da televisão no Brasil na década de 70, no século XX, como objeto de entretenimento e, para alguns críticos como meio de alienação das massas, fez da telenovela o seu principal produto, tanto em audiência como em termos de impacto no imaginário do público brasileiro. A Rede Globo tornou-se uma referência na produção de telenovelas, hoje vendidas para dezenas

de países. As personalidades de destaque no país são aquelas inseridas nas telenovelas. Isso remete à discussão sobre o poder da indústria cultural, que, no Brasil e em outros países do mundo, está relacionada à consolidação da TV como meio hegemônico de coesão social.

Theodor Adorno e Max Horkheimer (2000) argumentam que a cultura, a arte e o indivíduo deixaram de existir em função do controle de uma racionalidade técnica do sistema produtivo capitalista. Por isso, não concordam com o conceito de cultura de massa, que transmite a idéia de existe uma cultura que emerge de forma espontânea das massas. Os frankfurtianos têm uma análise contrária à concepção otimista sobre a era moderna.¹ Os autores partem da idéia de que a mídia, como uma vitrine da indústria cultural, exerce um poder totalitário de manipulação sobre os indivíduos. Os autores discutem as conseqüências negativas do progresso cultural, ou seja, uma situação contraditória, o iluminismo e a razão, ao invés de gerarem avanços para o homem, tornaram o indivíduo um objeto de um sistema racional e industrializado. Eles analisam principalmente estes impactos na sociedade americana dos anos 40, marcada já por uma forte emergência do consumismo.

Para os autores, frente ao caos cultural criado por estas mudanças, constituiu-se paralelamente um sistema formado pela junção das diferentes mídias que atuam de forma articulada, como pode ser percebido nas telenovelas – em que a telenovela se articula com a indústria da moda, publicitária, fonografacia, entre outras. “A civilização atual a tudo confere um ar de semelhança. Filmes, rádio e semanários constituem um sistema. Cada sistema se harmoniza em si e todos entre si” (ADORNO; HORKHEIMER, 2000, p. 169). Este sistema analisado pelos frankfurtianos foi chamado por eles de indústria cultural, ou seja, uma expressão para substituir o termo cultura de massa.²

- 1 As análises em estilo de ensaio, de cunho filosófico, desenvolvidas pela escola européia, remetem a 1923, quando pesquisadores de Frankfurt, na Alemanha, como Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse e Walter Benjamin, fundaram o Instituto de Pesquisas Sociais. Ao adotar uma postura pessimista, tais filósofos fundam a Teoria Crítica e, por isso, são chamados de apocalípticos.
- 2 A transformação ocorre para suprimir a interpretação corrente de uma cultura que nascia espontaneamente das próprias massas. Se os processos são planejados do ponto de vista industrial, para os autores, já não há como se pensar em criação e, portanto, em cultura.

Os autores descrevem algumas estratégias desta indústria cultural para conseguir controlar o indivíduo. Um dos mecanismos mais fortes de controle é a padronização que facilita a recepção da massa, que se sente realizada ao confirmar suas previsões, como no final das novelas, quando tudo termina bem, e os heróis vencem. O sistema torna o mundo um prolongamento de suas mercadorias. O padrão marcado pela repetição gera um desestímulo à criatividade e ao senso crítico.

Por conseguinte, as manifestações da massa ou do indivíduo frente a um produto da indústria cultural são sempre previsíveis. Como exemplo, percebe-se logo no início das novelas como será o seu desfecho. A indústria cultural também constrói uma linguagem universal, de fácil compreensão para que todos entendam sem ter que raciocinar, por isso pessoas de diferentes estratos sociais assistem às novelas e discutem em condições iguais. Não é preciso ter uma boa formação para identificar quem são os heróis e vilões. Dessa forma, os autores rejeitam o novo ao inferirem que o sistema absolutiza a imitação.³ O trabalho da indústria cultural é de adaptar a arte para a era do consumo. Com base nesse intento, ela a transforma em produtos que atendem às carências das pessoas, servindo como refúgio para os problemas e opressões do cotidiano.

Edgar Morin (1997), apesar de concordar que há um processo de industrialização do universo cultural, argumenta que, mesmo com o poder da indústria cultural, ainda há algumas brechas para a arte, para a crítica e para a individualidade. A informação extravasa o imaginário. Os atores ganham um papel de destaque levando ao público um espetáculo grandioso e ilimitado como se este fosse um *voyeur* das grandes representações artísticas, transformando a vida num imenso desfile de vedetes. Temas que fundamentavam o cinema passaram a ser igualmente privilegiados junto à informação. A cultura de massa, segundo Morin (1997), vedetiza por vedetizar, ou seja, não há uma escolha, pois são atos gratuitos que afirmam a presença da paixão, da morte e do destino. Dessa forma, o seu alvo principal são aqueles que inibem seus instintos e se abrigam contra o perigo.

3 Podem ser citados como evidências os dramas que se repetem nas novelas: os alcoólatras, o envolvimento de mulheres mais velhas com homens mais novos, o par romântico que vive sempre atormentado pelos vilões e agora a onda de *merchandising* social – que são inserções de cunho social, como o caso de personagens portadores de deficiência, crianças desaparecidas, que visam a chamar a atenção da sociedade para os problemas sociais.

A informação olimpiana segue a mesma linha dos filmes, novelas e teatro, vedetizando a partir de personagens significativos as situações chaves. A morte, o divórcio, o casamento, o nascimento, o acidente, enfim tudo fora dos padrões de normalidade que envolve as pessoas e evidencia seus personagens, transforma-se em sensacionalismo. Este funciona como forma de transformar fatos em tragédia, e a mídia também muda para uma mitologia culturológica dos *mass media*. Existe uma projeção, uma identificação em todas as relações humanas, desde que estejam pautadas na afetividade. Esta aí a ligação do imaginário com o cotidiano de nossas vidas.

Um novo curso entre *mass media* e o público tende a multiplicar os contatos entre a cultura de massa e seus consumidores. Morin (1997) denomina de correio amoroso o processo de comunicação estabelecido entre os programas, revistas e rádio que chamam o público para uma participação em que conselhos e dúvidas da vida cotidiana são sugeridos em programas de entrevistas, calendários astrológicos etc. “Todos esses conselhos vão cumulativamente para o sentido do prestígio pessoal, do standing, do bem estar”. A esses conselhos aparentemente desinteressados, acrescentam-se as incitações interessadas da publicidade onipresente (MORIN, 1997, p. 103). A publicidade integra-se à cultura de massa e carrega um infinito de incitações que levam ao público a criar situações invejosas de desejos e necessidades. No encontro do imaginário com o real e do real com imaginário, são inseridas as vedetes da grande imprensa, os olímpianos modernos.

O autor, ao discutir as características da cultura de massa, além de enfatizar a presença dos olímpianos ou semi-deuses da era moderna, destaca outros elementos, tais como: o amor, a felicidade, a juventude, o grande público, a cultura planetária, vasos comunicantes – a mistura entre realidade e ficção, revólver – polarização entre valores femininos como o sentimentalismo *versus* valores masculinos como a violência e a agressividade, entre outras. A cultura de massa, por ser uma certa fuga da realidade, tende a centralizar a sua temática na idéia de amor e de felicidade. Ao buscar elementos da realidade para construir a ficção e vice-versa, a cultura de massa cria uma fronteira muito tênue entre os dois mundos.

