



AUTORIA EM CORO NA TELENVELA
(THE AUTHORSHIP IN GROUP IN SOAP-OPERAS)

Edna Sandra MARTINS (FCL, Unesp/Campus de Araraquara)

ABSTRACT: *Reflecting about author-ship in discourse analysis we verify the production of soap opera , considering a disposable text in internet at Rede Globo site.*

KEYWORDS: *author; media; soap-opera; discourse*

0. Introdução

Desenvolveremos uma reflexão sobre autoria, tal como vem sendo discutida pela análise do discurso de linha francesa. O foco de nossas preocupações são os meios de comunicação de massa, mais especificamente, a telenovela. Utilizaremos como referência um texto de apresentação da telenovela *Terra Nostra* disponível na internet no site da Rede Globo.

Partimos do pressuposto de que faz parte do imaginário social atribuir ao autor uma certa especialidade, uma espécie de encantamento. Parece-nos, no entanto, que no que diz respeito às telenovelas, mais e mais a autoria deve ser tomada como um processo onde o interdiscurso e o intertexto entram em jogo na configuração das tramas televisivas. Toma força, cada vez mais, a opinião do leitor, uma espécie de coro social.

1. Autoria

Tomando a opinião de Caldeira (1988), os pós- modernos propõem as idéias de *interpretação* e *diálogo*, a partir de um questionamento da idéia de autoridade do autor e da pretensão de recriar a totalidade no texto.

A idéia é representar muitas vozes, muitas perspectivas, produzir no texto uma plurivocalidade, uma 'heteroglossa', e para isso todos os meios podem ser tentados: citações de depoimentos, autoria coletiva, 'dar voz ao povo' e o que mais se possa imaginar. O objetivo final, no que diz respeito ao autor, seria fazer com que ele agora se diluísse no texto, minimizando em muito a sua presença, dando espaço aos outros, que antes só apareciam através dele. (Caldeira, 1988;p.142)



A referida autora sugere que *autoria dispersa* seria uma definição para uma situação como essa e corrigiria, na sua opinião, o excesso da presença do autor. No entanto levanta alguns problemas com relação a essa postura, basicamente pensa que seria necessário um aumento da responsabilidade do autor por seu texto e pelas interpretações que produz. Levanta a possibilidade e importância da realização de uma crítica cultural. Acentua que não é possível referir-se a um paradigma textual apenas, do mesmo modo não é possível pensar um modelo único de relação com os objetos ou em um único modelo de crítica.

São observações que tocam de perto nossas preocupações dadas as características de nosso objeto de estudo: as telenovelas. Na verdade trata-se de um produto muito criticado, entre outras coisas, por não apresentar uma interpretação crítica, no sentido da crítica política, com relação às realidades representadas e, no que nos interessa mais de perto neste trabalho, a discussão sobre o paradigma textual, parece fundamental. Segundo Caldeira (1988) "*o estilo do texto se define em função do objeto e do tipo de análise que se pretende e talvez seja da consciência dessa flexibilidade mais do que de receitas textuais que nós precisamos*" (Caldeira, 1988, p.157)

Se consideramos esta observação pertinente, em nosso caso, é importante ressaltar, para além do objeto e tipo de análise, o tipo de relação que se estabelece com o leitor do texto-novela. Trata-se de uma relação que traz na sua constituição mesma, uma expectativa de leitura que se traduza em consumo.

2. Televisão

As sociedades modernas podem deixar-se perceber a partir de uma leitura da mídia. A mídia, por sua vez - para que seja compreendida - exige um desvelamento de suas estratégias, um percorrer entre as pistas deixadas pelo caminho de sua realização

Acompanhados de Thompson (1998) podemos compreender a mídia como "produção institucionalizada e a difusão generalizada de bens simbólicos através da transmissão e armazenamento da informação/comunicação". Esta compreensão assume os meios de comunicação como lugar de produção e transmissão de símbolos. É uma caracterização que remete para o fato de que, aqui, estes símbolos são bens. São tratados como "objetos para serem vendidos", como "serviços pelos quais se deve pagar" ou como "meios" que facilitam a venda de outros objetos ou serviços (Thompson, 1998, p.148 e 290).

