



**SOCIEDADE
CRISE E RECONFIGURAÇÕES**

VII CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA

19 a 22 Junho 2012

Universidade do Porto - Faculdade de Letras - Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação

ÁREA TEMÁTICA: Arte, Cultura e Comunicação

O CONSUMO DE FICÇÃO NACIONAL NA TELEVISÃO PORTUGUESA: UMA ANÁLISE CRÍTICA

SOUSA, João Carlos Lopes de
Licenciado em Sociologia
Universidade da Beira Interior
joao.sousa@labcom.ubi.pt

MORAIS, Ricardo
Mestre em Jornalismo
Universidade da Beira Interior
ricardo.morais@labcom.ubi.pt

Resumo

O contexto português na última década, no que se refere à produção de ficção audiovisual, tem sofrido profundas convulsões, bem patentes sobretudo no domínio quantitativo desta, a ser exibida em regime “prime-time” nas principais cadeias televisivas generalistas portuguesas, como são os casos da RTP e SIC, mas sobretudo da TVI, com uma forte aposta neste tipo de produção própria.

Ora, partindo do pressuposto estatisticamente observável de que é a televisão o principal meio de acesso a informação, bem como a bens de consumo cultural da população portuguesa, em claro detrimento de outros mecanismos, como o teatro ou o cinema, pretende-se desenvolver uma análise crítica a partir do paradigma marxista na pessoa do seu fundador Karl Marx, bem como desenvolvimentos posteriores mormente oriundos da designada escola de Frankfurt, como Walter Benjamin, tal como esforços teóricos contemporâneos, como é o caso de Pierre Bourdieu. Para tal, concebemos como unidade de análise o conjunto das duas séries de novelas a exibir atualmente na TVI entre as 21h20 e as 00h30, num período compreendido entre 6 e 10 Fevereiro (apenas dias úteis).

Tendo como objectivo a apreensão de representações sociais, assim como formas sub-reptícias de exercício do poder e de dominação a partir de uma determinada ideologia optámos, no plano metodológico, pela aplicação da análise de conteúdo a partir de uma grelha previamente concebida, em que se ensaiarão a operacionalização de diversas dimensões e seus respectivos indicadores, de forma a promover a maior e melhor sistematização da análise que se pretende realizar. Com vista a complementar a nossa análise, concebemos um inquérito por questionário, de forma a apreender as formas e os modos de consumos das telenovelas em exibição.

Abstract

The portuguese context in the last decade, regarding the production of audiovisual fiction, has suffered profound convulsions, evident above all in the quantitative field, to be shown under "prime time" in the main portuguese generalists television networks, as are cases of RTP and SIC, but especially TVI, with a strong investment in this type of production.

Under the assumption statistically observable that television is the main mean of access to information, as well as to cultural consume of the portuguese population, in clear detriment of other mechanisms, such as theater or cinema, we intend to develop a critical analysis starting from the Marxist paradigm in the person of its founder Karl Marx, as well as subsequent developments especially from the so-called Frankfurt School, as Walter Benjamin, as contemporary theoretical efforts, such as Pierre Bourdieu. To this end, we conceive as unit of analysis the two series of novels (soap operas) currently showing at TVI between 21h20 and 00h30, in the period between 6 and 10 February (only working days).

With the aim of capture the social representations, as well as surreptitious ways of exercising power and domination from a particular ideology, we decided at the methodological level for the application of content analysis from a previously designed grid, in which we shall test the operation of various dimensions and their indicators in order to promote more and better systematization of the analysis to be achieved.

Palavras-chave: Ficção Audiovisual; Consumo; Cultura; Representações Sociais; Ideologia

Keywords: Audiovisual Fiction; Consume; Culture; Social Representations; Ideology

[PAP0062]

1. Introdução

Celebra-se este ano o 30º aniversário da exibição da primeira telenovela integralmente portuguesa, “Vila Faia”, na RTP. Foi em 1982, cinco anos depois, da estreia, também no canal público, de “Gabriela Cravo e Canela”, a primeira telenovela brasileira a rodar na televisão portuguesa, que lançou o género em Portugal e despertou os espectadores para um novo tipo de narrativa.

Numa peça jornalística da TSF, intitulada “Primeira Novela Portuguesa estreou há 30 anos”¹, Isabel Ferin Cunha, do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva, mapeia o contexto que presidiu à realização e exibição da primeira telenovela portuguesa, sublinhando que esta colocava a tónica nos hábitos e tradições daquela época, como a posse da terra e as heranças, deixando ainda espaço para algumas referências ao passado colonialista. No fundo, assistia-se nesta novela à reprodução das práticas sociais quotidianas. Trinta anos passados, a produção ficcional portuguesa atual, segundo Isabel Ferin Cunha, caracteriza-se pelas dificuldades em captar a realidade do país, como algo que se encontra distante e que apresenta um défice de aprofundamento dos diálogos, para além de um certo quotidiano idílico, pautado pela ausência da crueza da vida quotidiana.

Partindo desta análise que pretendemos não apenas estudar este género de ficção no nosso país, mas sobretudo analisar a telenovela enquanto um produto cultural integrado na realidade social dos sujeitos por meio de representações sociais, verificando como elas interpelam os telespectadores e interferem nas suas vivências. Assim, o percurso para a análise das representações na telenovela foi guiado por um conjunto de linhas de investigação, desde o paradigma marxista, passando pelo conceito de indústria cultural (Adorno & Horkheimer, 1994) e pela ideia de codificação e descodificação das mensagens televisivas (Hall, 1996) até chegar à teoria das mediações (Martin-Barbero, 1998). No campo empírico, e tendo como ponto de partida o aumento da produção de telenovelas portuguesas ao longo dos anos com reflexo na conquista de audiências, particularmente por parte do segundo canal comercial que surgiu em Portugal, a TVI, adotou-se uma estratégia de cruzamento de metodologias, quantitativas e qualitativas, que permitiu a confirmação dos dados e um aprofundamento dos resultados. Foram assim analisados 10 episódios de duas produções² exibidas em *prime-time* no referido canal (“Doce Tentação” e “Remédio Santo”) ao mesmo tempo que se procedeu à aplicação de um questionário que possibilitou conhecer os hábitos de consumo cultural e a importância concedida às telenovelas e às suas representações.

