

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA RURAL
DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**ESTUDO DOS EFEITOS DA AUDIÊNCIA À
TELENOVELA DAS OITO NO MEIO RURAL DO OESTE
CATARINENSE**

ENIO LUIZ SPANIOL

PORTO ALEGRE, MARÇO DE 1992.

Agradecimentos

Ao CNPQ, pela concessão da bolsa, o que possibilitou a realização do curso.

Ao professor Egon Roque Frohlich, que me orientou na pesquisa.

Aos professores Mário Riedl e Gustavo Quesada, que integraram a banca examinadora. Aos demais professores e colegas pelos auxílio e orientações prestadas.

Finalmente, gratidão especial, às famílias de Canela Gaúcha e demais colaboradores que possibilitaram a realização da pesquisa.

BANCA EXAMINADORA:

EGON ROQUE FROHLICH - Professor orientador

MÁRIO RIEDL - Professor convidado

GUSTAVO M. QUESADA - Professor convidado

SUMÁRIO

ABSTRACT.....	6
RESUMO	7
CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO, DEFINIÇÃO DO PROBLEMA E JUSTIFICATIVA.....	8
CAPÍTULO 2 - REVISÃO TEÓRICA E HIPÓTESE.....	14
2.1 - Estética.....	14
2.2 - Conceito de Hegemonia em Gramsci.....	18
2.3 - Ideologia.....	20
2.4 - Teorias de Comunicação e Pesquisas em TV.....	25
CAPÍTULO 3 - OBJETIVOS.....	36
3.1 - Geral.....	36
3.2 - Específicos.....	36
CAPÍTULO 4 - METODOLOGIA.....	37
4.1 - As Famílias Pesquisadas.....	37
4.2 - Os Informantes e o Comércio.....	40
4.3 - Teste e Número de Casamentos.....	40
4.4 - Operacionalização dos Objetivos.....	41
CAPÍTULO 5 - OS RESULTADOS DO TRABALHO.....	45
5.1 - Oeste Catarinense.....	45
5.2 - São Miguel do Oeste.....	46
5.3 - Canela Gaúcha.....	47
5.4 - A Telenovela Rainha da Sucata em Canela Gaúcha.....	50
5.4.1 - Não Assistentes.....	54
5.4.2 - Assistentes.....	54
5.5 - A Telenovela Interfere na Participação Social.....	57
5.5.1 - Os Eventos Sociais.....	61
5.6 - A Divulgação do Produto leva ao Consumo.....	64
5.6.1 - O Consumo da População.....	66
5.6.2 - Telespectadores Consomem mais os Produtos Anunciados.....	68
5.7 - A Novela é Comentada no Dia-a-dia.....	72
5.7.1 - As Expressões.....	75
5.7.2 - Gestos, Imitações e as Análises das Pessoas.....	76
5.7.3 - As Expressões e os Momentos das Imitações.....	79
5.8 - Novas Atitudes.....	82
5.9 - As Leituras da Telenovela.....	89
CAPÍTULO 6 - CONCLUSÕES.....	93

CAPÍTULO 7 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	101
--	-----

GRÁFICOS

Gráfico N.1 - A telenovela na realidade brasileira.....	17
---	----

QUADROS

Quadro N.1 - Novos hábitos das famílias expostas e não expostas em Canela Gaúcha,SC, tendo a novela como parâmetro de avaliação.....	56
Quadro N.2 - Participação das famílias no passado e no presente - expostas e não-expostas - nos eventos sociais.....	63
Quadro N.3 - Consumo de produtos anunciados na telenovela pelas 10 famílias expostas e as 9 famílias não expostas e suas vendas nos principais estabelecimentos comerciais de São Miguel do Oeste.....	70
Quadro N.4 - Expressões, comentários, imitações e mudanças das famílias assistentes e das não-assistentes a telenovelas em Canela Gaúcha.....	80
Quadro N.5 - Comportamento e hábitos do passado e do presente (das famílias assistentes e das famílias não-assistentes a novela) em Canela Gaúcha.....	87
Quadro N.6 - Diferentes leituras que os telespectadores de Canela Gaúcha fazem da mesma mensagem da telenovela.....	91
Quadro N.7 - Mudanças na vida dos agricultores de Canela Gaúcha em função da assistência à telenovela	99

TABELAS

Tabela N.1 - Acertos feitos por estudantes e não estudantes em testes aplicados com questões sobre telenovela e assuntos gerais.....	79
Tabela N.2 - Casamentos, separações, divórcios e investigações de paternidade em São Miguel do oeste de 1970 até outubro de 1990	85

ANEXOS

ANEXO 1 - Breve resumo da novela Rainha da Sucata.....	106
ANEXO 2- Relação dos principais anúncios veiculados durante a novela Rainha da Sucata de março a outubro de 1990 pela RBS TV de Chapecó SC.....	117

ABSTRACT

A man is a social being. Communication occurs via personal interrelationship. Television, nowadays, is one of the means of communication mostly diffused among human beings sensitizing TV watchers through sound and image. In Brazil, soap operas ("novelas") comprise programs with the highest percentages of attendance.

Aiming at analyzing and verifying the effects that "Rainha da Sucata", a soap opera aired by Rede Globo influencing people, families and communities of small farmers, it was verified: time exposure to the soap opera by farm families, perception of messages, comments concerning the approached topics, consumption of products showed on the screen, and the social participation of a group of ten (10) families watching TV and nine (9) non watching the soap opera in rural community called Canela Gaúcha, located in the município of São Miguel do Oeste, in the state of Santa Catarina, Where 70% of the householders own a TV set.

Methodology used was participant observation, by living with the families all day long, within the farm, neighborhood and community events and celebrations. With the help of some local people data collection was carried out from may through Dezember, 1990.

Families watching TV do whatever possible to attend each chapter of the "soap opera". They do not participate in local meetings, visits and evening celebrations. Community meetings are held mostly on weekends. The soap opera is one of the topics mostly talked about. Gestures, expressions, hairdo and clothing of the actors are imitated. Products mostly consumed are announced during the soap opera presentation. TV attendants start to form new opinions in relations to love, economy, politics and they begin to behave differently as in the past. The understanding of the soap operas is not homogeneous. What is liked by ones is hated by others and vice-versa.

Families not exposed to the soap opera get the influence of contents, adds and new attitudes through radio, printed media and interaction within the community. There is no exclusive consumption of products channeled by advertisements on TV. They visit people in the eventing and participate more local social events. But, they also behave differently as in the recent past of their lives.

The study shows that the soap opera reinforces and reproduces a wider range of the social order, but does not homogenize the thought and actions of TV watchers.

RESUMO

O homem é um ser social. No inter-relacionamento pessoal ocorre a comunicação. A televisão, hoje, é um dos meios de comunicação mais difundidos entre os homens e sensibiliza os telespectadores através do som e da imagem. No Brasil, as telenovelas são programas que atingem os maiores índices de audiência.

Com o objetivo de analisar e verificar os efeitos que a telenovela "Rainha da Sucata" da Rede Globo exerce sobre as pessoas, as famílias e as comunidades de pequenos agricultores observou-se o grau de exposição à telenovela, as leituras das mensagens, os comentários sobre os temas enfocados, o consumo dos produtos anunciados e a participação social de um grupo de 10 famílias assistentes e 9 não assistentes à telenovela na comunidade rural de Canela Gaúcha, município de São Miguel do Oeste - SC, onde a televisão existe em 70% das casas.

A metodologia utilizada foi a observação participante, convivendo com as famílias em todos os momentos na casa, na propriedade, vizinhança e comunidade. Com auxílio de algumas pessoas do local, esta pesquisa foi realizada de maio até dezembro de 1990.

As famílias assistentes fazem o possível para não perder capítulo. Não participam de reuniões, visitas e "serões" noturnos. Os encontros comunitários são concentrados nos fins de semana. A telenovela é um dos assuntos preferidos nos comentários. Os gestos, expressões, penteados, maquiagem e roupas dos personagens são imitados. Os produtos mais consumidos são aqueles anunciados no horário da telenovela. Os telespectadores começam a ter novas opiniões a respeito de amor, economia, política e passam a assumir comportamentos diferentes do que no passado. As leituras das telenovelas não são homogêneas. O que uns acham bom outros acham ruim e vice-versa.

As famílias não expostas à telenovela recebem as influências dos conteúdos, propagandas e novas atitudes através do rádio, veículos impressos e interação mútua na comunidade. Não há um consumo direcionado exclusivamente pelas propagandas da televisão. Visitam-se mais de noite e têm participação mais constante nos eventos sociais noturnos. Porém, também são protagonistas de novos comportamentos, diversos do passado recente.

O trabalho mostra que a telenovela reforça e reproduz a ordem social mais ampla, mas não homogeniza o pensamento e as ações dos telespectadores.

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO, DEFINIÇÃO DO PROBLEMA E JUSTIFICATIVA

Os homens são seres sociais. No relacionamento de uns com os outros, os homens estabelecem a comunicação. De acontecimentos naturais, houve evolução e hoje são utilizados instrumentos sofisticados como o rádio, o cinema, a televisão, o computador eletrônico, etc. Milhões de pessoas passaram a estar expostas às mensagens padronizadas e difundidas pelos veículos de comunicação de massa. Estava criada a possibilidade de um grupo minoritário impor suas concepções de vida, suas visões de mundo e seu desejo de trabalho, progresso e ordem a grupos majoritários. Por outro lado, estes instrumentos eram uma potencialidade para criar novos valores e novos hábitos em milhões de pessoas.

Os meios de comunicação podem estar a serviço de poucos ou de muitos, dependendo do uso que as pessoas fazem dos mesmos. A televisão é um meio de ação intensa e persuasiva sobre as pessoas. A TV exige constante presença auditiva e da visão do telespectador e, por isso, suas mensagens tendem a ser convincentes.

No Brasil, a televisão começou a ser utilizada como instrumento de divulgação a partir de 1950, mas sua influência e assimilação passou a ser mais decisiva a partir dos anos 60.

Nas comunidades rurais, as novidades sempre demoram a chegar. Há dificuldades técnicas de recepção de imagem. Há dificuldades financeiras para comprar televisores. Em consequência, o valor que se atribui à televisão é secundário. A mídia eletrônica, apenas na década de 70, e mais acentuadamente nos anos 80, passou a ser algo do dia-a-dia do agricultor. Hoje, na região pesquisada, a maioria dos agricultores tem seu aparelho de televisão em casa. Eles assistem programas que os motivam, que tratam de questões sentimentais, como casamento, amor, pais e filhos, que levam as pessoas ao choro ou risadas, como atesta Leal (1986), em pesquisa feita junto a assistentes da novela *Sol de Verão*.

A Novela¹ das oito da Rede Globo, pelos números de audiência apresentados pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), tem posição de destaque, comparada às demais telenovelas e outros programas de televisão. Em 1986, segundo Ramos e Borelli (1989), a Globo cobria 98% dos municípios brasileiros e no horário da novela das oito, com pequenas variações de região para região e de uma novela para outra, mantinha uma audiência que oscilava entre 42% até 73% da audiência.

1 *Ao longo deste trabalho será usado "novela" e "telenovela" com o mesmo significado*

A televisão, com seus efeitos, carece de pesquisa, especialmente no meio rural. Merecem abordagem a questão do conteúdo da novela e, especialmente, a interpretação ou a leitura que as famílias e comunidades dos pequenos agricultores fazem das mensagens veiculadas.

Trabalhos já têm sido feitos sobre análise de conteúdo dos programas de televisão e de imposição ideológica e manipulação. Citam-se Ferero (1987), Pacheco (1985), Fischer (1984), Guareschi (1981), Caparelli (1982) e outros. Há também trabalhos que investigam os benefícios que a televisão proporciona para a maioria da população ou, pelo menos, apontam aspectos construtivos. São exemplos, Milanesi (1978), Vink (1988), Fuenzalida e Hermosilla (1989), Marcondes Filho (1988) e outros.

Os efeitos da novela das oito sobre a família do pequeno agricultor é um assunto ainda em aberto. Se tomarmos, baseado em Chauí (1981), o conceito de ideologia, que nasce da atividade material concreta, temos a novela como um potencial para tornar hegemônica uma proposta de sentir, pensar e vivenciar a realidade. A telenovela, como espaço simbólico, é convertida em instrumento de repasse das idéias da classe dominante ou de contra-informação dos demais agentes sociais que não estão conformes com esta concepção. A telenovela pode constituir-se em palco de confrontação simbólica dos interesses antagônicos. Segundo Fadul (1982) não existe subordinação absoluta de uma classe perante outra, ou seja, a hegemonia no sentido de Gramsci, segundo Gruppi (1980), nunca é absoluta. A resistência à ordem hegemônica concretiza a possibilidade de uma nova hegemonia.

A sociedade capitalista, conforme teoria de Marx, aliena as pessoas. Alguns são proprietários dos meios de produção e outros têm apenas sua força de trabalho para oferecer como mercadoria. Na venda desta força de trabalho, que é remunerada parcialmente, a pessoa não pode se apropriar dos produtos elaborados por ela mesma; ocorre a reificação; ela assume nova forma de ser e de submissão ao seu novo dono. A pessoa deixa de ser dona de sua força de trabalho e, em conseqüência, perde sua autonomia, sua criatividade e seu poder de decidir sobre sua própria vida (Mészáros - 1981).

Parte-se do pressuposto que na sociedade capitalista, os donos do capital, que, normalmente, têm no Estado um aliado, um promotor e incentivador de suas iniciativas concentradoras de renda, de saber e de informação, procuram controlar os meios de comunicação (nas sociedades socialistas, de concentração autoritária do Estado, não será muito diferente). As redes de televisão têm necessidade de razoável volume de capital para ter acesso às inovações tecnológicas para as produções de programas. O capital, controlando os meios de produção, tenta controlar, tanto quanto é possível, também seu conteúdo. E, na sociedade de classes, as formas de pensar da classe hegemônica são as idéias dominantes, cujo ideal é veiculado nos meios de comunicação, segundo Gramsci (1989).

A escola de Frankfurt tem produções de caráter teórico e pesquisas sobre a cultura de massa, em que os meios de comunicação social exercem papel importante. A produção cultural - livros, jornais, programas de rádio,

filmes - é feita em série e por especialistas (noção de indústria) para ser apreciada, cultuada, vivenciada e assumida por milhares de pessoas (noção de cultura).

De acordo com Pereira da Luz (1982), a televisão, um dos veículos mais importantes da indústria cultural, menos pelo seu caráter de vender mercadorias e mais por objetivar, manter e reproduzir a ideologia dominante, reflete a complexidade do sistema político-econômico e social do país neste momento histórico. Segundo Horkheimer e Adorno (1978) o ouvinte ou telespectador é um objeto para consumir passivamente os produtos da indústria cultural. E neste consumo, que pode ser real ou simbólico, as classes subalternas introjetam a concepção de mundo da classe hegemônica, que detém o poder em suas mãos. Ainda, de acordo com Horkheimer e Adorno, a indústria cultural é uma necessidade social, necessidade estandarizada dos consumidores. É um círculo de manipulações. Os produtos vetam a atividade mental, atrofiam a imaginação e a espontaneidade do consumidor cultural. O trabalho e o lazer estão mantidos sob pressão. O tempo livre do trabalhador é ocupado no consumo dos produtos da indústria cultural.

Tocqueville afirma que o monopólio privado da cultura deixa o corpo livre para investir na alma: aí o patrão não diz mais: "Ou pensas como eu ou morres". Mas diz: "és livre em não pensares como eu, a tua vida, os teus bens, tudo te será deixado, mas, a partir deste instante és um intruso entre nós"(1962: 347).

A indústria cultural, na visão dos Frankfurtianos, pode guiar e disciplinar as necessidades dos consumidores. A sociedade é presa dos líderes. É o triunfo da propaganda na indústria cultural e assimilação neurótica dos consumidores às mercadorias culturais.

Horkheimer et alii (1978) atestam que as opiniões e crenças de nossa sociedade são controladas pela persuasão em massa. Os meios de comunicação são eficazes narcóticos sociais. Quem manda mais nos meios de comunicação são os anunciantes. Propõem a submissão e o conformismo. A propaganda objetiva a difusão de valores, políticas ou imagens públicas, padronização de atitudes e comportamentos pré-existentes. Assim, a classe hegemônica utiliza os meios de comunicação para legitimar na sociedade a sua visão de mundo. Se isto estiver acontecendo, através das telenovelas, as mesmas estarão contribuindo para aumentar a alienação sobre o telespectador.

Não será tema de análise neste trabalho como o grande capital se organiza e controla os meios de comunicação. Nem como o capital detém o controle tecnológico e faz a tentativa de direcionar o conteúdo. Há literatura a respeito deste assunto, começando com o próprio Marx (1988), que analisa o movimento do capital, a fetichização das mercadorias e subsunção do trabalho ao capital. Gramsci (1989) desenvolve o conceito de classe hegemônica, que detém em suas mãos o relativo controle das demais classes sociais. Para que haja esta hegemonia sobre as demais classes, a classe em evidência

é a principal proprietária dos meios de produção existentes na sociedade e, assim, legitima a sua ideologia.

Nosella (1981) afirma que o objetivo central da formação social capitalista não é o homem, mas é o lucro. A educação é utilizada, segundo a autora, como instrumento para transmissão da ideologia da classe dominante, que é introjetada inconscientemente pela classe dominada. Segundo Nosella, mensagens ideológicas transmitem valores que não correspondem às necessidades e interesses da classe trabalhadora. Consideram-se os meios de comunicação, incluindo especialmente a televisão, instrumentos de educação.

Horkheimer e Adorno (1978) afirmam que o consumo é um modelo do gigantesco mecanismo econômico, que mantém sob pressão o trabalho e o lazer. Pacheco (1985) diz que a divisão do trabalho separou os homens em proprietários e não-proprietários, pensadores e trabalhadores.

Para justificar a separação entre trabalho manual e trabalho intelectual usa-se argumentos ideológicos. Marx e Engels, na Ideologia Alemã, afirmam o determinismo econômico: "O desenvolvimento político, jurídico, filosófico, religioso, letrado, artístico etc., assenta no desenvolvimento econômico. Contudo, todos estes atuam igualmente uns sobre os outros assim como a base econômica (...) que acaba por impor-se em última instância" (Marx e Engels, 1987: 24). Esta é uma afirmação do determinismo econômico, que desconsidera toda subjetividade do ser e, portanto, não apropriada para analisar a complexidade humana.

Esta literatura, acima citada, será tomada como pano de fundo na presente dissertação. Uma classe social possui mais capital do que as demais classes (estas, a rigor, têm apenas força de trabalho). Controla as grandes redes de televisão, contrata as equipes que tem mais proximidade com seus interesses e tenta intervir na formulação do conteúdo a ser veiculado. No entanto, quem produz conteúdos jamais é totalmente controlável. Haverá sempre uma dose "subversiva" (ou seja, subverte a ordem desejada e estabelecida por quem quer fazer os controles) que atravessa os controles. A telenovela poderá ser um instrumento para a manutenção da hegemonia por parte deste segmento social, como poderá ser instrumento de contra-informação (implantação de novos valores e eliminação de preconceitos) na disputa pela redefinição do espaço hegemônico na sociedade. O problema hoje é que há ausência de conteúdos "subversivos".

Ortiz e Ramos (1989) afirmam que a novela é um entretenimento político, negócio explorado pelos capitais privados, que depende de anunciantes, audiência e precisa ser popular.

Com conteúdo direcionado pela classe, que detém a hegemonia na sociedade, quer-se continuar com a acumulação capitalista em vigor. Foucault (1988) diz que o poder e a autoridade implicam em uso de força e de consentimento. A informação ideológica das telenovelas é sutil; persuade os telespectadores emotivamente, atingindo um alto grau de coesão e consentimento. Ferero (1987) afirma que a informação existente na América Latina

é utilizada como instrumento de dominação. O emissor é organizado e caro e está nas mãos de uma elite. Ele assegura ainda que os meios de comunicação (novelas) cumprem função ideológica, impondo valores, idéias e conceitos de determinada classe social. A indústria cultural, diz ainda Ferero, é um importante elemento de domínio do espírito.

A história da Rede Globo (Guareschi - 1981), cuja origem está ligada ao grupo multinacional "Time-Life", e que serviu de porta-voz do regime político-militar autoritário, implantado no Brasil em 1964, é um exemplo de controle que o capital tem sobre os meios de comunicação e, conseqüentemente, procura influenciar o conteúdo das telenovelas.

As relações sociais, que se expressam pela novela das oito, são complexas.

Marx conceitua a sociedade alienada, quando alguns se apropriam dos produtos do trabalho de outros. Na televisão, na criação cultural² e artística, por analogia, há uma apropriação das possibilidades e potencialidades individuais por um estilo "padrão", em que há um consumir passivo dos telespectadores. Esta é a concepção dos Frankfurtianos, segundo os quais, a ideologia dominante em vigor usa os meios de comunicação para manter e reproduzir a ordem vigente.

Esta visão Frankfurtiana foi aplicada numa realidade específica em determinado período histórico. No entanto, toda produção sociológica posterior questiona suas afirmações.

Gramsci (1989) desenvolve o conceito de hegemonia, reportando-se à dialética das relações sociais que tornam e mantêm em evidência e supremacia um projeto de vida ou que concretizam uma nova hegemonia nesta sociedade classista, em que há uma constante confrontação de interesses antagônicos. Os meios de comunicação - esta é uma posição diferenciada dos Frankfurtianos - podem estar a serviço do desenvolvimento econômico, úteis para contra-informações aos ideais dominantes, apropriados para eliminar preconceitos, possibilitar meios para melhor compreensão da realidade, e ser vitais para que a humanidade assuma uma nova proposta de vivência entre os homens. Segundo Vink (1988), Marcondes Filho (1988), Fuenzalida e Hermosilla (1989), Leal (1986) e Ortiz et alii (1988) a televisão pode ser fator de sociabilidade das pessoas, quebrar preconceitos tradicionais com a legitimação de novos valores e até pode ativar o espírito das pessoas em torno de determinados temas.

2 *Cultura é entendida como reflexão e ação sobre a realidade, em que as pessoas, como grupo coletivo, procuram a satisfação e bem-estar, usando a criatividade como autonomia para concretizar um projeto de vida. Inclui trabalho, lazer, produção, intelectual, relacionamento humano, religiosidade e todas as esferas de atuação do homem. Quando alguns elaboram e pensam a forma de vida para o conjunto da sociedade e a maioria executa esta proposta, levada a público pelos meios de informação de cada época, está caracterizado o fenômeno de cultura de massa*

Portanto, a televisão - a telenovela - pode estar a serviço da classe dominante para a reprodução da ordem desigual e discriminatória hoje existente. Mas, não é só isto. É um meio de informação oficial ou de contra-informação a serviço dos ideais pretensamente hegemônicos. A televisão pode trabalhar para manter a atual ordem vigente (o capital e o poder político vão usá-la para este fim), mas ela pode ser reveladora das atuais contradições sociais e, neste sentido, prestar relevantes serviços aos menos privilegiados. Depende muito da leitura possível de ser feita ou que se faz concretamente das mensagens da mídia eletrônica. Certamente as leituras da telenovela e da realidade cotidiana de cada ser humano são diferentes de um grupo para outro (Ver Leal - 1986). O fato de assistir ou não assistir a telenovela provavelmente leva as pessoas a ações e hábitos concretos diferenciados. Estas são questões sociais e não individuais, cuja inexistência de pesquisa no meio rural, acompanhada da polêmica instalada dos diferentes efeitos que a televisão pode provocar sobre as pessoas, justifica o projeto.

A telenovela das oito é uma expressão simbólica das relações sociais dos homens. A alienação, a manipulação de informações, a influência para tornar dominante uma proposição ideológica, a disputa do poder, o confronto dos interesses antagônicos, a ocupação dos espaços pelas idéias e informações dos grupos não-hegemônicos estão presentes no dia-a-dia da telenovela. A classe, que está no poder, busca legitimar e padronizar estilos de vida ao mesmo tempo em que consente ou, na disputa pelo espaço do poder, se vê compelida a aceitar mudanças conquistadas pelos demais integrantes da sociedade. O problema pode ser resumido na seguinte questão: Que mudanças de hábitos ocorrem na ocupação do tempo, na participação social, no consumo e nos diálogos com outras pessoas, ou, por outra, que efeitos causa a audiência à telenovela das oito sobre as famílias dos pequenos produtores rurais do Oeste de Santa Catarina?

CAPÍTULO 2 - REVISÃO TEÓRICA E HIPÓTESE

No presente trabalho foram usadas a concepção Gramsciana de hegemonia, a concepção de ideologia adotada por diversos autores como Marx, Gramsci, Althusser e Chauí. Em teoria da comunicação contrastaram-se a concepção da escola de Frankfurt, o produto teórico e resultante de pesquisas de autores que entendem que os meios de comunicação são instrumentos para transformações e implantação de uma nova ordem social. Já há produções sobre os efeitos da televisão e até da telenovela sobre o público. Todo este conteúdo foi usado como referencial para analisar as possíveis mudanças que a novela das oito causa nas famílias dos pequenos agricultores do Oeste de Santa Catarina.

2.1 - ESTÉTICA

As relações sociais de produção, resultantes da estrutura econômica, social e política em vigor, na qual os homens se dividem em proprietários dos meios de produção e trabalhadores que têm a oferecer no mercado apenas sua força de trabalho, são de cunho autoritário. Marx (1974), na análise que faz do método capitalista, acentua que apenas alguns homens são possuidores de bens de produção e, em consequência, decidem em causa própria, criando as condições jurídicas afins, concentrando sob seu controle o conhecimento e subordinando as maiorias desprovidas de posses e marginalizadas.

A seguinte passagem de Marx interpreta bem como o trabalho assalariado e o capital se opõem:

"Mas o uso da força de trabalho, o trabalho, é a própria atividade vital do trabalhador, a manifestação de sua própria vida. E ele vende essa atividade a outra pessoa para conseguir os meios de subsistência necessários. Assim, sua atividade é para ele apenas um meio que lhe permite existir. Ele trabalha para viver. Não considera nem mesmo o trabalho como parte de sua vida, é antes um sacrifício de sua vida. É uma mercadoria, que ele transferiu a outro. Daí, também, não ser o produto de sua atividade o objeto dessa atividade. O que ele produz para si mesmo não é a seda que tece, nem o ouro que arranca do fundo da mina, nem o palácio que constrói. O que ele produz para si são os salários, e a seda, o ouro e o palácio se resolvem, para ele, numa quantidade definida dos meios de subsistência, talvez num paletó de algodão, algumas moedas de cobre e um quarto num porão. E o trabalhador, que durante 12 horas tece, fura, drila, constrói, quebra pedras, carrega pesos etc., considera essas

12 horas como uma manifestação de sua vida, como vida? Ao contrário, a vida começa para ele quando essa atividade cessa; começa na mesa, no bar, na cama. As 12 horas de trabalho, por outro lado, não têm significado para ele como tecelagem, mineração etc., mas como ganho, que o leva à mesa, ao bar, à cama. Se o bicho-da-seda tivesse de tecer para continuar sua existência como lagarta, seria um trabalhador assalariado completo" (Mészáros, 1981: 110).

O trabalho produz mercadorias, a si mesmo e o trabalhador. Ou seja, este é um processo dialético. Nem trabalho, nem mercadoria e nem trabalhador existem isolada ou independentemente. Se tudo está subordinado à necessidade de acumulação de capital (a pessoa é capital vivo, apêndice do capital) é irrelevante se as necessidades criadas são humanas, indiferentes ou desumanizadoras. São necessários novos sacrifícios e cria-se nova dependência.

Por outro lado, esta afirmação de Marx acentua o valor do "tempo livre". O homem se sente bem nas horas livres, sem compromisso sistemático com o trabalho. É no bar, no jogo, no lazer, em casa, diante da televisão que a vida humana começa. A telenovela faz parte da vida efetiva dos homens e passa a ter grande valor. A telenovela é a ocupação ansiada do "tempo livre".

Marx também se refere ao homem natural. Enquanto o capitalismo restringe e limita os poderes essenciais do homem, de acordo com Marx, a essência humana concebe o ser como um homem social, que realiza a atividade social e consumo social de forma mútua. O trabalho é criação; é contemplação; é liberdade; é reprodução intelectual; é independência. Marx fala do "rico ser humano", que tem poderes, impulsos, é ativo, tem tendências (os objetos do seu impulso estão fora dele - o homem como ser objetivo tem no outro ser o objeto desse objetivo). O homem é um ser natural humano e humanamente natural; é um ser para si, um vir-a-ser; tem consciência do eu e é humanamente apaixonado. O homem produz de forma social, transforma o mundo por associações e interação social e intelectual. O individual e social, natural e auto-consciente estão juntos numa unidade, que é complexa.

Esta realidade, como decorrência estrutural do capitalismo, delineada entre estreitos limites, afeta a criação artística e o gozo estético. Há uma contradição entre racionalidade capitalista e existência da arte. A arte não é a parte ociosa do lazer; ela tem significado humano e teórico e está ligada, inclusive à economia. O homem é um ser social ativo na satisfação da arte. A arte, de forma dialética, cria e é determinada a partir de valores que, por sua vez, são criados e criam necessidades. Neste contexto, a arte é inseparável da realidade humana. A arte deve ser humanizada dentro de um realismo, que nega o isolamento. A adequação artística se dá nas múltiplas relações em que o homem se encontra.

O homem natural representa, é sensível, sofre. O sofrimento é criador de valor, portanto, ativo. Na alienação ocorre a satisfação humana com o gozo passivo do prazer. O mundo sensível e a arte não ocupam lugar inferior. A racionalidade, a sensibilidade, a economia, a arte etc., integram um patamar

igual. Deve haver emancipação humana dos sentidos. Os sentidos humanos devem ser reabilitados e refinados e isto é um processo social e histórico. Um canto ou música, por exemplo, só pode ser belo para mim, se os demais homens também tiverem oportunidades e sentidos refinados para apreciar sua beleza. A arte, com base na concepção marxista, em um contexto controlado e muitas vezes censurado, pode ser afetada em três níveis:

1) O artista se isola, se marginaliza e faz apenas produção comercial, o que afeta o público.

2) O tema, não é livre; normalmente é repetitivo.

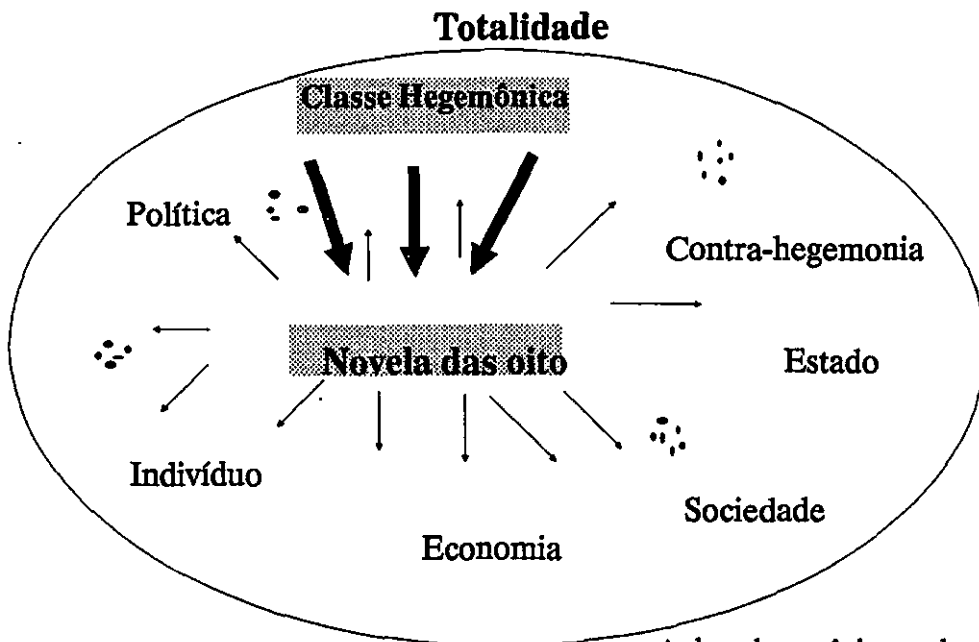
3) O público é impedido do processo de participar, de criar (é manipulado).

Na arte, o consumo cria o impulso de produzir. Produzir é consumo (social) e no processo de produção e consumo há recriação constante. Porém, a posse exclusiva nega a arte. Há uma satisfação unilateral. O talento artístico é exclusivo de algumas pessoas. A maioria da população é alijada deste processo, considerada incapaz para a produção artística. Na divisão do trabalho, alguns são determinados para serem artistas e a maioria, apenas, como objeto consumidor passivo. Marx diz que o homem deve encontrar espaço para ser caçador de manhã, pastor à tarde, crítico ou poeta ao anoitecer e criador musical à noite. E isto realiza o homem.

No capitalismo, a função da educação é preparar as pessoas para as atividades que devem exercer na economia dentro do processo de divisão do trabalho e promover o controle político sobre as pessoas para que a ordem vigente, de alguns sendo favorecidos e dominando os demais, permaneça. A função deve ser invertida. A superação destas contradições, de acordo com Marx, é uma questão cultural: a educação estética do mundo real, onde o homem controla os instrumentos em favor de sua realização.

No socialismo, onde há um forte controle do Estado, o grupo dirigente do partido tem, até certo ponto, o controle da sociedade em suas mãos. Desde a economia - meios de produção em poder do Estado - até as artes, passando pelos meios de comunicação e as escolas. A educação tem função primordial de inculcar a ideologia comunista - com interpretação dirigida pelos atuais dirigentes - nos estudantes para que cumpram o seu dever na sociedade socialista. Não há questionamentos sobre a vontade e a criatividade individual das pessoas. Esta é uma outra forma de imposição, que desvirtua a plena realização artística.

A novela da Rede Globo, analisada dentro desta totalidade artística, é uma obra de arte, produzida por alguns e consumida por milhões. O seguinte esquema é uma tentativa de mostrar a complexidade de relações e interdependências que ocorrem na novela das oito:



A classe hegemônica produz o conteúdo da novela e a concepção de mundo desejada pela classe dominante para ser assumida pelo telespectador, mas o controle nunca é absoluto; ocorre a contra-hegemonia.

Gráfico N° 1 - A Telenovela na realidade brasileira
Fonte: Elaborado pelo autor

Grupos de pequenos agricultores sujeitos a ser atingidos pela novela

O esquema tenta visualizar a realidade social brasileira. Nesta totalidade estão o Estado, a economia, a política, a sociedade, o indivíduo, o grupo hegemônico e a contra-hegemonia. Todos estão ao mesmo tempo em toda parte. Assim também a novela das oito está em toda parte deste contexto e é um conjunto de partes de cada um destes elementos. O Estado interfere na economia, cria normas para a sociedade, age sobre os indivíduos e determina limites para as telenovelas, tentando controlar as informações não desejadas. A economia parte da produção dos indivíduos dentro da sociedade e é fator vital para existência do Estado, age sobre a realidade política e possibilita a produção de telenovelas, criando obstáculos para a sobrevivência dos quadros da contra-hegemonia. Os indivíduos se organizam politicamente na sociedade com normas comuns regulamentadas pelo Estado, produzindo e consumindo as artes nas quais se enquadram as novelas e na sua subjetividade fazem leituras diferentes das mensagens padronizadas, além de potencialmente serem capazes de produzir contra-informações. A telenovela é uma

representação da vivência dos indivíduos na sociedade com sua estrutura econômica e política, procurando moldar as atitudes das pessoas em sua ação nas diversas esferas humanas. Enquanto a classe hegemônica procura repassar seu entendimento sobre o gênero humano, a sociedade está minada pela contra-hegemonia, que se manifesta inclusive nas telenovelas. Portanto, Estado, economia, política, sociedade, indivíduo, classe hegemônica, classes contra-hegemônicas, novela das oito inter-agem mutuamente, formando a totalidade, que é a nossa atual realidade.

2.2 - CONCEITO DE HEGEMONIA EM GRAMSCI

As classes sociais têm na televisão, via telenovela das oito, um espaço simbólico de disputa pela hegemonia de uma proposta de vida e, conseqüentemente, pela superioridade de uma classe social sobre as demais, nesta nova realidade rural. Por isso, hegemonia é um conceito importante para análise dos efeitos da TV sobre as pessoas.

Hegemonia opera sobre a estrutura econômica, organização política da sociedade, modo de pensar, orientações ideológicas e modo de conhecer. Um aparato hegemônico, um aparato de direção - aparato de Estado - cria um novo terreno ideológico, determina uma reforma das consciências, proporciona novos métodos de conhecer, é um evento filosófico, de acordo com Gramsci (In: Gruppi 1980). A disputa pela concepção de mundo, defendida por uma classe social e aceita pelas demais, passa pela capacidade de direção, de conquistar alianças, capacidade de fornecer uma base social ao Estado.

