



*TELENOVELA AMBIVALENTE: a oscilação  
entre a dureza da hegemonia e os “mal  
ajustes” da decodificação*

*Larissa Leda Fonseca Rocha<sup>1</sup>*

**Resumo**

Considerada o maior produto da Indústria Cultural brasileira a telenovela é uma ferramenta de fundamental importância para a compreensão da relação entre a lógica mercantil dos meios de comunicação de massa e práticas culturais e populares. Passam pela telenovela reforços inegáveis do pensamento hegemônico, mas algo a mais transita por lá, um modo de leitura e apropriação popular que a usa como veículo de novas práticas simbólicas e atribuição de sentido que permeiam as relações de poder - sempre tencionadas - entre dominadores e dominados.

**Palavras-chave:** Telenovela, hegemonia, codificação/decodificação.

**AMBIVALENT SOAP OPERA:** the oscillation between the  
hardness of the hegemony and the “bad adjustments” of the  
decoding

**Abstract**

Considered the greatest product of the Brazilian Cultural Industry the soap opera is a fundamental mechanism to understanding the relationship between the market logic of the mass media and cultural and popular practices. Undeniable reinforcements of hegemonic thought pass through the soap opera, but

<sup>1</sup> Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). E-mail: larissaleda@gmail.com / Endereço: Universidade Federal do Maranhão - UFMA: Av. dos Portugueses, 1966, Bacanga - São Luís - MA. CEP 65080-805

something more transits there, a way of reading and popular appropriation that uses it as a vehicle for new symbolic practices and attribution of meaning that permeate the relations of power - always intended - between dominators and dominated

**Key words:** Soap opera, hegemony, encoding/decoding.

## 1 INTRODUÇÃO

Uma rápida observação do prime time<sup>1</sup> da maior emissora de televisão do Brasil e mesmo uma das maiores do mundo, a TV Globo<sup>2</sup>, nos permite perceber a fundamental importância econômica e industrial da produção de telenovelas<sup>3</sup> para o esquema de funcionamento da indústria cultural nacional. Acompanhar o desenvolvimento da história da televisão e da novela só deixa evidente o lugar privilegiado que o gênero narrativo ocupa na organização do fluxo televisivo e da estruturação do negócio do audiovisual. Perceber sua importância na indústria da cultura, no entanto, não deixa claro o lugar e a função da narrativa seriada no contexto da urbanização e modernização brasileiras, nem mesmo ajuda a compreender o lugar que a novela ocupa na construção das identidades, na negociação dos sentidos e nas disputas de poder que perpassam a relação da mídia com as pessoas. De já que isto fique claro: há algo além das lógicas econômicas, políticas e de posicionamento hegemônico que atravessa o consumo das novelas, consumo este feito no tempo da vida vivida, nas práticas mais rotineiras, tanto individuais quanto compartilhadas, de consumo.

## 2 A LUGAR DA TELENOVELA: ENTRE A LÓGICA MERCANTIL E AS PRÁTICAS CULTURAIS E POPULARES

A produção de ficção seriada na TV brasileira é um negócio rentável. Segundo dados do Obitel de 2015 (LOPES; GÓMEZ, 2016), desde 2009 a exibição de ficção no prime time é 100% nacional. A Globo detém 80% da produção e exibição inédita nacional e foi a única emissora que sozinha, ultrapassou em média geral de audiência o conjunto de toda a TV paga. A história da TV e a sedimentação da indústria cultural brasileira confirmam a supremacia da Globo desde sua inauguração (26 de abril de 1965), ainda que hoje haja uma certa perda de audiência, mas aí não apenas da emissora, mas do sistema televisivo de modo geral e uma perda que responde a motivos

*TELENOVELA AMBIVALENTE: a oscilação entre a dureza da hegemonia  
e os “mal ajustes” da decodificação*

que estão na tela, mas também fora dela, a partir de novas práticas de audiência, novos modos de consumo e mesmo de produção<sup>4</sup>. Investimentos publicitários, no entanto, seguem na ordem de mais de 130 bilhões de reais com a TV aberta concentrando 58,2% daqueles destinados a todo o setor de comunicação. Há, na distribuição do entretenimento produzido, uma hegemonia absoluta do formato seriado (54,9%) e quase 77% de toda a novela produzida está no prime time. Dos dez títulos mais vistos do ano, todos são da Globo e sete deles são novelas.