Com base nestas orientações o trabalho encontra-se dividido em quatro partes, começando com a evocação das principais linhas de evolução da telenovela no contexto português. Analisa-se depois a forma como as narrativas são construídas para, em seguida, se relacionarem os aspetos teóricos e empíricos. Por fim, apresentam-se e discutem-se os principais resultados da análise empreendida e as considerações finais. Traçado o plano de trabalho, salientamos apenas que o presente estudo se reveste, quanto a nós, de extrema importância no âmbito dos estudos de comunicação, sobretudo se pensarmos no que este género representa atualmente em termos de produção e consumo mediático, e como o mesmo é privilegiado em detrimento de outros bens culturais.

2. A emergência da ficção televisiva nacional

Uma análise histórica da telenovela permite-nos constatar que os antepassados mais longínquos deste género se encontram no melodrama e no folhetim. Mas é em meados do século XIX que se assiste à primeira transformação daquilo que viriam a ser, numa primeira fase, as novelas e, posteriormente, as telenovelas. Nesta época o melodrama transforma-se em folhetim ou novela, ou seja, em histórias publicadas por capítulos em publicações da época. Estas histórias passam a ser encaradas como produtos culturais que resultavam de um processo industrial de criação, ou seja, faziam parte de um circuito comercial de produção e distribuição. A sua publicação por capítulos tornava-as narrativas de longa duração, o que permitia, segundo Barbero, que o leitor participasse nos enredos através do envio de cartas para os jornais.

Mas o melodrama, e mais tarde o folhetim, não se verificam apenas na imprensa, mas assumem especial importância na rádio. O folhetim radiofónico foi um produto de grande relevância nos Estados Unidos,

durante os dias da rádio (Torres, 2008). É precisamente nesta altura que surge o nome *soap opera*, aquilo que muitas vezes se traduz por telenovelas, mas que numa tradução à letra significa as óperas do sabão, uma vez que grande parte destes produtos de ficção eram patrocinados por marcas de sabões e detergentes. Esta realidade também se verifica em Portugal, nomeadamente naquele que é o primeiro grande melodrama radiofónico português, que ficou conhecido como o “*Teatro Tide*”, em clara alusão ao primeiro grande detergente lançado no nosso país (Torres, 2008, p. 68). O género tinha vindo para ficar, em Portugal, e atinge o seu maior sucesso com “*Simplesmente Maria*”, também originário da América Latina e com fortes ligações a outros produtos da cultura popular (Torres, 2008, p. 68). Começava aqui um trajeto de importação de produtos da América Latina, e em particular do Brasil, que se estendeu à televisão com a primeira telenovela exibida em Portugal, “*Gabriela Cravo e Canela*” (1977). Assim, do ponto de vista histórico, a telenovela passa a fazer parte do panorama televisivo nacional a partir dos anos 70 com produtos importados do Brasil. Apenas em Maio de 1982 surge a primeira experiência portuguesa, com a RTP1 a apostar em “*Vila Faia*”, que terminaria em Setembro de 82 tendo o canal público de televisão nos anos seguintes continuado a sua aposta na ficção nacional³.

Em 1992 o panorama audiovisual português sofre uma profunda mudança, com o início das transmissões da primeira estação de televisão portuguesa privada, a Sociedade Independente de Comunicação (SIC). A abertura do mercado televisivo à iniciativa privada representa também uma mudança ao nível dos conteúdos programáticos e, em 1995, a SIC realiza um acordo de exclusividade com a Rede Globo, do Brasil, para a transmissão das suas telenovelas. Regista-se neste momento uma significativa mudança ao nível do consumo deste género, com o público a concentrar a sua atenção nas novas telenovelas em detrimento dos produtos realizados em Portugal. As novas histórias, aliadas à representação dos atores e aos temas abordados por uma indústria brasileira muito desenvolvida, conquistam a audiência nacional e transformam o *ranking* televisivo do país. A SIC assume o primeiro lugar relegando a RTP1 para a segunda posição, ficando a TVI, o segundo canal privado, que surgiu no mercado em 1993, em terceiro e, em último lugar, a RTP2 (Burnay, 2005, p. 465). As preferências do público mantêm-se inalteradas durante vários anos, apesar de, a partir deste momento, com os dois canais privados a emitirem e as telenovelas a serem uma aposta para a conquista de audiências, se registar um aumento da concorrência.

Líder de mercado desde 1995, a SIC é ultrapassada em 2000/2001 pela TVI que adopta uma nova estratégia de atuação, à semelhança do que tinha sido feito pela SIC, mas desta vez com a aposta em telenovelas portuguesas. Os cinco anos de estabilidade ao nível de audiência terminam para o primeiro canal privado, ainda que com a mesma receita que o tinha conduzido ao primeiro lugar do ranking televisivo (Burnay, 2005, p. 466). A aposta em telenovelas, primeiro brasileiras, depois portuguesas, foi responsável por algumas das maiores transformações do mercado televisivo nacional e por isso Catarina Burnay considera que “(...) a ficção deverá ser entendida como um paradigma televisivo” e muito particularmente a “(...) ficção nacional como um novo paradigma em emergência” (Burnay, 2005, p. 466). É este paradigma que analisamos, tendo em conta que são escassos os estudos académicos sobre o papel das telenovelas na vida cultural da sociedade, uma vez que existe um “preconceito académico e generalizável à sociedade civil, que encara os conteúdos de ficção como subprodutos televisivos, próprios de uma sociedade massificada (...)” (Burnay, 2005, p. 466).