"A hegemonia pertence a quem se bate com maior energia, a quem se aproveita de toda ocasião para golpear o inimigo; pertence àquele a cujas palavras correspondem os fatos e que, portanto, é o líder ideológico da democracia, criticando-lhe qualquer inseqüência" (Gruppi, 1980: 10).

A formação econômico-social constitui a sociedade como a totalidade. A arte da política - normalmente, função dos intelectuais e do partido revolucionário - não é simples registro passivo. Segundo Gramsci, a hegemonia é a superação da espontaneidade do movimento. Ela torna-se possível a partir da existência de uma condição objetiva e do seu conhecimento e, ao mesmo tempo, da iniciativa subjetiva. É a capacidade de intervir nas reivindicações das massas. É a correlação política de forças.

Na interpretação de Gramsci, os homens desenvolvem a civilização, numa vontade social coletiva e compreendem os fatos econômicos, julgando-os e adequando-os à sua vontade, até que essa se torne a força motriz da economia, a plasmadora da realidade objetiva. A conquista do poder, ou a implantação de uma ordem hegemônica, ou ainda de uma contra-hegemonia é o resultado da capacidade dirigente, que amadurece e começa a se expressar. Gramsci diz que é a capacidade de entender os problemas reais e não

limitar-se à expectativa passiva; de indicar as forças sociais que podem e devem ser envolvidas; de fixar os termos concretos nos quais se deve processar a intervenção. O conceito Gramsciano, quer dizer dirigir, dominar e criar um sistema de alianças de classes que permite mobilizar a maioria da sociedade a favor de um projeto por consenso persuasivo ou repressão. Hegemonia é tornar-se protagonista de reivindicações que são de outros estratos sociais, por aliança, unindo em torno de si, esses estratos.

Em *Cartas do Cárcere* (1987), Gramsci afirma que todo homem tem sua concepção de mundo. Em todo homem está presente uma consciência imposta pelo ambiente em que ele vive em que concorrem influências diversas e contraditórias. Elementos díspares se acumulam através de estratificações sociais e culturais diversas.

A consciência do homem é resultado de uma relação social; é ela própria uma relação social. Intervir criticamente na produção histórica do mundo, não é reflexão pessoal, mas formação político-ideológica. As classes subalternas, segundo afirmações de Gramsci, participam de uma concepção do mundo que lhes é imposta pela classe dominante. Há vários canais que plasmam as consciências de toda coletividade: a escola, a religião, serviço militar, os jornais locais, o cinema, o rádio e mais recentemente a televisão.

A concepção dominante é fé, ideologia para conservar a unidade de todo o bloco social. Hegemonia é a capacidade de unificar, através da ideologia, e de conservar unido um bloco social que não é homogêneo, mas sim marcado por profundas contradições de classe. Uma classe é dirigente e dominante, até o momento em que - através de sua ação política, ideológica e cultural - consegue manter articulado um grupo de forças heterogêneas, consegue impedir que o contraste existente entre tais forças comece a ser modificado, ou seja, exploda, provocando, assim, uma crise na ideologia dominante, que leve à recusa de tal ideologia, fato que irá coincidir com a crise política das forças no poder. A luta pelo controle e direção deve envolver todos os níveis da sociedade: a base econômica, a super-estrutura política e a super-estrutura ideológica.

Gramsci, segundo Gruppi (1980), também criou a idéia de supremacia como, de certa forma, sinônimo de hegemonia, indicando domínio e direção. A supremacia entra em crise quando a concepção de mundo da classe até então dominante passa a ser rechaçada. A classe subalterna - até então - passa a indicar concretamente a solução do problema e sua concepção de mundo conquista aderentes e unifica alinhamentos em torno de si. É a conquista de novos espaços e uma nova configuração das concepções vigentes na sociedade.

Gramsci divide os intelectuais em orgânicos (ligados à produção) e políticos (quadros da sociedade, que constituem um aparato hegemônico). O intelectual, segundo Gramsci, é o professor, o padre, o farmacêutico, o comerciante, o advogado, que garante a base de massas, pela persuasão e educação, à classe dominante.

Este conceito é importante para entender a ação da telenovela sobre as pessoas, porque os programas defendem um conjunto de valores - velhos ou novos - que a sociedade pode assumir ou negar. Tematizando um torço dos sentimentos mais íntimos das pessoas, a novela leva o telespectador a se identificar com os personagens, o que persuade, muitas vezes, os assistentes a aderir aos novos comportamentos e novas maneiras de pensar da atriz ou do ator. Esta é a disputa da hegemonia em jogo através da novela. O grupo que paga a produção, pensa, escreve e dramatiza os capítulos propõe valores sociais (inclusive aspirações das camadas sociais subalternas, que não conflitam com seus interesses imediatos) na tentativa de legitimar a sua concepção de mundo. Usando os conhecimentos, especialmente da sociologia e da psicologia, com todos os recursos técnicos e financeiros de que a televisão dispõe, há probabilidades de serem assimilados estes novos valores por um razoável percentual de telespectadores. Da mesma forma, se os valores dominantes forem "subvertidos" por quem produz ou por quem está exposto à telenovela, pode estar iniciando uma nova ordem hegemônica na sociedade.

2.3 - IDEOLOGIA

O termo "ideologia" já foi usado pelos antigos gregos, pelos positivistas e pensadores da Idade Média, por Hegel e Feuerbach, mas Marx, de acordo com Chauí (1981), não separa a produção das idéias e as condições sociais e históricas nas quais são produzidas, (tal separação, aliás, é o que caracteriza a ideologia). A ideologia é um fenômeno objetivo e subjetivo involuntário, produzido pelas condições objetivas da existência social dos indivíduos. A ideologia burguesa transforma em idéia científica ou em objeto científico essa "coisa" denominada de classe social, estudando-se como um fato e não como resultado da ação dos homens. Chauí, baseando-se no texto de "A Ideologia Alemã", diz:

"As idéias nascem da atividade material. Os homens representam nessas idéias o modo como esta realidade lhes aparece na experiência imediata. Por este motivo, as idéias tendem a ser uma representação invertida do processo real, colocando como origem ou como causa aquilo que é efeito, ou consequência e vice-versa" (1981: 63 e 64)

Ideologia é um corpo sistemático de idéias. O conceito ideologia faz uma referência direta ao papel das idéias, mas implica na proposição de que as idéias não são auto-suficientes, que suas raízes estão alhures, que algo fundamental sobre as idéias será revelado se pudermos descobrir a natureza da determinação que as não-idéias exercem sobre as idéias. O estudo da ideologia, segundo Marx (In Lima 1983), pressupõe uma crítica ao idealismo, como um modo de explicar como surgem as idéias.

O real é o único motor da história; as idéias são simplesmente as projeções da natureza humana sensorial e da práxis humana que elas refletem. Com esta dialética invertida, Marx inaugurou a teoria materialista histórica da ideologia: "Não é a consciência que determina o ser, mas o ser social determina a consciência". A essência humana deve ser repensada como um conjunto de relações sociais. A ideologia é uma visão de mundo da qual uma classe social está impregnada.

A formação social é uma unidade complexa, composta de diferentes níveis, apresentando sua própria autonomia relativa, ao mesmo tempo em que é determinada em "última instância". Uma conjuntura particular é o resultado da acumulação de contradições originárias de cada um daqueles níveis e da superdeterminação de efeitos entre as instâncias relativamente autônomas. A superestrutura tem sua própria efetividade, mesmo que o marxismo exija pensarmos nela como sendo determinada pelo econômico em última instância. As ideologias não são auto-suficientes, mas não são formas vazias e falsas, nem puros vícios da imaginação. Elas são a justificativa da vivência concreta dos homens.

Se a sociedade fosse perfeita, se os homens fossem iguais, os interesses e ações dos homens estariam unificados e, conseqüentemente, não haveria ideologia. Como estamos numa sociedade com enormes desigualdades e de interesses antagônicos, há grupos ou classes que dominam ou são hegemônicos em relação às demais classes. Para justificar suas ações, suas propostas e convencer toda sociedade sobre as vantagens do seu projeto, existe a ideologia, que é um conjunto de idéias convertidas em ações práticas, mascarando a realidade contraditória.

De acordo com Guareschi (1989) o papel indireto, subjacente e "silencioso" da comunicação carrega como pano de fundo, armação cultural do grupo em relevo, em dado momento histórico e os pressupostos implícitos da ideologia, ou seja, as idéias que este conjunto de pessoas defende para a sociedade em sua totalidade. Estes esquemas vitais precisam ser alimentados e fortificados, necessitam de legitimação e justificativas. A comunicação "elabora" o nosso cotidiano, legitima o dia-a-dia dos indivíduos, justifica e transforma, se necessário, a realidade diária das pessoas. Na sociedade, as instituições necessárias e que transmitem os valores e as idéias são a família, a escola, a religião, as empresas, os meios de comunicação, os partidos políticos etc. Estas instituições apresentam-se como onipresentes, poderosas, que sempre têm a verdade e decidem.

De acordo com Guareschi (1981), a mistificação dos meios de comunicação reside no caráter ideológico das mensagens que eles irradiam. A ideologia, como sistema de representações, impregna os hábitos, desejos, reflexos das pessoas. Ideologia é local em que são armazenados os sinais empregados para racionalizar a dominação de classe, sinais esses marcados com uma condição: a exigência de que eles devem trabalhar para um sistema, cujas bases e verdadeiros fundamentos eles devem mascarar. O que é real e objetivo é mistificado. Guareschi afirma:

"A classe que possui o poder material dominante de uma sociedade possui, outrossim, o poder espiritual dominante: as idéias dominantes não são nada mais do que a expressão espiritual (ideológica, imaterial) das relações materiais, dominantes, apreendidas como idéias. Portanto, elas são as expressões das relações materiais dominantes apreendidas como idéias; e, assim sendo, são as expressões das relações que fazem de uma classe a dominante; em outras palavras, são as idéias de sua dominância" (1981: 19 e 20).

Conforme Gramsci (1989), a ideologia dominante cumpre função prática: ela confere certa coerência e relativa unidade, ela cimenta e unifica o edifício social. Os indivíduos são inseridos, de forma natural, nas atividades práticas que desempenham no interior do sistema. Eles são capacitados a participar na reprodução do aparato de dominação sem que se dêem conta de que eles próprios são cúmplices e autores de sua própria exploração. As pessoas desconhecem as verdadeiras forças motoras que a ideologia movimenta. As origens da ordem social desaparecem de vista. A contradição, que é a base da dominação social, não é revelada. Sem os meios de comunicação, como instrumentos e aparatos de mistificação e legitimação da dominação, este jogo seria difícil de ser feito.

A ideologia é resultado da luta de classes. A comunicação das idéias reflete os interesses de classe. Na divisão do trabalho em braçal e intelectual, os ideólogos foram constituídos. As classes formadas pelas majorias se viam compelidas a executar as atividades braçais ou produtivas, enquanto que as classes formadas pelas minorias pensavam e planejavam a organização da sociedade, que, através de um trabalho de persuasão, convenciam as demais pessoas, que sua proposta e seu modelo de vida era o melhor para todos. A classe intelectual, os ideólogos, procuram justificar com os melhores argumentos possíveis as ações que determinam para os indivíduos como um conjunto coletivo. Segundo estes ideólogos, na sociedade há necessidade de pessoas que pensam as atividades humanas, que outros executam. Uns têm aptidões intelectuais e outros tem aptidões físicas. Nesta divisão da sociedade em classes, o grupo pensante planeja e manda executar atividades cada vez mais agradáveis e mais compensadoras para si, até um certo limite suportável das outras classes, que, inconformadas na submissão, podem provocar reações. De forma mascarada ou de forma declarada, a luta de classes está estabelecida. A função da ideologia é encobrir, suavizar e legitimar, por consenso, ou com sufrágio universal de votos ou por persuasão, via meios de comunicação e outras instituições, esta luta existente na humanidade.

Ferrante e Dumont, citando Gorz (1959), afirmam que a mensagem ideológica no meio rural pode conduzir a uma deformação, na consciência individual e utilização de símbolos e signos, permitindo o controle ideológico, que veda aos seus receptores - coletivamente - a percepção das condições sociais que produzem bens culturais. A ideologia é elemento da indústria

cultural, que não tem autonomia, no sentido de ser produto necessário das relações de classe e das relações de poder.

Segundo Marx, a ideologia dominante em qualquer sociedade é a ideologia da classe dominante; é interpretada como a saturação do todo social pela essência ideológica de uma simples classe-sujeito, que por sua vez é representada como um simples reflexo das condições de vida e das concepções do mundo da dita classe. Cada classe-sujeito tem uma concepção do mundo em que vive e esta domina o período histórico durante o qual governa. Mais do que isso, esta concepção não apenas domina mas também permeia o todo da sociedade, excetuando-se aqueles bolsões ocultos e intocados de consciência de classe, atribuída ou revolucionária que são os precursores de um novo tipo de sociedade.

De acordo com Marx, em duas classes sociais: burguesia (proprietários dos meios de produção) e proletária (trabalhadores que apenas têm sua força de trabalho) se constituem e se mantêm as ideologias. A função ideológica, através dos aparatos do Estado, é ocultar os reais fundamentos da sociedade capitalista: expropriação, mais-valia, lucro, etc.

Nosella (1981) estudando a ideologia dominante, inculcada através dos livros didáticos, diz que a educação é utilizada como instrumento para a transmissão da ideologia da classe dominante, que é introjetada inconscientemente pela classe dominada. As mensagens transmitem valores que não correspondem às necessidades. As crianças assimilam os objetos e processam-se a acomodação. A ideologia dominante tem a função de mistificar os objetivos reais de exploração e discriminação social, a fim de manter o ethos capitalista, que favorece a classe dominante.

A sociedade capitalista é constituída de dois níveis: a) infra-estrutura, que é a base econômica; e as relações sociais de produção; b) Super-estrutura - formas jurídico-políticas e ideológicas. A relação entre infra e super estrutura dá as condições necessárias para a reprodução do modo de produção da sociedade. A estrutura de classes é resultado das relações dos homens com a natureza e entre si, no processo de produção social. As classes antagônicas são grupos humanos, um dos quais pode apropriar-se do trabalho dos outros. Reproduzir as relações de produção significa reproduzir também o mascaramento da exploração e dominação, cujo mascaramento é a ideologia dominante.

A essência do comunismo (base teórica que deu origem à implantação do "socialismo real"), reafirmado pelo Leninismo, entende que, para garantir a reprodução das relações de produção, a classe dominante utiliza-se do Estado, que nada mais é do que um instrumento de repressão, assegurador do seu domínio. A função do Estado é a de manter a coesão de estrutura de uma formação social. O Estado é composto pelo aparelho repressivo e aparelho ideológico. O objetivo da luta de classes é obter o poder do Estado para impor a reprodução da ordem vigente ou impor e criar uma nova ordem hegemônica.

Esta visão, porém, tem o defeito de atribuir ao Estado apenas função política com base no determinismo econômico. Estão ausentes todos os aspectos subjetivos da diversidade e complexidade humana, cuja livre expressão e regramento também é função do Estado. Se esta interpretação marxista e leninista de 150 e 100 anos passados contemplasse todos os elementos necessários e possíveis da composição do Estado, os países do Leste Europeu, do "socialismo real", estariam radiantes, com um povo alegre de plenas realizações e não estaria provado seu fracasso.

A função do Estado também está subjacente na telenovela, dando vazão aos chamados conteúdos "subversivos", ou seja, da subjetividade humana e não apenas buscando impor a ideologia da classe dominante. Existe também a ideologia da classe dominada. A ideologia é sempre parcial, fragmentária e superável.

A sociedade capitalista, segundo Nosella, professa, como princípio, que os homens são iguais, mas na práxis sócio-econômica discrimina os homens dentro de uma estrutura de classes. A ideologia mascara esta incoerência. A práxis é antilibertadora, antiigualitária e antifraterna. A ideologia mantém a coesão da estrutura, recompondo num plano imaginário, a unidade social, que foi desintegrada, num plano objetivo pelas relações de exploração. A ideologia mascara e é apresentada como ciência, mas nada tem de científico. Com a imposição da visão de mundo da classe dominante à classe dominada, impede-se que esta última tenha a possibilidade de elaborar a sua própria visão de mundo.

Segundo Marx (1974) não é a consciência que determina a vida, mas é a vida que determina a consciência. É na infra-estrutura que se deve buscar a explicação para os fenômenos sociais pertencentes à super-estrutura, mas isto não significa que tudo é simples reflexo do econômico.

Referindo-se à ideologia, Pacheco (1985) diz que as pessoas se conformam com as tarefas que lhes são impostas. O homem pensa entender aquilo que não entende, acredita no que não tem condições de explicar. São mecanismos de sublimação ou apelações ideológicas para superar a nível de consciência o que na prática é contraditório. Fenômenos naturais passam a ser sobrenaturais. A crença no destino legitima a dominação. É uma falsa consciência. É a inversão da realidade na consciência das pessoas. Sujeitos são transformados em objetos e objetos, em sujeitos. A aparência é a realidade. O homem passa a depender de poderes superiores. Nega-se o futuro e o "status quo" presente é encarado como vontade popular. É o fetichismo das mercadorias. As relações sociais são transformadas em relações materiais entre coisas, tornando a consciência coisificada. A ideologia não está circunscrita só à visão de mundo dos homens, estende-se a costumes e atitudes, invadindo a ciência. Pacheco diz:

"Os diferentes receptores, se tornam cada vez mais calados, alienando suas funções expressivas, pois o controle, seleção e uso da informação passaram a ser prerrogativa absoluta do agente transmissor convertido em "elite" institucionaliza-

da, enquanto os receptores se transformam numa multidão indiferenciada denominada "massa", que passou a pensar e agir através de estereótipos e mitos de "felicidade", "amor", "conforto" e "juventude", veiculados diariamente" (1985: 34).

A igreja chilena em 1979, segundo Fuenzalida e Hermsilla (1989), denuncia a manipulação ideológica e política que exercem os poderes políticos e econômicos que se empenham em manter o "status quo". O monopólio da informação permite o uso arbitrário da emissão de mensagens de acordo com interesses de setores, como empresas transnacionais. A programação destrói valores autônomos. O sistema publicitário e o uso abusivo de esporte, enquanto elemento de evasão, são fatores de alienação. Os veículos se converteram em elementos de propaganda do materialismo pragmático e consumista e criam no povo falsas expectativas, necessidades fictícias, graves frustrações e um afã competitivo, segundo análise da igreja. A programação da tv continua alheia e mistificadora da realidade, influenciando deliberadamente como fantasia anestésica e alienante.

Assim como no Chile, em outros países, instituições tem manifestado preocupação sobre o poder ideológico dos meios de comunicação especialmente sobre a mídia eletrônica. A televisão é um instrumento, pelo qual é veiculada uma ideologia. No Brasil, a TV também cumpre esta função.

A novela dos oito da Rede Globo, mesmo impossibilitada de exercer um controle absoluto, defende a ideologia dos grupos que estão no poder atualmente. Apesar da presente dissertação não ser um estudo a respeito dos aspectos ideológicos da telenovela, não se pode desconhecer, quando se observa um público telespectador, que objetivos e que linhas de direção norteiam as mensagens veiculadas. Novos hábitos, novos modos de ser, de pensar, de agir e novos valores que as pessoas assumem passam pelo filtro e pelas propostas de direcionamento ideológico impressas ao longo dos capítulos das novelas. A ideologia dominante manifesta-se exitosa a partir do momento em que, mudando hábitos das pessoas, conserva e reproduz a ordem social mais ampla. Por estas razões, as referências teóricas à ideologia são importantes no presente trabalho pois se tentará perceber sua interação junto às famílias rurais no interior de São Miguel do Oeste.

2.4 - TEORIAS DE COMUNICAÇÃO E PESQUISAS EM TV

A ação dos meios de comunicação está embasada em teorias. Pesquisas envolvendo os meios de comunicação de massa e seu público, deram espaços e redefinições de algumas teorias, e o surgimento de novos elementos teóricos. Por isso, para iniciar um estudo sobre os efeitos da televisão e da novela das oito da TV Globo sobre o público telespectador, devem-se ter presentes alguns elementos das teorias de comunicação e pesquisas em TV.

A televisão, como meio de comunicação, pode ser útil aos pequenos agricultores, contendo informações, orientações, além de lazer agradável e criador. Mas ela também pode manipular e fortalecer uma ideologia vigente no telespectador.

Existem três tipos de teorias sobre a comunicação: 1) positivas, 2) negativas e 3) neutras.

1) As teorias positivas estabelecem que o aumento da disponibilidade dos meios de comunicação aumenta o desenvolvimento econômico. As Nações Unidas recomendam objetivos mínimos para expansão dos veículos de comunicação para disseminar, como direito humano, as idéias consideradas desenvolvimentistas. Os meios de comunicação podem quebrar o tradicionalismo. Mudanças no sistema de comunicação apressam o processo de modernização e levam à modernidade social.

2) As teorias negativas sustentam que a expansão dos meios de comunicação nos países em desenvolvimento, no geral, produz efeitos perniciosos, descrita como "desilusão". Isto ocorre quando os meios instilam exigências materiais não realísticas nas massas. A televisão, segundo McLuhan, tem efeitos psíquicos perigosos em países desenvolvidos, enquanto o rádio é uma força destruidora nos países pobres.

3) As teorias neutras estabelecem que o desenvolvimento dos meios não tem um efeito significativo no desenvolvimento econômico, ou que é meramente um produto do bem-estar econômico. É a posição desenvolvimentista que ignora os meios como variável causal. Há correlação forte entre o desenvolvimento dos meios e o nível econômico, organização, industrialização e alfabetização. O desenvolvimento pode ser limitado, mas não estritamente determinado por tais fatores sócio-econômicos. Os meios não são remédio para a sociedade; o que importa é como são usados.

Para os integrantes da escola de Frankfurt - Horkheimer, Adorno et alii (1978), Habermas (1980), e outros - os meios de comunicação são aparatos ideológicos a serviço da classe dominante, que controla a tecnologia, a produção e as mensagens com a finalidade de instrumentalizar cada vez mais os milhares de consumidores da indústria cultural, que estão submissos às concepções de mundo dos detentores do capital e do poder. Para Adorno e Horkheimer (1978), a indústria cultural é um divertimento administrado com estandartização das obras culturais, caminhando no sentido da padronização das consciências. De acordo com Horkheimer e Adorno, o rádio e o filme se autodefinem indústria cultural e as cifras dos rendimentos de seus diretores tiram qualquer dúvida sobre a necessidade social de seus produtos. As necessidades passam a ser estandartizadas. Neste círculo de manipulações, a unidade do sistema se restringe sempre mais. A racionalidade é a racionalidade do próprio domínio; é o caráter repressivo da sociedade que se auto-aliena. O trabalhador, durante seu tempo livre, deve orientar-se pela unidade da produção. Os produtos vetam a atividade mental, atrofiam a imaginação e a espontaneidade do consumidor cultural. A violência da sociedade industrial opera nos homens. O consumo e os mecanismos econômicos, mantém

sob pressão o trabalho e o lazer, vigiando os agentes. Deixa-se o corpo livre e investe-se na alma. Senso crítico e competência são banidos como presunções de quem se crê superior aos outros. Há conformismo dos consumidores. O "amusement" (produtos da indústria cultural) é um prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. O espectador não pode trabalhar com a cabeça. Quanto mais sólidas se tornam as posições da indústria cultural, tanto mais brutalmente pode agir sobre as necessidades dos consumidores, produzi-las, guiá-las e discipliná-las, retirando-lhes até o divertimento. Divertir-se significa que não devemos pensar. A cultura sempre contribui para domar os instintos revolucionários. Ela infunde e ensina a condição em que a vida humana pode ser tolerada. A sociedade é uma presa dos líderes. É o triunfo da propaganda na indústria cultural e assimilação neurótica dos consumidores às mercadorias culturais.

Horkheimer et alii (1978) afirmam que aqueles que pretendem controlar as opiniões e crenças de nossa sociedade cada vez menos utilizam a força física e cada vez mais a persuasão em massa. As horas de folga conquistadas pela população são usadas na audiência aos meios de comunicação de massa. Os meios de comunicação têm a função de: a) atribuição de status; b) reforço das normas sociais; c) disfunção narcotizante (informações superficiais narcotizam e não estimulam). A propriedade dos meios de comunicação social (privada ou estatal) e seu controle interferem. Quem manda mais é quem anuncia, propondo a submissão e aprovação da ordem vigente. O conformismo social é levado mais pelo que não é dito do que pelo que é dito. Os meios de comunicação influenciaram profundamente os gostos. A União Soviética, por exemplo, tem se utilizado muito dos meios de comunicação para doutrinar as massas da população com ideologias apropriadas para as finalidades do Estado autoritário e centralizador.

Habermas (1980), com sua teoria crítica da sociedade, desmascara a aparente neutralidade das ciências naturais e das ciências sociais, destacando que o interesse orienta o processo de conhecimento com o objetivo de controle. Segundo Habermas, toda ideologia tem função de impedir a tematização dos fundamentos do poder. As normas vigentes não são discutidas porque são apresentadas como legítimas pelas diferentes visões do mundo que se sucederam na História. A ideologia tecnocrática partilha com as demais ideologias a característica de impedir a problematização do poder existente.

Benjamin, Marcuse, Horkheimer, Adorno (1983) pretendem reconhecer a repressão objetivamente supérflua na submissão cada vez mais intensa dos indivíduos ao monstruoso aparato de produção e de distribuição, na desprivatização do tempo livre, na quase indisfarçável fusão do trabalho social construtivo e destrutivo. Hoje, diz Marcuse, a dominação se perpetua e se estende não apenas através da tecnologia, mas enquanto tecnologia, e esta garante a formidável legitimação do poder político em expansão que absorve todas as esferas da cultura, onde estão inseridos os meios de comunicação e hoje, de forma destacada, a televisão.

Benjamin et alii (1983) analisa as causas e conseqüências da destruição da "aura" que envolve as obras de arte, enquanto objetos individualizados e únicos. Com o progresso das técnicas de reprodução dos meios de comunicação (isto é na indústria cultural), a aura, dissolvendo-se nas várias reproduções do original, destituiria a obra de arte de seu status de raridade. A obra é uma coisa para poucos e um objeto de culto, atingindo dimensões sociais. Para as massas, a arte pode ser um instrumento eficaz de renovação das estruturas sociais. Esta visão de Benjamin foi objeto de reflexão crítica por parte de Adorno.

Para os Frankfurtianos, a ideologia da sociedade capitalista burguesa utiliza os meios de comunicação, como instrumentos, para legitimar o seu projeto de vida. As necessidades privadas são estandardizadas para se tornar corrente uma consciência pública.

Pesquisadores latino-americanos, nos trabalhos em torno da comunicação e da televisão, mais precisamente, têm adotado, integralmente ou parcialmente, a linha de raciocínio da escola de Frankfurt. Ferero (1987) chama atenção para não ser confundida a comunicação com os meios (novas tecnologias). Rádio, TV etc., segundo o autor, são meios de informação e difusão e não comunicação. A consciência da necessidade de comunicação surge através da consciência da alienação que a comunicação instala. A ordem informativa existente impede a real compreensão entre os povos, porque a informação é utilizada como instrumento de dominação.

Os problemas de comunicação estão vinculados às relações de poder que se dão na sociedade concreta. O emissor é caro, organizado e está nas mãos de uma elite. O receptor é grande, anônimo e transitório. Os meios de comunicação tem papel moralizante e de reforço das normas sociais. As notícias são manipuladas e formam a opinião pública. Os meios de comunicação cumprem função ideológica, impondo valores, idéias e conceitos de determinada classe social, segundo Ferero. As pessoas, sob influência, assumem atitudes, comportamentos e esquemas mentais para o "triunfo na vida".

A indústria cultural retira a autonomia das obras de arte; gera o individualismo e é um importante elemento de domínio de espírito. A ideologia é a consciência social de uma sociedade, produto de certas condições de produção, cujo pensamento coletivo cada indivíduo crê próprio. A ideologia deforma e mistifica a realidade. A reprodução social é possível na medida em que as formas de consciência social se impregnem nos indivíduos de modo que se confundam com suas experiências e percepções imediatas.

De acordo com Ferero, na realidade atual há uma concentração e controle da comunicação por parte dos setores dirigentes da sociedade e a impossibilidade de setores populares fazerem escutar sua voz por não possuírem mecanismos requeridos por eles. Os meios de comunicação, diz Ferero, negam a comunicação, pois influenciam e reforçam a consciência ou conduta de que está sendo informado por parte do informante. Não há informação neutra. Aqueles que elaboram as mensagens apresentam a visão de mundo e dos fenômenos como únicos e perpétuos. A comunicação de

massa pretende uniformizar e homogeneizar o pensar, a disciplina e o consumir passivo. Tem a função de distrair as massas com atrativos sentimentais e pornográficos, ocultando os conflitos.

Na análise de Ferero, a televisão exige concentração do telespectador, não permitindo realizar atividade simultânea. Ela pode servir como instrumento para reforçar a ordem social. Está condicionada às relações econômicas e concentração de poder nas mãos de uma minoria privilegiada. Daí seu caráter massificador, alienante, idiotizante, falta de qualidade e alheia aos valores da cultura nacional. Na América Latina há carência de conteúdo cultural, com um alto número de enlatados. Os meios existem em função do lucro. As crianças e os jovens assumem posições de ricos, de acordo com Ferero.

Sodré (1978) analisa a televisão no Brasil como expressão unilateral, o que denomina de monopólio da fala. O receptor é passivo e incorpora as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação e neste jogo das classes sociais há uma produção da hegemonia ideológica ou dominação cultural, o que tem auxiliado no processo de acumulação do capital. Há um emissor ativo e um receptor passivo. As mensagens circulam apenas em mão-única. Não há "feed-back" na estrutura do monopólio da fala. Sodré afirma:

"Creio que a televisão contribuiu para romper a relação psíquica que é característica da civilização. Penso que ante a gigantesca tela de televisão, o indivíduo está só, isolado, passivo. Cultura é outra coisa; cultura é diálogo; cultura é descoberta da verdade; cultura não é passividade, embora os meios técnicos para a feitura e divulgação dos programas sejam assombrosos" (1978: 85).

Silva (1982) afirma que o trabalho é uma atividade específica do homem, porque traz consigo o poder de libertação e transformação. A comunicação torna-se realidade histórica com a consciência que o homem adquire, enquanto ser social, e a necessidade de estabelecer contatos mais sólidos com outros homens - relações sociais. A produção dos meios de existência e as relações sociais são fundamentos de toda história humana e constituem as bases para a organização social do homem. A comunicação é social, sendo que consciência e linguagem foram forjados pelo trabalho. Pensar comunicação é pensar relações sociais e trabalho social. A comunicação é unilateral e ideológica, o que, a rigor, nega a comunicação.

Aguirre (1981) afirma que os meios massivos utilizam a semântica do interesse "geral", "comum", "nacional", "democrático" para encobrir a justificativa ideológica da sobreposição do interesse particular dos proprietários, anunciantes e empresários. Aguirre ainda diz que as mensagens selecionadas rejeitam os elementos perturbadores que podem ser reveladores das contradições, dissonâncias e inadequações entre as próprias mensagens e a realidade.

Os meios de comunicação, especialmente a televisão, estão ligados ao Estado e capital. TV mulher, de acordo com Silva (1982), procura captar as

sensações e aspirações da população, tentando conduzi-la ao consumismo. Os programas têm caráter conservador e progressista simultaneamente.

Pacheco (1985) afirma que a TV funciona como uma escola paralela. A criança adquire uma visão deformada, estática e maniqueísta dos valores e dos homens, que são estereotipados. O poderoso é bom e bonito dentro dos valores ocidentais capitalistas.

Os Frankfurianos e seus seguidores se esgotam neste tipo de análise unilateral, atribuindo aos meios de comunicação o poder mecanicista, imediato e automático de implantar nos telespectadores a ideologia dominante. Porém, há os críticos da escola de Frankfurt, que dão importantes contribuições à teoria da comunicação e conseguem retratar de forma mais real, hoje, a ação das mensagens veiculadas sobre os receptores. A crítica à escola alemã é indispensável e pesquisas realizadas recentemente demonstram os equívocos dos frankfurianos. Leal (1986) é uma das críticas. Segundo a autora, a indústria cultural não impõe uma massificação e uma homogeneização. Partindo do seu "senso comum", percebe, em Porto Alegre, que as pessoas falam, vestem-se, penteiam-se e usam a moda identificada com a novela das oito, discutindo, concordando ou discordando dos personagens de forma afetiva e familiar. A novela das oito, sendo um produto da indústria cultural, visando o público massivo, leva telespectadores a imitar personagens e a assumir hábitos. Porém homogeneização e massificação é um processo mais complexo. Não se limita a comportamentos passageiros, que envolve apenas parte dos integrantes da sociedade e, às vezes, por razões que não têm na telenovela seu fator primordial.

Leal define cultura como o agir e interagir de sujeitos sociais, como uma linguagem e articulação de significados. A novela está calcada em signos de dominação, elaborada em função do grupo dominante e reelaborada por todos os grupos sociais.

A Indústria Cultural é noção de empresa capitalista produtora de mercadorias e reprodutora de capital. Produção material de uma mercadoria cultural, baseada na divisão do trabalho e na racionalidade da produção, visando o lucro. Leal critica a visão Frankfuriana, ou seja, de que o emissor de mensagens é ativo (senhor dos sentidos) e o receptor é passivo (não capaz de um conhecimento objetivo e crítico da realidade). Se esta fosse a única verdade, nada teríamos a fazer junto aos meios de comunicação para transformar a nossa situação presente. O destino estaria pré-dado.

Ainda, segundo Leal, os produtos da indústria cultural insistem na possibilidade de encontrar satisfação através da compra, promovendo gratificação no consumo dos bens. A publicidade aposta na universalidade do gosto. Os sistemas simbólicos, em uma sociedade de classe, assumem o aspecto político de legitimação das hierarquias sociais. Assim, a cultura, baseado em Bourdieu, é a legitimação de uma ordem social arbitrária de relações de dominação. Cultura e ideologia se interligam; bens culturais perfazem função ideológica de manutenção e mistificação das relações de dominação, entende a Escola de Frankfurt. A ideologia nas formações capi-

talistas dependentes têm a função de produção de públicos consumidores, inculcando certos gostos (há produção de gosto). Já a cultura popular é de conteúdo transformador. É politizada e pode utilizar os meios de comunicação de forma democrática, transformando sua mensagem, que funcionará como aparato transformador (ideológico). Leal cita em Gramsci que a hegemonia e coerção são faces distintas do mesmo processo de dominação. A classe hegemônica utiliza os meios para impor sua concepção de mundo, mas há espaços que as classes populares podem usar - os meios podem ser minados - para encaminhar a transformação desejada pelas classes subalternas no momento certo, na forma aspirada e no local adequado.

Leal (1986) constatou que há leituras diferentes das mensagens da novela das oito pelos dois grupos estruturalmente diferenciados pesquisados, que ela denominou: popular e dominante. O grupo popular busca a participação em símbolos (A noção de bem simbólico, segundo Bourdieu, é a de um determinado tipo de bem, relativo a uma esfera da produção não imediatamente econômica, política ou religiosa e que constitui um domínio de campo relativamente autônomo e refere-se à especificidade da indústria cultural) de um universo que identifica como dominante; é o padrão estético popular. Leal observou também que nas classes populares o televisor estava na sala principal e no lugar de maior destaque da casa, para que, inclusive, pudesse ser visto da rua, pois a televisão é um valor para a família e confere status. Já nas casas e apartamentos da classe dominante, a televisão tinha um quarto ou uma sala específica, retirada da sala principal, para não interferir na rotina da família e para que houvesse lugar reservado para receber visitas.

Assim, como Leal, outros autores percebem aspectos construtivos e transformadores de uma realidade injusta na televisão. A mensagem ideológica dos meios de comunicação não se encerra na própria mensagem enquanto dominação e reprodução da dominação. O meio pode ser utilizado para diversos fins.

A concepção Frankfurtiana é elitista, pois pressupõe a cultura erudita como a única e verdadeira. Nas demais formas culturais haveria a falsa satisfação do consumo. A cultura seria algo estático e pré-determinado. Esta visão está equivocada, pois não incorpora o conteúdo transformador e politizado da cultura popular.

Milanesi (1978), ao mesmo tempo que incorpora elementos da análise frankfurtiana, constata que a televisão traz vida nova e quebra preconceitos na sociedade. Faz uma análise da integração de uma cidade do interior paulista - Ibitinga - na sociedade de consumo, através da televisão, que atinge o paraíso via Embratel. A população busca novas informações, assiste, vibra e participa em todas as inovações. A realidade cultural existente sofre modificações. A sociedade de consumo leva a um novo comportamento. O comércio cresceu. As pessoas assumiram uma nova moral sexual e a religião sofreu modificações. Os valores novos aos poucos foram assumidos pela população. O povo teve acesso ao novo, ao belo, ao urbano, ao almejado na fantasia.