Mas o que os números não mostram ou não deixam claro é, como dissemos, o lugar e função do produto na construção de uma ideia de nação, de pertencimento e de modernização. “A ficção televisiva não deve ser entendida como uma história específica, uma particular produção de gêneros na televisão, mas antes o inteiro corpus e fluxo das narrativas por onde assume a função de preservar, construir e reconstruir um ‘senso comum’ da vida cotidiana.” (LOPES; MUNGIOLI, 2011, p. 251). Lopes (2009) afirma que é importante entender a telenovela como recurso comunicativo e como narrativa da nação. A novela é um recurso comunicativo quando em sua narrativa se desenvolvem ações pedagógicas implícitas e deliberadas, ou seja, “[...] é reconhecer a telenovela como componente de políticas de comunicação/cultura que perseguem o desenvolvimento da cidadania e dos direitos humanos na sociedade.” (LOPES, 2009, p. 32). A novela constitui um recurso comunicativo, pois junta sua matriz melodramática ao tratamento naturalista de temas de importância social e acaba por dar visibilidade e legitimidade a determinados assuntos, comportamentos, ações, modos de ver e interpretar e não a outros.

Sendo o principal produto do audiovisual nacional, a novela tem a capacidade de se colocar como um amplo espaço de problematização do Brasil, tanto no que se refere à privacidade dos lares e à vida experimentada, quanto ao que diz respeito aos problemas sociais e à vida contada, aí, então, funciona como narrativa da nação, na qual os brasileiros se reconhecem e identificam. A novela pode ser considerada como um dos fenômenos que melhor representa a modernidade brasileira, “[...] por combinar arcaico com moderno, por fundir dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários modernos e por ter sua história fortemente marcada pela dialética nacionalidade-mediatização.” (LOPES, 2009, p. 22). A novela tem o poder de

“[...] se expressar como nação imaginada.” (LOPES, 2009, p. 31) que mesmo sujeita à imensa variabilidade de interpretações mantém sua verossimilhança, legitimidade e credibilidade.

Martín-Barbero e Rey (2001) afirmam que no Brasil desenvolveu-se um modo próprio de ficção seriada - diferente do resto da América Latina - o que chamam de modelo moderno, cujo marco inicial é a novela *Beto Rockfeller* (TV Tupi, 1968). Este modelo é caracterizado pela presença da matriz melodramática que incorpora um realismo que permite a cotidianização da narrativa, ou seja, dramas amorosos e familiares são trabalhados juntos a questões fundamentais para compreensão da modernidade nacional. Daí a novela brasileira encontrar espaço para tratar temas como coronelismo político junto ao drama amoroso da heroína, o que não acontece com os outros modelos de novela latina, restritas ao dramalhão melodramático. Além disso, é razoável considerar que a TV, no Brasil e na América Latina, possui um caráter diferenciado daquela encontrada nos Estados Unidos e Europa.

Apesar de nascida pelas mãos da iniciativa privada, a televisão no Brasil sempre esteve ligada às estruturas governamentais, seja o aparato tecnológico fornecido pelo Estado, seja a exigência de um ideário pedagógico dos meios. (MUNGIOLI, 2008). A ideia da Ditadura Militar, durante a qual se desenvolveu e consolidou uma indústria cultural televisiva no país, era integrar o Brasil por meio da TV, e o resultado é que “[...] desde sua fundação a televisão incorpora às suas atribuições o papel de mantenedora do laço social que une a nação brasileira.” (MUNGIOLI, 2008, p. 3). E o modo que o Brasil como nação - um país de iletrados com forte cultura oral - encontrou para definir sua fisionomia foi principalmente pelas imagens vistas pelas telas da televisão, que falam de nós e para nós e onde nós poderíamos nos ver, como em um movimento especular. O laço é fundamental, faz com que nos sintamos uma só nação, um só povo e como nos lembra Martín-Barbero e Rey (2001, p. 114):

[...] a televisão constitui um âmbito decisivo do reconhecimento sociocultural, do desfazer-se e do refazer-se das identidades coletivas, tanto as dos povos como as de grupos. A melhor demonstração desses cruzamentos entre memórias e formato, entre lógicas de globalização e dinâmicas culturais, é constituída, sem dúvida pela telenovela: essa narrativa televisiva, que representa o maior sucesso de audiência, dentro e fora da América Latina, de um gênero que catalisa o desenvolvimento da indústria audiovisual latino-ameri-

*TELENOVELA AMBIVALENTE: a oscilação entre a dureza da hegemonia  
e os “mal ajustes” da decodificação*

cana, justamente ao mesclar os avanços tecnológicos da mídia com as velharias e anacronismos narrativos, que fazem parte da vida cultural desses povos.

