



**“TELENOVELA BRASILEIRA E INDÚSTRIA CULTURAL: UM BREVE
ENSAIO SOBRE O PERSONAGEM DE REYNALDO GIANECCHINI EM
‘SETE PECADOS’ À LUZ DE ALGUMAS TEORIAS DA CULTURA DE
MASSA”**

Márcio Ferreira Rodrigues Pereira¹

Resumo

A telenovela, surgida no Brasil em 1951, consagrou-se ao longo do tempo como um dos produtos culturais mais importantes da televisão nacional. Através da análise de um caso escolhido: o personagem “Dante” interpretado pelo ator Reynaldo Gianecchini da telenovela da Rede Globo “Sete Pecados” (2007 – 2008), busca-se, com apoio em alguns teóricos da cultura de massa, lançar um olhar crítico sobre este poderoso produto cultural. Antes, porém, com o fito de oferecer um panorama da teledramaturgia brasileira atual, apresenta-se um breve histórico sobre o surgimento, o desenvolvimento e a narrativa da telenovela.

Palavras-chave: teorias da cultura de massa; indústria cultural; telenovela brasileira.

1. Surgimento, desenvolvimento e narrativa da indústria da telenovela no Brasil

A teledramaturgia, talvez tal qual o futebol e o carnaval, possui enorme apelo na sociedade brasileira, a ponto de levar a pesquisadora Ana Figueiredo (2003) a afirmar que: “o Brasil é o país das telenovelas”². Esta afirmação, longe de ser um exagero, condiz com a realidade, haja vista estar apoiada no fato de que o país, em sua rede de canais abertos de televisão, ostenta hoje este tipo de produto cultural diariamente das 14h00 às 22h00. Só a Rede Globo exibe quatro novelas diárias, já tendo atingido atualmente o número de 378 produções³. Além disso, desde a década de 80, a telenovela brasileira é o principal gênero de exportação da televisão nacional, sendo este mercado dominado pela Globo (MELO, 1988, p. 39).

Surgida em 1951 na TV Tupi, com o título “Sua Vida Me Pertence”, e tendo como fonte imediata precursora e inspiradora as radionovelas⁴, a teledramaturgia

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia e integrante do grupo de pesquisa vinculado ao *CNPq* Espetáculos Culturais e Sociedade. E-mail: marciofrpereira@terra.com.br

² Em agosto de 1985, por exemplo, a novela *Roque Santeiro* reuniu mais de 43 milhões de telespectadores todas as suas noites de exibição (MATTELART e MATTELART, 1989).

³ <<http://www.teledramaturgia.com.br>> (12.12.07).

⁴ Importada de países como os EUA, Cuba e Argentina, onde era patrocinada por grandes empresas de produtos domésticos (Colgate-Palmolive e Gessy-Lever), no Brasil, a radionovela seguiu os padrões

brasileira recebeu a influência de elementos diversos, importantes para a constituição de sua feição atual. Assinala Ortiz (1989, p. 11) que “a reconstrução do passado da novela nos coloca na presença de um movimento não-linear que, para se aclimatar ao solo brasileiro, teve que passar por outros continentes, desde a *soap-opera* americana até a radionovela latino-americana”.

A telenovela brasileira teve diversas fases: de “dramalhões latinos” a adaptações de textos clássicos estrangeiros. Dentre esses períodos diferenciados, há alguns momentos que precisam ser realçados, como por exemplo: o ano de 1963, em que a TV Excelsior lançou, em exibição *diária*, a telenovela “2-5499 Ocupado” (TÁVOLA, 1996, p. 75). Antes desta ocasião, a telenovela não possuía exibição diária, sendo que, a partir de 1963, a teledramaturgia fixava-se definitivamente como um *fenômeno de massa*.

Outro momento que merece destaque trata-se do título “Beto Rockefeller”, exibido em 1969, pois promoveu uma ruptura de narrativa, tendo os diálogos formais das novelas anteriores sido substituídos por expressões coloquiais, repletas de gírias e de uso comum do povo. Houve assim uma aproximação mais intensa com as temáticas ligadas à realidade e ao cotidiano nacional. Esta telenovela, que muito influenciou as que a sucederam, tinha a preocupação de, numa proposta realista, trazer o cotidiano vivido para o vídeo. Após *Beto Rockefeller*, “os personagens do antigo folhetim, que reforçavam um imaginário herdado da aristocracia (carruagens, reis, rainhas, duques e condes) passam a circular pelas ruas de São Paulo, agora de ônibus e automóvel, vestindo terno e gravata” (BORELLI e RAMOS, 1989, p. 74).