Fuenzalida e Hermosilla (1979) afirmam que em 1985 havia um receptor de TV para cada sete habitantes na América Latina. No Brasil, as crianças assistem em média três horas de TV por dia. Com isto, há menos leituras, mais dificuldades em escrever, dificuldade na compreensão de leituras escritas, na ortografia e na palavra falada. É alarmante, segundo Fuenzalida e Hermosilla, a discrepância da programação da TV com a vida real; 50% da programação é ficção. Os filmes, em sua maioria, são de origem norte-americana. Os desenhos animados são produzidos no Japão, na maior parte. As mensagens apresentam o "bem" e o "mal", com muita violência e o modelo ideal dos Estados Unidos é apresentado como saudável, apesar de haver consumo de produtos prejudiciais.

No Chile, de acordo com Fuenzalida e Hermosilla, a TV fez campanha para Pinochet, mas o voto do plebiscito foi "não", contra a vontade do Presidente e contra a solicitação dos meios de comunicação, o que coloca em dúvida a concepção de que a TV é um aparato homogêneo de dominação ideológica absoluta e com poderosa eficácia alienadora. Outra constatação de Fuenzalida e Hermosilla é de que a mulher chilena tem na novela um dos programas de televisão preferidos. Segundo elas, a TV informa, entretém e educa; rompe com o isolamento rural; educa mentalmente; apresenta temas de interesse e da atualidade; as crianças ficam mais espertas e com personalidade desenvolvida; o aprendizado nos fatos ruins educa para evitar futuros erros, segundo as mulheres chilenas. Para outras mulheres, as pessoas poderiam estudar em vez de ver TV. Com a TV muitas reuniões fracassam, pois as pessoas participam menos.

Kunde (1988) diz que a telenovela brasileira da Rede Globo é um sedante para o trabalhador explorado poder dormir e apresenta a mulher como objeto de adorno. Já Fadul (1982) afirma que a telenovela evoluiu e trouxe para as telas o cotidiano e auxilia a mulher na superação do conceito machista. Barbedo (1987) diz que a televisão na América Latina não pode ser concebida só como negativa, pois ela ajudou a formar novas práticas, tais como: relacionamento humano mais espontâneo e sem preconceitos em torno de questões antes proibidas; tomada de decisões com base em informações mais amplas; e disposição ao desenvolvimento econômico, social e humano com a adoção de novas tecnologias.

Vinck (1988) trata dos efeitos positivos da telenovela, principalmente para tornar as mulheres mais independentes e menos submissas aos homens, eliminando preconceitos e levando informações novas, que tornam a vida mais livre.

Ortiz et alii (1988) afirmam que a novela tem sua origem no folhetim, passando pela rádio-novela. Ela fala de amor e milhões de pessoas dão audiência, havendo aplicações em publicidade de um percentual que ultrapassava 42%, já em 1967.

A telenovela é o produto cultural mais rentável da história da televisão mundial. Colhe os benefícios da nova fase do capitalismo brasileiro: "Interdependência e modernização". As novelas dos anos 70 têm aproximação com

a atmosfera cultural de sua época, abordando modernização, ruptura e reorientação. Em São Paulo, um grupo de mulheres que discutia a novela "Roque Santeiro" avaliou que não assistir novela "parece estar sendo indício de alienação cultural". Ortiz (1988) refere-se à moderna tradição brasileira, citando a cultura brasileira e indústria cultural. A sociedade brasileira se transformou, mas cultiva ainda a lembrança de uma modernização como projeto de construção nacional. Houve modernização tecnológica, favorecendo o investimento de capital na televisão. A ruptura se associa ao novo e moderno.

Melo (1988) fala do extraordinário progresso experimentado pelas técnicas de comunicação de 1970 para cá, citando o crescimento e a popularidade atingido pela Rede Globo. Ela produz e exporta as telenovelas brasileiras.

Himmelweit et alii (1962) distinguem os seguintes efeitos da televisão sobre a criança: alienação, estímulo sobre o desempenho escolar e conhecimento, imagem que a criança tem de seu meio ambiente, sobre a personalidade, comportamento e sobre a família enquanto unidade social.

Weiss (1959) verificou uma maior permanência da família no lar, o que não melhorou o relacionamento familiar. Os meios têm levado a uma nova estrutura de valores, difundindo informações e modelos alienígenas e desviantes. Os meios de comunicação social exageram o alcance, a frequência; superdramatizam, estimulam apetites, alimentam o permissivo, enfatizam o impessoal e anônimo. Contrastam com os valores próprios das instituições sociais (família, escola, igreja...). Há tolerância à conduta desviante e a publicidade do crime cria um tipo de herói.

Pelo controle da ideologia, a publicidade leva ao consumo desejado, de acordo com Barnet e Müller:

"Em Bengala Ocidental, famílias pobres estão comprando alimentos enlatados para os bebês a preços exorbitantes apesar de poderem comprar leite de vaca, produzido no local, por um preço muito mais baixo; no México não é raro uma família vender os poucos ovos e galinhas que possui para comprar coca-cola para o chefe da família, enquanto as crianças ficam cada vez mais debilitadas por falta de proteínas" (In:Marcondes Filho, 1988: 78).

Segundo Marcondes Filho (1988), o eixo principal da telenovela está fora da representação em si, a saber, no intervalo comercial, ou no embutido como um corpo estranho - "merchandising", isto é, a apropriação mercadológica do apelo aos sentimentos, medos e emoções das pessoas que a dramaturgia consegue fazer, instrumentalizando essas necessidades com outros fins: a obtenção de lucros e a venda de mercadorias.

Santos (1978) afirma que na região da Serra Gaúcha, da uva e do vinho, a televisão começa a alterar os hábitos das pessoas, citando o "filó". "Filó" é a reunião de vizinhos das 20 às 23 horas, onde cantam músicas, falam de negócios, contam histórias, falam dialeto vênето, comem amendoim, pinhão,

batata-doce e tomam vinho caseiro. Com a televisão, as pessoas emudecem. A palavra é substituída pela contemplação.

A televisão, considerada por Sodré (1984), "A Máquina do Narciso", exerce poder no Brasil. Ao longo da história, as novelas alteram de forma e conteúdo, mas continuam criando mitos. A censura federal, atuante em épocas passadas, hoje está substituída pelo controle ideológico das empresas anunciantes.

A história da Rede Globo, segundo Guareschi (1981), está ligada à expansão do capital multinacional no Brasil, favorecido pela política governamental. Burlando a lei, constituindo-se no que ficou conhecido como "escândalo", a Globo associou-se ao Grupo Time-Life. A Globo passou a ser a representante da veiculação ideológica do capital estrangeiro e da classe dominante dentro do país com o aval do governo. Esta posição da Globo ainda hoje permanece intocável. As novelas, em horário nobre (20:30 às 21:30 horas), deram sugestões aos telespectadores de como se deve pensar e como se deve agir.

Porém, segundo Lins da Silva (1985), a TV desmistifica a ignorância popular e revela que o Jornal Nacional da Rede Globo não direciona unilateralmente (conforme adeptos da Escola de Frankfurt) a realidade da vida brasileira. A classe trabalhadora, em inúmeras ocasiões, é crítica e a Globo, na atual realidade nacional, é fator de modernização e não conservadorismo, apesar da ideologia que propaga. Constata que os efeitos das notícias nos telespectadores não são uniformes, negando a aspecto da manipulação absoluta apresentada por alguns autores. O autor afirma:

"Todas as pessoas que entram em contato com a realidade social constroem representações desta realidade em suas cabeças. Cada um de nós forma juízos de valor a respeito do mundo, seus personagens, acontecimentos e fenômenos e acredita que esses juízos correspondem à 'verdade'. Ou seja: a verdade de cada um é a idéia do real que cada pessoa crê ser a mais fiel ao que efetivamente existe" (Lins da Silva, 1985:52).

Segundo Lins da Silva (1985), a ideologia desvelada perde sua força. Na televisão, com o entretenimento, a ideologia é mais difícil de perceber. Conclui na sua pesquisa que o Jornal Nacional não é tão devastador como muitos pensam. A ingenuidade, o senso crítico, o valor, a ideologia da TV convivem conjuntamente. A televisão é ficção, espaço do lazer, sonho e imaginação.

Personagens e idéias contrárias às proposições dominantes, mais recentemente, fazem parte das novelas. Dias Gomes, a respeito das novelas, diz:

"Determinada novela ou a maioria das novelas, pode ter um efeito acomodatório, alienatório, anestésico. Mas, a novela, como forma de expressão, tem nada a ver com isso; pode ser um elemento conscientizador" (Ortiz, Borelli e Ramos, 1988: 162).

Partindo desta leitura de hegemonia, de ideologia, da teoria da comunicação, tendo os Frankfurtianos, de um lado, e àqueles, de concepções otimistas e transformadores da realidade, de outro, partiu-se para a verificação do processo de ação da televisão sobre as pessoas do meio rural. Os telespectadores podem aderir à ideologia veiculada nas telenovelas ou podem se tornar críticos destes programas, inaugurando a contra-hegemonia.

A população rural está envolta no dia-a-dia com seus trabalhos, acima de tudo braçais, o que proporciona limitações na reflexão, leitura e debate sobre sua exposição ao vídeo. Na sua simplicidade e despretensiosamente, as famílias dos agricultores emocionam-se com as histórias de amor, relacionadas com a economia, a política e a sociedade em geral. Paradigmas na área da comunicação já foram testados em públicos urbanos e as reações dos telespectadores foram diferentes diante da mesma mensagem. Porém, isto ainda não foi observado no interior do Brasil rural.

Estabeleceu-se a seguinte hipótese central, como pano de fundo norteador de nosso trabalho:

"A telenovela das oito da Rede Globo de televisão, enquanto bem simbólico, inserido em um campo de contradições, que é a sociedade, está transformando a vida dos pequenos produtores rurais, pois assumem novas maneiras de pensar e novos hábitos, que vem de encontro com as mudanças e os novos interesses para reforçar e reproduzir a ordem social mais ampla".

CAPÍTULO 3 - OBJETIVOS

A presente pesquisa tem como proposta os seguintes objetivos Geral e Específicos:

3.1 - GERAL

- Analisar e verificar os efeitos que a telenovela da Rede Globo exerce sobre pessoas, famílias e comunidades de pequenos produtores rurais.

3.2 - ESPECÍFICOS

3.2.1) Pesquisar o grau de freqüência a que os pequenos produtores estão expostos à telenovela, descobrindo as razões: e/ou por que não têm televisão e quais as razões para não assistir a novela.

3.2.2) Pesquisar como a telenovela interfere ou direciona a atividade social das famílias rurais, seja limitando ou intensificando a participação nas ações coletivas, alterando os dias e horários das mesmas ou até alterando o comportamento das pessoas envolvidas (ver se as atitudes têm relação com os comportamentos e propostas dos personagens da novela).

3.2.3) Fazer um levantamento dos produtos anunciados no horário da telenovela e dos produtos consumidos pelas famílias, com a finalidade de descobrir se a exposição à telenovela direciona e intensifica o consumo dos produtos em evidência, pela propaganda, por parte das famílias rurais.

3.2.4) Captar e analisar os comentários na intercomunicação da vida cotidiana, a respeito da telenovela para descobrir se a família rural pesquisada atribui valor à novela e também descobrir se o discurso feito em torno dos temas expressam uma mudança na forma de pensar e de agir dos telespectadores.

3.2.5) Conhecer as leituras da telenovela feitas pelas famílias dos agricultores, dando especial atenção se ocorre homogeneização das reações ou se há interpretações e atividades práticas diferentes diante da mensagem padronizada.

CAPÍTULO 4 - METODOLOGIA

Neste capítulo se descreve como os dados foram coletados. Os procedimentos usados na comunidade de Canela Gaúcha - São Miguel do Oeste SC caracterizam a observação participante. Foi feita observação detalhada da vida familiar e comunitária (maneira de assistir a novela, de se vestir, de falar e de se comportar diante dos fatos apresentados pela televisão nos capítulos e intervalos comerciais). Houve debate das informações disponíveis com os pesquisadores para compreender, entender e descobrir o que os telespectadores pensam, como encaram os fatos da novela e como reagem diante dos mesmos. Foi estabelecido um diálogo com as famílias pesquisadas sobre a beleza da novela, sobre a importância do conteúdo veiculado, sobre o consumo e todos os hábitos que estão sujeitos a sofrer modificações e sobre o que estas histórias de amor, de política, de corrupção representam para os agricultores. Ao mesmo tempo, as famílias inquiriam o pesquisador a respeito da necessidade e da importância prática de uma pesquisa sobre telenovela. A finalidade central foi descobrir como a telenovela age sobre as famílias e ver se o inverso, ou seja, as famílias agir sobre a telenovela, também é possível.

As histórias de vida permitiram o conhecimento da vida passada na comunidade de Canela Gaúcha, cujos dados foram comparados com o atual momento histórico dos moradores.

4.1 - AS FAMÍLIAS PESQUISADAS

Para captar os objetivos planejados foi utilizado o estudo de caso, pois foi tomada apenas uma comunidade na região. O estudo de caso (Gil - 1977) é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir conhecimento amplo e detalhado do mesmo, tarefa praticamente impossível perante outros delineamentos. Foram escolhidos dados e informações, tendo presente elementos quantitativos e qualitativos.

O estudo de caso permitiu obter uma variedade de informações detalhadas, mas tem limites quanto ao poder de generalização. Esta técnica não foi utilizada de maneira isolada. Para ser estabelecida uma relação comparativa entre o passado das famílias, quando a televisão ainda não existia ou era mais rara no meio rural e o presente foi usada a "História de Vida". A "História de vida", segundo Queiroz (1988), se define como relato de um narrador sobre sua existência através do tempo, tentando reconstruir os acontecimentos que vivenciou e transmitir a experiência que adquiriu, com delineamento das relações com os membros do seu grupo em que o indivíduo se insere na coletividade. Foi utilizada a técnica do depoimento pessoal para limitar o tempo e obter do narrador o essencial sobre a vida anterior à telenovela. Foram coletadas sete "Histórias de vida", relatos feitos com uso de gravador,

à exceção de uma, cuja pessoa preferiu escrevê-la. Com as Histórias de Vida, foi possível reconstituir a trajetória das famílias desta comunidade, permitindo perceber as mudanças ocorridas do passado aos dias atuais.

As unidades de pesquisa para as entrevistas e observações foram as famílias. Foi considerada, para os fins deste trabalho, a família nuclear, composta pelo casal e pelos filhos residentes na casa. Apenas houve um caso em que os avós residem na mesma casa. No presente trabalho, estes ancestrais foram considerados da própria família.

As entrevistas e diálogos foram realizados sempre com a presença de todos os elementos da família. Sentados em roda, as perguntas eram respondidas em conjunto. Às vezes, alguém iniciava e outros complementavam ou confirmavam as respostas. Apenas em duas famílias, onde havia um relacionamento conflituoso entre o casal, afetando os filhos (numa o casal está separado), houve divergências sobre os temas da novela em discussão.

As famílias diretamente entrevistadas totalizaram 19, sendo 10 assistentes e 9 não-assistentes da telenovela. Um dos cuidados que se teve na seleção das unidades básicas de coleta de informações foi o nível econômico. Nem se escolheu famílias ricas e nem miseráveis, mas sim àquelas que têm vida confortável, sem dívidas, porém sem dinheiro sobrando para viagens, grandes festas ou compras vultosas. Apenas uma família não assistente não é proprietária de terra e uma, que assiste, tem 60 hectares. As demais estão dentro da média de área-padrão, que caracteriza a comunidade, ou seja, 18 hectares de terra.

Todas as propriedades possuem entre 10 e 20 cabeças de gado, 15 e 20 suínos e aves para a subsistência. Os agricultores produzem entre 250 e 500 sacas/ano de milho; entre 50 e 100 sacas/ano de trigo e outras culturas como arroz e feijão de subsistência. Entre as famílias pesquisadas, apenas quatro têm trator em sociedade com outros agricultores. Todas têm os equipamentos básicos necessários, como trilhadeira, triturador, moenda-de-cana, plantadeira, enxadas e utensílios em geral. A situação também se equipara em instalações: galpão, estrebaria e chiqueiro. Nove famílias, das 19, possuem carro (Brasília, fusca, opala) e apenas duas possuem casa de alvenaria (as casas, mesmo as de alvenaria, são simples). Todas têm geladeira e congelador, mas os demais utensílios menores variam de casa-em-casa.

Todos os produtores são integrados de alguma agroindústria; ninguém tem dívidas, mas apenas em duas propriedades foi constatada uma pequena sobra no último ano. Nas demais, os custos de sobrevivência, incluindo lazer, educação, roupas, comida e manutenção dos equipamentos, se equilibraram com as receitas oriundas da venda da produção, gerada pelo trabalho da família na propriedade.

A coleta de dados foi realizada de meados de maio até o fim do mês de novembro de 1990, voltando-se à comunidade para contatos complementares em fevereiro e julho de 1991. No primeiro contato, não se conhecendo ninguém, com a ajuda de amigos, procuraram-se famílias, proprietárias de terra, que assistem e outras que não assistem à novela, e que se enquadraram

no tipo padrão-médio da comunidade em instalações, equipamentos, nível de consumo e estabilidade econômica para neutralizar eventuais desníveis econômicos das unidades pesquisadas. Caso não houvessem famílias com o mesmo nível econômico, a avaliação dos efeitos da telenovela se tornaria difícil, pois normalmente um padrão de vida econômico diferente, leva a um consumo que não é igual para todos (permite acesso ao consumo sofisticado de produtos culturais, para alguns) e leva a concepções de vida diferenciadas. Procurou-se também, na medida do possível, estudar famílias constituídas, além do casal, de jovens e de crianças. Assim, fizeram parte da nossa coleta de dados 23 crianças entre 0 e 12 anos; 31 jovens até 26 anos; 36 pessoas casadas (uma viúva e um separado) e um casal de avós. Os casais pesquisados tinham desde um filho, em casa, até sete filhos residindo sob o mesmo teto. O total de pessoas alvo da pesquisa foi 92. Incluindo informantes e pessoas do comércio, mais de 100 pessoas, de uma ou de outra forma, auxiliaram para viabilizar esta observação participante.

No período de convivência em Canela Gaúcha, para realizar as observações, foi possível constatar que em torno de 70% das famílias assistem regularmente a telenovela ou com relativa frequência, o que permite acompanhar o desenrolar dos episódios. No final foi necessário esforço para conseguir o número de famílias esperado, com as características acima descritas, não assistentes da telenovela, para coletar os dados, que permitisse estabelecer a diferença entre as famílias assistentes e as não assistentes.

Para observar os possíveis efeitos da telenovela foi necessária a participação e convivência na vida familiar e comunitária. Residimos por várias semanas em Canela Gaúcha, acompanhando a vida das famílias nas conversas, nas rodas de chimarrão, nas caipirinhas, no vinho, nas refeições, no trabalho e na hora de assistir a novela.

Foi aplicado um questionário com perguntas previamente selecionadas (a maioria das perguntas eram abertas) e, em algumas casas, foi usado o gravador para registrar melhor as informações, porém, foi nas horas informais, sem gravador, sem papel e sem caneta, que as famílias se sentiam muito a vontade e forneceram informações consideradas confidenciais, por elas, a princípio. Estas informações, posteriormente registradas no diário de campo, enriqueceram e complementaram as perguntas formais feitas anteriormente. As expressões, os gestos, o modo de se vestir, os comentários sobre episódios da telenovela, sobre a moral, os momentos de raiva ou de euforia foram motivo de observação, cujos detalhes só se percebeu e se captou convivendo e participando da vida ativa das pessoas.

Especial atenção foi dada ao "momento da novela". A mãe, o pai, os jovens e até mesmo as crianças se recolhiam ao seu mundo e às emoções, baseadas na concepção de vida de cada qual. Alguns silenciavam, outros riam em voz alta, outros xingavam, outros faziam comentários satíricos e maliciosos, e outros, ainda, ficavam com a voz embargada pela emoção. As pessoas estavam silenciosas na sala. Só se ouvia o volume da televisão.

Outro momento importante da observação foi "eventos sociais" (no presente trabalho são considerados "eventos sociais" todos os acontecimentos coletivos da comunidade - reunião, trabalho, confraternização, culto, visitas entre vizinhos - em que as pessoas se encontram por motivos comuns aos participantes) da comunidade. Durante a semana foram importantes as atividades escolares: conversa e informações dos professores, participação em aula, contato e observação dos alunos nos intervalos, início e fim das aulas.

O bar existente na comunidade, especialmente no fim do dia, reunia algumas pessoas que bebiam, jogavam sinuca ou proseavam. Também o grupo de jovens (Coletiva Jovem - fusão do Clube 4 S, grupo de jovens da igreja e organização política juvenil) realizava suas reuniões onde, de certa forma, se expressavam as aspirações, sentimentos, necessidades e atividades coletivas dos jovens. Estes foram dois ambientes apropriados para observar as atitudes das pessoas.

Porém, nos fins de semana, quando a comunidade se encontrava mais para o culto e lazer, houve momentos propícios para observações. A participação em missas ou cultos, em jogos de futebol ou vôlei, em reuniões dançantes e bailes completavam a série de observações necessárias para obter os dados pertinentes ao estudo.

4.2 - OS INFORMANTES E O COMÉRCIO

Os informantes - pessoas que convivem a mais tempo cotidianamente na comunidade - contribuíram para fornecer e confirmar informações. Como não foi possível participar em todas as atividades e nem em todos os momentos da vida familiar e comunitária, os informantes supriam esta carência, muitas vezes com redobrada eficiência, pois as pessoas, objeto de observação, não sabiam da função de informante, cujos elementos eram de confiança na comunidade e, portanto, para eles tudo se podia revelar e demonstrar. Os informantes eram professores, o padre, os líderes jovens (masculino e feminino) e o presidente da comunidade.

Para averiguar a venda dos produtos anunciados no horário da telenovela, contactaram-se as empresas de São Miguel do Oeste mais procuradas pelos moradores de Canela Gaúcha. Procurou-se verificar se os produtos anunciados na Tv eram consumidos pelas famílias e se as vendas destes produtos aumentavam no comércio.

4.3 - TESTE E NÚMERO DE CASAMENTOS

Para captar o interesse dos jovens em torno dos temas que fazem parte do seu cotidiano, aplicou-se um teste com questões que tratam sobre a telenovela, sobre as matérias em estudo na aula e sobre assuntos da atuali-

dade brasileira. A finalidade foi descobrir o que eles mais captam, o que está melhor enraizado em suas memórias ou ainda, o que eles sabem melhor. Aquilo que dá motivação ao jovem, o que toca mais profundamente sua sensibilidade, ele está apto a responder sem maiores dúvidas. Portanto, a função deste teste foi verificar se os jovens têm mais claramente presentes nomes e fatos da novela ou nomes e fatos da história e da atualidade brasileira.

A televisão, fazendo parte do dia-a-dia dos pequenos agricultores, passa a ter um valor na vida das pessoas. Na hierarquia de valores, este teste poderá auxiliar a situar a posição da telenovela e, ao mesmo tempo, poderá servir de subsídio para implantação futura de novos métodos didáticos com o uso de instrumentos eletrônicos e valorização do lado sentimental do ser humano.

Na comarca e com advogados de São Miguel do Oeste foram coletados dados sobre casamentos, separações, divórcios e investigações de paternidade havidos no município de 1970 (época em que, aos poucos, as famílias compraram televisão e o sinal emitido pelas retransmissoras passava a ser captado nos aparelhos) até 1990. Com estes dados objetivou-se verificar se houve mudança de comportamento das pessoas em relação ao casamento, cujo tema, com fortes cargas emocionais, sempre fazem parte dos dramas que a telenovela enfoca.

4.4 - OPERACIONALIZAÇÃO DOS OBJETIVOS

Foram observados no presente estudo dois grupos: um assistente e outro não assistente da telenovela. Foram motivo de observação os acontecimentos gerais da comunidade, onde as pessoas não diretamente pesquisadas também estavam representadas.

Foram elaborados questionários para aplicação nas famílias que assistiam e que não assistiam à telenovela, com suas especificidades que diferenciavam uma da outra. As perguntas visavam o cumprimento dos objetivos propostos. Assim, "exposição à telenovela" é a variável independente, em torno da qual são formulados todos os objetivos. As famílias assistentes foram interrogadas e observadas quanto ao grau de exposição à telenovela, e também as razões que as levam a assistê-la. Isto corresponde ao primeiro objetivo. Nas famílias não-assistentes apenas se perguntou por que não assistem a telenovela e se buscou informações do que sabem acerca dos episódios da novela, com o fim de verificar se há, por influência das demais pessoas da comunidade, interferência sobre elas a partir da telenovela.

Tendo presente estes dados sobre a exposição ou não à telenovela, partiu-se para a identificação das diferenças no consumo, nas conversas do

dia-a-dia, na participação social e nos hábitos e atitudes³ entre um e outro grupo.

Para atingir o segundo objetivo, a respeito da participação social, foi feito um levantamento dos eventos sociais que se realizam na comunidade. A participação das crianças, dos jovens e dos casais isoladamente em alguma atividade coletiva, é considerada participação de toda família, pois, de alguma forma, coercitivamente, sob pressão, ou por consenso, toda família sabe e "aprova" a participação em tais eventos. Perguntou-se e observou-se por que há participação ou deixa de haver participação nestes encontros sociais. Observaram-se as diferenças na participação social entre famílias assistentes e não-assistentes à telenovela, para verificar se a telenovela promove efeitos sobre as pessoas quanto a participação social. Igualmente foram ouvidos relatos de eventos sociais do passado na comunidade para traçar um paralelo, ou seja, para comparar a participação social do passado e do presente.

"A participação social do telespectador" é uma variável dependente. As atividades da escola, da igreja, do clube, do esporte, dos jovens, etc. são considerados acontecimentos coletivos da comunidade. Observaram-se os comportamentos (forma de gesticular, de se vestir, de dançar, de namorar, de reagir diante da interrogação de alguém, etc.) das pessoas. Para o cumprimento deste objetivo foram usadas as entrevistas, complementadas com as observações diretas e dos informantes.

"O consumo de produtos anunciados no horário da telenovela" foi uma outra variável dependente, que é diferente no grupo assistente em relação ao grupo não-assistente. Partiu-se do pressuposto que assistir a telenovela leva a um consumo mais intenso e mais direcionado de produtos. Tomaram-se cinco categorias de produtos, que são de consumo de toda família, quais sejam: a) instrumentos de trabalho (máquinas, implementos, defensivos agrícolas, insumos e sementes); b) produtos alimentícios; c) eletrodomésticos; d) produtos de higiene e perfumes e: e) produtos de vestimenta (roupas e calçados).

A relação dos produtos anunciados ao longo da novela "Rainha da Sucata" foi obtida junto ao Departamento Comercial da RBSTV de Chapecó - SC. Posteriormente, se fez um levantamento, através de fichário, dos produtos comprados e consumidos pela família. E, por último, buscou-se junto às lojas e empresas locais a relação dos produtos mais vendidos neste período para fechar o ciclo anúncio/venda/consumo.

Perguntou-se às famílias as razões do consumo de determinadas mercadorias em evidência, através das propagandas e como ocorre a decisão de

3 *Foram considerados hábitos: ações práticas que as pessoas fazem no dia-a-dia. Hábitos da vida social são maneiras de proceder das pessoas em relação às atividades diárias que são repetitivas e comuns, ou seja, estas maneiras de proceder se tornam rotineiras não para um indivíduo isoladamente, mas para a maioria dos integrantes da sociedade. São atitudes, a partir de um pensamento (consciente ou inconsciente), que levam pessoas a uma ação concreta. São ações e reações dos indivíduos diante dos acontecimentos*

comprar. Teve-se a atenção para verificar se existe um padrão de consumo, determinado a partir da indução feita pelos anúncios e "merchandising" da televisão. Foi o terceiro objetivo.

Dentro do quarto objetivo específico, foram observados os comentários feitos sobre a telenovela na família, vizinhança e comunidade pelas famílias assistentes. "Comentários em torno da novela" é a variável, que poderá ser intensa em caso de assídua exposição à telenovela. Objetivou-se neste quarto item observar os comentários que são feitos em torno da telenovela, pois o discurso sobre um tema expressa a forma de pensar sobre este mesmo assunto. Se esta forma de pensar os temas da telenovela mudou nos últimos anos, mudaram também as formas de agir dos telespectadores. O telespectador comenta os conflitos sociais simbólicos, concordando ou discordando ou até considerando desnecessário comentar estes assuntos. Estão inerentes nestes comentários valores que a família atribui a certos acontecimentos, ocupando uma posição nesta hierarquização de valores que movem a vida do homem. Foram considerados comentários sobre a novela todas as conversas do dia-a-dia na família, na vizinhança e na comunidade sobre os temas expostos na novela, como a beleza dos atores e atrizes, os namoros, as traições, o amor, o roubo, o assassinato, a riqueza, a pobreza, as roupas, as casas, um comercial, etc.

Os "informantes" forneceram detalhes dos comentários feitos sobre a telenovela. Na escola, nas reuniões, nos cultos, esporte e bailes, as pessoas comentavam a novela e usavam expressões dos personagens. Os gestos, palavras em inglês, o assobio, a expressão gaga foram observadas constantemente nos locais públicos. Observou-se o que é comentado e por que os assuntos relacionados à novela são comentados.

Por último, buscou-se verificar que leituras as pessoas faziam, ou seja, que interpretação ou que entendimento os telespectadores tinham a respeito da telenovela. Sendo a mensagem a mesma para todos os assistentes, o que se buscou saber é se a leitura ou o entendimento para todos era o mesmo ou se havia variações de família para família ou de um para outro grupo.

Com estes objetivos específicos, tentou-se verificar os efeitos que a telenovela estabelece nos telespectadores, tendo o cuidado de não generalizar este caso para a realidade rural, que é muito própria e que provavelmente diferenciam os efeitos de região para região. Por outro lado, relatos de líderes que atuam em várias áreas da região e pesquisas já desenvolvidas, levam a crer que o meio rural tem coisas em comum, desde a produção na pequena propriedade, a origem étnica até a prática da religião católica.

O objetivo central, ou seja, analisar e verificar os efeitos que a telenovela da Rede Globo exerce sobre as pessoas, as famílias e as comunidades de pequenos produtores rurais, captou-se com os cinco parâmetros: exposição à telenovela, participação social, consumo dos produtos anunciados, comentários sobre a telenovela e leituras das mensagens.

A novela "Rainha da Sucata" foi acompanhada desde o início em março de 1990 e aproximadamente 60 capítulos foram gravados para análise poste-

rior mais detalhada. O resumo da novela e os acontecimentos nos bastidores foram acompanhados através da revista "Contigo" (que faz uma análise sensacionalista e procura expor intimidades e sentimentos - muitos chamam isto de fofoca - dos personagens), além de comentários e críticas dos jornais "Zero Hora" e "Diário Catarinense" (jornais do grupo RBS - Rede Brasil Sul de Comunicação - que retransmite a programação da Globo). Apesar desta revista e os jornais fazerem relatos valorativos (em causa própria) da telenovela, os mesmos permitiram um acompanhamento do desenrolar passado e suas conseqüências previsíveis dos futuros capítulos. Além disso, foram as únicas divulgações disponíveis no momento a respeito de "Rainha da Sucata".

A novela foi periodicamente debatida com pessoas da faculdade de São Miguel do Oeste - SC, interessados no tema, cujas pessoas da área de pedagogia, sociologia e jornalismo se dispuseram em ajudar a fazer discussão do conteúdo da mesma. Igualmente, um padre de Chapecó, que debate a televisão e as telenovelas com fiéis dos bairros, relatou suas experiências e foi estabelecido um diálogo com uma professora de Mondaí - SC, que fez a monografia "Visão panorâmica dos meios de comunicação: um estudo especial sobre a telenovela", no Curso de Pós-Graduação em Metodologia do Ensino da Língua Portuguesa, do Instituto de Ensino Superior do Alto Uruguai (IESAU), em Frederico Westphalen - RS em 1987. Todos estes contatos forneceram sugestões e detalhes a serem observados, além de servir de parâmetro para comparar os trabalhos feitos em Chapecó e Mondaí com este que estava sendo feito em São Miguel do Oeste.

Assim a metodologia utilizada foi a observação participante visando chegar aos efeitos da telenovela sobre o telespectador. A novela é uma parte de um todo. As partes interagem mutuamente, constituindo a realidade dialética das constantes transformações.

CAPÍTULO 5 - OS RESULTADOS DO TRABALHO

A convivência na comunidade de Canela Gaúcha e o acompanhamento da telenovela com os agricultores permitiram algumas conclusões, que poderão ser utilizadas pela comunidade científica para a compreensão do fenômeno da comunicação, que tem no rádio e na televisão, no momento presente, seus mais importantes meios. Com sua simplicidade, as famílias assistiam os capítulos da novela, faziam a leitura das mensagens dentro do seu contexto, adotando algumas propostas que a televisão induz e rejeitando outras. No início houve desconfiança e no final a relação com o pesquisador se tornou familiar.

5.1 - OESTE CATARINENSE

A região do Oeste de Santa Catarina se estende desde Itapiranga, na divisa com o Rio Grande do Sul e a Argentina e Dionísio Cerqueira, na divisa com o Paraná e Argentina, até Xanxerê, passando por Chapecó, totalizando 43 municípios. Os municípios são pequenos e estão organizados em três Associações microrregionais. A população é estimada em 1.100.000 habitantes. A distância entre as duas extremidades do Estado (Itapiranga à Florianópolis) é de 800 quilômetros, mas o oeste catarinense tem interligação com as demais regiões de Santa Catarina e do país com asfalto, telefonia, escolas, energia elétrica, meios de comunicação e empresas agroindustriais fortes.

A região é essencialmente agrícola, com aproximadamente 60% da população residindo e trabalhando no meio rural. Os agricultores são minifundiários, excetuando-se em torno de 80 propriedades, que têm de 100 a 1.000 hectares e não passa de cinco as propriedades com mais de 1.000 hectares. Porém, a maioria dos agricultores são integrados de alguma agroindústria - suínos, aves, fumo, leite ou frutas. As empresas mais fortes são: Sadia, Perdigão, Ceval, Saic, Coopercentral (Aurora), Lactícnios Ivoti, Tabacos e Souza Cruz.

Os conflitos pela posse da terra não estão ausentes (dados fornecidos pelo levantamento estatístico anual regional da Acaresc de São Miguel do Oeste - 1988).

Há produtores com extensões de área parecidas, mas que se diferenciam pelo volume de capital que gira em função das atividades agropecuárias. Há produtores com caminhões, tratores, com granjas de suínos de 200 matrizes, três aviários de 100 metros cada, silo, lavoura mecanizada e equipamentos em geral (são poucos que estão em tais condições), enquanto outros têm apenas o necessário para subsistência, além de produtores perderem anual-

mente sua propriedade em função de dívidas ou por estabelecer-se em empregos urbanos.

Há profissionais liberais, comerciantes e executivos dos trabalhos urbanos que têm áreas de terra e a exploram com pessoas contratadas. As comunidades têm agricultores, cujos lucros permitem aos mesmos uma vida confortável, enquanto outros, lutam para sobreviver ou para pagar os estudos dos filhos, que migram para as cidades. As comunidades se compõem de uma média de 100 famílias.

Os agricultores do Oeste de Santa Catarina são católicos na sua quase totalidade e a maioria participa dos cultos ou missas dos fins de semana.

Na metade dos municípios há emissoras de rádio e os outros não possuem este veículo de informação. O Jornal "Diário da Manhã" de Chapecó é o maior veículo impresso da região. Existem duas emissoras de televisão, instaladas em Chapecó, que difundem a programação na região: uma é da RBS (Globo) e outra do SBT.

5.2 - SÃO MIGUEL DO OESTE

São Miguel do Oeste tem sua origem ligada a uma colonizadora do Rio Grande do Sul, que explorou a área, vendendo as terras para as famílias essencialmente de origem italiana. A firma "Barth, Benetti e Cia Ltda", colonizadora de São Miguel do Oeste, foi constituída em Caxias do Sul - RS em 1939. As primeiras famílias chegaram em 1941. Em 1950 foi criada a paróquia de São Miguel do Oeste. Em 1953 foi criado e em 1954 foi instalado o município. A partir de 1956 começa o processo de desmembramento com a criação dos municípios de Guaraciaba e Anchieta. Em 1970 São Miguel do Oeste foi decretado Área de Segurança Nacional por fazer divisa com a Argentina, e em 1977 foi criado o primeiro esquadrão do vigésimo regimento de cavalaria mecanizada (exército).

Os habitantes de São Miguel do Oeste são predominantemente de origem italiana, mas houve miscigenação com alemães e caboclos.⁴

Atualmente o município de São Miguel do Oeste tem 52.975 habitantes, sendo que 60% da população é urbana e 40%, rural (São Miguel do Oeste é o segundo maior município da região em população urbana em consequência da industrialização - Chapecó é o maior município do Oeste de Santa Catarina). O número de filhos por família é: urbana - 4,64; rural - 5,38.