A partir de uma concepção mais contemporânea e mais otimista, três autores se destacam no cenário da discussão sobre a comunicação de massa. O primeiro a ser citado é Thompson (1998) que lança um olhar sociológico sobre a mídia e propõe uma outra visão sobre o receptor das mensagens midiáticas. Segundo o autor, o receptor não é um sujeito passivo, mas que interfere no processo comunicativo. Parte de uma visão sociológica de que a mídia está inserida em contextos sociais diferentes. O autor afirma que a mídia acelerou a produção e o intercâmbio de novas formas simbólicas num ritmo muito acele-

rado. Thompson conceitua comunicação de massa como a produção institucionalizada de bens simbólicos.⁴ Quanto à recepção, Thompson afirma que o receptor é um sujeito crítico, que recebe as mensagens a partir de contextos sociais e culturais específicos.

Nesta mesma linha de análise, o filósofo Lipovetsky (1989) reconhece a existência de um sistema industrial que controla a maior parte da produção cultural. Mas, ao contrário dos frankfurtianos, o autor afirma que é, em função deste modelo, que as pessoas podem agir mediante aos produtos que lhes são ofertados. Ele contesta a passividade, ao mencionar a imprevisibilidade e o caráter efêmero dos bens simbólicos, constantemente renovados.

Para reforçar a concepção de que o público possui uma capacidade interpretativa sobre os conteúdos produzidos pelos meios de comunicação, Lipovetsky destaca o fato de que no modelo que prevalece da indústria industrial ninguém é capaz de prever o sucesso de um determinado produto. As instituições midiáticas definem estratégias para estarem preparadas para as diferenciadas reações do público. Entre tais estratégias utilizadas para garantir o sucesso de um bem simbólico, a publicidade é apontada com destaque.

Lipovetsky concorda com os frankfurtianos de que a cultura de massa é tida como de fácil apreensão pelos receptores. Daí pressupõe-se o caráter efêmero dos produtos, que mudam constantemente de acordo com os anseios dos compradores. No entanto, ele discorda de que isso signifique passividade. Ele ilustra o argumento com o exemplo da televisão, ao afirmar que o ritmo desta mídia faz as pessoas absorverem de forma mais rápida e até mais crítica as mensagens. A internet, nos dias de hoje, é outra evidência que tende a fortalecer o argumento do filósofo.

Nesse contexto, emerge a visão otimista de Lipovetsky sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa sobre a audiência. Mais do que um mecanismo de fuga da realidade, de proporcionar prazer, a cultura de massa é considerada a responsável por contribuir para orientar as atitudes individuais e cole-

4 Thompson (1998) apresenta as cinco características da comunicação de massa: (a) depende de um meio técnico para ser materializada, seja um jornal, rádio, TV, internet; (b) atende a interesses mercadológicos – são indústrias do entretenimento; (c) gera uma dissociação entre a produção e a recepção, tendo em vista que as pessoas não sabem como os produtos são construídos e, por outro lado, os produtores não sabem o que os receptores fazem com as mensagens que recebem; (d) gera uma nova dimensão espaço temporal; (e) traz uma circulação pública de formas simbólicas que é positiva no sentido de democratizar a informação e a cultura.

tivas, difundindo novos padrões de vida. O autor argumenta que o modelo torna as pessoas mais críticas, estimula a opinião própria e autonomia na escolha de suas preferências e atitudes. Lipovetsky destaca o papel dos meios de comunicação como agentes de informação e socialização, mesmo que mesclados a um caráter espetacular. Ele afirma que a mídia tende a ampliar o debate no espaço público a partir do momento em que agenda diferentes temas de interesse coletivo.

Douglas Kellner (2001) estabelece uma série de críticas à concepção frankfurtiana. O autor considera simplista a idéia de que a função dos produtos culturais é legitimar ideologicamente as sociedades capitalistas existentes e de integrar os indivíduos nos quadros da cultura de massa e da sociedade. Kellner classifica de problemática a divisão entre cultura superior e inferior estabelecida pelos frankfurtianos, na qual esta última é a amplamente difundida entre o grande público. Ele condena, ainda, a concepção de que a cultura de massa visa a apenas ao entretenimento de uma massa passiva de consumidores.⁵

Tal concepção traz contribuições relevantes para a pesquisa, tendo em vista em analisar a construção da identidade feminina nas telenovelas, que marca um conflito que ainda hoje é muito marcante na sociedade, principalmente no Brasil em que a mulher sofre muitos preconceitos. “Os estudos culturais diferentemente da ideologia marxista tenta compreender os conflitos sociais não apenas sob uma ótica econômica de lutas de classe, mas amplia seu foco para as disputas em termos de sexo e raça” (KELLNER, 2001, p. 13).

5 Partindo dos estudos culturais difundidos principalmente na Inglaterra nos anos 50 e 60, Kellner defende a adoção destes estudos culturais que, assim como a teoria crítica da Escola de Frankfurt, desenvolve modelos teóricos e conceituais da relação entre a esfera econômica, o Estado, a sociedade, a cultura e o cotidiano dos indivíduos, dependendo, pois, das questões inseridas nas teorias das ciências sociais da contemporaneidade. Mas, ao contrário da Escola de Frankfurt, os estudos culturais não fazem distinção entre a cultura superior e inferior e valorizam formas culturais como cinema, televisão e música popular, menosprezadas pelas abordagens anteriores para analisar as formas simbólicas. Kellner argumenta que deve ser feita uma leitura política da cultura da mídia. Tal postura implica em contextualizá-la historicamente e analisar os seus códigos de construção simbólica, bem como a posição dos seus enunciadores. É importante, também, identificar as imagens predominantes, os repertórios discursivos e os elementos estéticos que trazem implícitos determinados posicionamentos políticos e ideológicos e seus respectivos efeitos.

Apesar de reconhecer que a cultura da mídia seja a de maior disseminação na sociedade atual, Kellner discorda do modelo frankfurtiano de que a recepção já é pré-determinada. Ele aponta a complexidade dos produtos midiáticos. O autor afirma, ainda, que é raro que filmes, canções populares, programas de televisão, entre outros, influenciem, isoladamente, o público de modo direto. No entanto, reconhece que a constituição de um sistema industrial harmonizando várias partes pode atuar como agente influenciador de pensamentos e comportamentos, produzir modelos de sexualidade, estilo e ação. Deve-se destacar que o autor deixa evidente a idéia de que a indústria cultural, com as suas respectivas estratégias, pode agir sobre as pessoas, dependendo das características de cada um e não com respostas universalmente programadas.

Para o autor, a cultura da mídia precisa ser compreendida num contexto mais amplo, de forma mais aprofundada. Ela produz imagens que mobilizam o desejo do espectador para certos modos de pensamentos e condutas que, obviamente, tendem a reforçar os interesses das classes dominantes. Por isso, os olimpianos são figuras criadas para gerar identificação e projeção no público, a fim de que adotem condutas de consumo que reforcem o prestígio social. No entanto, a novela também põe em discussão comportamentos e valores que são importantes para a sociedade atual, como o alcoolismo, o preconceito contra deficientes, a homossexualidade, entre outras questões.

1.1 – Telenovela como produto hegemônico da indústria cultural brasileira

Partindo de uma concepção frankfurtiana, Ciro Marcondes Filho (1999) faz uma análise das telenovelas no Brasil. Ele atribui o sucesso destas produções à influência e à responsabilidade do sistema capitalista. O autor acredita que as telenovelas não passam de uma reprodução constante de temas repetitivos, que não acrescentam em nada, por ser apenas um produto que reproduz a ideologia dominante e reflete o poder a indústria cultural. Acrescenta que a telenovela é pobre em termos de emoção, pois as cenas são fragmentadas abrindo espaço para os comerciais descartando assim a evolução da emoção de forma regular fazendo do receptor uma isca.