A partir dos anos 70, a telenovela, impulsionada pela modernização da sociedade (aumento do número de aparelhos televisores, por exemplo), passa por uma série de inovações tecnológicas, assim como experimenta uma racionalização da produção, consolidando-se definitivamente como *indústria*. Desse período em diante, observa-se também a telenovela superando a audiência de shows de auditório e de noticiários.

Neste cenário de expansão e consolidação, a TV Globo, que iniciou seu funcionamento em 1965, emerge como emissora exemplar: “o padrão globo de qualidade”, destacando-se dentre as demais (MELO, 1988, p. 26).

Apesar de ter passado por diferentes fases, é preciso dizer que o romance folhetinesco foi o tipo de narrativa que definitivamente predominou na telenovela brasileira. Ainda hoje, a estrutura folhetinesca prepondera como base para as temáticas

estrangeiros: temáticas folhetinescas e melodramáticas, patrocínio de grandes empresas de utensílios domésticos e público alvo composto por donas-de-casa (ORTIZ, 1989, p. 26).

apresentadas nas telenovelas. Trata-se, na verdade, de um folhetim modernizado que, na maioria das vezes, busca adaptar à realidade brasileira assuntos relacionados com a sociedade contemporânea, mas sem abandonar a forma folhetinesca de narrativa. Assim, numa fórmula que se reproduz até os dias de hoje, a telenovela brasileira caracteriza-se por comumente explorar enredos de fácil aceitação pelo público, onde o apelo para as emoções simples é uma constante. A intenção é conduzir o telespectador pelos caminhos da comunicação fácil, sem problemas de compreensão. Ainda hoje, repetem-se velhos chavões, só que apresentados numa embalagem mais moderna. Dada a sua tendência à repetição, diz-se que “as telenovelas, como as séries americanas, não foram feitas para serem lembradas” (ORTIZ e RAMOS, 1989, p. 121). Trata-se realmente de um produto que se torna obsoleto rapidamente, sendo marcado por um discurso persuasivo, com conclusões definitivas e efeitos consoladores. Mesmo sem conhecer os capítulos anteriores, basta ao telespectador assistir a uns poucos episódios (quando não a apenas um) para se inteirar da temática tratada. Consoante Ramos e Borelli (1989, p. 70), tratam as telenovelas do Brasil de: “uma pluralidade de assuntos que circulam pelo amor, o dever, a família, numa rede de polarização entre o bem e o mal, ricos e pobres, justos e injustos, felicidade e tristeza”. Nesse contexto, no universo da teledramaturgia, é quase unânime a ocorrência de *happy endings*. Normalmente, no último episódio da trama o bandido é castigado, o mocinho é recompensado pelos seus esforços incorruptíveis, tudo apresentado numa estrutura maniqueísta de narrativa que opõe o bem e o mal. Até mesmo aquele que não acaba tão bem assim termina por se conformar com a sua situação. Dessa forma, quando chega ao seu último episódio, a telenovela termina numa atmosfera de eterna primavera onde o amor, algumas vezes acompanhado do dinheiro, do poder ou da glória, resplandece para sempre. O *happy ending* não é uma reparação ou apaziguamento, mas uma irrupção de felicidade, representando uma função compensatória que corresponde às aspirações de uma sociedade que busca a todo preço a felicidade privada (ORTIZ, 1989, p. 32).

[A telenovela] distribui de maneira inequívoca os atributos sociais e individuais, justiça/injustiça; fidelidade/infidelidade; amor/ ódio. É como se o universo se estruturasse por antinomias, que nos lembram o sistema de ‘pensamento selvagem’ dos povos primitivos. O herói é sempre redentor ou mártir, por isso convive com o sofrimento e os obstáculos que a vida lhe coloca no caminho. O personagem vive a dramaticidade da estória mítica, sem poder se rebelar contra ela, aceitando um destino que lhe foi imposto à revelia de suas inclinações individuais. Ele põe em movimento uma ordem mais abrangente, o mito, e não é

dono de sua vontade, pois expia os erros dos outros; através do sofrimento e do sacrifício, apazigua-se a maldição que pesa sobre ele (Op. cit., 1989, p.32).