A população rural se compõe basicamente de pequenos agricultores, com área média de 15 hectares por família. Há também aproximadamente 3.000 agricultores sem terra e 15 proprietários que têm entre 100 e 200

4 Em 16 de março de 1982 nasceram no Hospital São Miguel os quintuplos Fernando, Marcelo, Daniel, Márcia e Juliana, filhos de Ivo e Terezinha Imhoff.

hectares de terra, três de 200 a 500 e um proprietário possui acima de 500 hectares.

São Miguel do Oeste tem seis escolas de segundo grau e 15 de primeiro grau completo, além de escolas de primeiro grau incompleto até quarta série, em todas as comunidades.

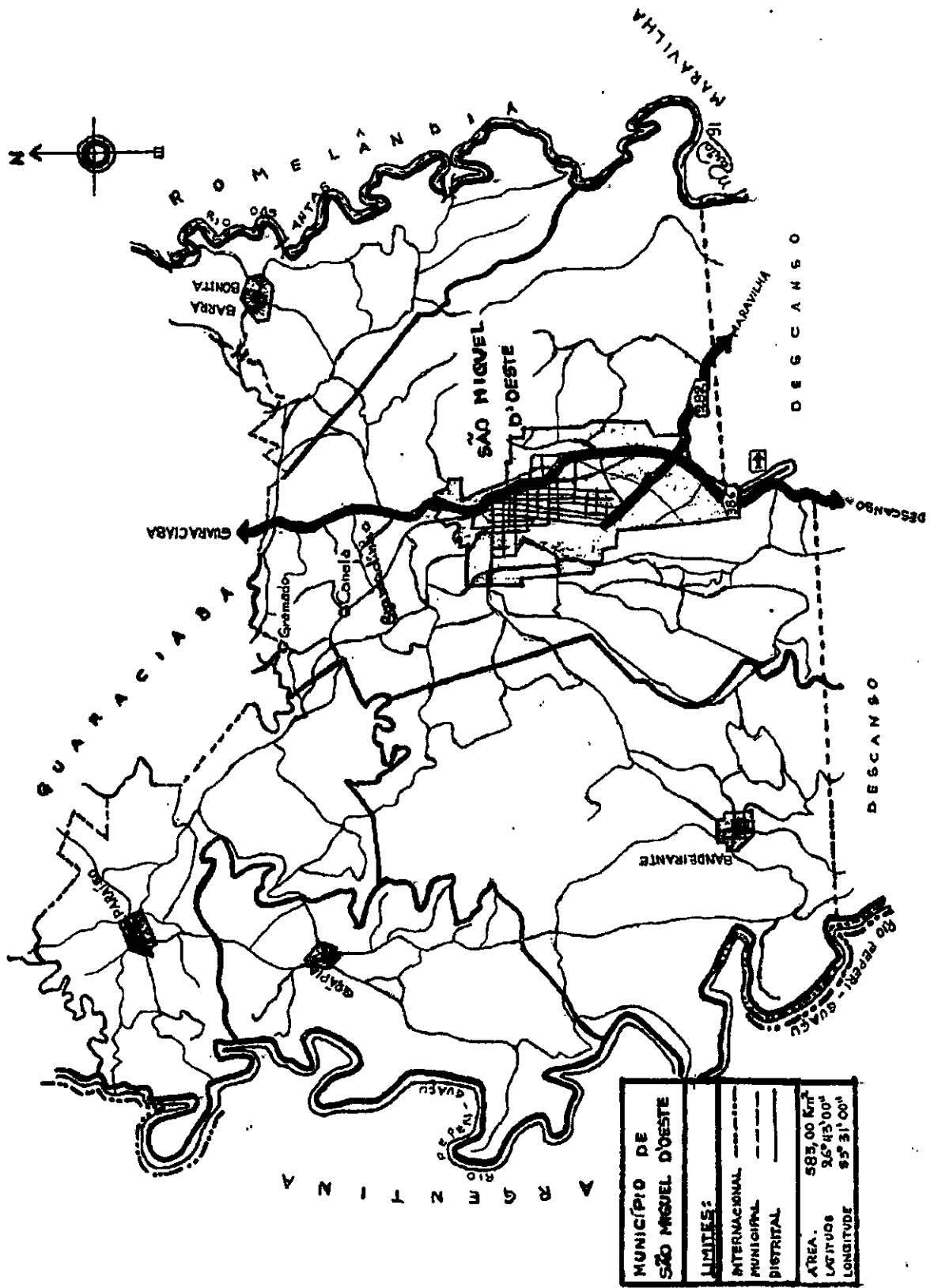
Os moradores nas comunidades são organizados com igreja para os cultos dominicais, clube e canchas esportivas para os bailes e acontecimentos esportivos e têm acesso fácil para entrelaçamento com outras comunidades. O telefone - DDD - está instalado apenas em algumas comunidades-pólo (Acaresc - 1988).

Os agricultores de São Miguel do Oeste e mais acentuadamente os de origem italiana são fervorosos católicos e assíduos freqüentadores dos cultos e missas dominicais.

São Miguel do Oeste tem três emissoras de rádio - duas AM e uma FM. Além de jornais de empresas e da Prefeitura, possui o jornal do município, "Folha do Oeste", de relativa penetração regional e conta com um cinema. As emissoras de televisão de Chapecó e a TV Tarobá de Cascavel (Bandeirantes) são captadas nos receptores instalados em São Miguel do Oeste.

5.3 - CANELA GAÚCHA

O mapa destaca o município de São Miguel do Oeste, com especial referência à comunidade alvo da pesquisa.



Inicialmente a comunidade tinha o nome de "Canela Furada", por causa de um pé de Canela grande localizado no centro e que tinha um furo grande no seu interior. Posteriormente, o vigário da Paróquia, que não havia gostado do nome, sugeriu "Canela Gaúcha", pois todos os moradores eram originários do Rio Grande do Sul. A comunidade aceitou e ficou estabelecido o nome de "Canela Gaúcha".

Os dados foram coletados em Canela Gaúcha, comunidade do interior de São Miguel do Oeste, localizada a 5 Km da cidade. Ela é composta de 90 famílias, sendo 64 proprietárias de terra e 26 não-proprietárias. A média de hectares por família, tomados exclusivamente os proprietários, é 18 hectares, portanto, ligeiramente acima da média municipal, que é de 15 hectares. As culturas predominantes são milho, soja e trigo e ainda há produção de suínos e leite. 90% dos produtores são integrados de alguma agroindústria.

Alguns produtores individualmente e outros em condomínio têm tratores e colheitadeiras, além dos equipamentos mais comuns que a maioria dos agricultores possui. Aproximadamente 20 famílias possuem alambiques para produção de cachaça para consumo próprio e venda para os vizinhos e amigos. A maioria das famílias tem produção caseira de vinho. O visitante nas famílias normalmente é recepcionado com um gole de cachaça ou um copo de vinho.

A maioria das famílias é de origem italiana e apenas seis famílias não são católicas.

A comunidade está implantando um projeto escolar diferente das escolas tradicionais. Por iniciativa municipal e com direta participação da comunidade, está sendo implantada a escola de 1º grau completo, através do projeto PERASMO (Projeto de Educação Rural de São Miguel do Oeste). As aulas ocorrem de manhã e de tarde com almoço coletivo nas segundas, quartas e sextas-feiras e nos demais dias os alunos ficam em casa ajudando os pais. Em vez de cinco meio dias, os estudantes freqüentam a escola por seis meio dias. Os professores são trazidos à comunidade nos dias de aula, pois residem na cidade de São Miguel do Oeste. A secretaria e a direção da escola estão centralizadas na prefeitura em São Miguel do Oeste e respondem pela coordenação e serviços burocráticos de várias comunidades ao mesmo tempo. O custo da educação é mais barato, tanto para o Estado, que apenas desloca os professores à comunidade, paga seus vencimentos e mantém o funcionamento administrativo único para várias escolas; também é mais barato para os pais que contam com os filhos em casa por três dias inteiros. Nos dias de aula, cada aluno leva algum mantimento para a cozinheira preparar o almoço coletivo. O processo ensino/aprendizagem, segundo constatações iniciais, também é vantajoso, pois, descansados, os estudantes se dedicam em 6 meio dias só ao estudo. A comunidade, que, em 1990, teve sua escola funcionando até a sétima série, está contente e otimista.

Canela Gaúcha tem uma igreja, um cemitério, um campo de futebol, um clube social (salão), um salão antigo (no porão do mesmo nos fins de

semana funciona a copa), uma quadra polivalente, duas salas de aula, um telefone, um moinho colonial e um bar.

5.4 - A TELENOVELA RAINHA DA SUCATA EM CANELA GAÚCHA

No primeiro contato, mesmo acompanhado por pessoa conhecida da comunidade, foi difícil localizar número suficiente de famílias, que assistem regularmente a telenovela. A impressão inicial foi de que a telenovela não é assistida por muitas famílias na comunidade. A igreja condena a telenovela, o que pode desmotivar seu acompanhamento. Numa família, o pai não estava quando foi apresentada a proposta do projeto. As mulheres e mesmo um jovem homem confirmaram que assistem a novela e se dispõem a responder as questões necessárias. Nisto veio o chefe da família. O jovem disse ser imprescindível falar com "o pai que decide estas coisas aqui em casa". Após expor nossa intenção, ele disse: "Aqui em casa ninguém assiste a telenovela". Com argumentação, em contatos posteriores, a família participou deste processo de pesquisa e tornou-se uma das unidades de observação mais interessantes, pois se percebiam as contradições e estavam expostas expressamente.

Nesta primeira visita, a desconfiança foi visível e a não compreensão da necessidade ou utilidade desta tarefa deixava os agricultores ainda mais encabulados. O acompanhamento de um conhecido da comunidade e a informalidade deste contato, que apenas visava um conhecimento mútuo para futuros trabalhos, ajudou a quebrar o gelo inicial. A metade das famílias expressava explicitamente a desconfiança, justificando o porquê (já foram ludibriados inúmeras vezes em oportunidades anteriores), o que foi um passo decisivo para quebrar esta barreira, pois a verdade e a disposição ao diálogo são vitais para o êxito de uma observação participante. Ninguém negou, mas nem todos confirmaram imediatamente a cooperação neste trabalho. O vereador da comunidade auxiliou para vencer esta desconfiança.

Numa segunda visita, a idéia da pesquisa sobre a televisão passava a ser familiar para as unidades pesquisadas. Porém, para conquistar a confiança da comunidade, foi decisivo o auxílio da escola, especialmente do diretor, que recomendou o trabalho, sem receio à comunidade. Um agricultor relatou que tinha a intenção de tocar o pesquisador da propriedade na próxima visita, mas a recomendação do diretor o convenceu. Até o final do trabalho, apenas uma família visitada, alegando estar com os avós - já velhinhos - em casa, e ter uma criança recém-nascida, sob pedido de escusas, solicitou para não ser alvo de entrevista. E, uma outra família, contactada apenas por um interlocutor da comunidade, também pediu para não ser pesquisada, devido ao difícil relacionamento entre o casal e, conseqüentemente, entre pais e os filhos.

Vencida esta primeira etapa, foi possível a realização do trabalho sem dificuldade e constatou-se que em torno de 70% dos moradores de Canela Gaúcha assistem a novela e o que parecia a grande facilidade inicial (encontrar famílias não-expostas à telenovela em número suficiente) transformou-se na dificuldade final.

Das 90 famílias residentes em Canela Gaúcha, 67 possuem televisão e 23 não têm aparelho de TV. Houve dois moradores que momentaneamente estavam com o seu aparelho de TV estragados, cujo conserto não era algo urgente. Isto expressa, que a televisão não é indispensável. Há casos, porém, em que a TV no horário da telenovela é desligada. A família desliga a televisão. Está expresso neste ato uma visão de mundo, uma hierarquização de valores, uma fuga ao "desvirtuamento" daquilo que está enraizado tradicionalmente, ou até uma melhor ocupação do tempo ou ainda um medo daquilo que marcadamente está "subvertido"⁵. As famílias pesquisadas fazem esta afirmação, demonstrando preocupação quanto ao futuro que poderá ser implantado a partir da exposição constante às mensagens televisivas.

A escolaridade das pessoas em evidência na pesquisa é basicamente o primeiro grau incompleto, ou seja, até a quarta série. Um casal nunca frequentou aula e alguns foram somente até a terceira série. Uma pessoa estudou até a primeira série do segundo grau, duas pessoas completaram a oitava série e havia jovens frequentando a escola da comunidade na quinta série, na sexta, ou na sétima série.

As famílias assistentes à telenovela raramente perdiam um capítulo. Apenas quando um fato anormal (morte, reunião inadiável, trabalho extra, relâmpago e raio muito forte) ocorria, a televisão não era ligada neste horário. E quando um capítulo não podia ser assistido por todos, alguém ou alguns integrantes eram assistentes e depois relatavam os episódios para as outras pessoas da família.

Durante parte do mês de agosto e todo o mês de setembro, o horário da propaganda política gratuita (eleições de 3 de outubro para governador, senador, deputado federal e deputado estadual) retardou o início da novela em uma hora, trazendo dificuldades para o agricultor, acostumado a levantar cedo de manhã, assistir regularmente a novela. Já no mês de outubro, com o fim do horário da propaganda política gratuita e com a introdução do horário brasileiro de verão - a novela estava antecipada em duas horas, dificultando a assistência regular da telenovela. Apesar deste fator um pouco adverso quanto ao horário, as famílias assistentes não perdiam o fio condutor da telenovela. Se nem sempre e nem todos assistiam regularmente a telenovela, a maioria não perdia os capítulos de "Rainha da Sucata".

5 *Subversão é entendido como a adoção de práticas não previstas convencionalmente no relacionamento humano. Furar o bloqueio das normas vigentes e da ordem estabelecida, seja na área da moral, da economia, da política, dos costumes, é subverter a ordem, considerada natural, dos acontecimentos sociais dos homens.*

Habitualmente, a televisão já estava ligada enquanto eram apresentadas as novelas anteriores. Porém, os serviços com a criação e da casa não permitiam a todos o acompanhamento detido dos capítulos e muitas vezes este era o horário do chimarrão em que eram comentados os assuntos da lavoura, da vizinhança, da escola e da comunidade. O Jornal Nacional era o horário da janta e de lavar a louça - serviço das mulheres - para, em seguida, estar prontas e acompanhar os capítulos de "Rainha da Sucata". Os homens se interessavam sobre notícias de guerra, de futebol, mas isto podia ser visto durante a janta. Casos de violência ou casos sentimentais, envolvendo, por exemplo, um velhinho ou uma criança também eram acompanhados e, caso necessário, uns pediam silêncio aos outros. Se, eventualmente, na hora do início do primeiro capítulo da novela, as mulheres não estivessem prontas com a arrumação da mesa, fogão e lavar a louça, este serviço era interrompido até o primeiro intervalo comercial.

Em todas as casas, a televisão estava situada em lugar privilegiado da sala: num móvel especial ou mesa bonita e bem arrumada, em cima de peças de crochê com as bordas penduradas para os lados, o que dava o toque do enfeite desejado. Sobre a tv também havia peças bordadas ou um animal de estimação de plástico ou gesso. Um vaso de folhagens ou folhas plásticas, um calendário (normalmente com a fotografia dos quintuplos de São Miguel do Oeste), a moldura da foto da família ou do casal, a fotografia do Grêmio, a moldura de um santo, um crucifixo, até o chifre de um boi, a estátua de nossa senhora com o rosto voltado para o vídeo enfeitavam o ambiente ao lado da televisão e nas paredes do lado ou acima. O televisor pode ser visto do pátio ou corredor de entrada e é o retrato do valor e importância com o qual o visitante se depara logo ao entrar na casa. A televisão é informação e confere status, segundo observou Leal (1986) em seu trabalho na periferia de Porto Alegre.

Na hora de assistir a novela, a mãe detinha o lugar privilegiado: no sofá ou cadeira boa, reto em frente à televisão. As filhas sentavam ao lado e os filhos na posição seguinte. O pai normalmente sentava-se de frente para a porta e de lado para o televisor. Em caso de visita inesperada, queria dar a impressão, segundo as mulheres e filhas confidenciaram posteriormente, de que não estava assistindo a novela, no entanto, ficava o tempo todo com os olhos virados para o desenrolar dos acontecimentos envolvendo os personagens Edu, Maria do Carmo e outros. Aumentava-se o volume da televisão e o silêncio estava instalado. Todos atentos. Às vezes, surgia um comentário, condenando Renato Maia, Marina e outros personagens pelo seu liberalismo. Alguém comentou uma atitude autoritária de Laurinha: "esqueceu que estava pobre". Nos momentos cômicos, as risadas altas alternavam com risadas silenciosas. O "merchandising" do Itaú foi percebido, seguido de um comentário. Numa casa, as filhas comentavam com o pai que a revista "Contigo" divulgou que a Laurinha iria se jogar do prédio e morrer na novela, o que depois aconteceu. Noutra casa, no dia seguinte, um filho explicou aos pais

durante a janta, antecedendo a novela, que a Laurinha havia se jogado do prédio.

Houve a mãe que xingou Renato Maia. Já o pai, quando a personagem da novela, Ângela, estava dizendo que Renato enforcou sua irmã com meia de Nylon, disse: "Te cuida que vais ser a próxima". A novela era acompanhada emotivamente com euforia e tensão em algumas casas.

Caminhando pela estrada em Canela Gaúcha, na hora da novela, percebeu-se em várias casas, no verão, as pessoas sentadas no pátio ou no corredor de costas para a rua e de frente para o vídeo, ou seja, as pessoas ficam de costas para o seu mundo real na comunidade e ficam na fantasia neste horário. As pessoas esquecem suas dificuldades, o seu trabalho, a sua vida simples e pacata e soltam a fantasia, vendo na TV pessoas bonitas, bem vestidas, que falam bem e que têm casas e carros bonitos. A fantasia permite ao telespectador se imaginar neste mundo ideal, desejado. Em outras palavras, como diz Deonilda da Silva, "a telenovela é um liquidificador. O trabalhador pode estar com fome, sede, dor, cansado, triste, tenso, inseguro... mas na hora da novela tudo é misturado e ele esquece todos estes problemas e vive a fantasia do mundo dos ricos" (1987: 21).

A fantasia não tem limites. As professoras que trabalham na comunidade são casadas, porém tem suas fantasias. Elas comentam seguidamente entre si a telenovela e num descuido, uma professora satirizou o personagem (caminhoneiro) considerado bonito por elas, que provavelmente a outra professora escolheu para si como o par ideal. Quando eu quis questionar este fato, as duas desconversaram, dizendo que "não foi nada" e "é besteira dela".

Já nas famílias não-assistentes, a televisão não é um relógio determinante da seqüência das atividades (hora de parar de trabalhar, hora da janta, hora de silenciar e assistir a telenovela). As atividades fluem mais espontaneamente. Enquanto for dia claro, se trabalha. Os rapazes aproveitam e, às vezes, jogam futebol ao anoitecer. Na hora do chimarrão, janta e depois da janta o diálogo não direcionado, sobre acontecimentos do dia na família e comunidade seguem naturalmente. Não raro, depois da janta, pessoas da família fazem leituras e são realizadas orações em conjunto. Há o caso de uma família que reza o terço todo o dia de joelhos depois da janta. Normalmente, as famílias não assistentes da telenovela vão dormir mais cedo (a hora de ir dormir não é determinada pelo fim da telenovela) e de maneira um pouco mais freqüente visitam-se entre vizinhos para conversar, beber vinho ou tomar chimarrão.

As famílias não assistentes à telenovela apontam várias razões para a não exposição: a novela rouba tempo; a pessoa fica fanática; tira o tempo da janta tranqüila, da oração, da conversa, do trabalho, do estudo, da catequese; a falta de dinheiro para comprar televisor; traz vícios; prejudica as crianças; não gostam e não atribuem valor à TV.

Com estas constatações os teóricos da Escola de Frankfurt já têm suas afirmações colocadas em cheque. Ainda que as famílias expostas à TV, procurem não perder nenhum capítulo da novela em função dos fortes apelos

às emoções, as leituras das mensagens são diferenciadas. A standartização e padronização da ideologia dominante não acontece. As famílias que decidem não se expor à telenovela também desqualificam a idéia da homogeneização anunciada por Horkheimer e Adorno. A subjetividade humana permite muitas e não apenas uma única interpretação da realidade que a televisão veicula.

5.4.1 - NÃO ASSISTENTES

As pessoas não assistentes nada ou muito pouco sabem da novela. Algumas lembram do nome que esporadicamente ouviram de alguém ou no rádio. Consideram que a telenovela não traz vantagens e é melhor ocupar o tempo e atenção em coisas mais importantes que fazem parte do dia-a-dia. Dizem que a novela só é ilusão e ensina escândalos para os telespectadores, desvirtuando o mundo e desunindo famílias. Há também aquelas que afirmam ser bom assistir a novela para estar por dentro do que se passa pelo mundo dos ricos, das pessoas da cidade, dos poderosos da novela.

De forma parecida, como os assistentes, os não assistentes da telenovela condenam a ganância, a mentira, o roubo e o autoritarismo de Renato Maia e de Laurinha. De forma quase unânime, a personagem Nicinha, que quer ser a outra (a outra mulher - amante - dos homens casados), e seus amantes são condenados. Há simpatia por Maria do Carmo, que, na novela, é uma mulher que trabalha e luta como sucateira e consegue subir na vida, chegando a ser promissora empresária.

As atitudes de Edu, de forma geral, também são aprovadas. Em suma, os dois grupos classificam os personagens entre o bem e o mal, seguindo a linha oficial da classe dominante, dos meios de comunicação social e da igreja. O "bem" é ser correto, obedecer os pais, os patrões, as autoridades, trabalhar, não fazer mal e não desejar mal a ninguém, estudar e praticar atos de generosidade. Ao contrário, o "mal" é ser violento, preguiçoso, não obediente, furtar, prejudicar as outras pessoas, ser ganancioso, enfim, não se enquadrar nas "normas-padrão" estabelecidas e vigentes na sociedade. O "bem", sem buscar as raízes, é aprovado. O "mal", sem preocupação com as causas, é condenado. Os conceitos vêm-se implantando nas pessoas ao longo de sua história de formação: família, escola, igreja e sociedade. A telenovela é uma expressão simbólica da sociedade e os telespectadores manifestam suas opiniões neste mundo da simbologia, representando o real.

5.4.2 - ASSISTENTES

O grupo de famílias assistentes aponta as seguintes razões para assistir a novela: curiosidade; passa-tempo; é interessante e bonita; é uma distração e forma de se desligar deste mundo complicado; assistir sempre a seqüência, pois a TV prende.

Este grupo afirma que a telenovela dá bons exemplos, ao lado da ilusão e dos maus exemplos. As brigas e desunião são citados como aspectos

negativos, mas dizem que a novela é uma distração, uma forma de relaxamento. O exemplo de luta e trabalho de Maria do Carmo é apontado como fato positivo e a exploração sexual de Nicinha, como negativo. É considerado aspecto bom da telenovela o fato de mostrar a realidade dos ricos e como eles exploram. As informações úteis e os exemplos de amor são ressaltados como elementos bons da novela. Já os palavrões, as trocas de parceiros, com constantes casamentos e separações e o sexo muito expresso, são condenados. A novela é uma forma de divertimento, ressaltam os telespectadores reiteradamente. Por exemplo, o professor gago e a bailarina de cocha grossa (Adriana) foram citados simpaticamente por uma família (seguiram-se risadas espontâneas).

As filhas das famílias assistentes começavam a imitar as atrizes da telenovela, especialmente Maria do Carmo: a franjinha do cabelo, a maquiagem carregada e a saia justa. As atitudes menos repressivas em bailes, danças e festas também passaram a ser uma realidade. Ainda que não possam ser atribuídos como resultados exclusivos do processo educacional da telenovela, esta teve uma influência sobre estes novos comportamentos. Os hábitos dos personagens são imitados, especialmente quanto a liberdade sexual com múltiplas relações. Há casos conflituosos na comunidade e separações de casais porque os cônjuges estão relacionados com outros pares fora do casamento.

O esquema, a seguir, resume o primeiro objetivo e confirma que a telenovela muda alguns hábitos cotidianos no relacionamento familiar e comunitário. O dia-a-dia de quem assiste a telenovela começa a ser diferente.

NOVOS HÁBITOS DAS FAMÍLIAS EXPOSTAS E NÃO-EXPOSTAS EM CANELA GAÚCHA, SC TENDO A NOVELA COMO PARÂMETRO DE AVALIAÇÃO - (Outubro de 1990)

FAMÍLIAS EXPOSTAS	FAMÍLIAS NÃO-EXPOSTAS
1- Antecipam o serviço, janta ou oração e/ou adiam a hora de dormir	1 - Seguem o relógio natural (sol)
2 - A TV tem lugar de destaque e está enfeitada	2- Imagem de Santo é o destaque na casa
3 - Rito para assistir a novela; pessoas têm lugar fixo; há silêncio; e mais volume na TV	3 - Priorizam futebol, leitura, oração e dormem mais cedo
4 - Nos comentários julgam as atitudes dos personagens	4 - Conversam mais sobre a propriedade comunidade
5- As pessoas ficam de costas para a rua e liberam suas fantasias	5 - Visitam vizinhos mais frequentemente
6- Sabem detalhes da novela	6 - Nada ou quase nada sabem sobre a novela
7 - Razões para assistir: curiosidade, passa-tempo e distração	7 - Razões para não assistir: falta de dinheiro para comprar televisão e a telenovela nada tem de bom
8- Apontam bons exemplos e condenam maus exemplos	8- Temem os maus exemplos
9- Imitam personagens (cabelos, roupas, liberalismo erótico, separações)	9- De forma indireta (rádio, amizades) são influenciadas para adotar novos hábitos

Fonte: Os dados da pesquisa

Este quadro expressa que as diferenças básicas de um para outro grupo são os horários para a programação das atividades diárias. Para as famílias expostas à telenovela, o aparelho de TV assume uma espécie de papel de relógio. As famílias não expostas à televisão seguem hábitos mais tradicionais, como visitas, orações, práticas esportivas e conversas em torno de questões genéricas que as afeta na família e comunidade.

A disputa pela hegemonia na sociedade, na visão de Gramsci, se dá também pela implantação dos novos hábitos. A ideologia proposta por quem tem o controle dos meios de comunicação procura ser determinante das atividades diárias daqueles que se procura controlar. Ocorrem imitações dos personagens da novela nos cabelos, nas roupas e no relacionamento amoroso com outras pessoas. Estes dados mostram aspectos afirmativos de Horkheimer et alii (1978), dizendo que aqueles que pretendem controlar as opiniões e crenças de nossa sociedade cada vez menos utilizam a força física e cada

vez mais a persuasão em massa. Esta é uma forma de reprodução, ainda que modernizando com caráter conservador, da ordem social mais ampla.

Por outro lado, Milanesi (1978) constata em Ibitinga - SP a busca de novas informações por parte da população, que assiste, vibra e participa das inovações. Este processo de dialeticidade e de dinamismo do cotidiano faz desenraizar hábitos preconceituosos, autoritários e excludentes cristalizados por séculos e que a população já considera necessários e naturais. Se de um lado, a mudança dos hábitos vem de encontro aos interesses dominantes - especialmente quando estes novos hábitos são propostos pelo grupo hegemônico - de outro lado, transforma uma era milenar, lançando as pessoas para novas buscas e novas criações que poderão ser importantes na construção de uma outra ordem social.

5.5 - A TELENOVELA INTERFERE NA PARTICIPAÇÃO SOCIAL

Para captar como se dá a participação social inicialmente foram tomados relatos sobre a forma de realização dos eventos no passado. Posteriormente foi feito um levantamento dos eventos sociais que ocorrem atualmente na comunidade de Canela Gaúcha e através de entrevistas e observações foi analisada e comparada a participação dos grupos expostos e não-expostos à telenovela.

Tomados os relatos da participação em eventos sociais no passado na comunidade de Canela Gaúcha constatamos que as pessoas se visitavam freqüentemente na vizinhança e em toda localidade. A primeira professora da comunidade diz:

"Aos domingos todos reuniam-se em uma casa para fazer orações e dialogar sobre a melhoria nas condições de vida , até que foi formada a sociedade comunitária e construído um pavilhão para os encontros religiosos, comemorar aniversários, dançar ao som da gaita, fazer roda de chimarrão, jogar baralho."

Mais adiante ela continua:

"Os vizinhos tratavam-se muito bem, havia consideração e muita amizade, visitavam-se com freqüência ao meio-dia (na hora da sesta) e à noite no "serão" e nestes encontros comentavam as dificuldades como também planejavam, contavam fatos passados, jogavam baralho, não faltando a cuia de chimarrão. O encontro especial passou a ser aos domingos, no pavilhão, com hora de oração."

A mesma moradora pioneira contou o seguinte "serão" (conhecido como "filó" na Serra Gaúcha):

"No dia 23 de junho de 1946, vovô João mandou recado aos quatro vizinhos, que, juntamente com ele, formavam a pequena comunidade, convidando-os para um "serão" em sua casa naquela noite, pois acabava de construir uma área ao lado da casa, coberta com folhas de palmeira, para acolher os vizinhos que costumavam visitá-lo com frequência, por ser o homem mais idoso do lugar. Ao anoitecer, noite estrelada com muito clarão pela lua cheia, bastante frio, os vizinhos foram chegando, eram adultos, jovens e crianças. Todos foram muito bem recebidos pela família. Havia cepos de madeira serrados, que serviam de cadeira e todos sentados em forma de roda enquanto a cuia do chimarrão ia passando de mão-em-mão, erva caseira muito gostosa. Muitos contavam histórias alegres e havia muita risada. Falavam das dificuldades que enfrentavam: falta de transporte, estradas e comércio, das roupas cheias de remendos que usavam sem ter meios de comprar outras, de seu calçado feito por eles mesmos, com lona de pneu e umas tiras cruzadas. Mostravam muita preocupação, mas, cheios de esperanças, aguardavam por dias melhores. De repente, o ambiente tomou outro aspecto, quando vovó Ana foi servindo pipoca com melado e batata assada. Uma gostosura, pois na época era o que tinha de melhor. Lá pelas tantas alguém lembrou que era noite de São João e vovô, fingindo de esquecido, falou que era dia de seus anos, 76 anos de vida. Foi quando a alegria dobrou. Ele recebeu abraços e cantou-se parabéns e todos dançavam em homenagem ao aniversariante. Os jovens e as crianças resolveram fazer fogueira de São João. Recolheram lenha e em pouco tempo o fogo estava a um metro de altura e todos se aproximaram da fogueira. Enquanto o fogo ardia, as mulheres ferveram caldo de galinha-da, com muita carne e foi servido em todos os pratos, acompanhado de fatias de pão de milho, tudo muito gostoso. O "serão" está prá ninguém botá defeito - disse vovô. A fogueira estava já virada em brasa, o velhinho espalhou as brasas, tirou as alpargatas dos pés, fez o sinal da cruz e passou por cima do braseiro, quase dois metros de brasa, pé-por-pé, sem se queimar. Todos ficaram admirados, mas pela insistência do vovô muita gente repetiu este gesto, sem queimar os pés. Diziam que era reflexo da fé e proteção de São João. Já era madrugada e todos tomados pelo sono e cansaço despediram-se, retornando para suas casas."

Um outro morador cita que as serenatas no passado eram frequentes em noites de luar para amigos e vizinhos em acontecimentos especiais. Ele também diz que os filhos até 12 ou 13 anos só viviam junto dos pais. Podiam frequentar bailes a partir dos 18 anos.

Outra pessoa relatou que no passado havia mais interesse em participar nas questões comunitárias do que hoje. Disse que as famílias se visitavam mais de noite, tomavam chimarrão, conversavam, dialogavam, planejavam, discutiam assuntos de interesse deles, mais acentuadamente do que hoje. Os

bailes eram raros, aos domingos de noite. Começavam e terminavam mais cedo e tinha uma comissão de ordem para controlar os comportamentos.

Morador antigo e que hoje permanece como destacado líder da comunidade de Canela Gaúcha disse que no passado não havia bailes como hoje em dia:

"Nós, naquela época, quando chegava o fim de semana, sempre dávamos um jeito de ter alguém de aniversário. Não se colocava estes bailes públicos que hoje se vê, com aquele monte de gente. Nós se reunia, 7 ou 8 vizinhos: pegava 10 ou 12 famílias, uma gaita, um violão e nós lá se reunia e era fandango véio até de madrugada. Só na base da amizade. Quando chegava perto da madrugada, conforme a surpresa, até eu já tenho organizado algumas dessas ali, preparava na semana os doces, as cucas, sem o aniversariante saber, quando era aniversário sério, porque muitas vezes se fazia para dar risada e brincar, prá poder dançar. Então, quando era na casa do aniversariante, já levava o cesto pronto de doces e cucas e tirava o cara da cama e fazia aquela festa. Este tipo de festa acontecia uma vez por semana, quando não era duas vezes por semana. Só era entre amigos, vizinhos e conhecidos. Gente estranha não podia participar. Às vezes também se passavam 15 dias de uma para outra festa. Além disso, os vizinhos se reuniam muito em roda, contando causos e tomavam café ou chimarrão. Quando se passava talvez dois dias sem visitar o amigo, ou o vizinho, parecia que faltava alguma coisa. Quando um vizinho tinha uma coisa o outro também tinha que ter. Quando vizinho carneava um porco, além de mandar um pedacinho de carne pro vizinho, convidava para comer torresmo e tomar chimarrão e uma pinga com o companheiro. Era sempre considerado o primeiro vizinho o maior parente que a pessoa tinha. Havia também grupos de dança aqui na comunidade e na festa dos reis se visitavam os moradores, cantando e o grupo sempre foi aumentando. O canto de saudação começava assim:

Meu senhor dono da casa
meu senhor dono da casa
Faça o favor de abrir a porta ai, ai...

Depois todos faziam uma grande festança."

O mesmo morador também relatou a ida à missa em São Miguel do Oeste aos domingos, sem exceção, normalmente a cavalo.

Nas obras comunitárias, construção do clube ou igreja, todas as pessoas participavam ativamente. Os chamados da comissão construtora eram atendidos imediatamente, sem questionamento.

Atualmente, todas as ações, que impliquem em dispêndio de tempo e energia, no relacionamento com os vizinhos ou com a comunidade, são racionalizadas e refletidas, sob um ponto de vista muito individualista. A pergunta que se faz é: "O que eu ganho, prestando esta ajuda?" As pessoas

andam muito preocupadas com suas atividades econômicas na lavoura (os ganhos ano-a-ano ficam mais minguados) e procuram se retirar para o seu mundo isolado e das fantasias nas horas de folga. À ajuda prestada a um vizinho, normalmente, é exigido pagamento. O mesmo ocorre na comunidade: quando é possível cobrar, se faz a cobrança. A doação por uma causa comum ou por auxílio a um vizinho torna-se rara.

As visitas entre vizinhos ainda ocorrem, mas são mais raras. Estas visitas normalmente hoje têm uma pretensão: pedir uma ajuda, uma informação, vender ou comprar algo. Passam semanas sem visitas na vizinhança. Eles se encontram nos fins de semana nos encontros coletivos da comunidade. Os chamados "serões" estão desaparecidos. As festanças, entre vizinhos, com gaita, violão e canto não existem mais. Os músicos precisam se legalizar e cobrar taxa. Igualmente estão mais raras as orações, os cantos, junto com o diálogo na família.

Dos cultos e missas dominicais a maioria ainda participa, mas se percebe que as famílias colocam a participação destes encontros como algo facultativo. Se chover muito, se for muito frio, se houve baile na noite anterior, só vai ao culto quem quer.

As diversões tornaram-se mais massificadas. Preferem-se jogos em evidência na mídia. A sinuca na bodega, o vôlei e o futebol aparecem nos noticiários e em episódios de novelas. Estes são os jogos procurados. No futebol, quando um jovem desempenha bem este esporte, ele tem que ser buscado e levado para casa e muitas vezes exige dinheiro para jogar. Um morador afirmou: "Não sei se é o capital; parece que o Deus dos homens é o dinheiro" Nos bailes, é comum alguma desordem, com exageros na bebida e comportamentos provocativos a mulheres, além de furtos que pessoas fazem. Não há mais confiança como no passado.

Os horários dos bailes foram alterados. Hoje os bailes iniciam às 11 horas da noite e terminam às 4 ou 5 horas da manhã.

O padre da paróquia de São Miguel do oeste disse que em várias comunidades as reuniões, grupos de reflexão ou outros acontecimentos que reúne algumas pessoas para uma atividade conjunta são realizados antes ou depois da novela, pois é exigência dos fiéis. Não raro, a paróquia avisa pelo rádio que a missa ou reunião começa depois da novela. A telenovela da Globo passa a ser o relógio dos agricultores, mesmo dos não assistentes. A televisão ocupa espaços, anteriormente preenchidos de outra forma.

