

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
IV SEAD - SEMINÁRIO DE ESTUDOS EM ANÁLISE DO DISCURSO

1969-2009: Memória e história na/da Análise do Discurso

Porto Alegre, de 10 a 13 de novembro de 2009

EM TORNO DE REPRESENTAÇÕES E DISCURSIVIDADES: AS FOTONOVelas  
BRASILEIRAS DOS ANOS 50 E 60 DO SÉCULO XX

André Luiz Joanilho

([alj@uel.br](mailto:alj@uel.br))

Doutor

Universidade Estadual de Londrina (UEL)

Mariângela Peccioli Galli Joanilho

([mgalli@uel.br](mailto:mgalli@uel.br))

Doutor

Universidade Estadual de Londrina (UEL)

**Resumo:** Poderíamos imaginar que, em alguns anos, as telenovelas deixassem de existir. Ninguém mais se interessaria pelo gênero e, simplesmente, elas desapareceriam, dando lugar a outro tipo de manifestação cultural. Mas seria também possível imaginar que nenhum livro, ou quase nenhum estudo acadêmico sobre o assunto pudesse vir à luz? Parece-nos impossível tal fato, dado que as telenovelas são um fenômeno da cultura de massa e milhões de pessoas as assistem diariamente. Logo, estudos já são feitos e outros ainda deverão ser feitos e em grande quantidade. Teses e dissertações serão publicadas e vários cientistas sociais procurarão dar explicações sobre o fenômeno do tipo “ascensão e queda das telenovelas”. Porém, esta situação hipotética já ocorreu. Trata-se de outro fenômeno esquecido: as revistas de fotonovelas, que atingiram o seu apogeu nos anos sessenta do século passado, chegando a vender alguns milhões de exemplares semanalmente. A revista *Capricho*, por exemplo, publicação iniciada em 1952, tinha no fim da década de cinquenta uma tiragem estimada em 500 mil exemplares. O auge de circulação destas revistas foi entre as décadas de 50 e 70 do século passado. Porém, a despeito do imenso mercado, os estudos sobre elas e suas citações são ocasionais e, muitas vezes, funcionam como contra-exemplo, como uma não literatura, ou meramente como um produto da cultura de massa, que ainda tem um lado mais perverso: funcionar como anestésico da consciência popular. Seria esta uma maneira perversa e insidiosa de reproduzir valores culturais conservadores e individualistas? Poderia a cultura de massa ter criado um conjunto enorme leitores sem face e sem gosto? E mais, como funcionaria este desprezo por um produto consumido em larga escala? O propósito de nosso trabalho é, neste sentido,

tentar dar outra forma a estas questões, isto é, mostrar de que modo as fotonovelas podem colocar questões interessantes para os estudos discursivos da linguagem. Deste modo, nosso trabalho apresenta parte dos resultados da análise que realizamos sobre fotonovelas brasileiras, publicadas no começo dos anos cinquenta até meados dos anos setenta do século XX, enfocando as relações existentes entre redes de sentido e as materialidades discursivas na textualização das fotonovelas. O estudo tem então como base um eixo de discussões constituído em torno de três objetivos fundamentais: 1. Estabelecer uma compreensão do lugar constitutivo do sujeito-leitor das fotonovelas. 2. Propor um quadro em que se verifique a construção de um espaço para este tipo de texto, em que se problematize, por exemplo, o movimento da leitura do fotograma em sua relação com outras materialidades, como os contos da tradição literária popular: nos contos populares quase sempre não há uma definição espacial. 3. Refletir sobre o acontecimento histórico da construção de uma temporalidade específica para a fotonovela. Podemos dizer que a fotonovela cria uma suspensão do tempo cotidiano, num movimento de repetição constante. Ela nos dá estabilidade num mundo em mudança. A repetição é por conta desta configuração temporal e espacial, traduzindo o desejo do retorno dos bons tempos que se realizam poeticamente nas histórias. Os resultados preliminares obtidos até o momento mostram que podemos compreender a fotonovela como um suporte material para a construção dos sentidos o que, do ponto de vista político e metodológico, marca a constituição de lugares enunciativos no acontecimento discursivo.

**Palavras-chave: História Cultural; Linguagem; Sujeito-leitor; Acontecimento; Memória.**

Poderíamos imaginar que, em alguns anos, as telenovelas deixassem de existir. Ninguém mais se interessaria pelo gênero e, simplesmente, elas desapareceriam, dando lugar a outro tipo de manifestação cultural. Mas seria também possível imaginar que nenhum livro, ou quase nenhum estudo acadêmico sobre o assunto pudesse vir à luz? Parece-nos impossível tal fato, dado que as telenovelas são um fenômeno da cultura de massa e milhões de pessoas as assistem diariamente. Logo, estudos já são feitos e outros ainda deverão ser feitos e em grande quantidade. Teses e dissertações serão publicadas e vários cientistas sociais procurarão dar explicações sobre o fenômeno do tipo “ascensão e queda das telenovelas”.