3. A Indústria Cultural, a recepção e as mediações

No ponto anterior verificámos que nos últimos doze anos a produção de ficção televisiva nacional, nomeadamente telenovelas, foi um dos principais fatores que determinou a liderança ao nível das audiências no panorama televisivo português. Assim, e ainda que, como também observámos, o estudo do impacto da ficção televisiva não seja muito frequente em Portugal (Burnay, 2006), a verdade é que esta é uma corrente de estudos com um longo caminho percorrido sobretudo na América Latina. Em grande parte destes estudos os pressupostos teóricos que servem de base às investigações centram-se em três principais linhas de investigação: o conceito de “*Indústria Cultural*” de Adorno e Horkheimer (1994), as questões de codificação e descodificação das mensagens televisivas de Stuart Hall (1996) e a “*teoria das mediações*” de Jesús Martín-Barbero (1998).

O primeiro conceito que merece a nossa atenção é o de “*Indústria Cultural*”. Desenvolvido por uma corrente de investigação no Centro de Estudos Sociais em Frankfurt, a base deste conceito assenta na crítica marxista ao empirismo e sociedade americana. Esta corrente crítica, que ficaria conhecida, sobretudo a partir da década de 30, por Escola de Frankfurt, surge como uma resposta face ao insucesso de uma revolução contra a classe dominante, relacionando este fracasso com a ação dos meios de comunicação de massa sobre a classe operária. O sistema capitalista, segundo os teóricos da Escola de Frankfurt, estaria a servir-se da cultura difundida pelos meios de comunicação para passar os seus ideais à população. Dois dos principais investigadores da corrente crítica, Theodor Adorno e Max Horkheimer, passam então a utilizar o termo “*Indústria Cultural*” para se referirem ao tratamento de que os bens culturais eram alvo, isto é, enquanto mercadorias num sistema de produção industrial e segundo uma lógica de fabrico em série.

Anos mais tarde, já na década de 50, surge uma nova corrente em torno do *Centre for Contemporary Cultural Studies*, na Universidade de Birmingham, também ela crítica em relação ao capitalismo e com influências da Escola de Frankfurt. Os *Cultural Studies* desenvolviam trabalhos relacionados com as histórias de classes e da cultura popular, e mais tarde, sobretudo a partir da década de 80 centram a sua investigação no estudo das audiências. Recorrendo a metodologias quantitativas e qualitativas analisam as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação e, pela primeira vez, vão considerar o contexto de receção, que teria uma influência determinante na interpretação e descodificação das mensagens. Stuart Hall é um dos investigadores que mais se destaca neste contexto, particularmente através do artigo “*Encoding and Decoding in Television Discourse*” (Hall et al., 1996, pp. 128-138).

Neste texto, o autor analisa o processo comunicativo dos *media* como um todo, ou seja, considera a produção, a circulação, a distribuição/consumo e a reprodução enquanto estágios que se articulam e estão inter-relacionados, dependendo o funcionamento de cada um destes estágios do imediatamente anterior. Hall fala assim de dois momentos fundamentais: o “*encoding*” e o “*decoding*”. O primeiro é de construção da mensagem, com todos os significados que lhe estão associados pelo produtor, mas também por aqueles que vai receber ao longo de todo o percurso até chegar ao recetor. O segundo momento é da receção da mensagem sob a forma discursiva e que apenas é alcançado quando existe uma apropriação do discurso, ou seja, quando se lhe atribui significado. É nesta fase que o autor chama atenção para a importância da atribuição de significado, lembrando que os códigos utilizados pelo público podem não ser os mesmos que estão na base da construção da mensagem e não se verificar portanto o momento de “*decoding*”. O autor refere então três diferentes formas de “*decoding*”: preferencial, quando existe um alinhamento com o “*encoding*”; oposicional, quando a mensagem é interpretada a partir de um quadro de referência diferente; negocial, quando existe uma negociação permanente entre os dois momentos (Hall et al., 1996). Percebemos desta forma que se os estruturalistas enfatizam o momento de “*encoding*” e o poder ideológico que se procura transmitir. Stuart Hall não nega essa possibilidade, mas salienta que em última instância caberá sempre aos destinatários a aceitação da mensagem tal como esta foi codificada, ou seja, estes têm o poder de lhe atribuir um novo significado.

Finalmente, encontramos a teoria das mediações desenvolvida por Jesús Martín-Barbero (1998), que defende que é impossível perceber qual a importância da influência dos meios sobre os indivíduos, sem o estudo sobre a relação que os indivíduos estabelecem com os próprios meios de comunicação. O investigador colombiano passa assim a chamar “*mediações*” aos espaços que se encontram entre os indivíduos e os meios de comunicação, espaços que são de extrema importância pois é nestes que os indivíduos atribuem e constroem sentidos para a vida. Martín-Barbero considera assim que as análises não devem apenas centrar-se na audiência, mas na ideia de um campo em constante interação, constituído pela produção, pelo produto e pela receção (Martín-Barbero, 1998, p. 41).

4. As telenovelas, o carácter simbólico e as representações sociais

No seguimento do exposto no ponto anterior, nomeadamente dos principais pressupostos teóricos que guiam os estudos sobre a produção do género telenovela, centramo-nos agora sob os pensamentos postulados pela

Escola de Frankfurt e mais concretamente a crítica marxista aos produtos difundidos pelos meios de comunicação de massa e, neste caso em particular, às telenovelas, objeto de estudo da presente pesquisa.