Ciro Marcondes Filho afirma que, para prender a atenção, além de cenas curtas, as telenovelas concentram-se em um personagem-chave que, geralmente, gera uma identificação com o público, banalizando os sentimentos e explorando as emoções com fins meramente comerciais. Para o autor, as novelas distanciam-se do teatro e da encenação construída sob o espírito do realismo, que tem como objetivo trabalhar as situações complexas que marcam a vida do homem. O autor conclui que o resultado obtido com as telenovelas é a frustração, a redundância, a repetição de velhos modelos.

Ao analisar as etapas produtivas de uma telenovela, Renato Ortiz (1991) argumenta que a telenovela brasileira é alvo de muitas críticas, sem ter estudos mais aprofundados sobre o assunto. O autor trata diretamente o fator econômico, uma vez que a televisão e em especial as telenovelas, a partir dos anos 50 do século XX, conseguiram segurar o público interessado em sua dramaturgia seriada. O autor apresenta dados da época que comprovam a rentabilidade da TV Globo com suas telenovelas, fazendo uma comparação com a indústria automobilística e atesta lucros bem mais altos, chegando a 22% de rentabilidade em favor rede. Ele trata o produto telenovela como descartável, após sua produção e exibição, pois, ao contrário do cinema, as telenovelas e seriados não foram feitas para serem lembradas. A fabricação do produto passa por inúmeras fases e um aparato de pessoas e idéias incalculável para o telespectador.⁶

Numa perspectiva mais otimista, com base na idéia de sociabilidade e de resgate do lúdico, Paula Simões (2004) faz uma discussão sobre as telenovelas, com foco na questão do amor. Retomando a idéia de que como a teledramaturgia está inserida na cultura da América Latina, a autora apresenta um outro olhar sobre as novelas, na inserção que elas estabelecem com o público, principalmente por fazerem parte do cotidiano das pessoas.

Simões afirma que os autores das telenovelas, por exemplo, têm o cuidado em trabalhar temas atualizados, sempre procurando sensibilizar o público com tramas que envolvem amor, ódio, dever, honestidade, segredos e mistérios. São tramas que permeiam o cotidiano dos receptores. Borelli, citado por Simões, argumenta que tal jogo melodramático é uma matriz cultural originária, cuja forma pode ser encontrada nas manifestações culturais que compõem, ao longo da história, o nosso cotidiano.

Borelli argumenta que o gênero mantém-se atual, com um conteúdo sentimental e ao mesmo tempo moralizante e otimista. Através de uma estrutura linear, que se propõe a atingir a um só tempo, coração, olhos e ouvidos, o

6 Ortiz cita a primeira dificuldade para se iniciar a cadeia de produção como sendo a escolha de um novo produto. É da responsabilidade da direção de teledramaturgia decidir qual será o novo tema levado ao ar. De olho em vários interesses da rede como a comercialização, eles descartam alguns temas e apresentam outros à direção geral, que fará a escolha final. Ele fala que os tele novelistas têm uma fórmula para escrever uma novela, que é sempre baseada em amor, ódio e ciúmes, enfim as emoções ligadas ao cotidiano das pessoas dos diferentes estratos sociais. O autor argumenta que, nesta padronização, como receita de se fazer novelas, deve-se restringir a escolha.

dramalhão evita, sempre, desfechos imprevisíveis. A trama é conhecida do público, que se torna confidente do autor, cabendo a investigação e a descoberta da verdade somente às personagens. A angústia do espectador é essa: saber tudo e nada poder sobre os acontecimentos, a não ser torcer pela vitória do herói e aguardar que o *happy end* restaure a ordem moral.

Jésus Martín-Barbero, também citado por Simões (2004), afirma que o melodrama tem uma relação estreita com a realidade da América Latina. O autor expressa a natureza dessa matriz cultural e a forma como ela predomina na cultura latina-americana: Segundo Barbero, assim como nas praças do mercado, no melodrama está tudo misturado, as estruturas sociais como as do sentimento, muito do que somos – machistas, fatalistas, supersticioso e do que sonhamos ser, o roubo da identidade, a nostalgia, a raiva.

Ao tratar da inserção da telenovela brasileira nas raízes da cultura latino-americana, Martín-Barbero, citado por Simões, afirma que seja em forma de tango, telenovela, cinema mexicano ou reportagem policial, o melodrama explora um certo imaginário coletivo que tem a ver com esta matriz cultural que serve para o reconhecimento popular dos traços da cultura de massa.

Simões cita a forma narrativa de expressão da telenovela e acrescenta que, através da ordenação dos fatos, conectando passado, presente e futuro, elas conferem às experiências maneiras de realizar e expressar nossa temporalidade. Ela afirma que a narrativa das telenovelas, além de se apropriar do gênero melodramático, incorpora elementos de outros gêneros ficcionais e outras narrativas que a antecederam, como o folhetim, a literatura de cordel, as radionovelas, as *soap operas* e o teatro.⁷

7 Quanto ao folhetim, Simões explica que nasceram na França. Eram histórias de amor e aventuras contadas em capítulos. Posteriormente, foram iniciadas traduções dos folhetins franceses para o Brasil e, mais à frente, autores começaram a escrever de forma seriada incorporando elementos da cultura nacional. Quanto às radionovelas, Simões destaca a década de 30 quando surgiram nos Estados Unidos, como meio de prender a atenção dos ouvintes. Como eram patrocinadas por fábricas de sabonete, ganharam o rótulo de “óperas de sabão”. Já na América Latina, as radionovelas são primeiramente incorporadas por Cuba, mas, ao contrário dos Estados Unidos em que predominavam nas histórias, o fato de não haver um fim exatamente previsto, em Cuba assim como no Brasil eram contadas em pedaços – como os antecedentes folhetins transmitidos em capítulos e interrompidos por um gancho no momento de tensão ou suspense. O teatro foi o primeiro a ser transportado para o novo meio.

A autora acrescenta mais uma característica da telenovela, que diz respeito ao seu grau de redundância e repetitividade, a fim de esclarecer ao telespectador que tenha perdido algum capítulo sobre o curso da novela. O gancho, criado ao final de cada capítulo, em especial ao último da semana, também é uma característica forte. Segundo Costa, citada por Simões (2004), o gancho é um elemento fundamental para se entender a telenovela, na medida em que escolhe aquilo que resume a trama, o que deve ser remetido à memória, ou seja, aquilo que representa a solução dos problemas e a satisfação dos desejos.

Conforme Simões, a forma como o real e o ficcional são constituídos e se relacionam através de um permanente movimento de construção de representações, de produção de sentidos, é fundamental no diálogo entre ficção e realidade. Em relação à constituição do mundo real, o autor acredita que a realidade está em constante processo de construção e transformação, a vida múltipla, móvel é permanentemente produzida pela ação e pela intervenção dos homens. Assim, as narrativas ficcionais podem ser entendidas como instrumentos que, produzindo sentidos através da construção de representações, colaboram na organização da experiência humana e na construção da própria vida social. É preciso deixar claro que ficção não é um reflexo ou um espelho da realidade.

II – Identidade feminina

Manuel Castells (1999) discute a identidade como uma multiplicidade de papéis representados no cotidiano de cada indivíduo. Suas experiências, seus hábitos e seu meio, estruturado e definido pelas instituições e organizações da sociedade. Aos papéis cabe a representação do ator, a organização das funções que cada indivíduo exerce enquanto pessoa que vive e participa de uma sociedade, enquanto a identidade organiza o significado, que Castells define como identificação simbólica por parte de um ator social.