2. A telenovela *Sete Pecados*

Na mesma linha desse padrão consagrado, está a telenovela ora analisada “Sete Pecados” da TV Globo, escrita por Walcyr Carrasco. É suficiente fazer a leitura da sinopse oferecida pelo próprio *site*⁵ da telenovela, como também o é assistir a algumas cenas para se chegar a essa constatação. Abaixo, seguem excertos retirados da sinopse de “Sete Pecados” que exemplificam bem o que estamos sustentando.

Ambientada na cidade de São Paulo dos dias atuais, “Sete Pecados” tem como tema principal a história de Beatriz (interpretada por Priscila Fantin), uma jovem linda, rica e mimada que sempre teve todos os bens materiais que quis. Em dado momento ela conhece Dante (interpretado por Reynaldo Gianecchini), um taxista casado, simples, bondoso e ético. Beatriz termina apaixonando-se perdidamente por Dante que, para sua surpresa, não cai aos seus pés. Decidida a conquistá-lo, ela passa a empreender todo o tipo de estratégia para afastar Dante de sua esposa (interpretada por Giovanna Antonelli) e assim tê-lo ao seu lado. Nessas estratégias, ela acaba associando-se a uma espécie de guru (interpretado por Aílton Graça) e à vilã Agatha (interpretada por Cláudia Raia), que a instrui no sentido de que, para conquistar o bondoso Dante, terá que fazer este cometer os sete pecados capitais.

3. Reynaldo Gianecchini (breve *curriculum*)⁶

Nessa telenovela, o ator Reynaldo Gianecchini desempenha um dos principais personagens: o taxista Dante. Escolhemos examinar a atuação de Gianecchini porque acreditamos se tratar de um exemplo que reflete inúmeros outros casos que se repetem na telenovela brasileira.

Reynaldo Gianecchini nasceu em 12 de novembro de 1972, na cidade de Birigüi, Estado de São Paulo. Antes de ingressar profissionalmente na carreira de ator, Gianecchini se dedicou por oito anos às sessões de fotografias para catálogos de moda e às passarelas de Nova Iorque, Paris e Milão. A primeira oportunidade de atuar profissionalmente surgiu quando ele conseguiu fazer parte do elenco da peça *Cacilda*. Dirigida por José Celso Martinez Corrêa e estreada em São Paulo, a peça ficou em cartaz de 1998 e 1999. Em seguida, integrou o elenco da peça *Boca de Ouro*, estreada em 2000, em São Paulo e dirigida pelo mesmo diretor. Sua estréia no universo televisivo deu-se pouco tempo depois. Em 2000, Reynaldo foi sondado por um diretor

⁵ <<http://setepecados.globo.com>> (24.09.07).

⁶ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Reynaldo_Gianecchini> (24.09.07).

de elenco da TV Globo e terminou por aceitar um papel de destaque na telenovela *Laços de Família* desta mesma emissora, que foi ao ar de junho de 2000 a fevereiro de 2001. Após a sua estréia no universo da telenovela nacional em 2000, o ator foi convidado para protagonizar uma seqüência de outras, todas da TV Globo, a saber: *As filhas da Mãe* (2001), *Esperança* (2002), *Mulheres Apaixonadas* (2003), *Da Cor do Pecado* (2004), *Belíssima* (2005) e a atual *Sete Pecados* (2007). Além das telenovelas, o ator integrou o elenco dos filmes: *Avassaladoras* (2002), *Muito Gelo* e *Dois Dedos D'água* (2006) e *Primo Basílio* (2007).

4. O personagem “Dante”

Depois dessa breve apresentação do currículo do ator Reynaldo Gianecchini, cabe examinar seu personagem “Dante” na telenovela “Sete Pecados”. Como visto acima, Gianecchini interpreta Dante: um bondoso e ético motorista de táxi da classe média baixa brasileira. O site oficial da telenovela “Sete Pecados”⁷ talvez seja a fonte que melhor descreva este personagem, a saber:

Dante é um homem com alma de anjo, generoso, apaixonado pela família, bem humorado, que está sempre ajudando todo mundo. Dante é casado com Clarice e tem dois filhos, Laerte e Isabel. Vive tentando dar bons conselhos ao irmão Régis, que dá aula de boxe em uma academia. Abrigou a sogra Agripina, que passa o tempo todo a censurá-lo, e também a cunhada, Carla. Adotou Fátima, uma jovem pobre que ele e a esposa encontraram nas ruas e que ajuda Clarice com as tarefas domésticas. No decorrer da história, Dante será perseguido pela apaixonada Beatriz, que fará de tudo para tê-lo em suas mãos.