Quando pensamos nas telenovelas não podemos esquecer que este tipo de entretenimento tem um forte caráter simbólico. Simbólico no sentido sociológico do termo, dado que é um privilegiado mecanismo de (re)produção social de algumas representações que impregnam a prática quotidiana. Todavia, a fruição simbólica que se realiza na narrativa e nos planos das referidas telenovelas detêm uma vasta riqueza comunicacional. Ora, este intrínseco caráter comunicacional passa essencialmente pela simplicidade da mensagem e da própria trama. Assim, considerando o contexto contemporâneo das sociedades ocidentais, sobressai o papel socializador dos meios de comunicação social de massa, mormente a sua capacidade mediadora da realidade social, servindo de catalisador, mas não só, dos impulsos oriundos da sociedade e da atividade quotidiana⁴. Ora, já vimos que o poder simbólico implica o estabelecimento de uma interação, onde no plano relacional se estabelecerão mecanismos de dominação entre atores. Com efeito, a comunicação, ocupando um lugar privilegiado, enquanto meio de difusão e ampliação de uma determinada mensagem, assume grande relevo no que se refere à capacitação e mobilização dos atores.

Neste sentido, interessa esmiuçar o papel que os sistemas simbólicos desempenham na profusão e consolidação de ditames ideológicos e políticos. Ora, é precisamente no sentido de colmatar essa necessidade que temos de evocar a perspetiva que tem como centro gravitacional, a teoria marxista. A tónica, neste contexto, é colocada na asserção de que a ideologia, enquanto complexo simbólico e concebido ou apropriado por uma determinada classe, no caso a classe dominante, permite que esta construa uma narrativa simbólica, que de certo modo legitima e justifica a existência e o próprio estabelecimento de relações de dominação entre diferentes classes e muito particularmente entre atores, pelo que contribuem de forma latente ou manifesta para a apropriação de determinados grupos por parte desta.

Por conseguinte, o que verificamos de modo crescente é o incremento da preponderância dos meios de comunicação social de massa, no campo da socialização e concomitantemente no caráter vinculativo em termos simbólicos nas sociedades contemporâneas, que faz com que os conteúdos simbólicos, veiculados por estes, ganhem relevo mediático e cultural, nomeadamente por meio televisivo. Atendendo ao facto de assistirmos a uma progressiva concentração dos meios de comunicação social em grandes aglomerados empresariais, como sucede atualmente nas sociedades ocidentais, importa indagar até que ponto estes órgãos ficarão reféns de uma agenda previamente concebida, que teria como critério prioritário os próprios interesses de um determinado grupo.

De facto, o que temos vindo a assistir é a um ganho de capacidade por parte dos grandes grupos económicos em “manietar” o campo dos *media* e com isto os conteúdos que estes exibem nos mais variados períodos ao longo do dia. Deste modo, é imperativo trazer à equação, a relação que os meios de comunicação social estabelecem com o campo económico, num relacionamento que se caracteriza pela interdependência. Nesta senda, as audiências assumem-se como o alvo nevrálgico das quais depende a sustentabilidade de muitos dos meios de comunicação. Por conseguinte, resultante desta crescente dinâmica mercantilista da (re)produção ficcional, e na linha daquilo para que já tinha alertado Walter Benjamin (2006, pp. 207-241) na década de 1930, verifica-se uma forte tendência para a “infantilização” das massas amorfas enquanto meros repositórios e consumidoras de bens de entretenimento.

5. Um percurso teórico-metodológico para a análise das telenovelas

Como já tivemos oportunidade de frisar, no plano audiovisual português têm-se verificado diversas e profundas convulsões. No rol das intensas mutações destaca-se a introdução na grelha de programação, sobretudo das duas estações privadas de televisão generalista, SIC e TVI, do género telenovela. A consubstanciação desta alteração assume grande visibilidade, sobretudo no caso da TVI, em face da grande aposta desta no que toca à produção própria deste género de ficção.

Atendendo ao facto de que esta tipologia de entretenimento é colocada na grelha de programação em “prime-time”, isto é, no período em que existem maiores níveis de audiência, assume especial relevância o seu

estudo. Considerando o potencial simbólico deste tipo de produção de entretenimento, importa definir a melhor estratégia de abordagem, quer teórica, quer empiricamente. Considerando o género ficcional que se pretende analisar, surgiu a necessidade, indo também de encontro às abordagens teóricas, de se considerar uma dupla metodologia para a pesquisa, ou seja, por um lado uma componente de carácter mais quantitativo e outra de índole mais qualitativo.

Esta dupla faceta metodológica/técnica está presente desde logo na própria análise de conteúdo que surgiu como a primeira técnica a utilizar para a recolha de dados. É precisamente neste sentido que Rodolphe Ghiglione e Benjamin Matalon distinguem duas categorias dentro da análise de conteúdo: “*A distinção entre procedimentos fechados e abertos remete como vimos para dois grandes tipos de análise de conteúdo: aqueles que fazem intervir categorias definidas previamente à análise e aqueles que não as fazem intervir, tendo por isso um carácter puramente exploratório*” (2001, p. 197). A dupla pertinência para a presente investigação prende-se precisamente por esta dupla funcionalidade, que nos faculta, por um lado, a coleta de dados de forma objetiva e de certo modo estandardizada, através de uma pequena grelha de análise de conteúdo. Por outro lado, o carácter mais subjetivista, que não é apreensível pela aplicação da grelha, muito particularmente as representações sociais que fluem no discurso da prática quotidiana está igualmente presente.