O autor concentra-se na identidade coletiva, mas compreende que a identidade individual pode ser considerada como uma forma de identidade coletiva, que se organiza em torno de uma identidade primária que estrutura as demais. Os sociólogos partem do princípio que toda e qualquer identidade é construída e o questionamento que se faz é como ela é construída, a partir de quê, por quem e para quê isto acontece, e o autor conclui que “a construção das identidades vale-se da matéria prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso” (CASTELLS, 1999, p. 23).

De acordo com cada momento da sociedade e do indivíduo, estes condutores são processados e reorganizados para atenderem ou se enquadrarem às tendências sociais e projetos culturais, assim como a visão de tempo /espaço, das sociedades, organizações e também do próprio indivíduo. Castells propõe três formas de identidade: (1) identidade legitimadora, (2) identidade de resistência e (3) identidade de projeto.⁸

Manuell Castells, ao discutir a identidade feminina, afirma que existe a possibilidade de transformação na identidade como resultado da sociedade em rede, originando a partir da resistência comunal que poderá abrir uma sociedade emancipada com indivíduos livres. De acordo com Castells, a sociedade em geral tem por eixo o patriarcalismo, caracterizado pela diferença autoritária do homem sobre a mulher e filhos no âmbito familiar. Tal concepção patriarcal ainda é um traço forte na nossa cultura.

Castells faz uma apologia ao fato de que as mulheres teriam e ainda são responsáveis por muitas lutas urbanas, antigas e contemporâneas envolvendo as necessidades e a administração da vida diária. Esta idéia se dá pelo fato de que as mulheres se incorporaram maciçamente na força de trabalho aumentando o seu poder de troca, e abalando a legitimidade de dominação do homem em sua condição de provedor da família. Às mulheres, afirma Castells, são atribuídas jornadas quádruplas diárias de trabalho (trabalho remunerado, organização do lar, criação dos filhos e a jornada noturna em benefício do marido). Porém, o autor admite que apenas há 25 anos observa-se uma insurreição maciça e global das mulheres contra sua opressão com diferentes atuações respeitando as variações culturais e de países. “Essa é a mais importante das revoluções, porque remete às raízes da sociedade e ao âmago do nosso ser. Além disso, trata-se de um processo irreversível” (CASTELLS, 1999, p. 170).

8 Castells explica a diferença: (1) Identidade legitimadora: baseada na autoridade, que racionalizou de forma muitas vezes conflitante um conjunto de organizações e instituições, dando origem a uma sociedade civil, com o objetivo de angariar os atores sociais, e expandir sua dominação, tais como apresenta Gramsci ao citar as igrejas, partidos, cooperativas e entidades cívicas como modelos de identidade legitimadora; (2) Identidade da resistência: é povoada por aqueles que resistem aos princípios das sociedades e organizações, por não terem condições ou se encontrarem em posições diferenciadas e fora dos padrões da sociedade. É assim que surgem as comunidades, como exemplo as comunidades gays; e (3) Identidade de projeto: tem por conceito a reflexão, onde os indivíduos são forçados a planejar suas vidas, a escolherem e negociar em meio a uma série de possibilidades seu estilo de vida.

Comparada a uma verdadeira revolução, a emancipação ou liberação feminina tem deixado marcas latentes, devido à fúria masculina diante da ameaça do poder. Em meio a muitos conflitos, a família patriarcal vai desabando e trazendo conseqüências fundamentais para todos desde o poder político até a estrutura da personalidade. O autor questiona o fato de esta revolução acontecer justamente agora, uma vez que os movimentos feministas tiveram seu início por volta dos anos 60, e as idéias feministas nasceram bem antes, há pelo menos um século, se não mais, e analisa os quatro elementos que julga terem contribuído para esta crise do patriarcalismo. Um primeiro aspecto refere-se a uma maior abertura na educação para as mulheres e a transformação econômica e do mercado de trabalho.

Em segundo lugar, Castells aponta as transformações tecnológicas principalmente na biologia, farmacologia e medicina, criando a oportunidade do controle efetivo sobre a gravidez. Em terceiro lugar, o autor cita o próprio movimento feminista conseqüência dos movimentos sociais da década de 60, quando a formação de movimentos sociais possibilitou as feministas afastarem dos movimentos predominantemente masculinos. E ainda um quarto elemento diz respeito à rápida troca de idéias experiências e pensamentos viabilizados pela cultura globalizada, em sua ligação em rede, que cria um meio de troca de confronto de opiniões, e experiências no universo feminino.

Partindo de uma concepção existencialista e pessimista sobre a inserção da mulher na sociedade, Simone de Beauvoir (1980) constrói uma argumentação que aponta a condição inferior que a mulher ocupa na sociedade. Em primeiro lugar, ela afirma que as críticas que deterioram a imagem da mulher são em parte verdadeiras, pois as mulheres tentam formar um grupo, quando freqüentam reuniões femininas, em salões de beleza, clubes entre outros, no entanto elas sempre pertencem dentro de seus grupos ao grupo masculino e sobre protesto não se instalam em lugar algum com tranqüilidade. A própria mulher reconhece que o universo como um todo é masculino. Ocupando um lugar de subordinadas, estão integradas a uma sociedade comandada pelos homens.

Outro aspecto abordado por Beauvoir é de que a mulher não se sente responsável pela sociedade em geral e, portanto, continua através do tempo vista como a eterna criança.⁹ Ao discutir a questão do racional e do emotivo,

9 Beauvoir (1980) compara a mulher à sociedade dos escravos negros, dos operários que não eram temidos e por isso eram vistos como crianças grandes. Assim como nestas comunidades, a mulher está fadada à obediência, à ausência de questionamento e ao respeito.

Beavouir, ao comparar o homem e a mulher, também afirma que o sexo feminino assume uma condição inferior por ser movida por sentimentalismos. Segundo a autora, a mulher está mergulhada no sensitivo, na magia, na grandiosidade das forças ocultas, na astrologia, nas cartomantes, nos mitos, vê no futuro uma duplicata do passado. Ela exemplifica com a questão da gravidez.¹⁰ Esta postura de submissão, segundo Beavouir, leva as mulheres a cultuarem inclusive heróis masculinos.

O sofrimento, para Beavouir, também marca a identidade feminina. Até mesmo a relação com o tempo é tratada de uma forma pessimista por Beavouir. Ela argumenta que, para a mulher, não há pressa, como se o tempo não existisse para ela. Ela dá importância às pequenas coisas porque a grande não existe para ela. Seu grande triunfo é seu sofrimento passado, pois o presente não tem valor e o futuro não existe. Os grandes projetos são pensados e colocados em prática pelos homens.

Dentro desta concepção de uma mulher fragilizada e sentimental, Beavouir afirma que a mulher chora facilmente, não tem um raciocínio coerente e se afunda em seus problemas, na intenção de resolvê-los. Ao não agir de forma racional, na maioria das vezes, não sabe discernir o bem do mal. Para Beavouir, a mulher torna-se prisioneira da sua própria vida interior e cai em profunda melancolia ao entender sua impotência e, quando reaparece se sente injustiçada, não privilegiada pela sorte.

Dentro de uma perspectiva extremamente pessimista, Beavouir completa dizendo que a única saída para a mulher que chega ao fim de sua recusa é o suicídio. De forma sarcástica, a autora ironiza, argumentando que até no caso de suicídio vale mais a cena histérica do que a coragem do ato em si. Dando continuidade a sua (des)construção da idéia de emancipação da mulher, Beavouir afirma que até mesmo nos casos do cotidiano a mulher revela sua inferioridade. Isso ocorre nos atrasos cometidos pelas mulheres, que é visto como uma forma de fazer o homem esperar minutos, quando ela espera a vida inteira, ou seja, seria uma forma de compensar sua infinda espera pela própria vida.