Porém, esta situação hipotética já ocorreu. Trata-se de outro fenômeno esquecido: as revistas de fotonovelas, que atingiram o seu apogeu nos anos sessenta do século passado, chegando a vender alguns milhões de exemplares semanalmente. A revista *Capricho*, por exemplo, publicação iniciada em 1952, tinha no fim da década de cinquenta uma tiragem estimada em 500 mil exemplares. O auge de circulação destas revistas foi entre as décadas de 50 e 70 do século passado. Porém, a despeito do imenso mercado, os estudos sobre elas e suas citações são ocasionais e, muitas vezes,

funcionam como contra-exemplo, como uma não literatura, ou meramente como um produto da cultura de massa, que ainda tem um lado mais perverso: funcionar como anestésico da consciência popular. Seria esta uma maneira perversa e insidiosa de reproduzir valores culturais conservadores e individualistas? Poderia a cultura de massa ter criado um conjunto enorme leitores sem face e sem gosto? E mais, como funcionaria este desprezo por um produto consumido em larga escala?

Não se trata aqui de opor opiniões e estabelecer um novo artefato cultural, colocando-o como superior, tentando-se inverter as críticas sobre a fotonovela. Trata-se, antes, de compreender os mecanismos pelos quais se estabelece algo como um objeto culturalmente válido ou não.

Para pensar as fotonovelas, devemos compreender que são um produto simbólico, quer dizer, um produto cultural que tem determinado valor simbólico. Vejamos como pensa esta questão Pierre Bourdieu: “*o sistema de produção e circulação de bens simbólicos define-se como o sistema de relação objetivas entre diferentes estâncias definidas pelas funções que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão de bens simbólicos.*”<sup>1</sup>. De acordo com este raciocínio, entram em cena diversas instâncias que procuram definir o que é arte, qualificando-a como superior ou inferior, erudita ou popular, alta ou baixa e assim por diante. Por isso, determinados bens simbólicos são tachados como superiores, enquanto outros podem ser objetos de consumo em massa.

Formam-se círculos de legitimação, exclusão e distinção no campo dos bens simbólicos, dos quais o que é compreendido como campo da cultura popular será o que não terá alguma autonomia e, portanto, capacidade de ditar suas próprias normas, pois a sua legitimação passa pelo crivo dos produtores culturais. Estas práticas sociais explicam porque abate um enorme esquecimento sobre as fotonovelas, consideradas então como subproduto da indústria cultural. Mas, se levarmos em conta que os leitores “produzem” algo quando lêem, quer dizer, apropriam-se do texto e lhe dão um sentido diferente daquele desejado pelos produtores (escritores, editores, publicitários, etc.), como afirma Michel de Certeau na sua obra “A invenção do cotidiano, artes de fazer” (Vozes, 1996), então podemos compreender que as revistas de fotonovelas são também representações sociais de imensos grupos de leitores, mais especificamente, de leitoras, que não se acomodavam simplesmente com o que lhes era imposto, podendo muito bem dar um sentido próprio às histórias que lhes caíam nas mãos.

Vamos encontrar nas fotonovelas a herança dos folhetins e do cinema que, por

sua vez, seguem uma tradição da literatura oral popular. Podemos ir um pouco além. Há um fundo hagiográfico na fotonovela.

A hagiografia é o relato da vida dos santos. Foi durante a Idade Média que se produziu em grande quantidade hagiografias. Elas tinham como principal função mostrar a vida dos santos para servirem de exemplos aos fiéis e, assim, divulgar a fé cristã. É um gênero típico da Igreja Católica e durante vários séculos foi uma literatura popular.

Não se deve buscar na fotonovela a simples identificação da leitora com a trama como forma de escapismo. Tal qual contos populares, deseja-se histórias que fogem do cotidiano e que funcionariam como os *exempla* das hagiografias: o mocinho pobre que se apaixona pela herdeira rica; a simples operária que desposa o patrão; a heroína que é acusada injustamente de ser ladra e recupera a sua honra. Histórias que não são comuns e até mesmo improváveis fazem parte da cultura popular. Assim, o sofrimento é suportado com a certeza da felicidade futura. O mal será vencido e o bem triunfará para todo o sempre.