Programação	Roteiro	Gancho	Banda Sonora	Gravações	Obra	Conteúdos
Vertical	Capítulos	No próprio Episódico	Nacional	Externas	Aberta	História Principal
Horizontal	Episódios	Episódio seguinte	Internacional	Internas	Fechada	Histórias Secundárias

Figura 1 - Grelha da análise de Conteúdo – componente quantificável

A figura 1 permite-nos apresentar de forma sumária aquilo que na presente investigação designamos como componente formal, que tendo um carácter vincadamente quantitativo, nos permite aferir aspetos que moldam o género analisado. Nestes termos, definimos como unidade de análise os episódios das telenovelas “*Doce Tentação*” e “*Remédio Santo*”, exibidas na TVI entre 6 e 10 Fevereiro 2012, consubstanciando-se em cinco episódios para cada uma das narrativas televisivas. Para além destas sete dimensões a análise contará ainda com uma segunda componente, qualitativa, que pretende captar representações sociais de género e de classe social, entre outras, no sentido de se construir uma crítica ao discurso produzido nestes espaços de entretenimento de massas.

De forma a diversificar e enriquecer a presente pesquisa recorreremos também à construção e aplicação de um inquérito por questionário, permitindo uma abordagem do consumo de bens culturais audiovisuais a rodarem nas estações televisivas generalistas de Portugal. O inquérito por questionário é em termos orgânicos composto por 17 questões, das quais apenas uma é de carácter aberto, sendo que as restantes apresentam uma escala de mensuração quantitativa, com algumas variações. Assim, temos questões que apresentam uma simples dicotomia entre “sim” e “não”, mas também incluímos escalas de *likert*, que permitem a aferição de atitudes perante determinada premissa⁵. Com vista à operacionalização do inquérito por questionário, foi ainda objeto de seleção a amostragem por conveniência (Schutt apud Coutinho 2011, p. 90; Marconi & Lakatos, 2002). Este tipo de amostragem foi escolhido uma vez que todos os indivíduos são potenciais consumidores de ficção nacional, bem como dos mais diversos conteúdos audiovisuais. No entanto, assumimos desde o início que a opção por este tipo de amostra limita as possibilidades de extrapolação e inferência.

6. A produção ficcional portuguesa exibida em prime-time na TVI

Começamos a nossa análise a partir das grelhas de programação dos vários canais de televisão, tendo em conta que estas expressam a forma como os diretores e as produtoras organizam um conjunto de programas

de forma a responder aos gostos e necessidades dos públicos. A observação das grelhas permitiu-nos constatar que existe uma sectorização na programação, sendo que cada momento do dia é construído em função de um determinado grupo socio-etário, ou seja, de acordo com um público-alvo.

Considerando estas disparidades de consumos, centramos a nossa atenção no *prime-time*, também conhecido como horário-nobre das televisões. Este período, que se inicia com os noticiários e prossegue normalmente com ficção ou programas de entretenimento, tem normalmente a duração de três horas e uma correspondência direta com a rotina diária das populações, ou seja, o horário de final de dia que é normalmente também de chegada a casa, jantar e algum ócio antes de dormir.

Com efeito, atentando na distribuição dos dados das audiências no decorrer da semana entre o dia 6 e 10 de Fevereiro de 2012, verificamos, de acordo com os dados da Marktest, que dos 15 programas com maior nível de audiência se encontram quase sempre telenovelas, sendo que em quatro dos cinco dias analisados uma das telenovelas em estudo, “*Doce Tentação*”, surge na liderança com um *share* a variar entre os 30% e os 33%. Verifica-se particularmente em relação a esta estação, a TVI, que o público segue a programação, mesmo quando esta intercala conteúdos, como por exemplo a novela mais recente, com produtos mais antigos, que já têm o público fidelizado. É particularmente interessante verificar que no caso particular desta estação, o início do *prime-time* é precedido de uma série de ficção juvenil, sendo que esta desempenha um papel funcional na programação do canal, ou seja, de certa forma constitui-se como agente definidor da restante grelha.

Centrando os esforços analíticos no período que compreende a exibição das telenovelas, observamos que esta sequência inicia-se no período em análise de forma bastante regular às 21h40, com “*Doce Tentação*” com uma duração máxima de 41m43s e mínima de 36m17s e prossegue depois com “*Remédio Santo*” e “*Anjo Meu*”⁶. Numa breve exposição da narrativa das novelas, observamos que “*Remédio Santo*” se desenrola no contexto de uma comunidade rural, que dá pelo nome de “Mundão” no concelho de Viseu, e em torno de um suposto “amor impossível” entre “santinha da luz” originária da classe baixa e um jovem da classe média/alta da mesma comunidade. A interpor-se a este “amor impossível” está o mal, representado por uma personagem que veste a capa de vilã. O eixo fundamental em que se desenrola a narrativa tem como referência o sagrado e o profano, o mal e o bem, com recurso sistemático a representações do domínio do esotérico. Já “*Doce Tentação*” ensaia uma abordagem ao interior português, com as já típicas tramas de amores desavindos. Esta narrativa tem a particularidade de se desenrolar em torno de um casal de origens aparentemente “humildes”, que sofre a permanente intromissão de um outro casal de irmãos, de condição social e económica abastada. Um outro domínio de abordagem passa pela “ridicularização” de um certo “novo-riquismo”, baseado na aparente e futilidade a ostentação de uma “fachada” e a tentativa de progressão social através do casamento.

Conhecidas brevemente as histórias prosseguimos com a análise sob o ponto de vista formal. Assim, influenciados por Larissa Redondo (2007), a análise efetuada permitiu-nos constatar que tanto “*Doce Tentação*” como “*Remédio Santo*” apresentam-se como narrativas que seguem uma lógica horizontal, onde o “enredo” ou “gancho” desenrola-se a cada episódio, ficando pendente um ato importante no episódio seguinte.