Ao discutir “a mulher independente”, Simone de Beauvoir (1980) acredita que as mulheres já caminharam bastante em sua trajetória de liberdade ao mundo criado e dirigido pelos homens. Grande parte das mulheres trabalha,

10 Ao engravidar, segundo Beavouir (1980), a mulher aguarda meses pelo nascimento, como as flores aguardam a primavera e neste movimento circular acredita que o único dever do tempo é a degradação.

porém não consegue manter seus gastos, principalmente quando a princípio pressupõe-se toda vaidade feminina, que acaba por custar bem mais caro que um salário base, geralmente atribuído à mão de obra feminina. Beavoir não vislumbra alternativas para a mulher no que diz respeito a uma emancipação plena. Segundo a autora, às mulheres cabem duas situações, ou se curvam aos entraves conjugais e se tornam vassalas, ou são condenadas a uma solidão esterilizante.

III – A representação da mulher na novela **Belíssima**

3.1 – O enredo e os personagens

Para discutir a identidade feminina construída nas telenovelas, tomou-se como objeto de análise a novela **Belíssima**, de Sílvio de Abreu, com 209 capítulos, exibida entre 7 de novembro de 2005 a 8 de julho de 2006 pela Rede Globo de Televisão no horário nobre, às 21 horas.¹¹ Quanto ao enredo da novela, o jogo melodramático (Simões, 2004) tem como tema central a questão da beleza e do amor.¹² A trama gira em torno da questão amorosa, mas envolve as relações de poder e de controle sobre a empresa **Belíssima**, desde o

11 No elenco principal, estavam Júlia Assumpção Santana Petrakis (Glória Pires), Nikos (Nikolas) Petrakis (Tony Ramos), Bia (Beatriz) Falcão (Fernanda Montenegro), André Santana (Marcello Antony), Vitória Rocha Guney Assumpção Falcão (Cláudia Abreu) (**BELÍSSIMA**). Disponível em <<http://belissima.globo.com/Novela/Belissima>>. Acesso em 2005).

12 Stella Assumpção foi uma famosa modelo que, com sua beleza mítica, transformou uma fábrica paulista num fenômeno nacional e mundial no setor de roupas íntimas. Ela morreu prematuramente num acidente, deixando os filhos Júlia e Pedro, ainda crianças, com a avó materna Bia Falcão. A bem-sucedida empresa **Belíssima** comemorou seu 50º aniversário em plena São Paulo do século XXI. Sempre ao lado da avó, simpática, bem-sucedida e discreta, Júlia Assumpção é presidente da **Belíssima**, referência mundial no setor de roupas íntimas. Bia, uma mulher fria inconformada com a morte da filha, por quem tinha total admiração e adoração, mostra-se extremamente infeliz e fascinada pelo poder e o dinheiro (**BELÍSSIMA**). Disponível em <<http://belissima.globo.com/Novela/Belissima>>. Acesso em 2005).

domínio de Stella Assumpção, ícone de beleza e competência, mas que sofre um grave acidente e morre, até a fragilidade de sua filha, Júlia Assumpção, interpretada por Glória Pires, que é a protagonista da novela.¹³

Para discutir a crise da mulher, a novela traz personagens que oscilam da fragilidade, como Júlia Assumpção, a vilãs como Bia Falcão, interpretada por Fernanda Montenegro que acaba por assumir um papel masculino no sentido de buscar ter o controle sobre a família, os negócios, a qualquer custo, mesmo cometendo crimes e descartando qualquer relação afetiva.¹⁴ Para a análise da

13 Apesar de Júlia ser uma excelente profissional, é atormentada pela cobrança, principalmente de sua avó, por não ser uma mulher charmosa, astuta e desejada como sua mãe, Stella. Júlia acaba consentindo às críticas da avó, na maioria das vezes, sem enfrentá-la, pois acredita que o sofrimento causado pela morte da mãe deixou profundas cicatrizes. Ainda obcecada pela lembrança da filha Stella, Bia, desde o início da trama, passou a perseguir a sua neta e a exigir que ela fosse um retrato fiel da mãe em termos de beleza e comportamento. Por não corresponder às expectativas da avó, Júlia viveu outro pesadelo – Bia começou a culpá-la pelo acidente ocorrido com Stella, inventando uma série de circunstâncias que levaram a menina a sentir culpa até a fase adulta. Somente depois de muito tempo, com o desaparecimento da avó, Júlia começa a ter lembranças do acidente e chega à conclusão de que não foi culpada de nada. O conflito entre a avó e a neta perpassa toda a trama da novela. Júlia foi vítima de Bia que iniciou um plano para controlar a sua vida. Destruiu o primeiro casamento da neta com um italiano, que era de origem pobre. A avó conseguiu comprá-lo, e ele acabou abandonando Júlia em troca de dinheiro. O resultado do casamento foi a filha Érica, que, posteriormente, passou a ter conflito com a mãe, quando se envolveu com o segundo marido de Júlia, André Santana (**BELÍSSIMA**. Disponível em <<http://belissima.globo.com/Novela/Belissima>>. Acesso em 2005).

14 Sem o controle e a presidência da empresa, Bia Falcão continua suas perseguições e interferência na vida de seus netos. Então, contratou André Santana, um rapaz de origem simples, que era filho de Aquilo Santana, que já tinha ajudado Bia em outras situações, como no episódio em que a ajudou a se desfazer de Vitória, deixando-a no orfanato. Ameaçado por Bia, André aproximou-se Júlia e seguiu todas as ordens dela, fazendo com que Júlia, uma mulher extremamente fragilizada e infeliz no amor, se apaixonasse por ele. De forma cínica, Bia fingia odiar André e alertava Júlia que ele estava dando o “golpe do baú”, quando estava por trás de toda a trama para enganar a neta. Júlia e André, mesmo com a aparente oposição da avó, se casaram. Logo após o retorno da Lua de mel, André coloca em prática a pior parte dos planos de Bia. André consegue fazer com que Júlia acredite estar impossibilitada de trabalhar, interna a mulher em uma clínica de repouso, assume a presidência da empresa e transfere para o nome dele todas as ações, deixando Júlia sem a própria casa.

representação da mulher na novela **Belíssima**, foi feito um recorte de uma semana da novela, o que corresponde a seis capítulos, de 13 a 18 de março de 2006. Traz como destaques, no que diz à representação da mulher com foco nas personagens Júlia Assumpção (vivida por Glória Pires), Ornela (Vera Holtz)¹⁵ e Cláudia Abreu (Vitória)¹⁶.