A tv brasileira e sua programação é um desses meios de produção e transmissão de símbolos. Ela é o quarto sistema de televisão aberta do mundo. Tem se destacado entre os meios de comunicação, assumindo um papel importante no cotidiano das pessoas. Passou a fazer parte de suas experiências. É o que sinaliza uma pesquisa realizada pelo Ministério de Justiça divulgada pela Folha de São Paulo no dia 05/09/97, apontando que " 57% dos pais crêem que é a televisão que educa seus filhos e que isso é bom. Ou seja, estão de acordo em passar à televisão sua



responsabilidade pela educação dos filhos." Considerando que "a tv aberta e comercial alcança cerca de 160 milhões de brasileiros" entre os quais " 18% são analfabetos e em torno de 40% são semi analfabetos", a expectativa por educação, por meio televisivo, parece fazer sentido. O público busca, informação, educação e entretenimento na tv, é o que nos informa Regina Festa. Por outro lado a tv busca, junto ao público, o consumo.

3. Telenovela

O lugar atribuído às telenovelas nesse cenário não é nada insignificante, é ainda de Festa a opinião segundo a qual " as telenovelas constituem um dos modos de consumo de informação mais modelares desta sociedade. Desde há 23 anos, as telenovelas ocupam entre duas a três horas diárias do horário estelar, toda a semana, até sábado. Estamos falando de gerações educadas com suporte de telenovelas. Ademais, estamos falando de uma complexa indústria cultural, que exporta seus produtos para mais de 110 países." (Festa, 1998)

É interessante notar, ainda, o lugar atribuído às telenovelas em outros meios, como por exemplo em revistas e jornais. Existem revistas¹ cuja especificidade são notícias oriundas das telenovelas. Ali seus capítulos são comentados, o futuro de cada personagem é discutido, são divulgados resultados de pesquisas de opinião sobre o fim da trama e, geralmente, o autor é convidado a responder questões feitas pelo público. Outras revistas incorporaram comentários sobre as vidas dos atores e sobre o desenrolar dos capítulos das novelas. Até mesmo os jornais - que influenciam as discussões políticas gerais- renderam-se aos encantos das telenovelas. Neles a dramaturgia televisiva ganhou cadernos especiais. Da mesma forma, a programação radiofônica criou um lugar para as telenovelas. Essa presença das telenovelas em vários veículos de comunicação denota a existência de uma intertextualidade entre os meios. Trata-se de uma intertextualidade alimentada cotidianamente. Cada meio constrói um discurso sobre a novela, ou sobre os temas e figuras que são mobilizados por ela. São discursos que reforçam o produto, até mesmo quando de uma perspectiva crítica, pois garantem sua evidência. E, quando se trata de um produto da mídia a evidência é essencial.

4. Dimensão dialógica

Para a mídia o leitor é público, audiência, consumidor, são termos que se aproximam ao sentido do termo *massa*. São expressões sujeitas a muitos mal entendidos. De nossa parte, evitamos considerar as audiências como "amontoados

¹ É o caso da Revista *Contigo*, por exemplo



inertes e indiferenciados”, mas, como pessoas específicas, situadas em contextos sócio-históricos específicos. É uma forma abre a possibilidade de que "a recepção das mensagens desses meios possa ser um processo ativo, inerentemente crítico e socialmente diferenciado", um processo de leitura como sugerimos acima. (Thompson, 1998, p. 287)

Assim começamos a pensar sobre a imagem que os meios de comunicação fazem de seu público². O caminho que aproxima a relação mídia- público e com ele a realidade, a uma relação dialógica parece frutífero. É uma situação que permite visualizar o jogo de imagens que se presentifica nesta relação, estabelecendo, para além da situação imediata do sujeito- produtor e do sujeito-receptor, um entrelaçamento com a condição sócio- histórica a que estão submetidos. É o que nos permite pensar, sobretudo, que de um pólo ao outro circulam discursos que sustentam, inclusive, as próprias imagens que estão em jogo na mídia. Ademais, o assumimento de uma perspectiva de diálogo ajuda a não eliminarmos a criatividade nos pólos de produção e recepção, ainda que consideremos seus condicionamentos.