Uma outra dimensão passível de análise é o acompanhamento sonoro. No caso de “*Remédio Santo*” podemos apreender o uso de quatro diferentes temas, exclusivamente nacionais, que são sempre colocados em “momentos-chave”, apelando a sentimentos e aumentando a conexão entre telenovela e telespectador. Já “*Doce Tentação*” apresenta maior diversidade ao nível dos temas sonoros, mas também variedade quanto à origem das composições, com temas nacionais e internacionais. No que toca às gravações, ambas as narrativas fazem uso duplo, isto é, de exteriores e interiores para as gravações dos episódios, ainda que ao longo do período analisado sobressaíam claramente as cenas que se desenrolam em estúdio.

Centramo-nos de seguida nos particularismos de carácter simbólico e subjetivo das duas narrativas. Em “*Remédio Santo*” procura-se veicular de modo subliminar uma ideia em que à mulher cabe um papel de docilidade, assente na expressão de emoções e sentimentos. As ações cénicas em que esta personagem, identificada como “Santinha da Luz”, participa, encerram ainda um forte carácter místico, desde logo

relacionado com o próprio guarda-roupa utilizado, neste caso em particular vestes sempre brancas. Outro aspeto particular desta novela prende-se com a representação da autoridade. A força policial encontra-se centrada na personagem de “Maria Polícia”, uma agente da GNR, aparentemente muito zelosa, mas muito burocrática e longe das necessidades dos cidadãos. Encontra-se assim latente, através desta figura e da sua atuação, uma crítica às autoridades do país.

Por outro lado, um dos tradicionais campos analíticos das produções televisivas é o modo como o mercado matrimonial é representado. As duas telenovelas apresentam esta realidade como um terreno fértil para a existência de casamentos e/ou relacionamentos interclassistas, por outras palavras, a existência de narrativas em torno de um romance entre personagens com distintas origens sociais.

Neste ponto e de um modo geral poderíamos considerar, no seguimento do expresso por Isabel Ferín Cunha, que os dois produtos de ficção analisados se distanciam em relação à realidade. Também a própria linguagem evidencia este afastamento, uma vez que o uso recorrente de um tipo de linguagem depurado de qualquer insulto, calão ou outra terminologia que extravase o domínio do normativo, não tem lugar nas duas telenovelas, pelo que será lícito atribuir-lhe um forte caráter consensual, bem como normativo, afastando-a dos cânones de interação quotidiana. Por conseguinte, estamos perante uma substantiva disjunção entre a realidade social vivida quotidianamente e o substrato simbólico latente das duas telenovelas. Assim, colocamos a questão no sentido de saber em que medida e de que forma a disjunção existente entre a realidade quotidiana e a das telenovelas é apreendida pelos seus espetadores?

Deste modo, colocámos aos inquiridos uma bateria de questões relacionadas com a frequência de determinadas tipologias de entretenimento que pensamos abarcarem um espectro suficientemente amplo. Por conseguinte, considerando a escala de frequência, mais propriamente a categoria “todos os dias”, observámos que o entretenimento preferido dos inquiridos passa pelo visionamento de televisão (64,9%), registo que apenas é replicado pelo acesso à Internet (57,7%).

Estamos assim perante um contexto quotidiano em que depois da jornada diária de trabalho, a televisão e os seus conteúdos reúnem grande parte dos inquiridos, funcionando como principal meio de ocupação dos tempos livres. Esta premissa sai reforçada quando atentamos à distribuição dos dados obtidos pela frequência de visionamento de televisão no período compreendido entre as 21h e 00h30, com cerca de 60,4% dos inquiridos a afirmar que esta é uma prática diária. Neste contexto, é a TVI que lidera as preferências dos inquiridos com 36% de respostas, bem distante da segunda estação mais vista, a SIC, com apenas 19,8%.

O acompanhamento das narrativas novelísticas apresenta-se como um fenómeno social com caráter algo dicotómico, uma vez que se por um lado verificamos que existe uma substancial proporção dos telespectadores que acompanham diariamente as telenovelas, ou pelo menos uma, por sua vez existe uma outra categoria que se cifra entre os 30,6% e 37,8%⁷ que não o faz. Aprofundando a nossa análise fica claro que 49% dos homens “nunca” assiste a telenovelas, face aos 30% de mulheres⁸. Continuando o esboço do perfil do telespectador de telenovelas, verificamos que é nas categorias etárias mais elevadas que se observa o maior número de inquiridos seguidores desta tipologia de entretenimento. É na faixa etária dos [55-65] anos que encontramos 45,5% dos inquiridos, sendo que este registo atinge os 66,7% de respostas se considerarmos exclusivamente os inquiridos com mais de 65 anos. As habilitações académicas apresentam também indícios consideráveis de modelação da variável “ver telenovelas”, isto porque podemos observar uma clara disjunção entre a frequência de ensino superior, em que a fasquia fica-se pelos 10,5%, em claro antagonismo com os detentores de 1º Ciclo do Ensino Básico com 55,6%. Estes dados vão de encontro à ideia de que existe um preconceito da própria sociedade, e sobretudo do segmento mais letrado desta, em relação aos conteúdos de ficção como as telenovelas.

A visualização das telenovelas no período noturno adquire múltiplos sentidos e significados, dado que é normalmente um momento de reunião de família como referem 39,6% dos inquiridos. Em apenas 14,4% dos casos o consumo deste produto televisivo é feito de forma solitária. Estes dados levam-nos novamente a reequacionar o papel do entretenimento televisivo e a sua centralidade na sociedade portuguesa, num país que não tendo hábitos de leitura saltou no seu processo de modernização para este tipo de produtos de massas.