Ao contrário da irmã, Pedro nunca se interessou pelos negócios da família. Paralelo à história de Júlia, ele conhece Vitória, uma menina de rua, que foi estuprada e presa ao se defender, acabando por matar seu estuproador. Após cumprir pena, foi para as ruas vendendo bala nos sinais de trânsito, até que acaba conhecendo Pedro. Os dois se apaixonam. Pedro resolve se casar com Vitória. Bia Falcão, porém, fará de tudo para acabar com os romances de Pedro com Vitória, pois o casamento dos dois gera uma grande frustração na avó, que esperava do neto que ele assumisse a empresa e se casasse com uma mulher de classe alta. Ao saber que ele iria se casar com uma ex-presidária e ex-menina de rua, inicia uma perseguição ao casal. Para fugir da avó, Pedro muda-se para a Grécia com Vitória e têm uma filha, Sabina. Bia, revoltada com o casamento do neto com a menina de rua e querendo se apossar das ações de Pedro, inicia uma perseguição à Vitória. Contratou vários capangas na Grécia com a ajuda de seu advogado para matar Vitória. Até então, Bia não sabia que era a tal filha que ela havia abandonado no passado. Os gregos erraram o alvo e assassinaram Pedro. Vitória retorna ao Brasil com sua filha e seu irmão. Desconfiada de que a avó de Pedro poderia ter alguma relação com o assassinato, mas sem opção, Vitória aceita morar com Bia Falcão (**BELÍSSIMA**. Disponível em <<http://belissima.globo.com/Novela/Belissima>>. Acesso em 2005).

15 Já Ornela é uma perua alegre, de bem com a vida e despreocupada, irmã de Alberto e melhor amiga de Bia Falcão. É uma mulher de meia idade, rica e viúva. Apesar de não se envolver efetivamente nas tramas de Bia, ela sabia de boa parte das intenções e armações da amiga. Mulher independente, mas sozinha, começou a se envolver com rapazes mais novos com quem mantinha encontros amorosos em troca de dinheiro. Apaixonou-se por Mateus, filho mais velho de Cemil, com quem tentou ter um relacionamento sério e oficializado (**BELÍSSIMA**. Disponível em <<http://belissima.globo.com/Novela/Belissima>>. Acesso em 2005).

16 Entretanto, a súbita morte de Bia Falcão, num acidente automobilístico, dá uma reviravolta na história. Enquanto isso, Vitória, já presa, injustamente, sofre um atentado na cadeia. André, já casado com Júlia, rouba-lhe toda a sua fortuna. Com o passar do tempo, os fatos vão revelar que existe um grande plano por trás da morte de Pedro e de Bia, do envolvimento de André na vida de Júlia, e dos atentados à vida de Vitória. Outro mistério que ronda a novela é que durante a trama toda, todos são suspeitos de serem os reais vilões da novela, até mesmo a Júlia, então e confirmada mocinha, no final. No decorrer e no desfecho da novela, os mistérios e conflitos vão sendo solucionados. Júlia, depois de ter sido internada numa clínica

Os assuntos de destaque da semana, em relação aos personagens centrais da nossa análise (Júlia, Vitória e Ornela), são: André tenta convencer Júlia que ainda a ama. Ela e seu tio Gigi são obrigados a sair da mansão e a ir morar num apart-hotel depois de perder a fortuna, que André lhe tirou. Júlia, Gigi e Vitória planejam um plano para derrubar André, a partir do controle das ações que são de Vitória, que herdou quase metade do patrimônio do casamento com Pedro, que morreu, irmão de Júlia. Elas começam a colocar o plano em prática, quando Vitória procura André e propõe atuarem juntos. Vitória, por sua vez, enfrenta o dilema amoroso com o mecânico Paschoal, ao descobrir que ele a trai com Safira e termina o caso. No caso de Ornela, a semana traz a seguinte trama: Matheus conta a seu pai, Cemil, do seu relacionamento com Ornela, que fica indignado. Ornela e Cemil resolvem se encontrar num restaurante para discutir o namoro, mas entram em conflito. Ornela se dá por satisfeita pela atitude de Matheus de ter revelado o seu namoro.

Como um produto da indústria cultural, a novela tem um final feliz. Júlia Assumpção, Vitória e Ornela têm um *happy end*. Mesmo que de formas diferenciadas, as personagens terminam oscilando entre o dilema amor e mulher independente. Júlia Assumpção vai em busca de Nikos, vivido por Tony Ramos, e retoma o comando dos negócios. Vitória casa-se com o delegado que aparece

de repouso por André, enquanto ele planejou como tomar a empresa dela, ao sair da clínica, começa uma verdadeira guerra para conquistar de novo o seu posto de presidência da empresa e inicia uma série de descobertas do seu ex-marido. Revoltada, arma com Vitória a retomada de sua empresa. Acuada, Bia começa a eliminar as pessoas que foram compradas ou ameaçadas por ela e que, de certa forma, participaram de seus planos. No desenrolar da trama, ela sofre um acidente e dada como morta. Fica ausente durante boa parte da novela, até que no final retorna, alegando que estava num sítio. Mantém os seus planos e simula estar em conflito com André e em defesa de Júlia para que a neta possa retomar a posse da empresa. No final da trama, no entanto, os mistérios são desvendados. É desvendado que, na verdade, Vitória é a filha de Bia, resultado de um caso que teve com Murat, um homem pobre de origem estrangeira. Bia, por não aceitar a gravidez, rejeita a filha, deixando-a num orfanato logo após seu nascimento. Apesar de descobrir que é a sua filha, ela a renega (**BELÍSSIMA**. Disponível em <<http://belissima.globo.com/Novela/Belissima>>. Acesso em 2005).

no final da novela, vivido por Marcos Palmeira, e torna-se também empresária. Ornela, por sua vez, mantém a sua relação com o amor de forma diferente e continua contratando garotos de programa.¹⁷

3.2 – Análise qualitativa da construção da identidade feminina pela cultura de massa

a) A indústria cultural e a cultura de massa sob vários olhares teóricos

Retomando a discussão sobre indústria cultural como sistema harmônico (ADORNO; HORKHEIMER, 2000), a telenovela não é um produto isolado, mas vende várias outras mercadorias: a moda (o estilo de roupa de Júlia Assumpção, Vitória, Mateus, Ornela), os ambientes (apart-hotel, o restaurante e o motel), a própria sexualidade como produto (a relação Ornela e Mateus), o mundo empresarial (as ações da empresa). Deve-se lembrar que o próprio nome da novela **Belíssima** remete à idéia de beleza, de uma indústria de beleza, em que boa parte do enredo se desenrola. É um mundo imaginário em que dinheiro, status, fama e sucesso, atrelados à questão estética da beleza, estão entrelaçados.

17 Nas cenas finais da novela, Bia Falcão, refugiada em sua casa em Petrópolis, é descoberta por André. Ela, no entanto, já tinha levantado dinheiro para fugir do país. Vitória e a polícia chegam a tempo na casa de Petrópolis onde ela estava refugiada. Vitória e Bia Falcão travam uma discussão em que a mãe diz mais uma vez que rejeita a filha. Na cena, estavam Vitória, Bia e André. Bia saca um revólver e dispara contra a própria filha Vitória, mas André entra na frente e acaba levando o tiro e morrendo. Num ato de agilidade, consegue fugir e termina em Paris ao lado de Mateus, garoto de programa que antes vivia com Ornella. A vilã fecha a novela com um final feliz. Quanto à Ornella, sem Matheus, terminou a novela continuando a se envolver com rapazes mais novos e que eram sustentados por ela. A trama se desenvolve em torno de decepções amorosas, busca pelo poder, traições, que levam a assassinatos, como queima de arquivo. Como pano de fundo, o autor utilizou-se da empresa Belíssima, que norteou e envolveu todos os personagens do início ao fim desta telenovela. Como resultados que indicam o happy end da novela, pode ser citado o fato de Júlia conseguir reaver a sua empresa depois de muitas tentativas, apaixonou-se por um amigo de seu irmão, grego e homem de muito caráter e se casa novamente, Nikos. Vitória assume sua parte na empresa, abre um restaurante e se apaixonou pelo delegado que cuidou de apurar os crimes de Bia e é reconhecida e aceita muito bem pela família de Murat como a sua filha (BELÍSSIMA, 13 a 18 de março de 2005).