Mas é também Martín-Barbero e Rey (2001, p. 115) que nos falam que se dar conta deste papel da telenovela no cotidiano do povo latino não pode nos impedir de ver que a longa experiência do mercado para captar, na repetitividade da serialização das narrativas, as dimensões da vida vivida de todos os dias, também deixa ao mercado a arte de saber contar histórias e saber “[...] conectar com as novas sensibilidades populares para revitalizar narrativas midiáticas gastas”. Para Martín-Barbero e Rey (2001, p. 36) os fluxos televisivos audiovisuais remetem, acima da experiência estética, aos novos modos de se estar juntos, aos novos formatos de sociabilidade que se desenham em meio ao caos e violência urbanos e que ao mesmo tempo em que torna opaco o sujeito em um anonimato doloroso introduz uma continuidade nova: a das redes e dos conectados. Trata-se da renovação dos públicos, da emergência de novas sensibilidades e de modos de consumo, tanto da mídia, em geral, quanto das narrativas televisuais, em particular.

Pensar o consumo das narrativas dissolvido no cotidiano é uma das chaves para a compreensão da relação entre a lógica mercantil e as práticas culturais e populares. Junto com Martín-Barbero (2001), partimos do pressuposto para estudar a telenovela é preciso vê-la a partir de Bakhtin (literatura dialógica). O mundo do qual fala Bakhtin (1996) é extraoficial, ainda que legalizado, baseado no princípio do riso e do prazer do corpo, um mundo que escapa à oficialidade, é invertido por um momento e assume trocas do alto com o baixo. Martín-Barbero (2001, p. 319) assume pensar o melodrama como uma literatura dialógica, um gênero que se afastando de pretensas purezas, assume um intercâmbio entre os lugares de autor, leitor e personagens nas histórias, entre ficção e realidade, intercâmbio “[...] que é confusão de narrativa e vida, entre o que faz o autor e o que se passa com o espectador”. O dialogismo da narrativa nos leva também a uma confusão entre história escrita e reescrita pelos aparatos tecnológicos da mediação videotecnológica e a oralidade que repetindo o que acontece na novela, conta e reconta a história que se passa na tela, mas que se ressignifica na vida, nas práticas cotidianas de ouvir e ver a história e recontá-la nos âmbitos mais rotineiros, oferecendo a ela novo sentido, não menos legítimo do que aquele sugerido pelo autor, diretor ou editor da narrativa audiovisual. “Que

nessa abertura e confusão acha-se imbricada a lógica mercantil e que por ela passam 'funcionando' as estratégias do ideológico, é algo inegável" (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 320).

O que o dialógico deixa claro é a ausência de uma regra fixa e determinada no processo de conferir sentido: há múltiplas possibilidades de lugares de enunciação, o que vai de encontro a posições estabelecidas e oferecidas prontas pela estrutura social clássica. "A noção de articulação/desarticulação interrompe o maniqueísmo ou a rigidez binária da lógica da luta de classe, em sua concepção clássica, como figura arquetípica da transformação." (HALL, 2003, p. 235). O antagonismo pensado sob a lógica do dialogismo não é excludente ou fixamente determinado, pode englobar polos diferentes, pois há sempre algo que não foi explicado, que é excedente ou que falta. A novela é, então, um texto dialógico, carnavalesco. O carnaval, afinal, "[...] era o triunfo de uma espécie de libertação temporária da verdade dominante e do regime vigente, de abolição provisória de todas as relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus." (BAKHTIN, 1996, p. 8-9).