Os dados não deixam dúvidas quanto ao consumo massivo deste tipo de programas. Num total de 52,2% de inquiridos que afirmam seguir telenovelas, 17,1% afirmam ver “*Rosa Fogo*”, em exibição na SIC, e 11,7% “*Doce Tentação*” a rodar na TVI. É ainda significativo o valor de inquiridos que afirmam acompanhar uma segunda telenovela, cifrando-se em cerca de 13,5% o número de respostas e 7,2% para aqueles que acompanham uma terceira.

Estes dados entram claramente em contraste com as respostas em relação a outras formas de entretenimento, como o teatro, a dança ou o cinema. Deste vasto e variado conjunto de domínios, apenas o cinema apresenta algum registo na categoria “todos os dias” e apenas com 2,9% de respostas. Estes dados são assim bem paradigmáticos da forte pauperização de outras formas de entretenimento que extravasa o domínio televisivo.

Dada a grande prevalência da produção novelística nos consumos culturais das massas, pode-se considerar este consumo como uma importante “fonte” simbólica para as vastas categorias sociais. Neste sentido importa aprofundar a análise no que diz respeito à receção por parte das audiências, colocando como hipótese a existência de uma espécie de “espelho” da sociedade na telenovela. Questionaram-se por isso os indivíduos no sentido de saber se estes consideravam “que os conteúdos e os valores veiculados pelas telenovelas retratam o quotidiano da sociedade?” As respostas evidenciam uma distribuição algo simétrica, uma vez que 45% considera que se trata efetivamente de um retrato, por oposição a 44,1% dos inquiridos que não partilha dessa opinião. Apesar da diferença ser reduzida, a verdade é que um maior número de inquiridos encontram na telenovela um retrato do quotidiano. Procurando esclarecer este entendimento, indagamos no sentido de perceber em que medida essa reprodução é real ou apenas uma projeção idealizada, quer de estilo, quer de modos de vida ambicionados. Os inquiridos não têm dúvidas em relação a este aspeto, uma vez que 73,9% afirma que não se sente representado nas telenovelas. Apenas 17,1% considera que se identifica com personagens e se considera representado nas histórias veiculadas neste género ficcional. Estamos com efeito perante um aparente e importante desajustamento entre o modo como as telenovelas são percecionadas e o que efetivamente estas transmitem à sua vasta audiência.

8. Considerações finais

Considerando o percurso transcorrido pela ficção na televisão nacional fica patente o amplo impacto nos consumos culturais e sobretudo televisivos das telenovelas em Portugal. Após um prolongado domínio da produção ficcional brasileira, em meados da década de 1990 começou-se a observar um crescente desinteresse por este “cluster”, em ordem inversa à nacional. Por conseguinte, na viragem de século, pode-se constatar uma clara supremacia da produção portuguesa no que concerne aos níveis de audiências, passando a pontificar no designado “horário nobre” de algumas estações, mormente da que lidera desde então as audiências, a TVI. Deste modo, regista-se uma dupla mudança no espectro televisivo nacional, por um lado a SIC deixa de liderar, por outro, o domínio passa para a TVI, com a aposta na 1ª edição de *Big Brother* e o investimento na produção ficcional nacional.

Deste processo histórico poder-se-á inferir uma manifesta preponderância de conteúdos de entretenimento, nomeadamente de telenovelas, no preenchimento dos tempos livres. Este facto é constatável a partir tanto da observação dos “rankings” de audiências, como dos dados coletados com os inquiridos. Estamos com efeito perante um espaço de entretenimento de massas, do qual resulta um avassalador domínio, comparativamente a outros meios, como a leitura de jornais, ou até mesmo a frequência de espetáculos como teatro. Os conteúdos televisivos encerram deste modo grande relevância na ocupação dos tempos livres dos atores, detendo grande poder simbólico, na veiculação e reprodução de valores e normas que pautam a atividade coletiva.

Existe de certo modo um ascendente monocultural da televisão, que interagindo com os atores cria uma estrita relação de vinculação simbólica. Neste contexto impõe-se uma questão muito particular, qual ou quais as razões que presidem ao grande consumo de telenovelas? Assim, torna-se imperativo referir que é a categoria feminina que declara consumir mais telenovelas, sendo que esta tipologia de consumo tem maior expressividade entre as categorias etárias mais envelhecidas. Nesta linha de raciocínio e acompanhando

tendências estruturais da própria sociedade portuguesa, pudemos constatar que são os inquiridos com menores habilitações que assistem a novelas.

Este aspeto remete-nos para os próprios conteúdos das telenovelas, que seguindo um modelo vincadamente “melodramático”, uma narrativa com “altos” e “baixos” onde existe um “gancho” diário que potencia a fidelização da audiência. As telenovelas analisadas assentam fundamentalmente o seu desenvolvimento num “romance” que é objeto de numerosas peripécias, até ao ponto culminante em que por fim o equilíbrio é atingido. Circunscrevendo-nos aos 10 episódios analisados, verificamos que em parte existe um desvincular relativamente à realidade vivida, muito particularmente no que concerne à dinâmica matrimonial, com alusões em ambas as telenovelas a possíveis romances interclassistas, sendo que esta questão mais estrutural é também acompanhada por aspetos de caráter mais simbólico como a linguagem e das personagens. Estas últimas apresentam-se-nos como planas ao nível da profundidade intelectual, dado apresentarem traços perfeitamente contínuos de caráter. Por conseguinte, somos remetidos para um espaço de discussão da relação entre sociedade e telenovela, espaço este que encerra grande sensibilidade analítica.