Em várias cenas, podem ser identificadas estas cadeias produtivas da indústria cultural. O próprio *apart-hotel* em que Júlia passou a morar é revelador de um novo estilo de vida nas grandes cidades para pessoas que querem conforto em ambientes menores e já totalmente planejados. Para uma personagem rica que perdeu a sua mansão, tornou-se uma boa alternativa, mantendo um padrão de vida de qualidade. Outro dado importante é que a protagonista, mesmo depois de perder a sua posição social, manteve a mesma linha no quesito indumentária e moda, aparecendo com roupas bem sofisticadas.

Ornela também traz evidências da lógica da indústria cultural. O próprio fato de se envolver com Mateus, um garoto de programa, envolve a sexualidade a partir de uma visão mercadológica. Para suprir a carência afetiva, ela supõe estar comprando um amor. Para isso, paga um preço alto: além do preconceito da sociedade, enche o garoto de roupas, comidas em restaurantes sofisticados, entre outros produtos. A novela aciona a indústria da moda e do vestuário. Vitória, mesmo procurando ter uma postura de maior simplicidade, criou um estilo de vestir, com vestidos longos, que se tornou moda no cotidiano das pessoas. A forte identificação gerada pela atriz Cláudia Abreu cria no imaginário das pessoas estes laços.

Na visão dos frankfurtianos, até mesmo os ambientes considerados fora de um padrão de qualidade, servem como forma de harmonizar o sistema. A oficina mecânica do personagem Pascoal, vivido por Reynaldo Gianechini, não lembra em nada a sujeira das oficinas reais. A imagem televisiva não permite mostrar o lado humano e real tanto do personagem quanto do ambiente. Um mecânico e uma oficina descuidados, com certeza, não são fontes de apelo sensual.

Ao analisar sob o prisma de Edgar Morin, deve-se lembrar que o autor concorda que existe um eixo industrial e padronizado na indústria cultural, como apontavam os frankfurtianos. No entanto, o autor vê brechas para críticas e manifestações artísticas. No meio de cenas fragmentadas e padronizadas, algumas discussões são suscitadas, como a busca da inserção da mulher e de sua emancipação (Júlia e Vitória buscam uma forma de derrubar André) e a luta por uma posição na vida sexual (Ornela tenta superar os preconceitos e ter uma vida sexual, mesmo que com um homem mais novo).

Thompson (1998), Lipovetsky (1989) e Kellner (2001), por sua vez, fazem críticas à visão frankfurtiana sobre a indústria cultural. Mesmo que exista uma cultura industrial e a novela seja um produto bastante padronizado, traz riquezas ao revelar características da sociedade e da cultura em que estão inseridas. O mito da beleza e o culto ao corpo estão hoje cada vez mais presentes no imaginário das pessoas. Existem muitas empresas que estão investindo neste ramo, até porque, nos dias atuais, atinge o público masculino. Não se trata de uma imposição da novela, mas revela valores disseminados entre o público.

Casamentos e relações amorosas marcadas por conflitos também são corriqueiros no cotidiano. Muitos casamentos são feitos por interesses. Homens sedutores como André Santana que se aproveita da fragilidade de algumas mulheres, como Júlia, que sente inferiorizada, existem e, muitas vezes, enganam e conseguem dar o “golpe do baú”. O mesmo pode ser dito no caso de Ornela. Nos grandes centros, se antes a prostituição era típica das mulheres, hoje existem muitos garotos e garotas de programa.

Partindo de um olhar mais otimista da mídia, encontrado em Thompson, Lipovetsky e Kellnerr, pode-se afirmar que, ao colocar em debate temas polêmicos como a relação da mulher com a questão da sua liberdade sexual, os dilemas da mulher contemporânea, os meios de comunicação estão contribuindo para gerar um debate sobre o assunto.

Ao analisar as características da cultura de massa, descritas por Morin, várias são identificadas na cena: o amor (afinal, o que move a fúria de Júlia é o amor que sente por André, assim como é o caso de Ornela), o Eros cotidiano (a relação entre Ornela e Mateus – um garoto de programa), o revólver (o sentimentalismo presente na personagem Júlia e o seu desejo de vingança), a juventude (a discussão sobre o caso de uma mulher mais velha com um menino), a promoção de valores femininos (quando Sabina, filha de Vitória fala da beleza do quarto de Júlia), os olímpicos (os atores em cena são ícones da cultura de massa, como Glória Pires e Cláudia Abreu) que geram identificação, como a moda do modelo de vestido da personagem Vitória que se disseminou no cotidiano, os vasos comunicantes (a mistura entre realidade e ficção – assuntos da novela são baseados em casos do cotidiano), entre outros elementos.

b) Telenovelas: produtos e/ou reflexo de laços sociais

Partindo da concepção da novela como produto (MARCONDES FILHO, 1999; ORTIZ; BORELLI; RAMOS, 1991), pode-se afirmar que a novela **Belíssima** evidencia questões levantadas pelos autores. Uma primeira questão diz respeito à fragmentação das cenas – são cenas curtas, fragmentadas, que não permitem uma reflexão. As cenas em que aparecem as personagens Júlia, Vitória e Ornela são rápidas e entremeadas por outras questões que tiram do espectador a possibilidade de fazer conexões lógicas. A própria substituição rápida de ambientes (*apart-hotel*, oficina, empresa etc.) revela o ritmo industrial.

As cenas fragmentadas são típicas dos produtos culturais que não permitem que haja uma dramaticidade (MARCONDES FILHO, 1999). São melodramas que geram um choque rápido que não leva à reflexão. Outra questão diz respeito aos protagonistas. Nas novelas, o mundo gira em torno de determinados personagens. Júlia Assumpção, por exemplo, é um dos núcleos. Isso torna

a vida simplista, como se os dramas fossem vividos por poucas pessoas. A repetição é outra forma de a indústria cultural se consolidar. Casos de mulheres bem-sucedidas que são traídas por seus maridos, que se casam por interesse, como é o caso de André, aparecem em vários enredos de novelas. A pseudo-polêmica de casos de mulheres mais velhas com homens mais novos sempre é mostrada em novelas globais, com o mesmo enfoque. Tudo isso é velho e não traz nada de novo para o espectador.

Ortiz trata do fato de as telenovelas serem produção industrial e trabalharem com uma padronização. Isso fica evidente na formação dos núcleos das novelas globais. Cada núcleo e cada escritor têm o seu estilo, já bem familiarizado com o público. Até mesmo a escolha dos artistas é padronizada. Mesmo em casos de novelas de núcleos diferentes, quando se trata de centros urbanos, existem os núcleos nobres (as famílias bem-sucedidas), os núcleos periféricos, mas que estão em permanente contato. Em **Belíssima**, os donos da empresa estavam se relacionado o tempo todo com personagens da periferia, como é o caso do romance de Vitória (que, apesar de ter sido pobre, tornou-se rica ao se casar com Pedro) com Pascoal, um mecânico de periferia.