Tendo como matriz cultural o melodrama e o folhetim<sup>5</sup> a novela brasileira também apoiou-se na experiência dos primeiros anos da TV nos Estados Unidos para entender o modelo de negócio que geraria lucro. Ou seja, a novela é um produto construído nas redes da indústria cultural, mas a partir de uma série de elementos populares cooptados pela indústria. O negócio, a indústria, o dinheiro contam, mas o que aparece nas narrativas das telenovelas não responde apenas a isso. Martín-Barbero (2004, p. 173) nos diz que depois de tantas leituras ideológicas, as perguntas dos pesquisadores mudaram. Passaram a "[...] perguntar-se se aquilo que dá prazer e sentido popular nesses relatos não tem a ver, através e além dos estratagemas da ideologia e inércia dos formatos, com a cultura, isto é, com a dinâmica profunda da memória e dos imaginários".

As pessoas veem novelas, sentem prazer nesse consumo. Não é apenas uma relação de dominação ideológica ou determinação mercantil o que leva à prática de colocar-se todos os dias, no mesmo horário, diante de um narrador para ouvir/ver uma determinada história. "O que ativa essa memória e a torna permeável aos imaginários urbanos/modernos não é da ordem dos conteúdos, nem sequer dos códigos, é da ordem das matrizes culturais". Perguntar sobre as matrizes não é buscar sementes arcaicas, mas deixar explícito "[...] o que

*TELENOVELA AMBIVALENTE: a oscilação entre a dureza da hegemonia  
e os “mal ajustes” da decodificação*

faz que certas matrizes narrativas ou cenográficas continuem vivas, isto é, continuem secretamente conectando-se com a vida, os medos e as esperanças das pessoas.” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 173). Dito de outro modo: há, além da lógica dos interesses dominantes e industriais algo das complexidades e das dinâmicas do universo popular que respondem à paixão dos latinos, em geral, e dos brasileiros, em particular, pela telenovela, o folhetim eletrônico.

### **3 O REFORÇO DO PENSAMENTO HEGEMÔNICO E O PESO DA DECODIFICAÇÃO**

Tendo a televisão como foco de sua atenção, Hall elabora, originalmente nos anos de 1970, um modelo para pensar o processo comunicativo que, de fato, abalava as estruturas anteriores existentes - como os estudos do Mass Communication Research - pois dizia que a produção e a recepção das mensagens televisivas não eram idênticas, mas estavam relacionadas, “[...] são momentos diferenciados dentro da totalidade formada pelas relações sociais do processo comunicativo como um todo.” (HALL, 2003, p. 390).

O protocolo de Hall - inaugural na perspectiva da integração do espaço da produção e da recepção e passo inicial para este tipo de análise - está fundamentado na ideia de que a comunicação é um processo estruturado por uma articulação entre momentos distintos - “[...] produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução.” (HALL, 2003, p. 387) - em que cada um desses momentos tem suas condições específicas de existência, mas sendo articulados devem ser levados em consideração para pensar o outro, mas isto não pré-define ou fixa o funcionamento de nenhum desses momentos. Esta distinção não significa uma autossuficiência, “[...] é sempre a produção e o consumo em uma relação.” (HALL, 2003, p. 359).

A publicação do autor marca uma ruptura importante<sup>6</sup>, uma tomada de posição contra a ideia de que a comunicação é um processo transparente, no qual quem detém o poder domina o jogo de sentido e que o significado é uma mensagem que pode ou não ser entendida pelo receptor. A codificação, diz o autor, é responsável pela definição de alguns parâmetros por onde vai operar a decodificação. Há limites e estes limites são dados pela codificação, pois caso não existissem limites - e alguma reciprocidade entre os dois momentos - não poderíamos falar de uma efetiva troca comunicativa. Ora, mas contornar alguns limites não é aprisionar o sentido. E esta recípro-

cidade, esta correspondência entre os dois momentos não é dada, é, na verdade, negociada, é construída. “Não é natural, mas produto de uma articulação entre dois momentos distintos. E a codificação não pode determinar ou garantir, de forma simples, quais os códigos de decodificação que serão empregados.” (HALL, 2003, p. 399). Se assim fosse, a comunicação seria um processo no qual os dois momentos seriam absolutamente equivalentes e Hall (2003) nos diz outra coisa: não há uma necessária correspondência entre a codificação e a decodificação. Ao não colocar toda a força do processo de dar significado às mensagens no receptor, mas considerar que é a codificação que define certos limites nos quais vai operar a decodificação, Hall (2003) insiste em um modelo que não retira a ideia de poder do jogo. “Não quero um modelo determinista, mas não quero um modelo sem determinação. Por conseguinte, não creio que as audiências ocupem as mesmas posições de poder daqueles que dão significado ao mundo para elas.” (HALL, 2003, p. 366).