Não é pacífico, entre a comunidade científica, o impacto que as telenovelas têm relativamente à sociedade, porém no âmbito da presente investigação pudemos apurar uma situação paradoxal. Por um lado existe uma grande simetria na distribuição dos dados relativos à possibilidade de as telenovelas representarem a realidade social, com perto de metade a afirmar que representa. Contudo, esta tendência é reequacionada quando verificamos que a maioria dos inquiridos afirma não se sentir representado nestas mesmas telenovelas, o que nos leva a identificar uma aparente situação paradoxal, no que toca à forma como as telenovelas são percecionadas pelos telespectadores. Este é com certeza um profícuo ponto de partida para futuras investigações nesta mesma área.

9. Referências Bibliográficas

- Adorno, Theodor & Horkheimer, Max (1994). *Dialéctica de la Ilustración*. Barcelona: Editorial Trotta.
- Benjamin, Walter (2006). *A Modernidade*. Lisboa: Assírio & Alvim.
- Bourdieu, Pierre (1989). *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta Editora.
- Burnay, Catarina (2005). Ficção Nacional: a emergência de um novo paradigma televisivo. Ciências da Comunicação em Congresso na Covilhã, *Actas do III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico*, Covilhã, Portugal, volume III, 465-472.
- Burnay, Catarina D. (2006). Identidade e identidades na ficção televisiva nacional 2000-2006, *Comunicação & Cultura*, Lisboa, 1, 57-71.
- Coutinho, Clara P. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: teoria e prática*. Coimbra: Almedina.
- Ferin, Isabel (2002). *Comunicação e Culturas do Quotidiano*. Lisboa: Quimera.
- Ghiglione, Rodolphe & Matalon, Benjamin (2001). *O Inquérito* (2ª ed.). Oeiras: Celta Editora.
- Hall, Stuart, Hobson, Doroty, Lowe, Andrew & Willis, Paul (eds.) (1996). *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979*. London: Routledge.
- Marconi, Marina de A. & Lakatos, Eva M. (2002). *Técnicas de Pesquisa* (5ª ed.). São Paulo: Editora Atlas S.A.
- Martín-Barbero, Jesús (1998). *De los médios a la mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonia*. México: Ediciones G. Gili.
- Redondo, Larissa B. (2007). A telenovela brasileira: uma apresentação de seu formato e de seus aspectos principais, *Cenários da Comunicação*, São Paulo, 6, 2,141-147.

Torres, Mário J. (2008). Cultura Light televisiva: o fenómeno da telenovela, *Comunicação & Cultura*, Lisboa, 6, 67-80.

Vala, Jorge (2003). A Análise de Conteúdo. In Silva, S. Augusto & J. M. Pinto (Orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais* (pp. 101-128). Porto: Edições Afrontamento.

¹ Notícia acedida a 10 de Maio (21h30), no site da TSF e que data de 9 Maio de 2012 às 23:16. http://www.tsf.pt/PaginaInicial/Vida/Interior.aspx?content_id=2508685&utm_source=dlvr.it&utm_medium=facebook

² Inicialmente procuraram-se analisar as três telenovelas em exibição na TVI de acordo com a grelha de programação da época. Contudo, e apesar das diferentes tentativas no sentido de recolher os episódios necessários para se proceder à análise de conteúdo, não foi possível recolher os da telenovela “Anjo Meu”, a última na grelha de programação deste canal generalista e a ser exibida em prime-time. Neste sentido optamos por manter o período de estudo e examinar apenas as duas primeiras ficções, num total de dez episódios.

³ Orígens, de Nicolau Breyner e Francisco Nicholson (1983/1984); Chuva na Areia, de Luís de Sttau Monteiro (1985); Palavras Cruzadas, de Ângela Sarmento (1987); Passerelle, de Rosa Lobato Faria e Ana Zanatti, (1988); Ricardina e Marta, numa adaptação do romance de Camilo Castelo Branco, (1989); Cinzas, de Francisco Nicholson, (1992/1993); A Banqueira do Povo, de Walter Avancini (1993); Verão Quente, de Manuel Arouca e Nicolau Breyner (1993/94).

⁴ Mais adiante retomaremos o papel de mediação dos meios de comunicação social, com vista à apreensão do modo como é realizada a receção da ficção nacional, muito particularmente dos já mencionados três exemplos das telenovelas portuguesas a exhibir no período compreendido pelo nosso estudo.

⁵ Foi ainda etapa prévia à efetiva aplicação do inquérito por questionário, a realização de um pré-teste que visava a identificação de deficiências ou intangibilidades. Foram aplicados 10 inquéritos neste âmbito, nos 17 e 18 de Maio 2012. Refira-se que tanto o inquérito como o procedimento prévio decorreu em moldes de aplicação direta.

⁶ Esta sequência verificava-se no momento de análise, sendo muitas vezes alterada pela estação e, sobretudo, quando novas telenovelas entram na programação. Por outro lado e como já anteriormente tivemos oportunidade de sublinhar, por razões que nos são alheias não nos foi possível efetivar a análise de conteúdo dos cinco episódios de “Anjo Meu” uma vez que não nos foi possível ter acesso aos mesmos, apesar das várias tentativas encetadas nesse sentido.

⁷ Esta variação deve-se à existência da já mencionada sobreposição de questões, que no caso da frequência diária coincide totalmente, mas que na categoria nunca apresenta esta oscilação.

⁸ Estes dados foram calculados, tendo como referência a proporção de cada categoria sexual de forma a facultar uma melhor comparabilidade entre sexos. Esta necessidade resulta da assimétrica distribuição verificada na amostra entre elementos do sexo masculino com 44,1% e 54,1% para o grupo feminino, sendo que os restantes 1,8%, não se identificou sexualmente.