É Thompson quem alerta para o fato de que as pessoas são " tratadas mais e mais como consumidores tanto dos produtos da mídia quanto daqueles produtos dos quais as organizações da mídia recebem suas rendas devido à publicidade" (Thompson, 1998, pag. 154). O fato de a mídia pretender que o público consuma não é novidade, tampouco é desprezível para a análise. Mas, consumir o quê? Produtos, mas também informações, versões dos fatos. É o que nos aproxima de uma discussão sobre ideologia³. Considerando os " fenômenos ideológicos como formas simbólicas significativas na medida em que elas servem, em circunstâncias sócio-históricas particulares, para estabelecer e sustentar relações de dominação" (Thompson, 1998, pag. 76). A comunicação de massa é, portanto, um local, privilegiado, por suas características, para a difusão da ideologia.

Levantadas essas características da mídia, é possível caracterizá-la em três grandes linhas: produção/transmissão/recepção. Analisar a mídia, portanto, implica

² Se acompanhamos Possenti, "mesmo que o diálogo não se objetive lingüísticamente, o ouvinte (tu) não deixa de estar presente, uma vez que, ao falar, o locutor leva em consideração um conjunto de imagens, fundamentais no jogo do discurso, e que determinam em muito sua forma de falar: a imagem que faz do ouvinte, imagem que pensa que o ouvinte faz dele, imagem que faz do referente e o que pretende do ouvinte" (Possenti, 1979, p.17).

³ A análise da ideologia deve se interessar, fundamentalmente, pelas formas simbólicas transmitidas pelos meios técnicos dessa comunicação", e deve "orientar-se primariamente, em direção às múltiplas e complexas maneiras como esses fenômenos simbólicos circulam no mundo social e se cruzam com relações de poder ", deve preocupar-se também com os " contextos de ação e interação dentro dos quais essas formas simbólicas mediadas são produzidas e recebidas" (Thompson, 1998, pag. 343).



analisá-la “em relação aos contextos e processos específicos em que elas são apropriadas pelos indivíduos que as recebem” (Thompson, 1998, pag. 346).

5. Uma referência em relação ao empírico.

As telenovelas com sua capacidade de inserção em vários meios de comunicação tem se constituído em parte ativa do cotidiano das pessoas. As medições de audiência e as pesquisas sobre os produtos da mídia têm permitido que o leitor da telenovela intervenha, ainda de maneira incipiente, na programação. Em *Torre de Babel*, novela transmitida pela Rede Globo, foram eliminadas duas personagens femininas pelo fato de representarem um casal homossexual que desagradou uma parcela do público representada por um grupo católico. Em *Terra Nostra*, transmitida pela mesma emissora, uma personagem se mantém devido a simpatia do público. Além dessa intervenção, somamos as interpretações que circulam nos outros meios de comunicação sobre a telenovela e, vamos construindo a idéia daquilo que vimos chamando de coro social.

O texto disponibilizado na Internet, no Site da Rede Globo, intitulado "Autore"⁴ traz outros elementos. Vejamos: "em *Terra Nostra*, *Benedito retoma a saga dos estrangeiros que ajudaram a formar a nossa nação, tema também de “Os Imigrantes”, sucesso da década de 80.”* É explícita a idéia segundo a qual o autor *retoma* um tema que já foi objeto de sua atenção na década de 80. Para Benedito, ainda, "*Terra Nostra é um grande painel do último século, sendo três novelas em uma só.*" Se pensamos em termos de reconstituição histórica, em relação a esta novela, certamente, colocam-se problemas. Este produto tem sido motivo de crítica, só para citar um exemplo, o movimento negro reclama uma representação de suas lutas travadas em torno da liberdade, reclamam a construção de uma imagem mais digna e mais próxima da história. Para Darnton (1990) " a história deveria ser poupada da dramatização televisiva". (1990,p.67)

O autor anuncia "...*tudo dependerá de como a trama fluir em minha mente*". Para contar a saga dos imigrantes usará referências de sua própria vida. Aqui a subjetividade denota um sujeito que traz para o texto sua experiência, aquilo que flui em sua mente. Trata-se de um *eu* que resgata-se a partir da representação do *outro*.