Na comunidade, em pleno dia de semana, foi realizada a missa da primeira comunhão de crianças, cujo acontecimento, no passado, era um dos mais significativos da vida da pessoa. Nem a metade das pessoas da comunidade esteve presente (o trabalho na lavoura foi, na hierarquia de valores, considerado mais importante). Não houve anjinhos, nem houve vestidos brancos e nem festa posterior. Foram feitas fotos e entrega de presentes (um tigre de mármore de boca aberta e um pote para colocar açúcar) para a catequista.

5.5.1 - OS EVENTOS SOCIAIS

Em Canela Gaúcha, os eventos sociais se resumem em missas, cultos, grupos de reflexão (organizados pela igreja para refletir e debater em torno de um tema social, cultural, econômico ou político e que está relacionado com a bíblia), reuniões comunitárias (são feitas avaliações, discussões e tomadas decisões sobre assuntos que dizem respeito a vida de toda comunidade), reuniões do Conselho de Pastoral (tratam das questões relacionadas às diversas pastorais existentes na paróquia e comunidade), reuniões da escola, reuniões da coletiva jovem, reuniões e recreação do clube de mães, reuniões esportivas e as promoções como futebol, vôlei e sinuca, festas, bailes, reuniões do Sindicato dos Trabalhadores Rurais, da Cooperativa Agropecuária e da Cooperativa de Crédito Rural de São Miguel do Oeste, ou da assistência técnica da Prefeitura, e Acaresc (Associação de Crédito e Assistência Técnica Rural do Estado de Santa Catarina), comícios e reuniões de movimentos populares (são raras - apenas as dos sem-terra e das mulheres agricultoras funcionaram certo período reivindicando, respectivamente, terra para trabalhar e um conjunto de direitos, que as colocaria, segundo as mulheres, em condições de cidadania e igualdade com os homens - saúde, aposentadoria e condições jurídicas para responder pelos filhos, pela produção, pela propriedade no comércio, Bancos, escolas e clubes da mesma forma como os homens). Podemos incluir, ainda, as raras visitas informais entre vizinhos.

Constatou-se que tanto assistentes como não assistentes à telenovela participam de todas estas reuniões, quando são diretamente envolvidos. Os "serões" não ocorrem mais e as visitas entre vizinhos são raras. Algumas pessoas não participam do esporte, porque não simpatizam com estas práticas desportivas. Não participam da Cooperativa porque não são sócios. Na escola, não tendo filhos em idade escolar, deixam de participar.

Os comícios recebem alto índice de rejeição. 11 das 19 famílias entrevistadas - seis não assistentes e cinco assistentes - não participam em comícios, alegando que não gostam de política, ou que a política é suja, os candidatos prometem e não cumprem ou porque não querem se incomodar.

Já os movimentos sociais não têm tradição na comunidade. As reuniões das mulheres ou dos sem-terra aconteceram provavelmente por incentivo da Igreja ou do Sindicato dos Trabalhadores Rurais, mas a maioria das famílias não se lembra destas reuniões. Nas reuniões dos jovens, há também em torno de 30 % de ausentes na comunidade. A participação é opcional, o que faz com que muitos se retraiam e fiquem em casa.

Nos demais tipos de eventos sociais todos participam, salvo situação excepcional. Os entrevistados acham que têm compromisso, em primeiro lugar, com a igreja, aparecendo a comunidade em segundo plano. É uma

forma de se manter atualizado em torno dos acontecimentos da comunidade e trocar experiências, dizem.

Em torno de 60% dos entrevistados respondeu que a telenovela faz com que menos pessoas participem das reuniões e outros eventos sociais. O bar, localizado no centro da comunidade, foi obrigado a fechar na hora da reunião dos jovens porque houve jovens que ficavam assistindo a novela em vez de ir à reunião. No entanto, mesmo afirmando a limitação da participação das pessoas em eventos sociais por causa da telenovela, os fatos não comprovam isto. A comunidade, de um modo geral, conta com a presença de todos os seus membros nos acontecimentos coletivos importantes, sendo assistentes ou não assistentes da telenovela. Porém, a telenovela expressa seu poder de interferência, quando altera os dias e as horas das reuniões. Raríssimas são as reuniões ou eventos que ocorrem de noite. À noite, normalmente uma vez por mês, ocorre uma reunião de jovens; esporadicamente é realizada uma promoção esportiva e os comícios, no período da campanha, normalmente são realizados em período noturno. Os bailes começam antes da meia-noite, mas têm seu término na madrugada e a maioria das reuniões ocorre aos domingos após o culto. Às vezes são três ou quatro entidades que realizam seus encontros um após o outro, de forma rápida, em que as pessoas procuram se desvencilhar dos seus compromissos semanais. Os eventos coletivos, que antes ocorriam de noite, agora têm aos domingos o dia de sua efetivação, incluindo igreja, escola, clube, sindicato etc.

E as reuniões de assistência técnica são realizadas às 14 horas em pleno dia de serviço. As famílias, de noite, preferem ficar em casa. Ou, "ficam em casa para sair de casa", ou seja, vagar pelo mundo através da televisão para saber o que os outros fazem, pensam e como se relacionam sentimentalmente com as demais pessoas. Se, por um lado, é uma forma de ser individualista, por outro lado, é uma maneira de se socializar com os acontecimentos mundiais, com o belo, com o fácil, através da televisão.

Os acontecimentos são sociais. Uns são envolvidos pelos outros. As mudanças dos dias, dos horários e dos eventos sociais ocorrem na comunidade, sendo que as decisões são tomadas pelo grupo hegemônico, ou seja, o conjunto de pessoas que tem a maioria ou conquista e convence a maioria, através de seus argumentos, para adotar as medidas desejadas por este grupo. Mesmo que a televisão e a telenovela não sejam os únicos fatores determinantes destas alterações, o vídeo influencia as pessoas, direcionando mudanças no dia-a-dia. O fim dos "serões" e o acúmulo de reuniões aos domingos após o culto tem nas telenovelas uma boa dose de interferência.

O quadro a seguir sintetiza o segundo objetivo específico:

PARTICIPAÇÃO DAS FAMÍLIAS NO PASSADO E NO PRESENTE - EXPOSTAS E NÃO EXPOSTAS - NOS EVENTOS SOCIAIS - (Outubro de 1990)

CONTEÚDO NO PASSADO	CONTEÚDO NO PRESENTE	
NÃO HAVIA TV AINDA	EXPOSTAS	NÃO-EXPOSTAS
1 - Visitas com vizinhos e orações eram constantes	1 - Visitas estão quase desaparecidas	1 - Visitas são raras
2 - Havia serões, cantos, músicas e diálogos.	2 - Não há mais serões	2 - Não há mais serões
3 - Havia serenatas e festa de reis	3 - Procura-se jogos com bebidas divulgados pela TV	3 - Jogos difundidos, com bebidas, são procurados
4 - Filhos até 13 anos só saíam com os pais	4 - Filhos têm mais liberdade	4 - Filhos têm mais liberdade
5 - Havia interesse vivo em questões comunitárias	5 - Nas ajudas de vizinhos e na comunidade se exige pagamento	5 - Exige-se pagamento quando há solicitação de ajuda
6 - Havia cooperação e compreensão	6 - As pessoas são individualistas	6 - Há mais individualismo
7 - Bailes eram raros, terminavam cedo e tinha Comissão de Ordem	7 - Os bailes são realizados em madrugadas e são liberais	7 - Os bailes são em madrugadas e há liberalismo
8 - Ninguém faltava em missas e /ou cultos	8 - Nos cultos e missas a participação é facultativa	8 - Na igreja a participação é facultativa
9 - Reuniões eram realizadas à noite	9 - Reuniões são realizadas aos domingos	9 - Reuniões aos domingos (são obrigados a concordar com os demais)
10 - Todos participavam das reuniões	10 - A participação de jovens é menor	10 - A participação de jovens nas reuniões é boa
11 - Seguiam orientação política da comunidade, com orientação do líder (prefeito, padre, etc...)	11 - Comícios e movimentos têm alto índice de rejeição	11 - Comícios e movimentos têm alto índice de rejeição

Fonte: Dados da pesquisa

Neste quadro percebe-se que no passado o relacionamento entre as pessoas era mais fraterno, mais amigável e mais cooperativo. As famílias se encontravam mais constantemente, trocando experiências, ajudando-se mutuamente e realizando festas em conjunto. Os comportamentos das pessoas eram mais rigidamente controlados, dentro dos padrões vigentes na época, tanto em família como também nos acontecimentos sociais. O líder local (prefeito ou padre) tinha a última palavra em política e todos cumpriam as ordens emanadas. Já no presente as famílias ficam mais em casa, assistindo TV. A ajuda na vizinhança é analisada sob o ponto de vista da vantagem própria. As reuniões se realizam basicamente nos fins de semana. Os esportes preferidos são os que estão em evidência na TV. As atitudes das pessoas não passam por controles tradicionais. Quanto aos eventos sociais, não há subs-

tanciais diferenças entre as famílias assistentes e as famílias não-assistentes. Nos acontecimentos coletivos uns dependem dos outros. Mesmo assim, o quadro mostra que as famílias não-expostas à telenovela participam um pouco mais dos encontros e atividades esportivas à noite e se visitam com uma constância um pouco maior do que aquelas que ligam a televisão todas as noites e que permanecem em casa.

Cumprindo este objetivo proposto pelo trabalho, observa-se que a Escola Frankfurtiana está equivocada ou, no mínimo, deve ser relativizada, quando afirma que milhares de pessoas estão submissas às concepções de mundo dos detentores do capital e poder. A indústria cultural, onde a telenovela se enquadra, de acordo com Adorno e Horkheimer (1978) é um divertimento administrado com estandarização das obras culturais, caminhando no sentido da padronização das consciências. Na comunidade estudada isto não ocorre. Como as diferenças entre as famílias assistentes e as não-assistentes à telenovela não são substanciais em Canela Gaúcha, no que se refere aos eventos sociais, as afirmações de Leal (1986) de que as telenovelas não padronizam as ações humanas se evidenciam e servem de contraponto, contestando os Frankfurtianos. Também Lins da Silva (1985) constatou em pesquisa que a televisão (fez estudos sobre o Jornal Nacional) não direciona a realidade brasileira. A classe trabalhadora, em inúmeras ocasiões, é crítica e os efeitos das mensagens não são uniformes, negando aspectos da manipulação absoluta. Segundo afirma Lins da Silva todas as pessoas que entram em contato com a realidade social constroem representações desta realidade em suas cabeças. Cada um forma juízos de valor a respeito do mundo, suas personagens, acontecimentos e fenômenos e acredita que esses juízos correspondem à "verdade". A estandarização em Canela Gaúcha não está ocorrendo.

5.6 - A DIVULGAÇÃO DO PRODUTO LEVA AO CONSUMO

Tendo como objetivo fazer um levantamento dos produtos anunciados na telenovela e dos consumidos pelas famílias para descobrir se a exposição à TV direciona e intensifica o consumo, confirmou-se também em Canela Gaúcha o velho ditado popular "a propaganda é a alma do negócio".

Foi feito um levantamento dos produtos comprados e consumidos nos dois últimos anos - 1989 e 1990. As dificuldades financeiras destes dois anos não permitiram aos agricultores fazer volumosas compras, mas é possível perceber a existência da relação anúncio/consumo. As empresas, onde normalmente foram feitas as compras, forneceram alguns dados e informações. Há empresas que não possuem controle numérico das vendas e outras restringem informações, alegando segredo profissional, cujos vasamentos poderiam favorecer seus concorrentes. Mesmo assim foi possível traçar uma tabela com as vendas feitas por algumas empresas, comparando-se produtos

que tiveram anúncios na hora da novela e outros similares que não tiveram anúncio.

As empresas que forneceram estes dados e informações foram a Cooperativa Agropecuária, Comercial de Ivo Rech, Comercial Piazza, Baldissera, Farmácia Vitória e Farmácia do Sesi, Casas Vitória e Casas Leve. Os dados referem-se sempre aos primeiros 10 meses de 1990.

Os responsáveis pelas vendas da Cooperativa foram taxativos na afirmação de que os anúncios influenciam as vendas. Não fazer anúncios nos meios de comunicação, para eles, representa não vender ou vender menos produtos. Forneceram, via computador, uma listagem de produtos vendidos que confirmam os efeitos dos anúncios, pois exatamente os artigos mais veiculados pela televisão foram os mais vendidos (veja quadro abaixo).

Já a Comercial de Ivo Rech teve um período de três meses de intensa venda da botina "Zebu" de Uberlândia - MG, que foi lançada pela televisão em horário nobre (Jornal Nacional e telenovela). Sem anúncio em rádio - apenas na TV - agricultores e motoristas de São Miguel do Oeste compraram 400 pares destas botas em três meses, quando a venda normal neste período seria em torno de 40 pares apenas.

Casas Leve anunciava sua empresa e produtos em promoção 34 vezes ao mês em horário nobre e incluindo outros horários chega a 400 inserções por mês (em algumas, patrocina uma promoção e apenas é citado o nome da empresa). O gasto mensal (outubro/90) chegou a Cr \$ 700.000,00, mas é o que proporciona à loja um ganho maior, segundo o proprietário. Enquanto outras lojas estão vazias neste período de crise, Casas Leve tem dificuldade de conseguir estoque suficiente de chinelos Rider, sandálias Azaléia e calça Jeans, por exemplo. Casas Vitória confirmou estes mesmos procedimentos com resultados semelhantes.

As farmácias citaram que o "Melagrião" deixou de ser vendido depois que pararam as propagandas. Em seu lugar apareceu um produto idêntico "Caliptu mel", em torno do qual foi feita intensa campanha publicitária e está tendo êxito nas vendas. Foram citados os produtos "Davene", "Johnson & Johnson", "Restaurex", absorvente "Sempre Livre" que, anunciados, são campeões de vendas. Um produto que curiosamente é bem vendido em função da publicidade e bela embalagem é "Coscarque". O produto faz emagrecer (o farmacêutico tem dúvidas) e é apenas um chá seco da planta carqueja, que existe em abundância na região do Oeste de Santa Catarina.

O efeito do anúncio da televisão sobre o telespectador também se percebe em Canela Gaúcha através do lançamento de um biotônico, que já existia no mercado. O novo biotônico teve seu tamanho reduzido de 600 ML para 400 ML e teve seu preço aumentado em 100%. O consumo, após o lançamento deste novo "Biotônico Fontoura" na TV, dobrou. Segundo os farmacêuticos, este biotônico é a mesma composição do "Sadol", que tem 700 ML no seu frasco, custa a metade e vende apenas a metade em relação ao biotônico.

Por sua vez, a Comercial Piazza, via anúncio, aumentou a venda de pregos "Gerdau" de 5 para 100 pacotes por dia. A Comercial Piazza informou ainda que fez uma promoção de vendas de enxadas, cujos preços baixaram de Cr \$ 150,00 para Cr \$ 100,00. O resultado foi de encerrar com os estoques em uma semana. Se a comunicação fosse feita boca-a-boca, o resultado apareceria apenas entre um e dois meses, segundo informou o gerente. Produto similar ao anunciado na TV não tem saída informam os comerciantes. Artigos anunciados na TV, não disponíveis ainda na loja, já são procurados pelos agricultores. A Comercial Piazza avalia seu crescimento em dólar (moeda segura utilizada por muitas empresas) e tem tido, especialmente em função dos anúncios, um crescimento anual de 30 a 35%.

5.6.1 - O CONSUMO DA POPULAÇÃO

A população mais pobre olha os preços e procura as promoções de venda.

Os alunos da escola seguidamente comentam que gostariam de ter determinado artigo anunciado, mas "falta dinheiro para comprar tanta coisa bonita". Na própria missa, a confirmação do consumo como algo necessário e importante esteve presente. Além das fotografias, a catequista recebeu de presente um tigre de mármore de boca aberta e um pote para colocar açúcar. Na escola e nas promoções, principalmente os jovens, estão vestidos com trajes e calçados que foram anunciados. Um surdo-mudo assistiu a novela e expressou, por gestos, outro dia para a professora que recebeu uma camisa igual à camisa do Edú (personagem da novela).

Uma relojoaria informou que o colar que a personagem Laurinha usa na telenovela tem constante procura. Em novela anterior, uma personagem usava um colar igual. Vendedoras das lojas informaram que a saia apertada que a personagem Maria do Carmo normalmente usava tinha intensa procura ultimamente.

Enquanto a novela era assistida, o intervalo comercial sempre era a hora da descontração, das conversas, de ir ao banheiro, de tomar água, de fazer um serviço. Não raro eram feitos comentários satíricos sobre os comerciais. São todas formas de aceitação e gravação das mensagens no inconsciente das pessoas.

No início da existência de Canela Gaúcha, nas festas e promoções, muito raramente e depois de muito choro, as crianças recebiam um refrigerante (Grapete) e alguns caramelos. Praticamente tudo o que era consumido foi produzido pela própria família, desde utensílios de trabalho, móveis, até alimentos. Chamou atenção da comunidade, a visita, a anos passados, de um médico que veio jogar futebol com um time. O normal, depois do jogo, é tomar cerveja, especialmente para quem tem dinheiro, como foi o caso do médico. Porém, ele não tomou cerveja e foi comer laranjas em um pé que havia nas proximidades. Este profissional da medicina não se adequou ao

padrão comercial de consumo. Este fato foi observado e muito comentado na comunidade.

Um morador presta um esclarecimento sobre as formas de consumo no passado:

"Em termos de roupas, principalmente, diria eu, a mãe tinha que ser polivalente, porque roupas prontas só no alfaiate, um traje digamos, o resto, por assim dizer, calça de usar no comum, camisa, sala, blusa, se comprava o tecido em metros, aquilo que se precisava e a mãe fazia para a família inteira. E, em termos de perfume, eu acho que existia, eu me lembro bastante de um vidrinho bem pequeno, que eles chamavam de água da colônia. Este, os mais adultos, usavam aos domingos. Agora, durante a semana isto não se usava. Inclusive o meu pai, por exemplo, era bastante exigente nestas coisas. Ele achava que aquilo era supérfluo, inclusive a compra de sabonetes. Por exemplo, prá você tomar um banho, prá você te lavar com um sabão um pouquinho mais sofisticado, no caso o sabonete, né, o pai não gastava dinheiro nisto. Tomar banho, se lavar era com aquele sabão fabricado em casa, aquele sabão de soda mesmo. Eu me lembro até que depois de casado quando minha mãe de vez em quando me visitava, a gente tinha 3, 4 ou 5 sabonetes em casa para usar um depois do outro. A mãe, às vezes, me advertia, dizendo: "Olha filho, eu acho que você está gastando mundos e fundos ali, gastando em sabonete. O que é isso, né? Depois vai te faltar dinheiro para outra coisa". Então a mentalidade era de não gastar nada que eles não achavam estritamente necessário. Eles gastavam aquilo que era necessário à família. Eles consideravam o sabonete, o perfume, aquela coisa tudo supérfluo."

O mesmo morador diz que praticamente tudo era produzido em casa, citando o pão de milho, manteiga, queijo e nata. "Apenas em datas célebres - natal, páscoa ou pentecostes - se fazia alguma coisa". Hoje, afirma, a televisão influencia na moda. Os trajes dos artistas e dos anúncios são comprados. O mesmo ocorre com eletrodomésticos modernos, alguns dos quais, ele próprio adquiriu, pois proporcionam conforto e facilidade no serviço:

"Tenho um aparelho para cortar repolho, fatias de batatinhas e aquela coisa toda. Comprei o aparelho porque vi ele, achei ele ótimo, que economiza tempo para a patroa que está trabalhando na cozinha. Outro que comprei recentemente, aquela "frita bem", ou chamam de "frita-nela" para assar palitos, peixe, carne, soja, o que for. Bom, é um produto, que, de uma forma você não precisaria ter. Mas ele vem ao teu encontro. Ele economiza tempo. A coisa vai mais rápida. Ele é mais higiênico. O produto sai bem mais seco. Quer dizer, também não tão prejudicial à saúde. Então a gente compra. Claro, cada um compra na medida em que ele pode comprar. Cada um tem que medir seus recursos."

O próprio padre de São Miguel do Oeste percebeu a influência da telenovela no modo de vestir das pessoas: a saia, a botina, os colares e pulseiras. O cigarro e a cerveja da telenovela também são procurados pelo telespectador para consumir. O padre referiu-se ao mundo ideal de Copacabana e da Zona Sul do Rio de Janeiro com todas as suas belezas, o que é mostrado ao telespectador do meio rural, apresentando esta forma de consumo como a esperada e desejada por todos. "Mas", diz o padre, "as condições econômicas dos agricultores não permitem esta forma de vida."

Uma professora da comunidade disse que percebeu três formas de influência nas pessoas quanto ao consumo: os trajes, o whisky e a cerveja. Além de comprar roupas das atrizes e dos anúncios, as crianças comentam a roupa usada pelos personagens, em determinada situação, em que apresentam sua opinião sobre esta roupa. Alguns acham o vestido bonito e gostariam de ter um igual. Os homens e jovens em bares comentam que só tomam whisky se for o whisky consumido pelo Edu na novela e a cerveja dos atores, que é antártica. A professora também reforçou a idéia da procura, no interior, da corrente com pedra e colar comprido.

Outra professora disse que as meninas da sétima série usam a mini-saia justa, a meia e o sapato de salto da Maria do Carmo da novela.

Uma outra professora, ainda, fez um trabalho sobre propaganda na aula para despertar o senso crítico dos alunos. Os alunos se posicionaram sobre as propagandas que acharam mais bonitas e convincentes, dando suas razões. Igualmente disseram quais as propagandas que consideravam as piores. Finalmente, os alunos partiram para a criação própria de comerciais. Eles analisaram as influências e dizem que o limite financeiro das pessoas é o freio. No mercado, afirmam, os produtos anunciados na televisão são os mais visados, principalmente lançamentos e produtos de limpeza. A roupa Jeans quase todos usam.

Os produtores rurais trocam a nata e a manteiga pela margarina; trocam a laranja pelo Kisuco. Uma professora aposentada também atesta: "Os produtos industrializados, com elementos químicos, substituíram os alimentos naturais. Antigamente as pessoas andavam de pé no chão. Hoje o consumo tomou conta. Compra-se, às vezes, o desnecessário e depois falta a bóia."

5.6.2 - TELESPECTADORES CONSOMEM MAIS OS PRODUTOS ANUNCIADOS

Se tomarmos a relação de produtos consumidos pelas famílias, tanto assistentes como não assistentes à telenovela, percebemos que em algumas linhas de produtos há uma grande variação - os telespectadores têm um consumo mais intenso e dirigido pela mídia eletrônica - e em outras, o consumo não varia muito. Por exemplo, os produtos usados na criação de suínos, aves e gado, normalmente são determinados pela empresa à qual são integrados: rações, produtos veterinários, defensivos e sementes. Nos produtos alimentícios, de limpeza, roupas, eletrodomésticos ocorrem variações em

determinadas épocas. Os produtos anunciados pela televisão, também são anunciados no rádio, no jornal e são estes os que o comércio coloca à disposição do consumidor.

O consumo se identifica no público, em função da publicidade integrada em todos os meios disponíveis, e atuam em conjunto com o mercado de vendas. Há também produtos que foram insistentemente anunciados no horário da telenovela, no entanto, o consumo, na comunidade, não ocorreu. Citam-se carros, que custam muito dinheiro e também e extrato de tomate "Pomarola" da Cica, cujo preço é reduzido. Mesmo assim, os dados e as informações confirmam que a televisão, na hora da telenovela, é um eficiente meio de anunciar produtos, que normalmente são vendidos com mais facilidade e em maior quantidade.

Os agricultores entrevistados afirmam que a necessidade, o conforto e a produtividade são as três razões principais para as compras. É parecer dos entrevistados, de forma unânime, que a televisão influencia as pessoas no consumo. As pessoas são direcionadas para a compra de determinados produtos, dos quais são convencidos de que são bons, úteis, agradáveis e proporcionam vantagens para o comprador. Por outro lado, a maioria também está convencida, com exemplos práticos próprios ou de vizinhos, que na comunidade uns influenciam outros na compra de produtos. Se alguém faz uma compra, isto é comentado entre vizinhos: contam-se as vantagens, explora-se o orgulho pessoal, expressa-se a competição e pessoas, em condições econômicas, também compram o mesmo produto. Tem exemplos de máquinas e eletrodomésticos na comunidade em que uns compraram por influência de outros. Talvez esteja neste aspecto uma razão de compras parecidas entre famílias expostas ou não expostas aos anúncios e "merchandising" da telenovela.

Se a telenovela não fosse eficiente no anúncio e venda de produtos, ela deixaria de existir e não ocuparia o horário nobre da televisão brasileira. Os anúncios da TV, cada vez mais, começam a sugerir o consumo de determinadas mercadorias ao público telespectador do meio rural. Os temas abordados na telenovela cativam e, por conseqüência, os telespectadores são cativados para o consumo de produtos, colocados em evidência pela indústria dominante nacional e internacional.

Cumprido o terceiro objetivo específico, constata-se que as famílias assistentes à telenovela têm um consumo mais intenso dos produtos anunciados, neste horário do que as famílias não-expostas à telenovela.

O quadro abaixo apresenta uma lista de produtos anunciados e outros não anunciados, com respectivas vendas no comércio e consumo diferenciado por parte de famílias expostas e outras não-expostas à telenovela:

FAMÍLIAS EXPOSTAS E AS 9 FAMÍLIAS NÃO EXPOSTAS E SUAS VENDAS NOS PRINCIPAIS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS DE SÃO MIGUEL DO OESTE (Outubro 1990)

PRODUTOS	VENDA NO COMERCIO	FAMÍLIAS(10) EXPOSTAS A TV	NAO-EXPOSTAS A TV (9)
Sabão em pó Omo *	7.250 unid.	10	6
Sabão em pó Campeiro	810 unid.	--	2
Sabonete Lux Luxo *	36.200 unid.	10	7
Sabonete Spree	3.200 unid.	1	4
Shampoo Palmolive *	2.024 unid.	7	1
Shampoo Herbal	320 unid.	1	3
Creme dental Kolynos *	1.170 unid.	9	5
Creme dental Signal	380 unid.	2	2
Botas Zebu *	400 pares/3 meses	5	2
Botas 7 léguas	17 pares / 3 meses	2	3
Imovec *	4.309 unid.	10	5
Similar	527 unid.	1	4
Pregos Gerdau *	100/ pcs/dia	7	3
Pregos comuns	5/pcs/dia	--	--
Chinelos Rider *	Dificuldade de achar estoque suficiente +	Todas	Todas #
Chinelos Havaianas	1/3 do Rider +	3	4
Biotônico 400 ml *	Vende o dobro/ preço é dobrado +	7	2
Sadol 700 ml	Vende a metade/metade do preço do biotônico +	1	4
Doril *	2.396 unid.	6	5
Melhoral	407 unid.	2	3
Sem. Braskalb (1990)*	1.730 sacos	7	4
Sem. Braskalb (1989)	224 sacos	3	4
Pepsi *	7.200 garrafas	10	7
Mirinda	264 garrafas	2	3
Tramontina (facões, enxadas, foices e facas)*	1.109 unid.	10	6
Instrumentos Pandolfo	93 unid	1	3
Calça Jeans*	1.908 unid.	10	6
Calça Tergal Rol	147 unid.	2	5
Extr. Tomate Pomarola*	Pouca venda +	Nenhuma	Nenhuma < >

Fonte: Dados da pesquisa

* - Indica que o produto foi anunciado no horário da telenovela

+ - empresas não conseguiram fornecer números

- único produto que todas as famílias haviam comprado nos últimos 2 anos

< > - produto anunciado, mas que nenhuma família pesquisada comprou

Neste quadro estão assinalados: o consumo feito pelas famílias assistentes e não assistentes. Há produtos anunciados na hora da telenovela que foram consumidos por todas as 10 famílias assistentes, enquanto os mesmos produtos tiveram um consumo menor nas 9 famílias não-assistentes. Na segunda coluna são indicadas as unidades vendidas durante o ano de 1990 até o final do mês de outubro. Excetuam-se as botas Zebu, de cujo produto só se tem o levantamento durante três meses. De chinelos Rider, biotônico e extrato de tomate Pomarola não se obtiveram números totais, mas a informação de que foram vendidos tantos chinelos, que não se conseguiu repor estoque suficiente; o Biotônico Fontoura teve sua venda dobrada, apesar do preço ser mais elevado e o conteúdo líquido menor do que seu similar, o Sadol; e o extrato de tomate Pomarola não foi muito vendido. Os dados são de algumas empresas visitadas (Cooperativa, Baldissera, Ivo Rech, Piazza, Casas Leve, Casas Vitória, Farmácia Vitória e Farmácia do Sesi), não representando, portanto, o total vendido em São Miguel do Oeste, porém, estes dados são considerados representativos, pois abrangem as principais empresas do município que vendem produtos agropecuários e/ou são intensamente procuradas por produtores rurais. Na terceira e quarta colunas aparece o número de famílias que tem ou que consumiu o produto indicado na linha horizontal.

Algumas conclusões podem ser observadas a partir destes dados. As famílias que assistem a telenovela têm uma tendência a escolher no mercado prioritariamente os produtos mais intensamente veiculados. Nos não assistentes, a propaganda tem influência indireta, pois os vendedores, lojas e supermercados expõem mais os artigos em evidência na mídia e ao mesmo tempo veiculam anúncios, das marcas divulgadas pela televisão, nos jornais e no rádio locais com o nome de sua empresa. Porém, é possível notar compra e consumo mais intenso nas famílias assistentes à telenovela.

Na escolha das famílias pesquisadas foi tomado o cuidado de selecionar aquelas que têm poder aquisitivo similar para tornar possível a comparação de dois grupos, que se caracterizam pelas semelhanças no nível econômico. Os preços dos produtos relacionados no quadro acima igualmente não apresentam grandes variações, excetuando-se o Biotônico Fontoura, que custa o dobro do preço do Sadol, dos chinelos Rider e do sabão em pó Omo, que também são mais caros do que os seus similares acima referidos. Na média geral os artigos anunciados na TV são mais caros, porque tem embutido em seu preço o custo do anúncio, mas no presente quadro as variações não são significativas. O que, acima de tudo, este quadro mostra é que os produtos anunciados são mais vendidos, sendo os assistentes à TV os principais consumidores. Por outro lado, as famílias não expostas à TV também são consumidoras dos produtos disponíveis no mercado. Elas compram mais produtos não anunciados pela TV do que as expostas à telenovela. Portanto, consumo há nos dois grupos de famílias. Os produtos anunciados são mais intensamente procurados pelo público em geral e têm procura maior pelas famílias expostas à televisão.

Hoje, diferente do passado, ocorre um consumo dos produtos fabricados industrialmente em série. Os produtos caseiros e artesanais são preteridos. Porém, não podemos omitir também a constatação de que nem todos os produtos anunciados tem seu imediato e correspondente consumo. O produto da Cica (extrato de tomate Pomarola - não é muito caro) é um exemplo do que os agricultores deixam na prateleira do supermercado. A TV influencia, mas ela não é um poder absoluto. Da emissão de mensagens não necessariamente resulta uma reação prevista.

De acordo com Marcondes Filho (1988), o eixo principal da telenovela está fora da representação em si, mas no intervalo comercial ou "merchandising". Há uma apropriação mercadológica dos sentimentos, medos e emoções das pessoas. Famílias pobres procuram comprar alimentos enlatados a preços exorbitantes. Citando Barnet e Müller, Marcondes Filho diz que no México não é raro uma família vender os poucos ovos e galinhas que possui para comprar coca-cola para o chefe de família, enquanto crianças ficam cada vez mais debilitadas por falta de proteínas.

Quando o consumo de produtos atinge aspectos extremos e neuróticos, o controle ideológico, via publicidade, vem-se confirmando, mas a classe social que está no poder paga o ônus social desta miserabilidade, que se constitui num risco para a manutenção de sua própria hegemonia.

Consumir o que a sociedade, através de suas inovações tecnológicas é capaz de produzir, é um direito de todo ser humano. Facilitar atividades diárias, garantir mais segurança e higiene no trabalho e alimentação, além de tornar a vida mais agradável são funções que produtos e serviços anunciados proporcionam ao homem. Esta forma de consumo é desejada e não possui a carga, muitas vezes não verdadeira, dos anúncios. No entanto, quando se compra Kisuco, tendo laranjas na propriedade, quando se compra Biotônico Fontoura com menos conteúdo e mais preço do que o Sadol (que tem a mesma composição), quando se compra remédio para emagrecer tendo na região a planta da qual é extraída a casca para este medicamento os Frankfurtianos estão corretos - não para a população em geral, massificada, mas sim para estes consumidores - quando afirmam que os meios de comunicação são instrumentos a serviço da ideologia dominante. Por outro lado, estas mesmas constatações em Canela Gaúcha relativizam este poder da telenovela e conseqüentemente da teoria Frankfurtiana, pois o consumo desenfreado só atinge algumas famílias e há produtos, cujo consumo todas negam.

5.7 - A NOVELA É COMENTADA NO DIA-A-DIA

A telenovela Rainha da Sucata, com seus episódios, atuação dos personagens e imagens destacadas no vídeo, foi assunto para conversas diárias nas famílias, na vizinhança e nos eventos sociais comunitários de Canela Gaúcha, entre março e outubro de 1990. As expressões e gestos passaram a ser, em

certas situações, slogans repetitivos. Até expressões em inglês passaram a ser usadas por assistentes jovens. Nos intervalos de aula, nas estradas, no bar, nos bailes e festas, enfim, nas promoções e acontecimentos coletivos ouviam-se comentários e frases identificadas com a telenovela.

Quando na casa dos agricultores, já no primeiros contatos, se falou da intenção de pesquisar sobre a novela, aqueles que eram assistentes tomavam posição favorável ou contrária a certos personagens. Condenavam a moral pregada pela televisão, mostrando-se preocupados com a influência que ela pode exercer especialmente sobre a juventude (os pais sempre afirmavam que para eles não fazia diferença assistir ou não assistir, pois se consideravam maduros e sabedores do que querem na vida. O mesmo não ocorre, segundo eles, para muitos jovens). A torcida em favor de uma atriz ou ator, enquanto a novela é assistida, é comum, como também os comentários: "esqueceu que tava pobre", ou "a próxima vai ser você", seguidos de risadas expansivas. Isto é expressão de vivência emotiva da telenovela.

Filhos que viram uma reportagem em revista, antecipando alguns lances da telenovela, comentavam os mesmos com os pais antes de iniciar um novo capítulo. Familiares informavam-se mutuamente sobre a seqüência do dia anterior, caso alguém esteve impedido de ver o capítulo. Numa família, o marido condenou a forma de relacionamento entre casais e namorados, dizendo: "as pessoas se conhecem mal e mal, ficam dois dias juntos e...bumba" (bumba é uma expressão usada na telenovela, que pode significar relacionamento sexual).

Nos intervalos das aulas, a telenovela, especialmente os namoros, são comentados. Os alunos torcem pelo êxito de Maria do Carmo e para que ela não volte para o Edu.

As análises, condenando e criticando aspectos da novela, também foram ouvidas entre os alunos em contato com os professores. Falam do poder de Laurinha, que vai vencer pisando nos outros e que o dinheiro faz com que as pessoas consigam o que querem. O status de Laurinha, a riqueza e a humildade são temas de comentários entre os colegas. Um comentário satírico e ao mesmo tempo crítico da novela, onde as pessoas casam e se separam constantemente, foi realizado com a saída do Ministro Cabral por supostos envolvimento com a Ministra Zélia: "O Collor não deveria ter trocado o Ministro Cabral, pois ele já foi casado mais de uma vez."

As avaliações e análises em relação à telenovela e à realidade brasileira também aconteceram, especialmente junto a alguns jovens, que participaram das atividades da igreja, escola e instituições políticas.

Houve o caso de discordância numa família, entre pai e filha. Ela dizia que, assistindo criticamente o desenrolar dos episódios, a influência pode ser positiva sobre as pessoas, com o que ele não concordava. Nesta família há conflitos entre o casal por envolvimento extra-conjugais, afetando os filhos. "Ele aparenta e defende uma coisa, mas é outra coisa", dizia a esposa deste senhor. A telenovela está sendo usada para justificar atitudes concretas do dia-a-dia e seus episódios são usados para avaliar a realidade atual presente.

Falando da possibilidade do personagem Renato não estar preso, os alunos diziam: "é o capital".

Os alunos comentavam a figura do professor apresentado pela telenovela: gago, tarado, doido por mulher e que não é capaz de fazer nada certo (risadas). As professoras da escola concluíram: "O professor não é uma figura valorizada na novela". A imagem do professor está caracterizado como um bobo, um palhaço e coisa que ele menos faz é ir dar aula. "Ele é professor de quê? Nunca se vê ele entrar numa sala de aula, nunca se vê ele preparar uma aula, ele só tem o título de professor. E Adriana (personagem da novela) toda hora frisa bem: professor. Dificilmente chama ele de Caio. É professor. E coisa que ele menos faz é ir dar aula. Nunca se assistiu uma cena em que Caio Chimanski foi dar uma aula", disse um aluno de Canela Gaúcha.