O personagem “Dante”, como é bastante comum ocorrer nas telenovelas brasileiras, é construído no sentido de buscar a identificação com o público. Assim, as atitudes, decisões e posturas de Dante são elaboradas para que o espectador médio com elas se identifique a todo momento. Nesse sentido, falando sobre os produtos da televisão de uma maneira mais ampla, Eco (1985, p. 31) afirma que “a TV apresenta como ideal o homem absolutamente médio”.

Para que esse processo de identificação ocorra, elementos da realidade são salpicados na vida do protagonista: Dante é um taxista, pai de família, com hábitos comuns. Tudo para torná-lo o quanto mais crível possível.

Esse “realismo” é uma forma interpretativa bastante difundida na teledramaturgia brasileira, sobretudo após a telenovela *Beto Rockfeller*.

⁷ <<http://setepecados.globo.com>> (24.09.07).

A preocupação de aproximação com a realidade não é uma característica exclusiva da telenovela, mas um traço mais geral da indústria cultural, constituindo-se numa estratégia que se fundamenta na idéia de verossimilhança.

Todavia, apesar da aparente aproximação com o mundo real, de acordo com Ortiz e Ramos (1989, p. 142), é ingênuo pensar que a indústria da televisão pretenda “revelar” a realidade. Na verdade, o que interessa é apresentar algo que o espectador possa se identificar, prendendo dessa maneira sua atenção (Op. cit., 1989, p. 142).

Com efeito, na teledramaturgia brasileira atual, tal qual expõe Ortiz (1989, p. 32), quando este autor trata do cinema contemporâneo, o herói trágico é substituído pelo simpático (no sentido mágico da simpatia), buscando-se com isso provocar ao máximo no espectador um sentimento de identificação com o que está assistindo. O personagem “Dante”, nesse sentido, não se trata de um personagem folhetinesco, pois estes estão distantes da realidade, já que vivem exageradamente os dramas cotidianos e transfiguram a vida pelo mistério. “Dante” é o típico personagem da telenovela brasileira atual, que investido de um psicologismo que o torna mais acreditável, contém elementos da realidade que possibilitam ao telespectador se identificar com ele. O personagem de Gianecchini não sai assim do domínio dos sentimentos analisáveis e passionais do espectador médio.

Atestando a identificação que o telespectador deve sentir em relação ao personagem de uma trama de telenovela, Ivani Ribeiro, uma das mais famosas autoras da teledramaturgia brasileira, revela que: “o que importa é uma história que corresponda, de certa forma, ao que acontece na vida real. O telespectador gosta de ver-se identificado com as histórias e os locais de minhas novelas. Por isso, todas elas se passam no Brasil e todas contêm conflitos que se enquadram em nossa época” (Op. cit., 1989, p. 70). Confirmando esta idéia, o próprio diretor geral da telenovela “Sete Pecados” Jorge Fernando⁸ diz: “quero atrair todo o tipo de público. A novela é uma comédia, no mesmo tom de ‘Cambalacho’ e ‘Vereda Tropical’⁹. Minha idéia é abranger senhoras, jovens e crianças”.

Desse modo, problemas insolúveis, complicados e/ou reflexões mais profundas não devem ser apresentados nas telenovelas (Op. Cit., 1989, p. 75). Sobre essa característica “descompromissada” das temáticas tratadas nas telenovelas, complementa Leal (1990, p. 71): “coerência não é exatamente o que se espera de uma telenovela,

⁸ <<http://oglobo.globo.com/cultura/revistadatv/mat/2007/04/25/295502038.asp>> (24.09.07).

⁹ Telenovelas da TV Globo de 1986 e 1984-1985, respectivamente, e que exploravam a comédia nas suas narrativas.

espera-se uma história que tenha início, meio e fim, e seja um lugar onde aconteçam coisas”. Nesse mesmo passo, o aforismo de Debord (1997, p. 17): “O espetáculo não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo”, traduz de maneira interessante o que está sendo articulado aqui. Apesar de Debord não estar se referindo especificamente à telenovela, mas a um conceito mais amplo: *a sociedade do espetáculo*, a teledramaturgia encontra abrigo na máxima deste filósofo, uma vez que integra o seu rol de produtos.