Benedito, coloca um objetivo " ilustrar os grandes momentos de nosso século" A epidemia da febre amarela é um exemplo: "Vou aproveitar para mostrar os sintomas da doença, os remédios que eram usados, o tratamento, assim como as pesquisas científicas desenvolvidas no período no país e no mundo, fatos que poucos, hoje em dia,

⁴ "Há 33 anos o jornalista paulista Benedito Ruy Barbosa escreve novelas. Ele é, sem dúvida, um dos mais famosos e importantes autores do Brasil. Seu primeiro trabalho foi “Somos Todos Irmãos”, na TV Tupi. “Pantanal”, “Renascer” e “O Rei do Gado” foram seus trabalhos mais recentes”



conhecem", antecipa. Aqui constrói-se uma imagem do leitor como aquele que conhece pouco sobre alguns fatos, aqui, portanto alguém a quem precisa ensinar

O autor aproveita histórias verdadeiras que coleciona há vários anos "*Muita gente me escreve contando fatos que aconteceram em sua família, me mandando documentos e até fotos dos antepassados*". Traz para o texto a história que é memória do outro. Dialogismo, polifonia, intertextualidade explícitos. Aqui o autor é organizador de vozes.

Outro aspecto a acrescentar é que "*o autor acredita que a história de amor é a principal isca para o público. É uma história maravilhosa a de Juliana e Matheu. Meu estilo de conquistar as pessoas passa sempre pelo emocional e o amor dos dois, apesar de ser repleto de dificuldades e desencontros, com certeza irá fazer com que o público se envolva na trama e torça por um deslince feliz*". É preciso preparar uma isca para o público, é preciso mantê-lo cativo e nada melhor do que a sedução, o caminho é o emocional é o amor .

Para concluir temos o seguinte enunciado: "*Benedito escreverá sozinho os mais de 200 capítulos de Terra Nostra*" . Mas, após uma demonstração de um verdadeiro desfile de vozes colaborando na construção do texto, nos parece paradoxal tal afirmação.

Os elementos arrolados neste trabalho tomam a mídia como um *texto*, como produtora e reprodutora de discursos que são lidos pelo público. Atribuímos à essa leitura um aspecto criativo. Assim a relação mídia - público assumiu características de um diálogo que deve considerar as imagens que se estabelecem entre os pólos produção e recepção. E, parece-nos que não podemos pensar em autoria, em telenovela, sem considerar a relação autor-leitor, em especial por sua característica de produto midiático. Ainda pensamos ser necessário enfrentar as características próprias da mídia, em sua forma de dizer, mas em especial o processo de leitura feito pelo público para que possamos captá-lo e com ele os processos de sua realização.

RESUMO: A partir de uma reflexão sobre autoria em análise do discurso analisamos a produção de telenovelas, considerando um texto disponibilizado na Internet no Site da Rede Globo de Televisão.

PALAVRAS CHAVES: Autor; mídia; telenovela; discurso

Referência Bibliográfica

- CALDEIRA, T.P.R *A presença do autor e a Pós Modernidade em Antropologia*. Novos Estudos Cebrap. N°21, julho de 1988, p.133-157
CERTEAU, M. A *Invenção do Cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: RJ.Vozes,1994



- FESTA, R. Highlights el momento de latinoamerica. Trabalho apresentado na *Conference on Gender and communication Policy*, 1998.
- POSSENTI, S. Discurso: Objeto da Lingüística. In: *Sobre o Discurso*, Publicação do Instituto de Letras das Faculdades Integradas Santo Tomás de Aquino, Série Estudos n° 6, Uberaba Minas Gerais, 1979
- THOMPSON, J.B. *Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Vozes, 1998
- THOMPSON, E.P. *A miséria da Teoria: ou um planetário de erros*. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1981