Os alunos, comentando que o personagem Renato é maldoso, anteciparam uma previsão: "Ele irá vencer e não vai ser punido." Enquanto isso, Maria do Carmo, a sucateira, sempre trabalhou e quando está na pior, por um milagre, consegue se reerguer novamente. Os próprios alunos condenam a forma de comportamento liberal assumida pela personagem Nicinha na novela.

Uma senhora, assim comentou o fim da novela: "Renato e Laurinha, com a morte, encontraram a solução. A solução foi fácil e boa. Ninguém questionou nada". Outro comentário: "Quem tem dinheiro tem poder".

Os próprios padres, durante as missões, criticando a televisão, legitimaram a TV, na tentativa de negá-la, fazendo comentários que atribuem valor e importância à televisão para quem assiste e para quem não assiste. Referindo-se ao amor de Cristo, o padre disse: "Não este amor que as novelas apresentam". Depois, como um meio para enxergar a realidade que nos cerca citou "a TV que entra em nossos lares todos os dias". Em outra passagem foi dito: "A televisão influencia na educação sexual da criança, ou seja, influencia na personalidade da pessoa". "A televisão atrai a atenção e as pessoas dispensam os vizinhos e amigos". "A televisão traz o mundo da ilusão, do sexo, dos vícios e moda". "A televisão mostra que o comunismo é ruim, come crianças e destrói o país". "A televisão mostra as notícias distorcidas, isto é, do jeito que os dominantes querem, por isso é necessário voltar atrás e ver o que é verdadeiro". Estes mesmos padres dizem que a televisão influencia muito as pessoas, principalmente de quem não tem senso crítico, pois aquilo que está na cabeça dos ricos é incutido na cabeça da classe oprimida. As novelas, segundo os padres, são uma baixaria, uma ilusão alienadora. Estes comentários rápidos e sutis, dentro de um tema, que é o motivo da pregação do padre, confirmam o valor e a necessidade da existência da TV. Estas observações dos sacerdotes, ao invés de afastar ou negar, legitimam a televisão.

Uma professora analisa os aspectos positivos da televisão, que pode despertar o senso crítico. "A televisão é um problema e, ao mesmo tempo, ela não é um problema. Ela é um problema quando a gente tem um aparelho e liga e é um problema quando a gente não tem ou não liga o televisor. Problema e solução se fundem", dizia ela. Até a representação do papel do

professor pode despertar para o descaso que se faz da educação brasileira hoje. Este papel do professor bobalhão não é tão surrealista para a realidade brasileira atual. A cabeça das pessoas, com a televisão, pode se tornar aberta e não bitolada. Depende da forma de assistir, da história de militância e conhecimento do telespectador e das oportunidades de debates sobre o tema.

Os alunos, nos intervalos de aula, comentaram a forma de ser da Armênia (personagem da novela), que não quer gastar dinheiro, é econômica para ajudar o governo Collor. Isto levou os alunos a uma análise da realidade política e econômica do país. Outro comentário surgiu sobre a submissão da mulher, através do papel exercido na novela, pela secretária de Maria do Carmo, que, do amor, passou a ter ódio por Renato Maia. Ela foi tratada com tapas e palavrões e no fim foi morta. O poder, o machismo, o papel da mulher foram motivos de análise, cujos temas geradores nasceram de episódios da telenovela.

5.7.1 - AS EXPRESSÕES

As expressões e a linguagem da telenovela foram repetidas pelos telespectadores no seu cotidiano. A expressão "bumba", usada na novela pelo professor gago, Caio Chimanski, foi ouvida seguidas vezes em Canela Gaúcha. O ator referia-se à sua impotência sexual, quando estava com outras mulheres e não a Adriana. Ele inclinava o dedo indicador para baixo, dava um assobio, que começava alto e terminava baixo e dizia "bumba", o que significava a sua impotência sexual. Um grupo de alunos, viajando de ônibus, animadamente, com risadas, usava esta expressão um para o outro, dizendo: "Você...(seguia-se o assobio com o dedo inclinado para baixo)...bumba".

As expressões inglesas que se ouviam, foram as usadas pela personagem Adriana: "never more" e "gentleman". Principalmente "gentleman" foi ouvido constantemente no bar do colégio.

Outras expressões da telenovela repetidas na comunidade foram: "Socialite", "coisas de Betinho", "coisas de Laurinha", "coisas de...(nono ou outro nome)".

Uma expressão famosa foi a da Nicinha (personagem): "Quero ser a outra". A Nicinha, que procura trair o marido, o namorado ou o noivo, querendo sempre ser "a outra" desperta, segundo um relato de uma professora da comunidade, para o que todo mundo diz: "um bom é ser segundinha, né. E mais uma vez prova que ela sendo a outra ela se dá bem". A mesma informante relatou dois fatos em que a expressão "a outra" é usada. Quando se briga com o namorado se diz: "é, eu tenho mais é que ser a outra mesmo". E nos mate-baile, que se realizam, as meninas não querem mais sair com rapazes. Querem sair com homens casados para ser "a outra".

Há meninas, levando uma "cantada" de um rapaz, rejeitam dizendo: "Eu não sou a Nicinha da novela das oito".

Expressões que se ouvem constantemente, em especial entre a juventude, nos intervalos de aula, ou nas promoções em geral, e até em família: "As filhinhas de Mamãe", "A prédio na chão" (expressões da personagem Armênia), "A A A Adriana" (professor gago na novela. Na comunidade foi usada para chamar uma menina com o nome de Adriana).

Um rapaz da comunidade comentou: "mulher só serve para assistir novela e fazer fofoca. Na pesquisa, as gurias sabiam tudo".

Uma expressão ouvida seguidamente é "Geenntee" (gente), utilizada por Adriana na novela para expressar admiração ou medo.

Mesmo as professoras, em intervalos de reuniões, conversando entre si, comentavam a telenovela. Nas conversas, as professoras relacionavam as novelas "Rainha da Sucata", "Barriga de Aluguel" e "Araponga", o que evidencia que elas assistem quase todas as novelas. A televisão influencia as pessoas na sua linguagem e até no modo de falar, pois procuram imitar personagens.

5.7.2 - GESTOS , IMITAÇÕES E AS ANÁLISES DAS PESSOAS

No jeito de falar, na maneira de andar, no modo de vestir, na forma de cortar o cabelo (franjinha de Maria do Carmo), os personagens da novela são imitados.

Num trabalho de colagem em sala de aula, os alunos foram procurando fotografias em revistas e identificaram personagens da telenovela: "ó, a Maria do Carmo, o Edu", diziam quando encontravam as fotos.

Em uma reunião da APP (Associação de Pais e Professores), o assunto, ao longo da discussão de um tema, foi desviado para a telenovela. "Um fez um relato, outro julgou o fato e o pessoal teve a noção sobre novela, começou a debater, fugimos do assunto. Foi preciso chamar atenção - não só uma vez - para nós retornarmos ao assunto da reunião da APP", disse a professora.

A presença do pesquisador, na escola, para falar com a professora despertou um grande interesse por parte dos alunos, que disseram à professora que "o visitante era o Edu da novela". No dia seguinte, após conversar conosco, a professora, ao chegar à escola, foi questionada se era o Edu ou não. Mesmo que ela explicasse, não se tratar do personagem da novela, houve aluno que sugeriu que era o irmão de Edu e outro não se convenceu que o pesquisador nada tinha a ver com a novela e o assunto foi motivo de muita falação.

Uma aluna de seis anos, no caminho para casa, contou à professora: "Professora, o Caio roubou a Adriana". Ela falou do delegado que foi à casa de Maria do Carmo: "Ela tinha uma máquina, na qual ele começou a escrever". E esta mesma aluna começou a julgar os fatos: "Mas professora, seria muito melhor, como diz o Caio, se ela se apresentasse" (referindo-se à Maria do Carmo que era procurada pela polícia).

Num encontro dominical do clube de mães, com bolãozinho (jogo de bolão com bolas e palitos mais leves) e chá, uma das brincadeiras foi imitar o papel de artista da novela. As roupas dos personagens são comentadas e

numa festa fizeram fichinhas com o relatório da saia usada no casamento pela personagem Nicinha da novela. E os homens comentam as bebidas: whisky e cerveja. Eles se deixam envolver.

Muitos condenam o papel de Nicinha, dizendo que se trata de uma extrema vulgaridade. Outros afirmam que o fato dela ser "a outra" ela é bem tratada, é levada na palma da mão, enquanto que a esposa tem que ir para o tanque, pro fogão, pro serviço. A professora diz: "A realidade que se passa aqui em nossa sociedade é isto mesmo. O povo é isto."

Referindo-se à liberdade sexual, pregada pela novela, se ouviu o comentário: "Bah, se todo mundo faz, por que eu não?"

Segundo um assistente, a telenovela influencia positivamente as pessoas, pois desperta a imaginação e ao mesmo tempo exerce influência negativa, pois é um aparelho de dominação muito americanizado.

A professora de português acha que o fato dos alunos ocuparem o tempo para assistir a telenovela tira dos mesmos o espaço necessário para leituras. E isto se reflete com um desempenho mais limitado no estudo, especialmente na hora de fazer redações e composições escritas.

Os agricultores adaptam seu horário para poder assistir a novela. Terminam de trabalhar mais cedo, tiram leite das vacas para depois poder assistir a novela.

No final da novela, os comentários das pessoas foram de julgamento dos personagens, condenando ou absolvendo. Dizia um: "O autor da novela apresentou exatamente aquilo que sucede, aquilo que ocorre aqui. O caso do Renato. Aquele que for ruim, pode ser um bandido ou um monte de coisas, se ele tiver dinheiro, ele sempre se safa na justiça. O tempo todo aprontou. Ninguém conseguiu pegar ele. Acabou morrendo queimado sem passar por humilhação e tal. Se fosse alguém sem dinheiro, teria passado por muitas dificuldades." A mesma posição foi adotada em relação à Laurinha e muitos acharam que o dinheiro não deveria ser queimado, pois pertencia à Maria do Carmo. Enfim, cada qual apresentou seu ponto de vista, seu julgamento. O final foi comentado, pois o tema da telenovela já faz parte dos comentários do dia-a-dia das pessoas.

Entre as famílias não assistentes à telenovela, a mesma não é motivo de conversas em casa, no trabalho e nem na vizinhança, mas na comunidade estas pessoas já ouviram comentários a respeito da novela, cujas observações foram feitas por pessoas assistentes.

Já nas famílias assistentes, a novela é comentada, assim como com os vizinhos, ambos expostos à telenovela e também nos eventos sociais. Há famílias que nos encontros dos círculos bíblicos (grupos que reúnem-se esporadicamente para debater um tema da bíblia) deixam alguém em casa para assistir os capítulos e depois relatar aos demais. As conversas giram em torno dos episódios, condenando ou aplaudindo personagens, satirizando passagens e apresentando as expectativas do desenrolar dos próximos capítulos. Quando alguém está impedido de assistir a novela numa noite, porque a TV está estragada ou por outra razão, a vizinha é a informante para deixar

a redondeza a par dos acontecimentos e das últimas cenas de amor e de ódio. Há os que dizem: "Se a gente pudesse dar um tiro no Renato ou na Laurinha".

Nos debates são comparadas pessoas e as situações da novela à vida real. Os namoros, quem vai ficar com quem, as confusões, as mortes, o dinheiro são os assuntos preferidos nas conversas.

As famílias, de modo geral, acham que as novelas, a partir do que se fala sobre elas, mudam o pensamento das pessoas sobre os fatos que são encenados. E esta nova forma de pensar, de se expressar, leva a novas atitudes concretas, segundo constatação na própria comunidade. As pessoas procuram imitar no modo de falar, no modo de pensar e nas ações. As brigas entre casais: uns enganando os outros e as múltiplas relações estão evidenciadas, dando a impressão de que é necessário e bom ser livre e aproveitar a vida.

Sobre a vida econômica e profissional, a novela também apresenta a idéia de que a maioria bem sucedida logra as outras pessoas. O casamento e a religião são relativizados, deixando de ter dogmas rígidos. Segundo o padre⁶, que atua na paróquia de São Miguel do Oeste, a novela tem um papel ideológico importante, pois cria confusão na cabeça dos jovens e das famílias. A educação dos jovens é repressora e a novela é liberal. Repressão x liberalismo provoca o conflito e estoura, ou seja, não há mais controle, se instala a confusão.

Os assuntos sobre os quais mais se fala na família e na comunidade, por aqueles que estão expostos ou não expostos à telenovela, são a organização da propriedade, o que está relacionado com a política econômica do país, com os preços, os insumos, tributos e comercialização dos produtos agrícolas. A educação dos filhos, o futuro dos filhos também fazem parte deste planejamento do dia-a-dia. Os eventos comunitários, o clima e o tempo são temas de discussão. Os assuntos ligados à novela fazem parte do debate, de forma mais intensa, por aqueles que têm e assistem televisão, apesar de que o rádio, de certa forma, sempre mantém as pessoas a par dos acontecimentos.

Foi aplicado um teste a um grupo de alunos da sexta e sétima séries (20 alunos) e a um grupo de rapazes e moças da Coletiva Jovem (25 jovens da comunidade, cuja maioria não era estudante), metade assistente e os demais não-assistentes à telenovela, a respeito de conhecimentos da novela, de um lado, a composição do então ministério governamental, alguns escritores e pessoas conhecidas da História Nacional (cujos assuntos eram tema de estudo em aula), de outro lado. Uma questão do referido teste foi: Cite cinco Ministros e cinco personagens da novela. Outra relacionava Ministros, escritores, pessoas da História do Brasil e personagens da novela, para serem identificados pelos jovens. Por fim, foi apresentado um relato da "revolução de 1964" e um episódio da telenovela, cujos acontecimentos eram prá ser situados (dizer do que se trata). Os resultados foram:

6 Cujos comentários também são ideológicos

Tabela N.1

ACERTOS FEITOS POR ESTUDANTES E NÃO ESTUDANTES EM TESTE APLICADO COM QUESTÕES SOBRE TELENOVELA E ASSUNTOS GERAIS - (Outubro 1990)

TEMAS	ACERTOS/ ASSISTENTES		ACERTOS/NÃO ASSISTENTES	
	Estudantes	Coletiva jovem	Estudantes	Coletiva jovem
Novela	92%	81%	35%	29%
Conhecimentos Gerais	41%	36%	41%	38%

Fonte: Dados da pesquisa

5.7.3 - AS EXPRESSÕES E OS MOMENTOS DAS IMITAÇÕES

O seguinte quadro resume o quarto objetivo específico deste trabalho, ou seja "observar e analisar os comentários que são feitos na vida cotidiana, a respeito da telenovela para descobrir se a família rural pesquisada atribui valor à novela e também descobrir se o discurso feito sobre os episódios em exibição expressam uma mudança na forma de pensar e de agir dos telespectadores". O quadro apresenta as expressões, comentários, as formas, os momentos em que são usados pelos assistentes em comparação com os não assistentes das telenovelas:

CONTEÚDO	FAMÍLIAS ASSISTENTES A NOVELA	NÃO ASSISTENTES
Expressões	Geeeenntte; Quero ser a outra AAA Adriana; Você...(gesto)...bumba; Gentleman; Never more; Socialite; Coisas de Betinho; As filhinhas de mamãe; A prédio na chão	---
Conversas em torno da novela	Tomada de posição favorável ou contrária à Personagem; Preocupação com a liberdade sexual que pode afetar os filhos; A novela defende quem tem poder e riqueza; Os padres legitimam a TV, dizendo que o amor de Cristo é diferente; a TV quebra preconceitos e desenvolve a imaginação crítica; A imagem negativa do professor.	Preocupação com a liberdade sexual que pode afetar os filhos; Os padres legitimam a TV, dizendo que o amor de Cristo é diferente
Momentos das conversas	Na roça; na roda de chimarrão; na janta; na hora da novela; nos encontros com os vizinhos; nas estradas; nos intervalos de aula; com os professores; nas promoções e bailes; nas reuniões da APP; nos ônibus; nas brincadeiras das festas e bebidas; nas brigas de casais e namoros.	---
Imitações e vivências da novela	Com gestos; roupas; cabelos; risadas e emoções; Adaptação do horário para assistir a novela	Alguns trajés
Conversas do dia-a-dia	Propriedade, política agrícola, tempo, futuro dos filhos, a telenovela	Propriedade; política agrícola, tempo; comunidade e futuro dos filhos
Mudanças	Modo de pensar sobre o amor, o casamento, os negócios, a religião.	Por outras vias e influências de uns sobre outros na comunidade, também, menos intensamente, sofrem mudanças no seu modo de pensar.
Conhecimentos	Conhecem quase tudo sobre a telenovela e têm conhecimentos gerais médios.	Sabem pouco sobre novelas e têm conhecimentos gerais

Fonte: Dados da Pesquisa

Uma das conclusões possíveis, a partir da análise deste quadro, é que se as famílias dos produtores agrícolas assistem à telenovela, os acontecimentos inerentes ao seu desenrolar, passam a fazer parte dos comentários, gestos e imitações do dia-a-dia nas famílias, nas interações na vizinhança e na comunidade, fazendo com que os telespectadores assumam posições e atitudes das atrizes e atores da novela ou discordando das mesmas. Os dois grupos expressam preocupação sobre as possíveis consequências, consideradas negativas, quanto ao comportamento sexual, que as telenovelas podem provocar na juventude. As expressões, os gestos, as roupas, a adaptação do horário mostram uma realidade cultural que o grupo vivencia. Enquanto o grupo exposto à telenovela usa expressões, gestos e roupas em evidência nos programas, o outro grupo tem os assuntos da lavoura, escola, comunidade e família como os preferidos nas conversas diárias. Porém, quanto ao modo de pensar e de agir, os não assistentes da novela também estão expostos às influências, por vias indiretas de outros meios de comunicação e na interação comunitária, onde todas as pessoas convivem. A televisão passa a ser um elemento de valor, o que leva as pessoas a pensar de forma diferente e a agir de modo diferente sobre a temática em exibição ao longo da telenovela, em comparação com seu antigo raciocínio tradicional. Ou seja, a telenovela é um poder que ajuda a influenciar na criação de uma nova linguagem social, um novo padrão de consumo e de uma nova forma de pensar e de agir das pessoas em sociedade.

Enquanto as pessoas verbalizam em torno do conteúdo e das expressões da telenovela, o processo mental também se reestrutura. Marx afirma que a realidade concreta determina a consciência e não o contrário. Aceitando como verdadeiro este dogma marxiano, a classe que detem a hegemonia impõe sua proposta de vida e sua concepção de homem às demais classes sociais, pois na realidade concreta, o líder ideológico faz as palavras corresponder aos fatos, sempre adaptando-os a cada nova situação.

A telenovela fala das relações econômicas, das relações políticas, da indivíduo, da sociedade e fala especialmente das emoções do relacionamento humano, onde amor e ódio se mesclam. Este tipo de conteúdo foge do contexto tradicional e por isso sensibiliza. Mas as informações veiculadas não têm uma direção única. As contra-informações também circulam. E a realidade concreta, a trajetória, a história de cada telespectador não é composta apenas pela exposição à telenovela. Há vários outros componentes que constituem a totalidade diferente de uma para outra pessoa. Portanto, a carga emocional embutida em cada expressão e em cada comentário sobre os episódios envolvendo Maria do Carmo, Edu e outros personagens tem especificidades em cada ser humano. Mesmo que a linguagem seja social na comunidade, num determinado período conjuntural da telenovela, não há padronização, pois os significados das palavras variam.

A disputa pela hegemonia na sociedade tem estes elementos. De um lado, quem exerce forte influência nas decisões do Estado e possui a concessão do canal de TV, com todas as máquinas e equipe que procura manter altos

índices de audiência para legitimar junto ao telespectador suas ações e suas concepções de vida. De outro lado está quem não possui máquina, tem vez e vóz limitados e está ausente do processo decisório. Mas ele, junto com muitos outros, tem sua própria forma de ser, sua "autonomia" que o possibilitam direcionar suas ações, mesmo de forma espontânea ou anárquica, para uma transformação social.

5.8 - NOVAS ATITUDES

No segundo e quarto objetivos do estudo houve a proposição de verificar a alteração do comportamento das pessoas, do modo de agir dos telespectadores. As famílias expostas à televisão adaptam seus horários para poderem assistir a novela. O televisor passa a ser uma espécie de relógio, havendo frustração quando, por pronunciamento de uma autoridade ou ocupação do espaço por um partido político, atrasar o início da novela preferida (um hábito rotineiro é forçado a se desinstalar naquele dia).

Às noites, todos ficam em casa. As visitas aos vizinhos, cantos, festas, serões e reuniões comunitárias dificilmente ocorrem em período noturno e são concentradas aos domingos de manhã, após o culto.

Além de haver um consumo de produtos mais direcionados pelos anúncios no horário da telenovela e os próprios dramas dos personagens ser um dos assuntos nas conversas em família, vizinhança e comunidade, usando expressões e slogans dos atores e atrizes, usam-se brincadeiras da televisão em jogos e festas, com imitação de personagens e descrição dos vestidos das atrizes.

Nas entrevistas, as famílias (pais) expressaram uma preocupação sobre a influência que a telenovela exerce sobre os jovens, especialmente. Os jovens, em seus comportamentos, nas festas e bailes, começam a imitar os atores e atrizes da telenovela. Afirmam que a realidade e a fantasia se fundem. Não há separação entre a fantasia e a realidade, o que leva a libertinagem total, de conseqüências danosas, de acordo com o conceito deles.

Segundo uma professora, os jovens não se disciplinam no estudo, no trabalho e negam os princípios religiosos. Levam uma vida de depravação sexual. Sujeitos à repressão, a frustração e a confusão se instalam.

Uma expressão foi usada por vários moradores: "Os bailes estão virando sujeira. Há muitas vezes mais gente fora do que dentro do salão e os casais estão grudados que nem carrapatos". Alguns afirmam que estas atitudes, às vezes, não são intencionais, mas ocorrem, até de forma inconsciente, ao longo do processo, que considera que tudo é permitido. Há casos de desentendimentos entre casais na comunidade. As pessoas afirmam que as telenovelas influenciam nesta desarticulação, nesta instabilidade e separação de casais, pois, como diz o padre, "com repressão x liberalismo a coisa estoura".

São citados casos daquilo que consideram "escândalos". Já foram encontradas roupas íntimas de mulheres em dias posteriores aos bailes nos pátios do clube. E os casos de mães solteiras aumentam.

Num baile da comunidade foi feito um levantamento. Estavam presentes 250 homens e 320 mulheres (números aproximados). Havia 10 mulheres que usavam roupas tipicamente provocativas (saias curtas, justas e blusas com decotes) e ainda outras 15 com trajes menos provocativos, mas que ainda apelavam para a sensualidade. Estes trajes apelavam para modelos usados pelas atrizes da novela: Nicinha, Adriana e Maria do Carmo. Em três momentos do mesmo baile foram contadas as pessoas que se encontravam em namoros e paqueras fora do salão. Das 570 pessoas presentes, estavam fora do clube: 1 hora - 70 pessoas; 2 horas - 150 pessoas; 3 horas - 200 pessoas. Nestes momentos, fora do clube, houve 20 pares, que estavam se abraçando e beijando flagrantemente. Mesmo dentro do clube, ao longo de todo baile, foram contados 35 pares em "agarramentos" característicos. Também foi possível perceber 10 casos de desentendimentos entre casais neste baile. Seis casos foram de pessoas casadas e quatro de solteiras. Ainda houve cinco casos de "cantadas" para programas fora e posteriores ao baile. Também foi possível observar um certo exagero no consumo de bebidas por alguns casais e jovens. Ocorreu um consumo intenso de cervejas, whisky e cuba. Ingerido álcool, as pessoas ficam mais extrovertidas e falam de seus sentimentos e desejos reprimidos, cujo despertar a telenovela avalia com suas cenas, consideradas escandalosas dentro dos preceitos moralistas e religiosos.

Em suma, a telenovela tem sua parcela de influência para a instalação destes novos hábitos. Esta dedução se faz a partir do que as próprias pessoas dizem e pela imitação das cenas da telenovela pelos telespectadores. A televisão funciona como uma espécie de avalista destas novas atitudes historicamente reprimidas, mas desejadas pelos jovens e casais. No passado, estes comportamentos liberais eram motivos de marginalização das pessoas.

Há famílias que dizem: "Os jovens sentem que tudo é permitido." Apesar de condenar a moral pregada pela telenovela e, apesar de mostrar preocupação com o futuro comportamento de seus filhos, os pais assistem a telenovela. Dizem que eles sabem o querem na vida e as cenas da novela não os afetam e não os atingem, mas sim influenciam na vida das outras pessoas.

O uso de roupas e calçados em moda na telenovela (saia de Maria do Carmo, Nicinha, Adriana, Paula e camisas de Edu) e o corte de cabelo em franjinha, além do tope no cabelo amarrado (tipo Maria do Carmo) foram adotados por pessoas da comunidade. As meninas, seguindo novamente Maria do Carmo, usaram batom e maquiagem forte e carregada.

Ainda que a maioria ainda freqüente regularmente a missa e cultos aos domingos, a participação religiosa já não é mais tão sistemática. Por exemplo, na festa da primeira comunhão já não houve aquele cerimonial tradicional, com anjinhos de vestido branco, toda a comunidade presente e festa posterior. O acontecimento foi uma missa simples no meio da semana e metade das pessoas da comunidade não esteve presente. Há um caso em que o terço

é rezado todas as noites e todos se postam de joelhos durante a oração. A maioria das famílias reza o terço uma vez por mês, de joelhos, quando da visita mensal da capelinha de Nossa Senhora. A rigidez ortodoxa dos princípios e ritos cristãos cedeu espaços para outras atividades, dentre elas, assistir televisão. A visão liberal do "tudo é permitido" também mexeu com a estrutura religiosa.

Em algumas famílias, quando perguntadas se na comunidade fatos da novela, são imitados, a resposta é curta, seguida de um longo período de silêncio, que nem é percebido pelo entrevistado. Parece que a discussão em torno do novo (para eles), da moral "proibida" inibe e faz pensar.

A religião é mística e abstrata na comunidade. A religiosidade e a fé dos fiéis, leva-os a uma concentração, que vincula o Deus infinito à sua vida após a morte. Pelo menos, a impressão que as pessoas dão na missa é de que este Deus pouco tem a ver com a sua realidade concreta presente e materializada no dia-a-dia. Quando o padre tentou perguntar sobre a realidade concreta, relacionando-a com as leituras do dia, as pessoas pareciam distantes e tiveram dificuldades para responder questões, a priori, óbvias como: O que Cristo fez de bom? A leitura havia tratado da divisão de bens, o que seria a resposta. Este Cristo que tanto temor causa, ou, por outro lado, que tanta esperança traz não entende e não quer saber do trabalho, da produção e da distribuição dos bens entre os homens aqui na terra, mas sim, este Deus está preocupado em salvar a alma das pessoas. Esta é a síntese que se pode deduzir a partir da fria e da pouca participação em respostas concretas dos assistentes às indagações do sacerdote. Em conversas particulares há pessoas que confirmam este entendimento sobre a religião.

Segundo uma outra moradora, a família é destruída e os princípios cristãos não existem na novela. A novela apresenta as ações dos empresários e políticos, o que está distante da realidade rural.

Na festa de encerramento do ano letivo do PERASMO, com a participação dos estudantes de Canela Gaúcha e de várias outras comunidades, foi possível observar uma atitude típica dos novos comportamentos. Havia futebol, voley, um conjunto musical e reunião dançante dentro do clube. Um jovem casal de namorados, de seus 15 a 17 anos foi protagonista da cena. Ele estava só de calção, pé descalço e sem camisa. Ela estava vestida normalmente com calça comprida e blusa. Ela estava de costas para ele. Ele a segurou por trás encostando nela. Uma música tocava e muitos dançavam. Os dois balançaram com a dança, simbolizando e parecendo realizar um ato sexual, em que ela estava sendo agarrada por trás e ele estava quase nu. Um professor (jovem) passou por eles e, consciente ou inconscientemente, se sentiu motivado pela cena (aprovação ou vontade de fazer o mesmo) e cutucou o rapaz com um sorriso, fazendo gesto com a mão de parar. A cena parece comum e nem chama muito a atenção para a maioria. Ela seria um escândalo em tempos idos, motivo de exclusão dos alunos do colégio. Hoje ela passa despercebida. Ela representa um novo padrão de comportamento de muito maior ousadia.

A relação mais cordial, mais festiva e mais gratuita entre vizinhos e na comunidade em épocas passadas, hoje se tornou mais individualista, de relação econômica em que ganhos e perdas são analisados.

Os bailes, no passado, eram mais familiares e, mesmo quando já eram abertos à população em geral, havia uma comissão de ordem que controlava o comportamento das pessoas e qualquer transgressão das normas socialmente aceitas - padronizadas - era motivo de exclusão do clube da pessoa praticante desta atitude considerada anormal. Dançar apertado, por exemplo, era motivo de expulsão do clube.

A telenovela prega o amor livre, segundo observações de vários agricultores e neste ponto reside a principal influência que ela exerce sobre as pessoas.

Os casos de separações, divórcio e investigações de paternidade têm aumentado em curva ascendente nos últimos anos. Obtivemos, junto ao fórum da comarca de São Miguel do Oeste, dados globais de todo o município sobre este tema:

Tabela N.2

CASAMENTOS, SEPARAÇÕES, DIVÓRCIOS E INVESTIGAÇÕES DE PATERNIDADE EM SÃO MIGUEL DO OESTE DE 1970 ATÉ OUTUBRO DE 1990

ANO	CASAMENTOS	SEPARAÇÕES	DIVÓRCIOS	TOTAL	INVEST. PATERN.
1970	194	04	00	04	01
1980	291	19	05	24	06
1987	216	33	08	41	S/ DADOS
1988	177	44	07	51	07
1989	145	52	12	64	32
1990/10	142	33	19	52	19

Fonte: Comarca de São Miguel do Oeste

Os casos de investigação são de paternidade. Não há um caso sequer de investigação de maternidade. Trata-se de casos em que a mãe não consegue se manter e mais o filho. Tanto as investigações, como separações e divórcios 80% são procedentes do meio rural. A estes casos poderiam ser acrescidos outros em que há acordos ou em que simplesmente é mantido silêncio. Mães solteiras deixam de ingressar na justiça e há casais que estão separados de fato, sem moverem ação judicial. Só tomando os casos de separação judicial, que resultaram em divórcio, ocorreu nos últimos anos uma média superior de uma separação por comunidade em cada ano. Segundo os advogados, há seguidas consultas sobre casos de incesto e sobre brigas, resultantes de

relacionamentos fora do casamento. Os casos de mulheres grávidas por ocasião do casamento também se multiplicaram.

Todo este quadro apresenta indícios de um novo comportamento, diverso do passado recente. É temeroso fazer um julgamento dos casos em busca das razões. Nem é objetivo deste trabalho. Haverá vários motivos causadores desta situação. Podemos, porém, alinhar, junto com outras razões, a legitimação de uma nova licenciosidade que se implanta, através dos meios de comunicação, especialmente pelas novelas. Um modelo liberal, de permissividade e alterações quanto ao modo de comportar-se, de relacionamento entre casais proporciona aos telespectadores novas maneiras de pensar e de agir. A televisão tem, especialmente pelas telenovelas, tão apreciadas, porque tocam nos sentimentos mais íntimos das pessoas, sua parcela de influência nestes novos comportamentos, que resultam nesta situação real que hoje o meio rural vive.

O esquema a seguir apresenta uma relação de comportamentos que as pessoas adotavam no passado, cujos hábitos estão alterados hoje e são diferentes nas famílias assistentes e não-assistentes à telenovela.

Quadro N.5

COMPORTAMENTOS E HÁBITOS DO PASSADO E DO PRESENTE (DAS FAMÍLIAS ASSISTENTES E DAS FAMÍLIAS NÃO ASSISTENTES A NOVELA) EM CANELA GAÚCHA -(Outubro de 1990)

CONTEÚDO NO PASSADO	CONTEÚDO NO PRESENTE	
	ASSISTENTES	NÃO ASSISTENTES
1 - Tem o sol como hora natural	1 - A TV é um relógio	1 - Não estão presas aos horários de televisão
2 - Cantos, músicas, serões e visitas aos vizinhos de noite	2 - Noite em casa	2 - Mais livres de noite
3 - Reuniões à noite	3 - Reuniões concentradas aos domingos	3- Reuniões aos domingos
4 - Consumo da produção caseira	4 - Consumo dirigido	4 - Consumo influenciado
5 - Mais diálogo	5 - Conversas e expressões da novela	5- Outros assuntos
6 - Brincadeiras espontâneas	6 - Em festas, brincadeiras sobre a TV	6 - Participam das brincadeiras programadas
7 - Religião rígida	7 - Religião mais opcional	7 - Religião mais opcional
8 - Bailes familiares com Comissão de Ordem	8 - Bailes mais liberais e públicos	8 - Bailes liberais e públicos
9 - Usam roupas produzidas pela família	9 - Usam roupas de atrizes e atores	9 - Usam roupas oferecidas pelo comércio
10 - Relações rigidamente regulamentadas e resguardadas	10- Relações de namoro, danças, abraços e beijos mais explícitos, imitando os personagens de TV	10- Relações também explícitas por influência de uns sobre outros
11 - Raros casos de separações e investigações de paternidade	11 - Aumento das separações, divórcios e investigações de paternidade	11 - Aumento das separações, divórcios e investigações de paternidade

Fonte: Dados da pesquisa

As diferenças do passado para o presente são grandes, quanto aos horários de trabalho, lazer, produção de artigos necessários para a sobrevivência e normas sociais vigentes. Quanto aos assistentes e não-assistentes à TV, as inter-relações constantes e mútuas, de certa forma, assemelham as atitudes. Enquanto o grupo de assistentes imita personagens da telenovela com roupas, gestos, expressões e permanece de noite em casa, adaptando seu horário para assistir a novela, o grupo não exposto à telenovela programa suas atividades sem este vínculo com o televisor. Os dois grupos, porém, interagem, influenciando-se mutuamente, em atitudes e comportamentos sociais, nos namoros, nos bailes e encontros coletivos.

Na comunidade de Canela Gaúcha, a telenovela exerceu importante papel na disputa pela hegemonia. Operando sobre a estrutura econômica, organização política da sociedade, modo de pensar, orientações ideológicas e modo de conhecer, a concepção hegemônica perpassa toda sociedade e se manifesta no cotidiano das pessoas. O projeto que está em supremacia é aceito melhor quando tem a capacidade de intervir nas reivindicações das massas, segundo Gramsci. A ordem hegemônica ou a contra-hegemonia é resultado da capacidade dirigente. É a capacidade de unificar, mesmo na contradição, através da ideologia. Guareschi (1989) afirma que o poder material dominante de uma sociedade possui o poder espiritual dominante. Há a possibilidade de deformação na consciência por símbolos e signos da telenovela e com isso ocorre a legitimação do poder político, absorvendo, em expansão, todas as esferas da cultura. Esta é a legitimação de um projeto de vida, segundo os Frankfurtianos.

De fato, na comunidade rural pesquisada, a realidade sofreu modificações. As histórias de vida dos moradores delineiam bem estas modificações, que levam a um novo comportamento. A ruptura com o passado se associa ao novo e moderno. Novos hábitos são assumidos pelas famílias expostas, desde a cronometragem das atividades diárias com base nos programas de TV, até conversas do dia-a-dia, relações comunitárias menos repressivas e adaptadas aos novos padrões de comportamento. Assim, como na Serra Gaúcha, de acordo com Santos (1978), o hábito do "filó" foi abandonado, em Canela Gaúcha os "serões" deixaram de existir. Este é um exemplo das novas atitudes, que traz consigo o novo relacionamento humano, a partir de novas formas de pensar e de entender a vida.

5.9 - AS LEITURAS DA TELENÓVELA

As leituras⁷ da telenovela por parte dos telespectadores variam de pessoa para pessoa ou de família para família. Não é verdadeira a afirmação de que há homogeneização nas reações dos assistentes diante da mesma mensagem que todos captam em seus vídeos.

Há famílias que dizem que a telenovela é pura ilusão, ela só apresenta mentiras e só procura enganar as pessoas. De acordo com esta visão, a função da novela é tornar as pessoas mais ignorantes, com a ausência da análise crítica da realidade. Esta é uma leitura crítica dos capítulos em exibição, pois não há aceitação das mensagens como verdadeiras, da maneira como são veiculadas.