Com efeito, é preciso dizer que, mesmo quando a telenovela se propõe a apresentar algum tema que tenha repercussão na sociedade, este, em nome do princípio maior que rege a teledramaturgia: o “público-que-não-compreenderá” (BOURDIEU, 1997, p. 15), é abordado de forma superficial, genérica e compactada, tendo ainda que se encaixar dentro de rígidos espaços de tempo. Um tema como o preconceito ao homossexualismo, como tantos outros que poderiam ser exemplificados, é normalmente explorado de forma caricata e rasa nas telenovelas brasileiras.

Essa forma superficial de abordagem, típica dos produtos da indústria cultural, segundo Edgard Morin (2007), trabalha com dois pólos de maneira simultânea: o do “ecletismo” dos temas e do “sincretismo” das formas. Assim, a telenovela brasileira pode apresentar os mais diversificados assuntos dentro de sua narrativa, mas, justamente por isso, deve fazê-lo na forma ligeira do tempo ou na forma compacta do espaço de veiculação. Essa bipolaridade tem o objetivo de alcançar um consumidor impessoal, abstrato e universal, pois só assim é possível permear a massa ou o mais vasto público.

Esse objetivo de se tentar promover a identificação do público com o que vê, como já dito anteriormente, não se trata de uma estratégia nova empregada pela telenovela brasileira. Na realidade, tal postura já era identificada por Adorno e Horkheimer em seus estudos em torno da indústria cultural que se consolidava na primeira metade no século XX. O trecho abaixo, apesar de tratar do cinema, pode facilmente ser aplicado ao universo da telenovela.

A velha experiência do espectador cinematográfico para quem a rua lá de fora parece a continuação do espetáculo acabado de ver – pois que este quer precisamente reproduzir de modo exato o mundo perceptivo de todo o dia – tornou-se o critério da produção. Quanto mais densa e integral a duplicação dos objetos empíricos por parte de suas técnicas, tanto mais fácil fazer crer que o mundo de fora é o simples prolongamento daquele que se acaba de ver no cinema. [...]. A vida, tendencialmente, não deve mais poder se distinguir do filme. Enquanto este, superando de fato o teatro ilusionista, não deixa à fantasia e ao pensamento dos espectadores qualquer dimensão na qual possam [...] se

mover e se ampliar por conta própria sem que percam o fio e, ao mesmo tempo, exercita as próprias vítimas em identificá-lo com a realidade (Op. cit., 2006, p. 174).

Retomando o personagem Dante, percebe-se que, além de tentar promover a identificação do público com o protagonista, através da reprodução da estrutura de mundo já existente (elementos da realidade), este ator *reforça* essa mesma estrutura de mundo.

Basta assistir a algumas cenas desse protagonista¹⁰ ou mesmo ler acima a pequena descrição deste para perceber que Dante é o retrato da conformação, do adestramento promovido pela indústria cultural, reforçando, portanto, as estruturas de mundo existentes. O personagem mesmo quando enfrenta momentos dolorosos ou eventos adversos, tende a conformar-se com a situação que lhe é *(im)posta*, aceitando freqüentemente a sua condição de *honesto trabalhador pertencente à classe média baixa brasileira*. Com isso, dentro dessa visão, entende-se que o público termina por ser “convidado” a se conformar com a sua situação de vida. O espectador é assim sugestionado a anuir com a conjuntura da sociedade atual e, conseqüentemente, com as estruturas de poder nela existentes.

Nessa linha, bastante impactante o discurso do autor e diretor de telenovelas brasileiras Walter Avancini quando assevera que

A novela continua atendendo a códigos de linguagem gostos, ambições da classe média, muito embora o confronto de classes seja menos evidente em alguns horários do que foi no passado. Mas a classe trabalhadora continua sendo apresentada como caricata. O que se projeta como autêntico são os valores da burguesia, que passa para a classe trabalhadora a mensagem de que *é preciso aprender a viver vendo sem pretender ter [...]*. O autor de texto de telenovela no Brasil é também parte de uma elite [...] e como tal acaba por refletir seus próprios valores” (AVANCINI, 1987 apud MATTELART e MATTELART, 1989, p. 113, 114 – destacou-se).

Bourdieu (1997, p. 20), em seu livro *Sobre a Televisão*, analisando esta indústria da cultura sob outro enfoque (do jornalismo), também detectou essa estratégia de

¹⁰ <<http://video.globo.com/Videos/Busca/0,,7959,00.html?f=programa:Sete+Pecados>> (24.09.07).

reforço da realidade, afirmando que: “a televisão é um extraordinário instrumento de manutenção da ordem simbólica”.