Não há profundidade psicológica nas personagens. Desde o primeiro diálogo, o primeiro fotograma em que aparecem, já se conhece o caráter do herói, da heroína. O bem e o mal estão determinados de antemão e não há dúvidas a respeito disso. Normalmente a heroína é casta e segue princípios rígidos como honestidade, lealdade, fidelidade, bondade e desprendimento. O mesmo é válido para os heróis que também deverão possuir a qualidade de serem viris, mas não brutos. As virtudes seriam uma forma de enobrecimento dos personagens, distinguindo-os tanto dos vilões como das pessoas comuns. Para os vilões, vale o oposto. Agem nas sombras, dissimulam, são avarentos e cúpidos. Não vêm nada além dos seus interesses pessoais a despeito de todos à sua volta. Muitas vezes, fazem os heróis sofrerem por prazer. Neste sentido, se aproximam dos demônios das hagiografias.

A recompensa do males sofridos pelos heróis é a felicidade eterna, mas de forma laica. O paraíso é o amor conquistado e válido para toda a vida. Todo o sofrimento será apagado e os males serão vencidos ao final da história que, por sua vez, nos remete para um tempo a-histórico: os acontecimentos que desencadearam a trama terminam com o final feliz.

Nas narrativas não há um antes e um depois. O antes pode ser comparado a um momento sem história, isto é, sem sucessão temporal. Algo desarranja este tempo,

dando início aos acontecimentos. No final, os eventos são suprimidos por uma “não temporalidade”, a felicidade do amor conquistado para o resto da vida. Como toda parusia, o fim da trama significa também o fim da própria História. Daí não ser necessária a seqüência da narrativa, pois os heróis entraram no reino da eternidade representado pelo amor puro e felicidade plena. A redenção nos contos hagiográficos e nas fotonovelas é para todo o sempre.

Podemos dizer de forma correlata à hagiografia, que a fotonovela “*é uma poética do sentido (...), o discurso cria uma liberdade com relação ao tempo cotidiano, coletivo ou individual, mas constitui um não-lugar.*”<sup>iii</sup> Por isso são histórias que se repetem, não por falta de criatividade de muitos roteiristas, mas por serem obrigadas pelo público leitor a fornecer as balizas do mundo. Elas nos dão estabilidade num mundo em mudança. A repetição é por conta desta configuração temporal e espacial, traduzindo o desejo do retorno dos bons tempos que se realizam poeticamente nas histórias.

O final feliz nos dá a dimensão da suspensão temporal que sofrem as fotonovelas. Do imobilismo inicial ao fim dos acontecimentos, os heróis passam por uma série de purgações, comprovando claramente o caráter deles e denunciando os males que os cercam. Superado o mal, resta o tempo da parusia, que é o amor terreno para toda a vida, a promessa de felicidade no amor para sempre.

Por isso, a fotonovela pode ser um substituto silencioso de relações sociais estáveis e ordenadas. A rápida urbanização no Brasil dos anos sessenta e o grande deslocamento de populações criam um mundo instável, no qual muitas relações são efêmeras e outras perigosas – o medo do andarilho, do estranho, do desconhecido. Por isso, histórias que se repetem podem fornecer conforto no meio de tantas mudanças.

A ordem nas narrativas, personagens tipologicamente estabelecidos, situações recorrentes e desfechos quase que invariáveis são balizas para as mudanças que ocorrem diante dos olhos de leitores ávidos por ordem social. As histórias claramente marcadas remetem quem lê para algum tipo de passado, um *in illo tempore*, isto é, a possibilidade de anular parcialmente o tempo histórico das mudanças, para recompor a realidade de acordo com um passado melhor do que o presente.

Por fim, a fotonovela não é uma imposição simples e pura de uma indústria cultural, mas um artefato, no qual leitores podem criar as suas próprias significações e estabelecer suas representações sociais. E estes colocam em discussão da cultura de massa e o lugar da produção cotidiana, tirando das sombras algumas formas literárias.

Assim, as fotonovelas não são uma queda do leitor aos infernos da subliteratura, mas um vetor de permanências e mudanças das práticas culturais.

**Saiba mais:**

- EISNER, Will. *Quadrinhos e arte seqüencial*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- HABERT, Angeluccia Bernardes. *Fotonovela e indústria cultural: estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões*. Petrópolis: Vozes, 1984.
- JOANILHO, André Luiz e JOANILHO, Mariângela P. G. “Sombras literárias: a fotonovela e a produção cultural” in *Revista Brasileira de História*, vol 28, nº56. São Paulo, 2008, <http://www.scielo.org/php/index.php>
- ZUMTHOR, Paul. *A letra e a voz: A “literatura” medieval*. São Paulo: Cia das Letras, 1993.

<sup>i</sup> - BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. Trad. Sérgio Miceli *et alii*. 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: Perspectiva, 1987, p. 105.

<sup>ii</sup> - CERTEAU, Michel. *A escrita da História*. Trad. Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982, p. 271