Já para outras famílias, a telenovela procura incentivar a prática de atos imorais em nossa sociedade, seja na economia, na política, nos costumes ou no sexo. A televisão, por estes programas, só ensina maus exemplos e que os telespectadores procuram imitar. Para exemplificar citaram as atitudes de Renato, de Laurinha e de Nicinha dentro da novela. "O Renato Maia só quer roubar Mariana". "Laurinha sempre quer estar por cima, matando seu Betinho para ficar com Edu". "A Nicinha é uma imoral, pois só quer roubar os maridos das outras mulheres". Estas afirmações de indignação com a atitude de certos personagens mostra a leitura, também carregada de teor crítico, das telenovelas que estas famílias fazem. Esta leitura pressupõe uma concepção que a igreja vem defendendo há séculos.

"Eu admiro a luta, a persistência e a coragem de Maria do Carmo, que, com honestidade, supera os problemas e vence na vida". Esta afirmação feita por uma mãe de família expressa o pensamento de quem observa estas atitudes como positivas, como bons exemplos. Este grupo de pessoas cita ainda os exemplos de dona Neiva, de Lena e de Alaíde, "que vivem o verdadeiro amor e sobrevivem na sua lanchonete". Admiram as atitudes de Edu, que reconhece seus erros e procura acertar. Alinham ainda as atitudes de Paula, jornalista que só procura escrever a verdade, e de Betinho, que procura auxiliar os mais fracos, como corretas. Se esta fosse a leitura de todos os telespectadores poderia-se falar em homogeneização com a legitimação da ideologia dominante. Mas esta é apenas uma forma de compreender a telenovela.

Há aqueles que vêem nas telenovelas aspectos isolados, condenando-os ou apoiando-os. Os exemplos bons são separados dos exemplos maus. Porém,

⁷ Entende-se por leituras as mensagens que o telespectador conseguiu captar, o entendimento, a interpretação ou a compreensão possível para aquele que está exposto à televisão, que podem ser diferentes de uma pessoa para outra e diferentes da intenção de quem emite a mensagem

a variação é tão grande que o que é um exemplo bom para alguns, para outros é um exemplo mau e vice-versa. Nem todos condenam as atitudes de Nicinha, do professor Chimanski, de Adriana ou de Ingrid, que vivem de forma liberal com múltiplas relações amorosas. Há também quem condene estas atitudes. Há também quem condena Maria do Carmo, que luta para fazer crescer sua empresa, porém nunca revela, de fato, como ela aumenta seu capital. No entanto muitos apóiam as ações desta personagem. "O Edu é um safado e não merece perdão", afirma um agricultor a despeito de ter logrado Maria do Carmo e agora tenta se reconciliar. Uma outra jovem diz: "Maria do Carmo deve aceitar o Edu de volta, perdando suas atitudes".

Estas análises isoladas beiram, às vezes, a ingenuidade, porém expressam os sentimentos dos telespectadores neste momento em torno de tais fatos. Estas interpretações dependem muito do nível de envolvimento, das experiências, das diversas leituras e dos aspectos críticos possíveis de perceber por parte dos telespectadores. A história de uma família, ou de uma pessoa é diferente de outra. Estas interpretações localizam sentimentos passados dos telespectadores, que, em consequência, têm sua própria ótica sobre estes assuntos em pauta.

Na outra ponta, há as leituras críticas das telenovelas. Em Canela Gaúcha foram feitas afirmações como: "Até hoje não foi dito de onde veio o dinheiro depositado no Banco da Suíça"; "Não é uma forma mágica o enriquecimento da família dos Figueroa ou de Maria do Carmo"; "A moral proibida pregada pela igreja por séculos hoje está superada, por isso a novela abre perspectivas de debater o que sempre esteve proibido"; "A realidade política, com seus acertos debaixo do pano, começa a clarear". Estas manifestações demonstram que o telespectador está atento a vários aspectos paralelos aos temas em evidência. Muitas vezes a mensagem da telenovela quer induzir que a luta com honestidade e justiça sempre é recompensada, porém o assistente interpreta que esta é uma tentativa de manipular e por isso ele lê exatamente o contrário, ou seja, quem luta e trabalha com honestidade sempre é explorado e vai morrer pobre. Quando a novela afirma que determinada atitude é correta, seja no aspecto econômico, político e moral, o telespectador na sua interpretação subjetiva emenda: "esta é uma atitude condenável".

As leituras são diferentes entre os telespectadores. Enquanto alguns aceitam as formas gerais de interpretação da realidade proposta pelas mensagens, há quem faça uma leitura bem oposta. Além de expressarem isto, as famílias em Canela Gaúcha também demonstram isto com ações práticas, dentre as quais citamos: a negativa de verbalizar muito em torno dos temas da novela; a negação na compra dos produtos anunciados; a não imitação de expressões, gestos, maquiagem, penteados ou roupas dos personagens; ou a negativa em assumir atitudes similares aos personagens no que diz respeito à moral e relacionamento amoroso.

Portanto, as leituras são diferentes. Os mais velhos tem uma leitura. Os jovens já tem outra leitura. Os estudantes têm uma leitura. Os jovens com um

grau menor de instrução já tem outra leitura ainda. A mesma mensagem transmitida para diversos lares está sujeita a várias leituras diferentes.

O quadro a seguir explica as diferentes leituras que os telespectadores fazem do mesmo conteúdo padronizado, que todos captam em seus vídeos:

Quadro N.6

DIFERENTES LEITURAS QUE OS TELESPECTADORES DE CANELA GAÚCHA FAZEM DA MESMA MENSAGEM DA TELENOVELA - (Outubro de 1990)

CENAS E FATOS RELACIONADOS À NOVELA	LEITURA DAS 10 FAMÍLIAS EXPOSTAS À TELENOVELA	
	SIM	NÃO
Aprovam o liberalismo de Nicinha tentando ser a "outra" de maridos, noivos e namorados	21%	79%
Aceitam o casamento de Renato com Mariana só para tirar-lhe o dinheiro	09%	91%
Acham correto Maria do Carmo perdoar Edu, que reconheceu seu erro, após usá-la para atingir seus objetivos	47%	53%
Avalisam a pesquisa de Ingrid junto aos três filhos de Dona Armênia para ver quem é o melhor na relacionamnto amoroso e depois decidir com quem ficar	39%	61%
Consideram valiosos os bons exemplos da telenovela como amor e caridade	62%	38%
Acham perigosos para a educação dos filhos os maus exemplos da telenovela principalmente da depravação sexual	54%	46%
Na telenovela são apresentadas mentiras como o governo é bom e os ricos são generosos	59%	41%
A telenovela é reveladora da exploração econômica, política ou sexual, do autoritarismo e da violência a que os poderosos submetem os humildes	37%	63%

Fonte: Dados da Pesquisa

Atitudes assumidas por personagens da novela são condenadas por algumas famílias e aprovadas por outras. Alguns consideram valiosos os bons exemplos e outros se preocupam com os maus exemplos que a televisão apresenta. Há quem ache que a TV apresenta mentiras e há quem considere que ela desnuda a realidade de uma classe social. A mesma mensagem é passível de várias leituras.

O Estado, os proprietários dos meios de comunicação, ou os que produzem o conteúdo que se veicula nas telenovelas não podem prever com absoluta certeza as reações do público telespectador de uma única maneira. Cada grupo, cada pessoa e cada momento histórico tem sua leitura das mensagens.

O fato de alguns, por decisão própria, não comprar televisão ou outros ainda, que têm televisão, decidem desligá-la na hora da novela é uma evidência de uma certa leitura da realidade que estas famílias fazem. Sem acompanhar as telenovelas, estas famílias condenam seu conteúdo e consideram-se favorecidas por não ter televisão e não assistir a telenovela.

Esta constatação rejeita a Teoria de Comunicação da Escola de Frankfurt, quando afirma que os meios de comunicação estão a serviço da classe dominante e impõem a ideologia desejada pelo grupo hegemônico, apesar da telenovela estar calcada em signos de dominação, elaborada em função do grupo dominante, conforme afirma Leal (1986).

Fuenzalida e Hermsilla (1989) mostraram também no Chile que a televisão não é um aparato homogêneo de dominação ideológica absoluta. Afirmam que a TV informa, entretém, educa, rompe com o isolamento rural, educa mentalmente, apresenta temas de interesse e da atualidade. Na comunidade de Canela Gaúcha, a TV também é um processo que rompe com o isolamento e gera temas de interesse da atualidade.

CAPÍTULO 6 - CONCLUSÕES

Tendo sido o objetivo desta dissertação, analisar e verificar os efeitos que a telenovela "Rainha da Sucata" da Rede Globo exerceu sobre as famílias e sobre a comunidade de Canela Gaúcha no Oeste de Santa Catarina e tendo-se buscado os dados através de uma observação participante, convivendo-se em todas as atividades diárias com as famílias - roda de chimarrão e do vinho, refeições, trabalho, hora da novela - e com a comunidade - aulas, reuniões, esportes, cultos, festas e bailes - tudo isto com a ajuda de informantes, líderes e comerciantes, pode-se concluir que a televisão exerce influência sobre as pessoas da localidade estudada. Esta pesquisa mostrou que aqueles, que assistem a telenovela, mudam alguns hábitos e comportamentos e passam a assimilar outras concepções a respeito de casamento, amor, família, negócios, política e moral. As pessoas imitam atores e atrizes da telenovela, através de expressões, gestos, penteados, maquiagem, trajes e atitudes.

O comércio vende e quem está exposto à televisão consome, primordialmente, os produtos anunciados na novela. Por extensão, toda a comunidade, direta ou indiretamente, sofre interferência ou está exposta aos efeitos da mídia eletrônica. As 10 unidades familiares pesquisadas e que estão expostas à telenovela fazem o possível para não perder nenhum capítulo. Se necessário, param de trabalhar um pouco mais cedo ou até vão dormir um pouco mais tarde para garantir o acompanhamento dos episódios. Não realizam ou diminuem as orações, não visitam mais vizinhos e nem participam de reuniões às noites.

Toda família acompanha silenciosamente o desenrolar dos acontecimentos envolvendo os personagens, fazendo seus julgamentos, aprovando ou condenando as ações das pessoas no vídeo. Impedidas de assistir a novela, as famílias procuram se informar na vizinhança no dia seguinte sobre os episódios do capítulo da noite anterior.

As visitas noturnas com "serões" estão desaparecidas. As reuniões comunitárias também estão ausentes das noites. São realizadas, de forma atropelada, aos domingos, após o culto. Nas promoções comunitárias, os jogos mais procurados são os mostrados pela televisão com consumo da bebida que os personagens da novela tomam. Brincadeiras com trajes, imitação de atrizes fazem parte das novas criações. As pessoas, além de vestir o mesmo tipo de roupa dos personagens, usam penteados e maquiagem dos mesmos. Nos bailes e demais promoções da comunidade, em namoros, os jovens e casados se expõem mais com abraços, apertos e beijos explícitos em locais públicos e usam locais um pouco mais reservados (carros, árvores, fundos dos clubes ou casas) para relacionamentos mais íntimos, assim como atores e atrizes da novela fazem.

Com estas constatações feitas, se confirma que as famílias dos produtores rurais expostas à telenovela passam por um processo de mudança nos

hábitos, tanto em sua própria casa, como em suas relações com os vizinhos e nos eventos sociais.

Os episódios das telenovelas são lembrados e são assunto de debate seguidamente durante o dia na família: na hora do chimarrão, durante as refeições; no trabalho ou em momentos imediatamente posteriores à apresentação do capítulo. Da mesma forma, conversas sobre a novela fazem parte da pauta nos contatos entre vizinhos em que ambos são assistentes, na comunidade em promoções, antes e após os cultos, na escola, no bar, no ônibus e na estrada. São usadas, mais corriqueiramente pelos jovens - mas não só por eles - expressões dos personagens. "Ele é um Gentleman", "Coisas do Betinho", "Quero ser a outra" são alguns dos chavões da telenovela, que as pessoas da comunidade repetiam constantemente em todos os encontros de mais de uma pessoa assistente da telenovela.

Nos comentários, os telespectadores da comunidade se posicionavam favoráveis ou contrários às atitudes dos personagens da novela, cujos temas foram motivos de longos debates, polêmicas e consensos, tendo como balizador a concepção do "certo" e do "errado" de cada debatedor.

As famílias não-expostas à telenovela, trabalhavam na lavoura enquanto a claridade permitia. Depois faziam os serviços com o gado e finalmente na casa. Dialogavam na hora do chimarrão e da janta. Faziam suas orações e realizavam algumas leituras ou iam dormir em seguida, não tomando em consideração os horários dos programas da televisão como acontecia nas famílias assistentes. As visitas na vizinhança ainda têm seus vestígios de existência.

Nos acontecimentos sociais, os integrantes das famílias não-assistentes tiveram um comportamento idêntico aos demais (uns influenciam os outros). Também se envolviam em intimidades em locais públicos ou em ambientes um pouco mais retirados. Enfim, esta diferenciação não foi possível fazer entre famílias expostas e não expostas. Porém, como um coletivo, estas atitudes mais liberais e explícitas eram, se muito, condenadas verbalmente. A sua legitimidade ou sua permissibilidade tem nos episódios da telenovela um forte componente influenciador, conforme diziam os próprios envolvidos.

As famílias usam expressões da telenovela nos comentários diários na família, vizinhança e comunidade em eventos sociais, assumindo posições e atitudes das atrizes e atores da novela ou discordando das mesmas. Isto deixa de ocorrer com as famílias não-assistentes.

Quanto ao consumo, ficou constatado que a televisão exerce influência para direcionar o telespectador a comprar determinado produto. Nas famílias assistentes, os produtos anunciados no horário da novela são os mais procurados nas lojas e mercados. Tomados alguns artigos anunciados, percebeu-se que na maioria das famílias expostas à telenovela, os mesmos eram consumidos, o que nas famílias não-expostas ocorria com frequência menor. Podemos citar a pasta de dente, o sabão em pó Omo dupla ação, o Ivomec, botas, sementes de milho, pepsi e outros. Houve um produto anunciado- chinelos

determina
do aut

Rider - que todas as famílias assistentes e não-assistentes consumiam. Já o extrato de tomate Pomarola da Cica (intensamente anunciado no horário da novela) não teve consumo em nenhum grupo de famílias. Os carros também não foram comprados, cuja causa conjuntural foi o limitado poder aquisitivo dos agricultores e a crise em que se encontrava a agricultura neste últimos dois anos. No entanto, de forma geral, os produtos anunciados na telenovela tiveram vendas altas no comércio e foram consumidos, preferencialmente, em relação aos outros, nas famílias assistentes, o que não predominava nas famílias não expostas a tv.

A telenovela das oito, da Rede Globo de televisão, enquanto bem simbólico, inserido em um campo de contradições, que é a sociedade, está transformando a vida dos pequenos produtores rurais, que assumem novas maneiras de pensar e novos hábitos, que vêm de encontro com as mudanças e os novos interesses para reforçar e reproduzir, de certa forma, a ordem social mais ampla.

A ordem social mais ampla é reproduzida, segundo Nosella (1981), quando a superestrutura da sociedade capitalista - formas jurídico-políticas e ideológicas - garantem a reprodução da infra-estrutura - base econômica e relações sociais de produção. A telenovela, como componente da superestrutura ideológica, auxilia no mascaramento da exploração e dominação das relações sociais de produção, igualmente asseguradas pelo Estado. A ideologia, que é um conjunto de idéias, convertidas em ações práticas, veda aos receptores da mensagem ideológica no meio rural, de acordo com Gorz (1959), coletivamente, a percepção das condições sociais que produzem bens culturais.

Estas afirmações de Nosella (1981) e Gorz (1959) novamente atribuem à televisão um poder absoluto, determinante da realidade, segundo as intenções da classe dominante. A pesquisa realizada em Canela Gaúcha, porém, nega este dogma. Cabe relativizar, com os dados disponíveis, esta argumentação, que tem na Escola de Frankfurt sua matriz. Há agricultores que não querem televisor. Existem produtores rurais que têm televisão mas a deixam desligada na hora da novela. Pela propaganda foram anunciados produtos não muito caros (Extrato de Tomate Pomarola) e que ninguém dos expostos à telenovela comprou. Famílias, expostas à TV, deixaram de usar as roupas, penteados, maquiagem, gestos e expressões dos personagens da novela. Ocorreu com algumas famílias a relativização das novas atitudes, ou seja, elas não são assumidas pelo menos neste primeiro momento. E, o que é mais revelador, famílias inteiras ou pais e jovens isoladamente posicionaram-se criticamente diante das mensagens da telenovela. As diferentes leituras que foram realizadas das mesmas mensagens mostraram que há telespectadores que têm seu senso crítico despertado pela novela e se lançam criativamente em busca de transformações sociais, o que não é o interesse da classe hegemônica, proprietária dos meios de comunicação e que tenta conduzir o conteúdo veiculado ao longo dos dramas sentimentais, amorosos, econômicos e políticos no horário das 8 da Rede Globo.

Se tomarmos a Escola de Frankfurt como a detentora da única verdade a respeito da ação dos Meios de Comunicação sobre seus leitores, ouvintes, assistentes ou telespectadores, o destino da humanidade estará dado pelos interesses da classe dominante, veiculados pelos órgãos de divulgação. Nada teríamos a fazer. Nada poderíamos mudar. Porém, nossa crítica aos Frankfurianos está respaldada no meio século de produção sociológica e pesquisa, que comprovam que as pessoas fazem leituras e assumem atitudes diferentes diante de mensagens padronizadas. Não podemos ser apocalípticos. Pelos meios de comunicação, a revelia de quem tem seu controle, elabora e emite as mensagens, as pessoas podem se liberar de preconceitos, assumir posições de desenvolvimento e ter uma vida mais agradável e de auto-conhecimento.

Portanto, se a telenovela influencia os telespectadores, induzindo-os a determinados consumos, gestos, expressões e hábitos, isto não quer dizer que as reações diante da mesma mensagem sejam sempre unificadas. As leituras do conteúdo da telenovela são diferenciadas o que leva, também por influência da história vivida por cada assistente até este momento, a ações diferenciadas. Reside, neste contexto, a importância que tem a televisão como instrumento de transformação da realidade social.

A imitação de expressões, gestos e atitudes dos personagens da telenovela é uma forma de identificação com desejos, mitos ou ídolos.

Na disputa pela hegemonia, o bloco mais forte tem o seu projeto cultural no embate constante com outros projetos difusos e parcialmente representados no conteúdo "subversivo" ou na leitura "subversiva".

De acordo com a visão Frankfuriana, com o consumo dos produtos anunciados por parte dos telespectadores, a infra-estrutura econômica também se reproduz. Na ordem capitalista, a propaganda tem a função de criar necessidades, que levam ao consumo, que levam a indústria a produzir sempre mais. O círculo vicioso se fecha com produção, anúncio, consumo, produção redobrada, etc. No consumo dos produtos e de bens culturais está inserida uma aceitação, da ordem vigente, com padronização inclusive de atitudes. Na imitação dos personagens da telenovela, um novo padrão de consumo está estabelecido, uma nova moral passa a vigorar e uma nova forma individualista de ser se constitui. A aceitação das formas jurídico-políticas e ideológicas propostas, reproduz a ordem econômica e as relações sociais de produção vigentes. Esta é uma função desempenhada pela telenovela: muda, de forma conservadora, a vida dos pequenos produtores rurais, que assumem novos hábitos.

A crítica possível a esta concepção Frankfuriana, de base marxista, é de que não ocorre padronização nem de consumo, nem de atitudes e nem são imutáveis as relações sociais de produção. Se, com a modernização conservadora, de certa forma, a ordem social mais ampla se reproduz, não responder afirmativamente aos apelos da novela, ou ainda responder de forma oposta aos chamados veiculados no vídeo, é um sintoma da não massificação imediata e automática após a emissão da mensagem proposta por quem detém o poder de fazê-lo através das telenovelas. Se o consumo passa a ser mais

direcionado, se grande parte das pessoas à noite fica diante do televisor, se atitudes de atrizes e atores são imitadas não é só isto o que ocorre. Há uma carga de criticidade que envolve a exposição das famílias à telenovela. E, mais do que isto, a assistência aos episódios da novela das 8 pode desinstalar as famílias de hábitos conservadores, autoritários e preconceituosos.

Sob este prisma, a telenovela, enquanto mostra um mundo de pessoas ricas e belas, desperta o telespectador para a fantasia, trazendo à tona temas desejados e vivenciados por todos como é o amor, mas cujo debate, de geração em geração, vem sendo censurado e coibido.

A telenovela, ao mesmo tempo em que procura legitimar a ordem social mais ampla do interesse de quem detém o poder dominante, induzindo as pessoas a determinadas ações - consumir, formas de pensar e de agir - é um instrumento que pode levar a transformações sociais. Esta possibilidade está ligada a uma série de outras experiências que os telespectadores vivenciam no seu cotidiano, como o processo educacional escolar, a sindicalização, os movimentos confessionais, as leituras e debates em torno da realidade brasileira, a politização, enfim, esta possibilidade tem a ver com a história de militância de vida de cada ser humano. A televisão terá que mudar necessariamente o conteúdo de suas telenovelas quando os anseios dos telespectadores mudarem para que haja correspondência entre o emissor e o receptor, através da mensagem veiculada.

Dentro deste contexto da sociedade, que tem a telenovela como produto e ao mesmo tempo produtor da ordem social vigente, a disputa pela hegemonia é uma atividade de fermentação cotidiana. Cada grupo, cada segmento social e cada pessoa procura legitimar suas ações e consensualizar, pelo convencimento persuasivo das demais pessoas, a sua concepção de mundo e o seu projeto de vida.

De acordo com Gruppi (1980), a hegemonia pertence a quem se bate com mais energia e tiver maior capacidade de direção e conquistar alianças. Manter articulado um grupo de forças heterogêneas e impedir que o contraste existente entre tais forças exploda é ser hegemônico. A conquista e a manutenção desta hegemonia passa pela infra-estrutura econômica e pela superestrutura política, social, ideológica e cultural. O adequado uso de instrumentos, cujas apropriações requerem capital, é um componente plasgador desta hegemonia.

A televisão, através das telenovelas, veicula as mensagens que, pretensamente, legitimam a ordem social que está em vigor. De forma sutil, as mensagens intencionam conduzir os telespectadores a determinadas formas de pensar, de perceber a realidade e de agir sobre ela. Porém, há a contra-hegemonia, inserida no conteúdo jamais totalmente controlável por quem se propõe a produzir as mensagens e há a leitura diferenciada por parte dos telespectadores, diferentes uns dos outros na sua individualidade única, que nunca alguém conseguirá aprisionar a partir de seus próprios referenciais subjetivos que são objetivados para os receptores das transmissões de TV. É

o lado "subversivo" da realidade humana e que torna todos os seres humanos potenciamente sujeitos de sua história.

Portanto, a disputa pela hegemonia na sociedade é uma luta diária e constante que tem na telenovela um espaço ou uma arena onde diferentes posições se digladiam. Não é possível, a partir desta disputa pela hegemonia, também pela novela de televisão, se falar em imposição de um modo de vida por parte das chamadas classes dominantes. Há, isto sim, tendências sociais quanto ao consumo, modo de falar, comportamentos, etc. Os dados da pesquisa em Canela Gaúcha mostram que não há uma reação previsível e unificada por parte dos telespectadores expostos a mesma mensagem padronizada. Diferentes posições são encampadas na disputa pela hegemonia.

Esta pesquisa mostrou que em Canela Gaúcha, a telenovela é assistida por 70% das famílias e, portanto, ela passa a ser um referencial para a compreensão dos fenômenos sociais da comunidade. A TV é um instrumento que influencia as famílias, porque levanta um tema normalmente não discutido. Enquanto procura reproduzir a ordem social mais ampla, ela poderá ser germinadora de um contexto mais humanizado e de transformação da realidade vigente.

No quadro abaixo estão contidas algumas mudanças que ocorrem na vida familiar e comunitária dos pequenos agricultores de Canela Gaúcha.

FAMILIAS EXPOSTAS	FAMÍLIAS NÃO-EXPOSTAS
<p>1 - Dedicam uma hora diária para assistir à telenovela, cujo acompanhamento deixa de ocorrer só em casos extremos. Deixam de ler, de dialogar, de rezar, de trabalhar ou de dormir mais cedo.</p>	<p>1 - Realizam os trabalhos sem preocupação com a hora da novela, dialogam, rezam, lêem ou vão dormir mais cedo</p>
<p>2 - Não realizam mais "serões", não se visitam mais, não realizam reuniões comunitárias à noite, acumulam várias reuniões aos domingos, participam de promoções com jogos divulgados na TV e brincadeiras de imitação dos personagens da novela. Os filhos não são dependentes dos pais e assumem atitudes mais liberais.</p>	<p>2 - Não realizam mais "serões", as visitas na vizinhança são raras, nas reuniões seguem as decisões da maioria: ocorrem aos domingos e não às noites. Nas promoções, acompanham as brincadeiras em voga, sem a dependência anterior dos filhos e com atitudes mais liberais.</p>
<p>3 - Comentam os episódios da telenovela em família, vizinhança e nos eventos sociais. Usam as expressões dos personagens.</p>	<p>3 - Nada sabem e não comentam a telenovela, dialogam mais sobre outros assuntos.</p>
<p>4 - Há um consumo direcionado e mais intenso dos produtos anunciados no horário da telenovela. Há exceções de alguns produtos.</p>	<p>4 - Consomem os produtos que estão mais evidenciados nas prateleiras dos mercados ou que têm anúncios em outros veículos. Não há consumo intenso dos produtos anunciados no horário da telenovela. Há algumas exceções.</p>
<p>5 - Imitam personagens da telenovela com trajes, maquiagem, penteados, gestos e atitudes. Nas relações com outras pessoas procuram expor mais suas intimidades, mudando o comportamento, a moral e as formas de pensar.</p>	<p>5 - Por influência de outros meios, mudam seus comportamentos, a moral e as formas de pensar. Nas intimidades também se expõem mais do que em tempos passados.</p>
<p>6 - Realizam leituras diferentes das mensagens da telenovela.</p>	<p>- - -</p>

Fonte: Dados da pesquisa realizada junto às 10 famílias assistentes e 9 famílias não-assistentes da telenovela em Canela Gaúcha - SMO - 1990

Este quadro explica que as pessoas que assistem a telenovela são mais influenciadas nas compras, nos comentários, expressões, gestos, maquiagem. Procuram não programar reuniões para as noites e as visitas entre vizinhos estão ausentes. Mesmo assim, as leituras feitas da telenovela são diferentes de uma para outra família. O que algumas aplaudem, outras condenam. Algumas se deixam envolver com as histórias sentimentais da telenovela e outras se tornam críticas da realidade a partir dos temas em evidência. Nas famílias não-assistentes, decisão esta adotada politicamente em alguns casos, não se faz a leitura das mensagens, que também não são comentadas. Parte dos produtos anunciados também são consumidos, mas em menor

quantidade. As visitas entre vizinhos ainda sobrevivem e nas eventuais reuniões noturnas a participação é melhor do que nas famílias expostas à telenovela. As diferenças entre um e outro grupo não são muito grandes e a televisão, ao mesmo tempo que pode propor a concepção de vida do grupo dominante, também pode ser uma semente de mudanças na vida das pessoas.

Um limite deste trabalho foi a impossibilidade de medir quantitativamente alguns comportamentos, discursos e reações dos telespectadores expostos às mensagens das telenovelas e ao mesmo tempo isolar os efeitos resultantes da audiência à televisão de outros fatores sociais mais amplos. Isto praticamente inviabilizou testar eventuais hipóteses. Outro fator limitante foi a inviabilidade de acompanhar todas as atividades diárias das famílias pesquisadas e a coleta de dados em apenas 19 unidades da comunidade. Igualmente foi doloroso, pelo menos no primeiro momento, para mim, como pesquisador, me desnudar das pré-concepções que tive a respeito das teorias de comunicação, telenovelas, famílias e estrutura econômica e política da sociedade.

Para futuros trabalhos e pesquisas fica em aberto, como sugestão, a relação entre alienação e exposição à telenovela. A pessoa, produzindo e não sendo dona do que produz, se aliena, de acordo com Marx. Por analogia, indaga-se sobre a possibilidade de existência de relação entre alienação e leitura, entendimento, ação concreta, conseqüente, à frequência à telenovela por parte dos pequenos agricultores.

7 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIRRE, Jesus Maria. Consciência e formação crítica da consciência de classe.(6), São Paulo, 1981. 45 p. (Comunicação & Sociedade, 6)**
- ALTHUSSER, Louis. Aparelhos ideológicos de Estado. Rio de Janeiro, Graal, 1983. 127 p.**
- BARBEDO, Jesus Martin. De los medios a las mediaciones. Barcelona, Gili, 1987. 10 p.**
- BARNET, Richard; MULLER, Ronald. O Controle Ideológico In: MARCONDES FILHO, Ciro. Televisão - A vida pelo vídeo. 2ed. São Paulo, Ed. Moderna, 1988, P. 50 - 81**
- BENJAMIN; HABERMAS; HORKHEIMER; ADORNO. Os pensadores -textos escolhidos. 2ed. São Paulo, A, Abril S.A. Cultural, 1983. 343 p.**
- BIANCHI DOS REIS, Ana Maria. Integração do operário de origem rural na sociedade urbano-industrial da Grande Porto Alegre. Porto Alegre, UFRGS/IEPE, 1971 (Tese de Conclusão dos Cursos de Pós-graduação em Economia Rural e Sociologia Rural n. 27).**
- CAPARELLI, Sérgio. Televisão e Capitalismo no Brasil. Porto Alegre, L & PM, 1982. 196 p.**
- _____. Comunicação de massa sem massa. 4ed. São Paulo, Summus Editorial, 1986. 124 p.**
- CHAUÍ, Marilena. O que é ideologia. 5ed. São Paulo, Brasiliense, 1981. 125 p.**
- FADUL, Anamaria. Brasil: el éxito de la telenovela. n.16. Quito, Chasqui, 1982. 21 p.**
- FÉNÉLON, BOTTOMORE, HEGEL E FEUERBACH, HEIDEGGER. In MÉSZÁROS, Itsván. Marx: a teoria da alienação. 3ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1981. 303 p.**

- FERERO, Luiz López. Introducción a los medios de comunicación.** 4ed. Bogotá, Usta, 1987. 512 p.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. O mito na sala de jantar (Discurso infanto-juvenil sobre televisão).** Porto Alegre, Movimento, 1984. 131 p.
- FOUCALT, Michel. Vigiar e punir.** 7ed. Petrópolis, Vozes, 1988. 277 p.
- FREUD, Sigmund. O mal-estar na civilização.** Rio de Janeiro, Imago, 1969. 81-171 p.
- FROMM, Erich. Psicanálise de la sociedad contemporánea.** México, Fondo de Cultura Económica, 1956. 308 p.
- FUENZALIDA, Valério; HERMOSILLA, Maria Elena. Visiones y ambiciones del televidente.** Santiago, Ceneca, 1989. 287 p.
- GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social.** 2ed. São Paulo, Atlas, 1987. 206 p.
- GRAMSCI, Antônio. Cartas do cárcere.** 3ed. Rio de Janeiro, Civilização brasileira, 1987. 420 p.
- _____. **Os intelectuais e a organização da cultura.** 7ed. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1989. 244 p.
- _____. **Concepção dialética da história.** 8ed. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1989. 341 p.
- GRUPPI, Luciano. O conceito de hegemonia em Gramsci.** 2ed. Rio de Janeiro, Grahal, 1980. 143 p.
- GUARESCHI, Pedrinho. Comunicação e poder (A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina).** 2ed. Petrópolis, Vozes, 1981. 88 p.
- _____.& **RAMOS, Roberto. A máquina capitalista.** 2ed. Petrópolis, Vozes, 1988. 116 p.
- _____. **A "cozinha" da ideologia dominante. REVISTA MUNDO JOVEM.** Porto Alegre, 210, set. 1989. p. 9
- GUATARI, Félix; ROLNIK, Sueli. Micropolítica Cartografias do desejo.** 2ed. Petrópolis, Vozes, 1986. 327 p.

- HABERMAS, Jürgen. **Sociologia**. São Paulo, Ática, 1980. 216 p.
- HIMMELWEIT, H.; OPPENHEIM, A.; & VINCE, P. **La televisión en el niño**. Buenos Aires, Farina, 1962. 213 p.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. & outros. **Teoria da cultura de massa**. 2ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978. 240 p.
- KUNDE, Carlos. **Rede Globo**. n. 51. Quito, Chasqui, 1988. p. 35-36
- LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novela das oito**. Petrópolis, Vozes, 1986. 133 p.
- LIMA, Rita (Tradutora). **Da ideologia**. 2ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1983. 330 p.
- LUKÁCS, Georg. **Marxismo e teoria da literatura**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1968. 288 p.
- LUZ, Inês Pereira da, et alii. **Ideologia, cultura e comunicação no Brasil**. São Bernadro do Campo, IMC, 1982. 116 p.
- MANDEL, Ernest. **Formação econômica do pensamento econômico de Karl Marx**. 2ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1980. 211 p.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão - A vida pelo vídeo**. 2ed. São Paulo, Editora Moderna, 1988. 119 p.
- MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos**. São Paulo, Abril Cultural, 1974. 413 p.
- ___ & ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. 6ed. São Paulo, Hucitec, 1987. 138 p.
- ___ . **O capital (Crítica da economia política)- o processo de produção do capital, livro 1, volume I**. 12ed. Rio de Janeiro, Bertrand, 1988. 579 p.
- MELO, José Marques de. **As telenovelas da Globo - produção e exportação**. São Paulo, Summus Editorial, 1988. 68 p.
- MÉSZÁROS, Itsván. **Marx: a teoria da alienação**. 3ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1981. 303 p.

- MILANESI, Luiz Augusto. **O paraíso via Embratel**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978. 244 p.
- NOSELLA, Maria de Lourdes Chagas Deiró. **As belas mentiras**. 5ed. São Paulo, Editora Moraes, 1981. 238 p.
- ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela, história e produção**. São Paulo, Brasiliense, 1988. 197 p.
- PACHECO, Elza Dias. **O pica-pau: herói ou vilão?** Representação social da criança e reprodução da ideologia dominante. São Paulo, Edições Loyola, 1985. 255 p.
- QUEIROZ, Maria I. Pereira. **Relatos orais: "indizível" ao "dizível"**. In Simson, Olga de Moraes Von (organizadora). **Experimentos com História de Vida (Itália - Brasil)**. São Paulo, Edições Vértice, 1988. p. 14-43
- RAMOS, Roberto. **Grã-finos na Globo - Cultura e Merchandising nas novelas**. 2ed. Petrópolis, Vozes, 1987, 128 p.
- SANTORO, E. **La televisión Venezolana de estereotipos en el niño**. Caracas, Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela, 1969.
- SANTOS, José Vicente Tavares dos. **Colonos do vinho (Estudo sobre a subordinação do trabalho camponês ao capital)**. São Paulo, Hucitec, 1978. 182 p.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Coordenador). **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo, Cortez Editora, 1982. 227 p.
- _____. **Muito além do jardim botânico**. 2ed. São Paulo, Summus Editorial, 1985. 161 p.
- SILVA, Deonilda da. **Visão Panorâmica dos Meios de Comunicação: estudo especial sobre a telenovela**. Frederico Westphalen, IESAU, 1987 (Monografia do curso de Pós-Graduação em Metodologia do Ensino da Língua Portuguesa).
- SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. 2ed. Petrópolis, Vozes, 1978. 155 p.

___ **A máquina de Narciso - Televisão, indivíduo e poder no Brasil.**
Rio de Janeiro, Achiamé, 1984. 147 p.

___ **A comunicação do grotesco.** 11ed. Petrópolis, Vozes, 1988. 83 p.

SOUZA, Ailton Benedito de; VIEIRA, R. A. Amaral. Poluição, alienação, ideologia. Rio de Janeiro, Achiamé, 1984. 130 p.

TOCQUEVILLE, A. C. M. C. Democracia na América. Belo Horizonte, Itabaiana, 1962. 620 p.

VINK, Nico. The telenovela and emancipation (A study on TV and social change in Brazil). Amsterdam, Royam Tropical Institute, 1988. 287 p.