Ainda sobre essa questão do conformismo suggestionado pelo personagem da telenovela, mais uma vez, podemos nos valer dos estudos de Adorno para estimular nosso pensamento em torno desse assunto. Em suas análises sobre o cinema, a arte e a música popular, Adorno buscou mostrar como os produtos da indústria cultural reproduzem e reforçam a estrutura de mundo da qual as pessoas procuram exatamente se evadir no seu tempo de lazer. Para ele, na medida em que fortalecem a convicção de que os fatores negativos da vida são devidos a causas naturais ou ao acaso, esses produtos estimulariam assim um senso de fatalismo, de dependência e de obrigação para com a realidade existente. Na visão de Adorno, as atividades de lazer seriam dirigidas e controladas, produzindo a indústria cultural uma espécie de “cimento social” para a ordem existente. A respeito do tema, vale a pena transcrever outra passagem da obra de Adorno e Horkheimer (2005, p. 173, 174):

Não só os tipos de música, de dança, de astros e *soap operas*, retornam ciclicamente como entidades invariáveis, quanto o conteúdo particular do espetáculo, aquilo que aparentemente muda é, por seu turno, inferido daqueles. Os pormenores tornaram-se funcionais. A breve sucessão de intervalos que se mostrou eficaz em um motivo, o vexame temporário do herói, por ele esportivamente aceito, os saudáveis tapas que a bela recebe da robustez do astro, sua rudeza com a herdeira viciada são, como todos os pormenores clichês, salpicados aqui e ali, sendo cada vez subordinados à finalidade: confirmar o esquema enquanto impõem a sua realidade. [...] Os produtos da indústria cultural podem estar certos de serem jovialmente consumidos, mesmo em estado de distração. Mas cada um destes é um modelo do gigantesco mecanismo econômico que desde o início mantém tudo sob pressão tanto no trabalho quanto no lazer que lhe é semelhante.

A sensação de fatalismo, transmitida por muitos produtos da indústria da cultura, referida por Adorno e Horkheimer no parágrafo anterior também não passou despercebida por Debord (1997, p. 20):

O espetáculo é o discurso ininterrupto que a ordem atual faz a respeito de si mesma, seu monólogo laudatório. É o auto-retrato do poder na época de sua gestão totalitária das condições de existência. A aparência fetichista de pura objetividade nas relações espetaculares esconde o seu caráter de relação entre os homens e entre classes: parece que uma segunda natureza domina, com leis fatais, o meio em que vivemos.

Portanto, a partir da visão de Adorno, Horkheimer e Debord, a atitude de conformação frente aos problemas da vida percebida no protagonista Dante (e que é muito comum de se vislumbrar em diversos outros personagens, tanto desta telenovela – *Sete Pecados* –, como de muitas outras), estimularia igualmente no telespectador uma postura passiva. Vale dizer, uma postura que evitaria confrontos com os problemas percebidos no mundo real. Provoca-se assim no telespectador uma sensação de que as estruturas de poder da sociedade brasileira são assim, sempre foram assim e que não há nada que se possa fazer para mudá-la, restando apenas o caminho da resignação. É o que Debord (1997, p. 18) denominou de “comportamento hipnótico”.

Ainda nessa linha de raciocínio, Eco (1985, p. 30) assevera

O homem rodeado pelos *mass media* é no fundo entre todos os seus semelhantes, o mais respeitado: não se lhe pede nunca senão que se torne aquilo que já é [...]. Em suma, pede-se ao indivíduo que se transforme num homem com frigorífico e um televisor de vinte e uma polegadas, e isto quer dizer que se lhe pede que continue a ser como é [...].