Simões (2004) faz uma análise mais otimista. Nas telenovelas, segundo a autora, é montado um jogo melodramático entre mocinhos *versus* bandidos, felicidade *versus* sofrimento, ricos *versus* pobre. Trata-se, é claro, como pontuam os frankfurtianos, de uma visão simplista e maniqueísta do bem *versus* o mal. Mas, na vida cotidiana, as pessoas estão sempre se colocando em dilemas, ora passam por momentos felizes, ora se deparam com situações angustiantes. Encontram pessoas solidárias, mas também esbarram com indivíduos sem caráter. Por isso, a novela traz, mesmo que de forma caricaturada, aquilo que já existe no plano real. Daí o encontro entre o imaginário e o real.

c) **Cultura de massa e identidade feminina**

Observa-se que prevalece uma concepção de identidade legitimadora (CASTELLS, 1999). Os protagonistas sempre são exemplos de boa conduta, como é o caso de Júlia Assumpção, uma personagem do bem, ética e que busca ser feliz. Da mesma forma, aparece o amigo Nikos, pautado por princípios éticos. Para polemizar, existem os personagens desviantes, como é o caso de Ornela, que, ao se relacionar com um garoto de programa, gera uma polêmica. Na própria novela, a sua conduta é questionada, não somente por se envolver com um homem mais novo, mas por fazer da relação um negócio. Em troca de uma vida sexual e amorosa, ela garantia uma boa vida a Mateus. Não pode ser considerado uma identidade de resistência no sentido de contribuir para mudanças na sociedade, pois da forma como é abordado o tema reforça a idéia de

que o comportamento deve ser questionado pela sociedade. Quanto à identidade de projetos, percebe-se que aparece de forma muito sutil, no idealismo de alguns personagens.

Ao analisar sob a ótica pessimista de Simone de Beauvoir, percebe-se que a novela revela uma mulher submissa. Beauvoir aponta questões centrais em sua argumentação: (1) a mulher se fecha em grupos, por considerar o mundo masculino; (2) não se sente responsável pelos seus atos, pois é como se fosse uma criança ainda, não emancipada; (3) está sempre na situação de obediência; (4) não age pela razão, mas pelo sentimental, pela emoção; (5) vive no mundo da fantasia, da magia; (6) mostra uma situação difícil de mudar; (7) trabalha com a resignação – de que nasceu para sofrer; (8) prende-se a pequenas coisas, pequenos detalhes; (9) chora fácil e quando o choro não é suficiente entra em desespero; (10) paga um alto preço pela emancipação, pois se sente infeliz; (11) vive a sexualidade de forma conflituosa – a partir de padrões impostos pela sociedade; (12) por isso, sempre é vítima e fragilizada.

A personagem Júlia Assumpção, nas cenas descritas, mostra várias destas características. Tornou-se vítima da ação destruidora de seu marido André, um aproveitador, mas continua agindo de forma sentimental, pautada pelo amor que ainda sente por ele. O fato de ter perdido a sua fortuna e o seu status não é de sua responsabilidade, mas da ação de terceiros, no caso do seu ex-marido. Foi apenas surpreendida. Revela-se uma personagem sofredora, por isso as lágrimas são acionadas muitas vezes.

Ornela, também, é rica para mostrar a crise da identidade feminina. Aparentemente, uma mulher emancipada, livre para viver sua vida amorosa e afetiva. No entanto, paga um alto preço, por ter que bancar um garoto de programa. Portanto, o afeto e a sexualidade não existem. Ela compra um objeto para se sentir amada. Sente-se culpada por isso, daí a necessidade de tentar dar legitimidade ao seu romance, contando para o pai e tentando dar estabilidade ao relacionamento. Da mesma forma, não age pela razão. Ao contrário dos homens, como diz Beauvoir, que compram suas ninfetas e se resolvem, Ornela compra um garoto de programa, mas vive um conflito permanente para ter uma vida sexual e afetiva com ele. Continua alimentando o sonho de ser amada por Mateus.

Apesar de serem apontadas como seres fragilizados, a novela aponta também situações paradoxais. Júlia, mesmo tendo sido traída, não fica imobilizada e procura dar a volta por cima. Começa a articular um plano para tomar o poder do ex-marido André e procura ser bem racional nas suas estratégias. Para isso, conta com a ajuda de sua cunhada, Vitória que, fingindo ser uma pessoa frágil, atua de forma decisiva para destruir os vilões. A própria inserção de Vitória, uma menina de rua, que, mesmo sendo perseguida por sua sogra de forma implacável, consegue construir o seu negócio, criar a sua filha e ainda ajudar a família – no caso, o seu irmão.

Ornela, por um lado, transmite a obstinação da mulher em busca de um amor, a qualquer preço. Para isso, utiliza o seu poder econômico e tentar comprar um amor. Mas deve-se ressaltar que se tem uma atitude de enfrentamento com os padrões vigentes e com as normas sociais. É uma personagem que mostra ousadia nas suas escolhas e enfrenta todos para tentar ser feliz.

IV – Considerações finais

Se por um lado os estereótipos são facilmente identificáveis na narrativa das novelas. Júlia apresenta-se como uma mulher charmosa, inteligente e utiliza uma linguagem mais sofisticada, mas de fácil compreensão do público. Na cena 14, quando Vitória vai até a oficina de Pascoal, fica evidente este uso de estereótipos na fala dos personagens. Expressões como “frios nos pé”, “o meu”, “abaixo de assinado”, “não bate com os corno da Safira”, “perfume”, procuram mostrar o perfil de Pascoal, um mecânico sedutor, mas analfabeto. Vitória, mesmo sendo sofisticada, abaixa o nível na discussão e recorre a termos como “potranca”, “tarado”, “vagabunda”, “safado”, “sem vergonha”.

Se por um lado há um exagero da novela em usar de forma exagerada este mecanismo de vulgarização, deve-se considerar que a sociedade brasileira ainda hoje tem como uma de suas marcas o problema educacional. Boa parte dos brasileiros não utilizam corretamente o vocabulário no cotidiano. Muitos não sabem escrever um texto. Não é de se estranhar que na novela isso aconteça, afinal realidade e ficção se misturam, e o autor busca na vida real os exemplos para trabalhar no mundo ficcional.

Deve-se concordar, no entanto, com a visão crítica de Ciro Marcondes Filho de que a fragmentação das cenas, com cortes rápidos, e a mudança brusca de sensações provocada no espectador são obstáculos a se criar uma visão reflexiva do mundo. Por isso, sem dúvida, prevalece um caráter de entretenimento. O público busca nas novelas uma fuga da dura realidade e quer encontrar um conteúdo de fácil assimilação, com personagens estereotipados (facilmente identificáveis – a mocinha, o vilão, o sedutor etc.), estilo padronizado (tanto nos enredos que se repetem, como no formato das cenas) e a visão maniqueísta (a luta do bem contra o mal, sem colocar componentes que possam trazer uma maior complexidade que faz parte da natureza humana).

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. Iluminismo. A indústria cultural como mistificação das massas. In: LIMA, Luiz Costa (Org). **Teorias da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1980.

BELÍSSIMA. Telenovela da Rede Globo de Televisão. Disponível em <<http://belissima.globo.com/Novela/Belissima>>. Acesso em 2005.

BELÍSSIMA. Telenovela da Rede Globo de Televisão. Autoria de Sílvio de Abreu. Intérpretes: Glória Pires, Tony Ramos, Fernanda Montenegro, Cláudia Abreu, Marcelo Anthony, Vera Holtz. Rio de Janeiro: Rede Globo, fitas em VHS dos capítulos dos dias 13 a 18 de março de 2005.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

KELLNER, Douglas. **A cultura das mídias**. São Paulo: Edusp, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MARCONDES FILHO, Ciro. Telenovela e a lógica do capital. In: MELO, José Marques de (Org). **Pensamento comunicacional brasileiro** (1978-1998). São Bernardo do Campo: Umesp, 1999.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no século XX**: Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Ilvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela**: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1991.

SIMÕES, Paula Guimarães. **Mulheres apaixonadas e outras histórias amor, telenovela e vida social**. 2004. 232 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.