WEISS, W. Effects of the mass media of communication. 2nd ed. New University of New York, 1959. p. 77-177

ANEXO I

BREVE RESUMO DA TELENOVELA RAINHA DA SUCATA

PERSONAGENS

Maria do Carmo Pereira (Regina Duarte)
Renato Maia (Daniel Filho)
Laurinha Figueroa (Glória Menezes)
Betinho Albuquerque Figueroa (Paulo Gracindo)
Eduardo Albuquerque Figueroa (Tony Ramos)
Rafael Albuquerque Figueroa (Maurício Mattar)
Adriana Albuquerque Figueroa (Cláudia Raia)
Alaide (Patrícia Pillar)
Lena (Lolita Rodrigues)
Paula (Cláudia Ohana)
Armênia (Aracy Balabanian)
Onofre (Lima Duarte)
Gerson (Gerson Brenner)
Gino (Jandir Ferrari)
Geraldo (Marcelo Novaes)
Jonas (Raul Cortez)
Guida (Mônica Torres)
Nicinha (Marisa Orth)
Caio Szimanski (Antônio Fagundes)
Alberico Cassineli (Jorge Dória)
Wilmar (Dil Costa)
Luzineide (Cláudia Neto)
Cyro Laurenza (Jorge Cherques)
Neiva Pereira (Nicete Bruno)
Marinilda (Sílvia Carvalho)
Moreiras (Flávio Migliaccio)
Guga (Paulo Reis)
Isabelle de Bresson (Cleide Yáconis)
Ingrid de Bresson (Andréa Beltrão)
Mariana Pereira (Renata Sorrah)
Irineu Saldanha (Gianfrancesco Guarnieri)
Salomé (Fernanda Montenegro)
Manon (Inês Galvão)
Clóvis (Mário Gomes)
Franklin (Ivan Angelo)

Gouveia (Ivan Mesquita)
Aranha (Henry Pagnoncelli)
Ademar (José Augusto Branco)
Maneco (André Felipe)
Dalva (Neusa Amaral)
Julien Sorel (Claude Hagnenauer)
Angela (Aldine Müller)
Sergio (Paulo Guarnieri)
Samira (Maria Helena Dias)
Odete (Luna Flores)
Edson (Reginaldo Faria)
Juarez (Fernando Amaral)

A HISTORIA

Maria do Carmo, filha de Onofre e de Neiva, é a Rainha da Sucata e está noiva de Gerson. Seu pai começa a trabalhar em São Paulo, passando nas ruas, de bairro em bairro, comprando sucata: ferro e lata velha, que recolhe com seu caminhão. Revende estas sucatas e consegue montar sua própria empresa, que se torna um empreendimento bem sucedido. Após a morte de Onofre, Maria do Carmo herda esta empresa de seu pai. Trabalha no empreendimento, Renato Maia que tenta se aproximar de Maria do Carmo, mas é rejeitado.

A família Albuquerque Figueroa está falida, mas Laurinha tenta manter as aparências com sua exuberância, pois foi ricaça em passado recente. É casada com Betinho, que é pai de Eduardo (Edu), Rafael e Adriana. Betinho também é pai de Alaide, a qual foi concebida com Lena (mora com a família) numa festa que ele teve com as empregadas da casa.

Edu está de beijos com a namoradina e jornalista Paula e Maria do Carmo tenta também conquistá-lo.

Armênia diz que quer com juro e correção monetária o que Onofre lhe roubou. Ela tem três filhos sob suas ordens autoritárias e por isso são adultos com atitudes abobalhadas: Gerson, Gino e Geraldo.

Jonas, mordomo na casa dos Figueroa, é amigo de Guida.

Moreiras é um simples vendedor de frutas e tem a filha Nicinha, noiva do professor de arqueologia Caio, que recebe uma verba de Cyro para o museu. Esta verba é condição para o professor Caio dar o fora em Nicinha. A proposição é da bailarina Adriana.

Laurinha propõe negócio com Alberico e quer o dinheiro em sociedade com Maria do Carmo.

Wilmar está com Rafael, mas briga com Luzineide, que também está de olho em Rafael.

O Professor Caio, filho de Onofre e Salomé, é irmão de Mariana. Fica piradão e se apaixona pela trapalhona bailarina Adriana. Após desfazer a dívida da masculinidade do professor os dois se amam ardentemente. Caio

é noiva de Nicinha. Adriana não aceita ficar de esterpe e dá um "xeque-mate" no rapaz: "Ou eu ou ela." Os dois vão, enganando Nicinha, para uma festa errada. Trata-se de uma confraternização dos ex-funcionários da Oban e Doi-Codi. Quase apanham nesta festa.

Lena está apaixonada por Rafael, desde a infância, mas é obrigada a se afastar dele por imposição de Laurinha, na época ainda ricaça. Os dois se encontram em danças onde Rafael está com a amante Wilmar. Cria-se uma confusão com a ciumenta Wilmar, que desconfia e agride as amigas Luzineide e Marinilda. Lena e Rafael novamente se encontram na escola de pilotagem "Gaviões do ar" de dona Armênia.

Adriana acha que Caio joga em outro time e ele revela estar noivo. Jonas ouve a tentativa de Laurinha ser sócia da sucateira e Renato tenta agradar Maria do Carmo e a beija com sofreguidão, ao que ela se irrita e diz que ele irá se arrepender. Paula e Edu dançam. Laurinha quer o dinheiro da sucateira e Gerson diz à Moreiras que Renato armou tudo para ferrá-lo com a bailarina. Os irmãos Gerson, Gino e Geraldo, armados com facão, machado e vassoura tentam liquidar Renato, o que é impedido por Maria do Carmo.

Maria do Carmo quer dar uma churrascada para comemorar o fim do noivado com Gerson. Guida promete a Renato descobrir em quem a Sucateira está interessada. No dia seguinte ele bate em Guida.

Maria do Carmo foi assaltada com falsificação de assinatura e encontra Edu, a quem declara seu amor com um beijo. Maria do Carmo assina documento, no qual, se a Sucata não faturar em seis meses muita grana, ela perde as ações da "Do Carmo Veículos". Renato chama atenção de Maria do Carmo dizendo que ela cometeu uma loucura.

Laurinha e Maria do Carmo se tornam sócias e rivais na conquista do coração do Playboy Eduardo.

O professor Caio, em vez de terminar o noivado com Nicinha, transa com a garota, que, agora, o obriga a casar. O pai de Nicinha, o Moreiras, por que ela perdeu a virgindade, obriga o professor Caio a casar com ela, o que complica a situação para a relação entre Caio e Adriana. Mas o professor aloprado não consegue esquecer a fogosa bailarina. Moreiras vai atrás do noivo de sua filha com uma espingarda, o padre e o juiz. A confusão na rua e vizinhança é grande. Caio vai à casa de Adriana para encerrar o romance. Depois de fazer amor, ele deixa um bilhete de despedida para a bailarina.

Com a chegada de Isabelle da França, o mistério em torno de Jonas aumenta, pois ele abandona a casa dos Figueroa. Ela conhece o passado dele, mas ele a ameaça caso abrir o bico.

Edu, patrocinado pela "Do Carmo Veículos", vence uma corrida de automóveis. Mariana, irmã de Maria do Carmo, diz estar interessada em outro cara e não Renato. Jonas, que novamente voltou à casa dos Figueroa, lê cartas de tarô. É misterioso.

A Rainha da Sucata, por sugestão de Isabelle, passa a perna em Laurinha e transforma a sua casa de shows Sucata, com o prestígio de sua sócia, em lambateria de luxo.

Renato beija Mariana e tenta conquistá-la para conseguir o dinheiro a que ela tem direito como herança deixada por Onofre.

Gerson, bêbado, rapta sua ex-namorada, Maria do Carmo, que dorme profundamente, mas é surpreendido por Neiva. A confusão na rua é grande. No dia seguinte, Gerson vai à casa da sucateira pedir perdão de joelhos.

Nicinha flagra Caio suplicante de joelhos frente à Adriana. Moreiras, meio tarado, segura Armênia e tenta beijá-la. Jonas e Isabelle fazem acordo para um não revelar os segredos de outro.

Neiva arruma um novo amor: Saldanha, que encontra casualmente num baile.

Maria do Carmo decide patrocinar o carro que Edu desenvolveu, mas exige que ele se desligue de Paula para casar com ela. Na inauguração da lambateria, Laurinha é desprezada. Maria do Carmo tropeça e joga um copo de licor em Paula, que percebe tratar-se de um acidente proposital. A empresária coloca seu motorista a disposição da jornalista para ir trocar de roupa e depois diz para Edu: "Agora a noite é nossa".

Laurinha também tenta conquistar o coração do enteado, Edu, e dá início ao plano diabólico de matar Betinho. Diabético, ele reclama de receber apenas poucas torradas. Laurinha compra geléia framboesa e dá à Betinho. Jonas descobre o plano e solicita para não consumir a geléia, pois pode provocar crises, que são fatais, sem socorro.

Isabelle, irmã de Betinho, descobre que a fortuna, deixada por seu pai, o milionário suíço André Bresson, está no fim e que a família dos Figueroa está falida. Maria do Carmo tem muito dinheiro que o pai dela deixou como herança, só que não sabe onde ele está depositado. O prédio da Sucata, Armênia tenta conseguir para si, através de uma ação judicial.

Alafde e Rafael estão aos beijos no avião da escola. Ingrid e Geraldo passeiam no parque e falam de suas vidas e se beijam.

Após a saída de Paula da festa de inauguração da lambateria da "Do Carmo Veículos", Maria do Carmo discute com Edu e os empresários o novo carro, dança com o Playboy e, no fim da noite, os dois se amam na sala de reuniões da empresa. No dia seguinte, ele discute com Paula e telefona à Maria do Carmo, confessando-se apaixonado. Mariana desmaia ao ver Jonas. Neiva e Saldanha tomam chá. Nicinha sonha com o vestido de casamento. Moreiras proíbe intimidades antes do casamento. Caio e Adriana se encontram e se amam. Guida fica furiosa ao ouvir que Renato tem um caso com a bailarina Adriana. Laurinha detesta a intromissão da Sucateira na sua vida. Ingrid não entende como as pessoas estão chiques e o país não tem dinheiro. Ingrid acha graça ao saber que os filhos de Armênia estão longe de ser os machões brasileiros, pois a última palavra é sempre da mãe deles.

Laurinha ouve Eduardo dizer a Maria do Carmo que ela é uma mulher inigualável. Paula vai à firma da ricaça sucateira para ajustar contas. Saldanha se confessa apaixonado por Neiva. Armênia sugere a Gerson roubar Ingrid de Geraldo porque já está passando do ponto de se casar.

O império de Maria do Carmo está desmoronando. Ela patrocina o carro de Edu, exigindo que o mesmo case com ela. Indignado, Edu aceita e junto com Laurinha dá o golpe do baú na ricaça. Depois de transar com Paula e procurar emprego, sem êxito, rompe com ela e anuncia o casamento com Maria do Carmo, como acordo comercial. Edu exige que Maria do Carmo resida na mansão dos Figueroa, nos jardins. Laurinha não gosta, mas aceita.

Lena e Alafde constituem uma empresa de congelados. Ingrid pergunta a Geraldo se não percebe que estão sendo explorados pela mãe. Eles sugerem o casamento dela com Moreiras. Jonas registra tudo o que percebe em seu caderninho. Mariana se apaixona por Renato. Edu e Maria do Carmo brigam. Guga sugere a Edu ficar com duas mulheres.

Adriana rapta Caio na porta da igreja no dia do casamento dele com Nicinha. Os dois fogem num balão. Nicinha desmaia. Moreiras acerta um tiro de espingarda na corda que estava prendendo o balão. Os dois se apavoram e caem numa ilha romântica. Rafael confessa a Alafde que é casado.

Maria do Carmo perde toda sua fortuna, pois Renato apresenta o testamento deixado por Onofre, onde consta que foram vendidos todos os imóveis e ela deve dividir o dinheiro com Mariana e Caio que também são filhos de Onofre com Salomé. E o prédio da Do Carmo, ela pode perder judicialmente para Armênia. Mesmo assim, ela resolve casar com Edu. O casamento foi um sucesso, apesar da tentativa de Laurinha de esvaziá-lo, organizando uma festa paralela, que fracassou. Porém, Edu não transa com Maria do Carmo na lua-de-mel, alegando que casou com seu dinheiro e não com ela. Os dois brigam. Ela chora. Ele vai dormir no escritório.

Renato, bêbado, na hora do casamento de Maria do Carmo, mata, por estrangulamento, a prostituta Manon. Retira as impressões digitais e escapa, mais uma vez, como outrora quando já matou um jogador profissional, imune.

Nicinha levanta a saia e pergunta aos filhos de Armênia se aquele tom da meia fica bem nela. Nicinha está interessada e vai atrás de Gerson. Caio e Adriana permanecem em cabana na ilha.

Rafael descobre que os filhos de Wilmar não são dele e sim de outro homem: Clóvis. Ele se decepciona e jura que jamais deixará se enganar. Tudo isto ele diz para Alafde, por quem é apaixonado, a qual também está enganando Rafael, pois não revela ser filha de Lena e que trabalha de empregada na casa de seu pai, Betinho. A verdade sobre Alafde, Rafael descobre na casa de seu pai, quando inesperadamente, sem saber, ela entra na sala para servir um copo de água. A partir deste momento, os dois rompem suas relações.

Renato, sabendo que Onofre deixou os dólares da venda das empresas depositados no Banco da Suíça em favor dos filhos Maria do Carmo, Caio e Mariana, apressa-se para casar com Mariana e pede para Caio assinar procuração em favor de Mariana para ela ter direito ao dinheiro que caberia para ele. Assim Renato planeja tomar conta do dinheiro do Onofre, pois pretende matar Mariana na Suíça na lua-de-mel, simulando um acidente. Caio desconfia e no primeiro momento se nega a assinar a procuração.

Wilmar e Alaíde brigam por Rafael. Armênia e Gino se metem para apartar. Todos vão parar na delegacia.

Caio se curou da gagueira e é salvo, junto com Adriana, de helicóptero.

Alaíde pode ser irmã de Rafael, pois Betinho, numa aventura com a empregada, engravidou Lena. Há também a possibilidade de Rafael ser filho de um amante de Laurinha e neste caso os dois não seriam irmãos. Lena chora, não revela o segredo nem a sua filha Alaíde, nem a Betinho, nem a Laurinha e nem a Rafael. Porém, ela não quer o namoro dos dois por haver fortes possibilidades de serem irmãos.

Edu passa a ter ciúmes de Maria do Carmo, após um acidente em que Guga cai nos braços dela. Ela descobre este fracasso de Edu e segue propositalmente provocando cenas de ciúmes e descobre que Edu a ama.

Nicinha faz Macumba para separar Caio de Adriana e tem êxito, pois transa com ele, que volta a ser gago e é flagrada na cama com Caio no dia seguinte.

Renato resolve apressar o casamento com Mariana e sob ameaça de Maria do Carmo, que desconfia dos seus planos, decide enlouquecer e não matar a futura esposa. Franklin aluga uma mansão, que será usada para enlouquecer Mariana. Guida, amante de Renato, sabe de tudo e não gosta do casamento. Também ameaça Renato, mas acaba transando com o mesmo.

Jonas, o misterioso, é o protetor de Paula.

Armênia gosta da idéia de Ingrid namorar com seus três filhos para depois decidir com quem ficar. Ingrid dá notas para cada um dos rapazes em seus beijos, abraços, malhos e cantadas.

Maria do Carmo provoca mais ciúmes em Edu, se encontrando aos beijos com o ex-noivo Gerson. A confusão é grande. Edu se encontra e faz proposta de reencontro com Paula.

Caio assina a procuração e renuncia a herança em favor de Mariana. Neiva ama Saldanha. Renato prova aos demais que agora ele é o maior acionista da empresa Do Carmo. Guida revela a Maria do Carmo as reuniões secretas de Renato.

O juiz dá sentença de ganho de causa para Armênia, que ganha o terreno da Avenida Paulista e o edifício onde está instalado a Do Carmo Veículos. A sucateira fica na miséria.

Renato casa com Mariana em cerimônia simples e os dois vão morar na mansão, onde Renato coloca em ação o plano de enlouquecê-la.

Laurinha quer ficar com seu amado enteado, Edu, e tenta mais uma vez matar Betinho, presenteando-o com doces, que podem levá-lo à morte, porque é diabético.

Jonas procura livrar Mariana de Renato antes que seja tarde.

Lena conta a Alaíde que ela não pode continuar o namoro com Rafael, porque os dois são irmãos do mesmo pai: Betinho. Revoltada, a moça tenta a confirmação com Betinho e depois procura Rafael, dizendo que está tudo acabado entre eles sem contar a razão. Rafael também procura seu pai para saber o que está havendo. O velho apenas diz que o namoro é impossível,

sente tonturas, rola pela escada caindo na sala, em coma diabético. Dias depois, na festa de lançamento do carro de Edu, na boate Sucata, Rafael resolve curar sua dor de cotovelo se atirando nos braços de Paula, com quem inicia um romance.

Maria do Carmo, no dia do lançamento do carro do Edu, faz um show de "streap-tease". Inicialmente quase tira a roupa de Adriana e Rafael. Depois sobe no palco e se requebrando toda dança lambada com Rafael. Não conseguindo chamar atenção do marido Edu e ouvindo críticas sobre sua vulgaridade, por parte de outras mulheres, ela apaga as luzes da sala, apenas ficando com um foco luminoso sobre si, e começa um show de "Streap-tease", sentando no colo e beijando vários homens e com a ajuda de um rapaz tira a roupa peça-por-peça. No fim, Edu, revoltado, arranca ela a força do palco. Os dois choram. Edu conta à Laurinha que já tem um novo patrocinador do seu carro. Apenas espera assinar o contrato para dar o fora à Maria do Carmo.

Falida, Maria do Carmo recebe ajuda de sua mãe, que vende a mansão de Santana, onde elas moram, para Armênia, que usa Moreiras como intermediário comprador, enganando Neiva, que não aceitaria a venda para a mesma. Além disso, Armênia ganhou na justiça a posse do terreno da Avenida Paulista, onde está o prédio da Do Carmo Veículos. Armênia é a nova rainha da sucata. Do além, a voz do seu marido morto pede para ela não derrubar o prédio.

Caio passa a morar no apartamento de Renato; pega o caderninho e começa a ligar para as ex-mulheres do cunhado. Maria do Carmo tenta comprar as ações da empresa Do Carmo e entra com recurso na justiça para reaver o terreno da Av. Paulista. Nicinha joga um pó mágico em Caio.

Laurinha serve mais uma vez doces para Betinho e Isabelle a desmascarar, chamando-a de assassina. Maria do Carmo, que ouviu a conversa, revela o plano para Edu, que é amado por Laurinha.

Quando Maria do Carmo percebe que foi traída por Edu, que vai comercializar o carro com Gouveia, ela vai ao escritório, discute, quebra tudo e diz que entrará na justiça. Quando vai para casa dos Figueroa buscar sua roupa, é seguida por Edu. Os dois se beijam e fazem amor. Depois, Edu diz que tem que sair pois tem uma reunião com Gouveia. Ela começa a gritar para ele não sair e pega o revólver. Laurinha entra no quarto, despertada pelos gritos. Maria do Carmo aponta para ela, pedindo que ela se retire. Edu se posta na frente dela, mas ela puxa o gatilho e acerta Edu no peito, que cai no chão. Mais tarde, Maria do Carmo é presa na casa de Neiva e levada para um presídio comum, junto com outras detentas mal-encaradas, sem receber nenhuma informação do hospital quanto ao estado de saúde de Edu. No primeiro depoimento diz que o tiro foi acidental e o alvo era Laurinha. Laurinha faz inúmeras acusações e apresenta inverdades a respeito de Maria do Carmo.

Caio desconfia dos planos de Renato para matar sua irmã Mariana e se reúne com ela, com Adriana e Jonas para impedir o prosseguimento das

diabólicas tramóias de seu cunhado. Lena e Alaíde, após uma discussão com Betinho, abandonam a casa dos Figueroa.

Edu, em plena recuperação, se arrepende e decide lutar pela libertação de Maria do Carmo, pois reconhece ser o culpado pela desgraça. Tenta ir à cadeia para um encontro com a sucateira, que deu uma entrevista contando os podres da família Figueroa. Laurinha luta contra Maria do Carmo e tenta de todas as formas evitar a aproximação de Edu com sua mulher presa.

Ingrid, dividida entre Geraldo, Gino e Gerson, leva Geraldo para cama, ao qual pede segredo. Ela quer seguir as experiências com os outros dois irmãos de Geraldo. Após várias experiências, ela decide que vai ficar com Gino, provocando ciúmes nos demais irmãos. Dias depois, resolve trocar Gino por Gera. Nicinha é a nova fera de Santana, pois vai à caça de todos os homens que por lá passam e ela acha interessante. Ela estava se agarrando com Rafael quando os dois foram flagrados por Paula. Ela quer ser "a outra", ou seja, a mulher que trai os maridos, noivos e namorados. Adriana e Maneco também saem juntos, provocando ciúmes em Caio.

Adriana deixa o professor Caio impotente. Ele brinca de ladrão e policial, professor e aluna com Nicinha e na hora H não funciona; ele está impotente. Diz: "Pum-pumba". Livre da prisão, Maria do Carmo se vê na mais completa miséria, pois é obrigada a entregar as ações da Do Carmo, porque perdeu a aposta de que a boate se pagaria em determinado tempo. A antiga ricaça Maria do Carmo começa tudo de novo: pobre começa a circular nos bairros comprando sucatas velhas. Enquanto isso, Armênia prepara tudo para pôr "a prédio na chóm" (derrubar o prédio na Avenida Paulista).

A fortuna da sucateira - 300 milhões de dólares - que Onofre depositou no Banco da Suíça para Maria do Carmo, Caio e Mariana, pode cair nas mãos de Laurinha, pois Adriana, que foi, junto com Caio à Suíça, guardar o dinheiro num caixa forte especial, estravia a chave desta caixa, à qual cai nas mãos de Laurinha. Laurinha, por um lado, e Renato, por outro lado, vão à Suíça buscar o mesmo dinheiro. Os dois se encontram lá com Caio e Adriana, que estão lá para defender o dinheiro. A surpresa é geral: o dinheiro foi roubado pelo gerente do Banco, que sumiu, comprando uma fascinante ilha no Caribe.

Para conquistar Edu, Laurinha simula suicídio ao que ele promete cuidar dela para sempre. Saldanha, o namorado de Neiva, é casado. Sua esposa é parálitica, desde que sofreu um acidente na piscina. Por isso, Neiva, mais tarde, se livra e não quer mais aproximação com ele.

Adriana, que vive se relacionando com Caio, resolve que vai casar com Maneco, que vive se relacionando com Nicinha.

Laurinha aplica insulina em Betinho. Lena conta a verdade sobre Alaíde para Betinho. Ele chama os filhos e depois morre. Laurinha chora abraçada a Edu. A caixa das injeções desaparece, o que, mais tarde, prova que ela foi assassina.

Renato manda matar a empregada. Edu e Maria do Carmo fazem o divórcio, apesar da tentativa de Edu de evitá-lo. O carro de Edu é um sucesso

de vendas, porém Edu é explorado por Gouveia, que apresenta uma contabilidade falsa.

Armênia, na gerência da Do Carmo faz trapaças. Manda roubar, explorar e sonegar para ter mais lucros.

Maria do Carmo volta para Gerson. É condição colocada por Armênia para ela ter de volta as ações da Do Carmo: "Você casa com minha Gerson e eu passa de novo para seu nome todos os ações da Carmo".

Lena e Alaíde entram na justiça do trabalho, cobrando seus direitos de Laurinha.

Na tentativa de se vingar de Renato, Franklin tenta matá-lo, mas é morto pelo próprio Renato na frente de Mariana.

Rafael e Alaíde descobrem que não são irmãos. Rafael não é filho de Betinho. Ele é filho de Laurinha e de um amante dela. Paula propõe a Rafael terminar o namoro e serem apenas amigos, pois nunca vão conseguir se apaixonar. Rafael e Alaíde agora querem se amar e ficar juntos para sempre.

Laurinha, na noite do noivado de Adriana com Maneco, conquista Edu, que, completamente bêbado, vai para cama com ela. A madrasta dorme com o enteado, mas nada acontece. Edu ainda diz no sono: "Eu te amo Maria do Carmo". Já Nicinha, na mesma noite, se agarra aos beijos com o Noivo Maneco nos jardins da casa dos Figueroa. Ela pretende estragar o casamento de Adriana e pretende continuar sendo a amante.

Maria do Carmo, após dar um duro, comprando sucata, dá a volta por cima. Com a ajuda dos irmãos Caio (que cede os 15,83% das ações, das quais era portador, para Maria do Carmo) e Mariana, derrota Renato, volta a integrar o Conselho de Administração da Do Carmo e passa a ser a nova administradora da empresa. Renato, irritado com a situação criada por sua esposa e por Caio, tenta matá-lo, invadindo sua casa, mas se dá mal errando o tiro.

Edu descobre que está sendo logrado pelo Gouveia e tenta agarrar o vigarista, mas descobre que o negócio é legal e que o próprio Edu está na miséria. Maria do Carmo se nega a voltar trabalhar com Edu.

Neiva aceita Saldanha de volta. Isabelle descobre que Paula é filha de André, mas Jonas diz que ela é sua filha. Maria do Carmo, numa festa se diverte com Gerson.

Alaíde está grávida de Rafael. Na dúvida de ser irmão dele, pensa até em suicídio. Mais tarde, porém, descobrem que não são irmãos e resolvem marcar o casamento. Muito felizes os dois jovens casam e poucos dias depois nasce o filho do casal.

Laurinha, rejeitada por Edu, por Jonas e por seus filhos, fica sem dinheiro e quase enlouquece.

Mariana descobre o passado de Renato. Seu pai foi morto por Onofre, quando sua mãe estava na cama com Onofre. Depois foi ladrão de carros. Mais tarde abandonou sua mãe, que ainda vive na miséria. Renato se vinga de Mariana e leva-a dopada para um hospício.

Os 300 milhões de dólares, que Julien entregou para Jonas, desaparecem misteriosamente.

Participando de uma prova de enduro, os irmãos Gerson, Geraldo e Gino sofrem um acidente e vão parar no hospital. Laurinha descobre que Jonas e Isabelle já foram amantes.

Guida propõe amar Renato na cama de Mariana, mas, na verdade, de punhal, quer matar o próprio. Depois de se amarem, Renato mata Guida. Neste momento entra Jonas no quarto. Renato foge.

Laurinha, rejeitada por todos, na miséria, enlouquecida e após descobrir que a autora das cartas anônimas com ameaças foi sua cunhada Isabelle, resolve se suicidar. Sobe ao prédio da Sucata, chama Maria do Carmo para arruiná-la com a idéia de que é homicida, arranca seus brincos e se joga do edifício e morre estatelada em meio à Avenida Paulista. Renato imediatamente acusa Maria do Carmo de ter jogado Laurinha do prédio. A polícia decreta prisão preventiva da sucateira, que foge. As cartas anônimas de Isabelle chegam às mãos da polícia e ela foge para França, deixando aqui a filha Ingrid.

Edu fica rico vendendo carros. Maria do Carmo aceita ajudá-lo na comercialização e em breve ele se torna um empresário bem sucedido.

Caio seqüestra Adriana no caminho em direção à igreja onde pretende casar com Maneco e a leva para uma ilha deserta. Nicinha, que aceitou a idéia de casar com Maneco para traí-lo (quer ser "a outra"), vai à igreja e casa com Maneco. De amante, Maneco passa a marido traído de Nicinha. A traição começa no casamento e lua-de-mel.

Saldanha novamente é rejeitado por Neiva, após seu filho Sergio, preparar-lhe uma cilada com Samira, que abraça Saldanha quando Neiva está por perto.

Jonas revela seu mistério, dizendo que está na casa desta família rica apenas porque é escritor de novelas e se casa feliz com Mariana, após a morte de Renato. Renato denunciado à polícia como criminoso, com provas, tenta fugir, mas bate com o carro num depósito de gasolina que pega fogo e ele morre queimado. Antes ele havia roubado os 300 milhões de dólares de Jonas, dinheiro pertencente à Caio, Mariana e Maria do Carmo.

Maria do Carmo é presa e acaba mais uma vez na cadeia. Porém, ela prova sua inocência com a ajuda de Edu e finalmente os dois se reencontram nos negócios, no amor e vivem felizes para sempre.

Caio e Adriana vivem de amor por vários dias na ilha deserta e finalmente voltam para São Paulo, onde os dois se unem em casamento.

Ingrid, numa cena que confunde o real e o imaginário, casa com os três filhos de Armênia ao mesmo tempo: Geraldo, Gino e Gerson. Quando um casa, os outros se revesam como padres.

O final é feliz para todos. Os romances florescem e todos se realizam. Neiva fica com Saldanha. Armênia fica com Moreiras. A jornalista Paula fica com Edson. Lena arruma Juarez. Angela se encontra com Guga.

SÍNTESE

Rainha da Sucata é a história de Maria do Carmo que recebeu de herança de seu pai a empresa Do Carmo, que ele construiu, comprando sucata. Esta empresa arruina e ela perde as ações da mesma. Depois ela volta a comprar sucata e finalmente recupera o controle da empresa e é bem sucedida. Casada e separada três vezes, antes de namorar com Gerson, ela casa novamente com Eduardo da família Figueroa. Depois se separa e no final os dois se encontram e vivem felizes.

A família Figueroa, rica no passado, acaba na miséria. Betinho tem filhos com amantes e esposas diferentes. Laurinha tem filhos com Betinho e com um amante. Laurinha mata Betinho e no final, rejeitada, se suicida.

Renato é um aproveitador e dirige a empresa Do Carmo. Para roubar o dinheiro da herança, deixado por Onofre, se casa com a filha dele, Mariana. No final morre numa explosão de um depósito de gasolina, após assassinar várias pessoas.

Caio, professor gago, é noivo de Nicinha, mas é seqüestrado na porta da igreja por Adriana. Mais tarde, Adriana, noiva de Maneco, é seqüestrada, no caminho para a igreja, por Caio. Caio casa com Adriana e Maneco casa com Nicinha.

Rafael, casado com Wilmar, que também tem filhos com outro homem, se separa dela e no final, após descobrir que não é irmão de Alafde, casa com ela, cujo primeiro filho nasce poucos dias depois do casamento.

Nas atividades econômicas há muitos contratempos, como empresas crescendo e depois falindo; roubos e falcaturas de toda ordem. Ocorrem cenas de violência (assassinatos) e cenas cômicas, mas predominam as cenas de amor e erotismo, com os personagens vivendo dificuldades com casamentos e separações.

O final é feliz para todos. Edu e Maria do Carmo acertam suas atividades empresariais e se acertam no amor. Lena fica com Juarez; Paula, com Edson; Neiva, com Saldanha; Jonas, com Mariana; Armênia, com Moreiras; Ângela, com Guga.

ANEXO II

RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS ANÚNCIOS VEICULADOS DURANTE A NOVELA RAINHA DA SUCATA DE MARÇO A OUTUBRO DE 1990 PELA RBS TV DE CHAPECO - SC

Marca/nome do produto, empresa ou serviço	Tipo de produto, empresa ou serviço
Pomarola - Cica.....	Extrato de tomate
Doriana.....	Creme margarina (culinária)
Lycra - Du Pont.....	Roupas íntimas
Bis.....	Doces
Batavo.....	Yogurtes
Wanda.....	Tintas
Crescim 2000.....	Shampoo
Vinólia.....	Sabonete e desodorante
Cashmere Bouquet.....	Desodorante
Omo Dupla ação.....	Sabão em pó
Maggi da Nestlé.....	Caldo de galinha
Bradesco.....	Banco
Bom Bril.....	Esponja de aço
Pourpurê.....	Macarronada
Corpus - Danone.....	Yogurtes
Bacardi.....	Rum
Philip Shave.....	Aparelho de barbear
Prosdócimo.....	Geladeira e refrigerador
HM - Hermes Macedo.....	Lojas com seus produtos
Sempre Livre.....	Absorvente
Chocomilk.....	Refrigerante
Bust.....	Zorba
Duralex.....	Louça
Amor Carioca.....	Bombom
Graziotin.....	Lojas e seus produtos
Samello.....	Sapatos
Paquetá.....	Calçados
Da dida.....	Biscoitos
Petrobrás.....	Posto de combustível
Philco Hitachi.....	Vídeo Cassete
Paper mate.....	Canetas
Johnson & Johnson.....	Cotonetes e escovas de dente
Sarandi.....	Água mineral
Chevrolet.....	Veículos

Honda.....	Motos
Olina.....	Remédios
San Remy.....	Whisky
Lux Luxo.....	Sabonete
Restaurex.....	Shampoo
Hope.....	Calcinhas
Traknos.....	Biscoitos
Imcosul.....	Loja com eletrodomésticos
Biosal.....	Sal
Philips.....	Secador
Bamerindus.....	Banco
Itaú.....	Banco
Caixa Econômica Federal.....	Banco
Zottis.....	Alimentos
Monanje.....	Shampoo
Cofapi.....	Turbo-gás
Azaléia.....	Calçados
Braskalb.....	Sementes de milho
Pica Pau e Pantanal.....	Chicletes
Drakar no ar.....	Brinquedos
Casas Pernambucanas.....	Lojas com roupas
Rainha da Sucata.....	LP
Kildare.....	Calçados
Kendall.....	Meias
Delícia Cremosa.....	Margarina
Estrela.....	Brinquedos
Unibanco.....	Banco
Vick.....	Pastilhas
Colgate anti-tártaro.....	Pasta de dente
Yamaha.....	Motos
Gillette.....	Aparelhos de barbear
Cooperativa SMO.....	Produtos agropecuários
Bic multi-barba.....	Aparelhos de barbear
Alcance Jumbo.....	Escova de dente
Martini-Blanco.....	Aperitivo
Royal Plant.....	Chá
O Boticário.....	Hidratante (Perfume)
Nabisco.....	Doces e cheeps
Neve.....	Papel Higiênico
Golden Cross.....	Plano de Saúde
Salsa Doro.....	Molho
Brahma.....	Cerveja
Davene.....	Leite de Aveia
Toshiba.....	Vídeo Cassete
Lena Rubenstein.....	Creme para pele

Strasburguer.....	Calçados
Lipton.....	Chá
Ideal.....	Colheitadeira
Caldo Mágic.....	Caldo de galinha
Pomodoro - Cica.....	Molho
Dobond.....	Biscoitos
Delicata.....	Margarina
Lakta.....	Chocolate
Ajax.....	Limpeza de chão
Atlantic.....	Posto de Combustível
Corona.....	Duchas
Gerdau.....	Pregos e metalurgia
Shell.....	Posto de Combustível
Coca-Cola.....	Refrigerante
Antártica.....	Cerveja
Suggar.....	Aparelho sugador de gordura
Malaguenha.....	Azeite
Dona Benta.....	Farinha
Cansian.....	Relojoaria
Lojas Catarinense.....	Roupas
Sadia.....	Agroindústria
Lojas Hoffmann.....	Material de construção
Casa Castor.....	Brinquedos
Casas Leve.....	Roupas e calçados
Giordani & Giordani.....	Material de construção
Grandene.....	Xuxa Sandália
Farmácia Vitória.....	Medicamentos
Us Top.....	Calça
Valita.....	Centrífuga
Johnson & Johnson.....	Desinfetante
Suvenil.....	Tintas
Quaker.....	Filé de Peixe Coqueiro
Brilhante.....	Sabão
Bamba.....	Calçados
Kolynos.....	Pasta de dente
Passe-bem.....	Spray
Starsax.....	Calçados
Celeiro.....	Supermercados
Pimpas.....	Cachaça
Tabacow.....	Carpetes
Bonatto.....	Cerâmica
Fischer.....	Chuvasqueira elétrica
Velho Barreiro.....	Cachaça
Líder.....	Mudanças
Uno Mille - Fiat.....	Carro

Chantelli.....	Yogurte
Dijean.....	Sandália
Semp Toshiba.....	Televisor
Veja.....	Desinfetante
Pritte.....	Whisky
Frity.....	Sucos
Kibon Diet.....	Sorvetes
Posmovil.....	Posto de molas
Sesi.....	Farmácia e cursos
Telnuso.....	Irrigação
Trifill.....	Meias
Ivo Rech.....	Produtos agropecuários
Palmolive.....	Shampoo
Caliptu-mel.....	Remédio
Harpic.....	Desinfetante de banheiro
Lubrax Supra SG.....	Oleo para motores
Tampax.....	Absorvente
Demension.....	Shampoo e condicionador
Baldissera.....	Produtos agropecuários
Enxuta.....	Secadora
Semer.....	Lavadora de louça
Globo Rural.....	Revista
Volkswagen.....	Carros
Confort.....	Amassante de roupa
Helmans.....	Maionese
Isto é Senhor.....	Revista
Vidabel.....	Auto-peças
Brastemp.....	Lavadora
Bigolin Center.....	Material de construção
Brasão.....	Supermercado
Estância das águas.....	Local de recreação
Transbrasil.....	Aviação
Pioner.....	Sementes de milho
Diamante Negro.....	Chocolate
Santoro.....	Indústria de Móveis
Leão.....	Mercado de tecidos
Ivomec.....	Vermífugo
Agroceres.....	Semente de milho
Pepsi Cola.....	Refrigerante
Biotônico Fontoura.....	Remédio - fortificante
Jeans.....	Calça
Casas Vitória.....	Roupas e calçados
Rider.....	Chinelo
Zebú.....	Botas
Doril.....	Comprimidos

Comercial Piazza.....Produtos agropecuários
Tramontina.....Utensílios de trabalho