Esse mesmo autor menciona também que a indústria cultural, ao mesmo tempo que apresenta ideais para esse homem rodeado pelos *mass media*, toma, em contrapartida, providências para que, de fato, tais ideais sejam inatingíveis. Eco visualiza que isso faz com que as possíveis tensões formadas no íntimo desse homem, se resolvam por meio de projeções que este indivíduo lança sobre os personagens televisivos “e não numa série de operações efetivas orientadas para modificar o estado das coisas dado”. Dentro dessa visão, o espectador da telenovela “Sete Pecados”, por exemplo, realizaria seus ideais, solucionaria eventuais tensões geradas por estes, via projeção sobre o personagem Dante. Assim, quando o amor de Dante é disputado por duas belíssimas atrizes, quando ele passa a ser mais bem remunerado ou qualquer outra situação que possa representar um possível ideal, logo uma provável tensão no âmago do telespectador, este a resolve se projetando sobre o protagonista, ao invés de efetuar investidas concretas na realidade. Mais uma vez Eco (1985, p. 31) destaca que:

O ideal do consumidor de *mass media* é um super-homem que ele nunca pretenderá tornar-se, mas que se deleita a encarnar de um modo fantástico, tal como se veste durante alguns minutos diante de um espelho uma roupa alheia, sem se quer vir pensar a possuí-la um dia.

5. Conclusão

A telenovela, após mais de 50 anos de sua inserção no país, ainda representa nos dias atuais um dos produtos culturais de maior importância da televisão brasileira. O apelo popular deste produto é ainda maciço.

Desejando investigar alguns traços da narrativa promovida por esse poderoso produto cultural, escolhemos o personagem “Dante”, interpretado por Reynaldo Gianecchini, da novela “Sete Pecados” (2007 – 2008) da Rede Globo, que representa exemplo bastante comum dentro do universo da teledramaturgia brasileira.

Ao examinar esse personagem à luz de algumas das teorias da cultura de massa, especialmente sob a lente crítica de pensadores como Adorno, Horkheimer, Debord e Eco, é possível perceber a ideologia da indústria cultural da televisão atuando no sentido de ratificar as estruturas de poder existentes na sociedade brasileira. Apresenta-se, assim, um *falso realismo*, que, concretamente, não pretende revelar absolutamente nada da conformação social do país. Ademais, pode-se enxergar no personagem desempenhado por Gianecchini uma postura de *aceitação* da realidade que lhe é colocada, algo que é muito comum de se visualizar tantos outros personagens das telenovelas atuais. Esta postura tratar-se-ia de uma espécie de *convite* ao espectador à passividade. Um convite à manutenção do *status quo* social. Nesse sentido, as palavras do autor e diretor de telenovela Walter Avancini (AVANCINI, 1987 apud MATTELART e MATTELART, 1989, p. 113, 114) de que “é preciso aprender a viver vendo sem pretender ter”, ao se referir aos valores burgueses impregnados nas telenovelas, são emblemáticas e sintetizam muito bem o quadro de adestramento que buscamos apresentar nesse trabalho.

7. Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. *Indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas*. In Lima, Luiz C. (org.). *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

ARTAUD, Antonin. *O teatro e seu duplo*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

BENJAMIN, Walter A. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In Lima, Luiz C. (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

BORELLI, Silvia Helena Simões, RAMOS, José Mário ORTIZ e ORTIZ, Renato. *Telenovela: história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

- BOTTOMORE, Tom (ed.). *Dicionário do pensamento marxista*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1988.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- CUNHA, Newton. *Dicionário Sesc. A linguagem da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ECO, Umberto. *Diário mínimo*. Rio de Janeiro: Difel, 1985.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- FIGUEIREDO, Ana Maria Camargo. *Teledramaturgia brasileira: arte ou espetáculo?* São Paulo, 2003.
- KOSHIBA, Luiz e PEREIRA, Denise Manzi Frayze. *História do Brasil*. São Paulo: Atual, 1987.
- LEAL, Ondina Fachel. *A leitura social da novela das oito*. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.
- LUDES, Peter. *A linguagem mundial das imagens-chave*. Salvador, Cian, 2007.
- MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle. *O carnaval das imagens: a ficção na tv*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- MELO, José Marques de. *As telenovelas da globo: produção e exportação*. São Paulo, Summus, 1988.
- MELO, José Marques de. *Telemania: anestésico social*. São Paulo: Loyola, 1981.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massas do Século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- ORTIZ, Renato, BORELLI, Silvia Helena Simões e RAMOS, José Mário ORTIZ. *Telenovela: história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- PALLOTTINI, Renata. *Dramaturgia de televisão*. São Paulo: Moderna, 1998.
- STANISLAVSKI, Constantin. *Manual do ator*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- TÁVOLA, Artur da. *A telenovela brasileira: história, análise e conteúdo*. São Paulo: Globo, 1996.
- _____, Artur da. *A liberdade do ver: Televisão em leitura crítica*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira: 1984.