Para Hall (2003, p. 396-397) há uma ordem cultural dominante, que são classificações do mundo social, cultural e político. É uma ordem dominante, mas não é “[...] nem unívoca, nem incontestável”. Há, portanto, sentidos dominantes ou preferenciais que organizam as várias áreas da vida social em “[...] domínios discursivos hierarquicamente organizados. Aquilo que é novo – ou polêmico, abstrato – deve, para ganhar sentido, ser alocado para seus respectivos domínios discursivos”. (HALL, 2003, p. 396-397). Mas dominante não é determinado (fechado, indiscutível), pois sempre podemos reordenar, classificar de um novo modo, atribuir outros sentidos, ou seja, decodificar por outras vias. Hall (2003, p. 396-397) considera que há um sentido dominante pois reconhece que, de fato, há um padrão de leituras preferenciais e que tanto o dominante quanto o determinado possuem “[...] uma ordem institucional/política/ideológica impressa neles e ambos se institucionalizaram”. O que Hall faz é reconhecer que sendo um sujeito portador do controle dos meios de comunicação e dos aparatos de significação do mundo é este sujeito que vai escrever os textos e há aí uma leitura preferencial que, até certo ponto, contorna o sentido, pois a decodificação, como já assinalamos, acontece dentro do ambiente delimitado pela codificação. A ausência de quaisquer descompassos no processo, entre codificar e decodificar, ou seja, a plena transparência entre os dois momentos do processo, é, para Hall o momento da hegemonia. “Ser perfeitamente hegemônico é fazer com que cada significado que você quer comunicar seja



*TELENOVELA AMBIVALENTE: a oscilação entre a dureza da hegemonia  
e os “mal ajustes” da decodificação*

compreendido pela audiência somente daquela maneira pretendida.” (HALL, 2003, p. 366). Mas a mensagem não tem um só significado.

A hegemonia da qual fala Hall é a pensada por Gramsci. É preciso compreender que a leitura de Gramsci, que fazem os Estudos Culturais, marcou definitivamente uma mudança paradigmática nos estudos de Comunicação. A noção de significados ideológicos fixos e ideologias de foi substituída pelos conceitos de terrenos de lutas ideológicas e a tarefa de transformação ideológica. Trazer a decodificação para a luz das análises e dar um lugar ao sujeito que poderia mesmo não apenas negociar o sentido proposto hegemonicamente, mas inclusive opor-se a ele completamente, batia de frente com as pesquisas dos usos e gratificações e dos efeitos dos meios de comunicação, por exemplo. A categoria Hegemonia é cara aos Estudos Culturais.

Gramsci (1999-2002) dedica um de seus Cadernos do Cárcere (o caderno 24) exclusivamente ao tema do jornalismo, mas vai além dele para se ocupar do tema dos meios de comunicação. Couto (2009) nos diz que além do caderno 24, o autor refere-se à opinião pública no caderno 7 dos Cadernos Miscelâneos e trata de oratória, conversação e cultura no Caderno 16 (Temas de Cultura). A preocupação com os jornalistas não diminuiu o uso de seu pensamento para compreender o sistema dos meios de comunicação de modo geral.

Há uma clara referência na obra que identifica a relação jornalistas/meios de comunicação, no sentido de que a ação daqueles (jornalistas) deve ser compreendida como a desses (os meios) na atualidade, ou seja, os termos jornal e jornalista aparecem como a expressão do que consideramos mídia ou meios de comunicação de massa, no tocante à ação. (COUTO, 2009, p. 78-79).

Guardadas todas as considerações de caráter temporal e histórico e mesmo as condições de produção de Gramsci no encarceramento pelo fascismo italiano, o autor dedica-se a entender a relação, inclusive da imprensa, com o que chama de meios de comunicação falada (os meios eletrônicos de comunicação). Gramsci (2001, p. 67) escreve que a investigação da imprensa “[...] revolucionou todo o mundo cultural” e deu à memória um subsídio de valor inestimável. Na investigação da imprensa “[...] está implícita outra, a das modificações qualitativas, além das quantitativas (extensão de massa), trazidas ao modo de pensar pelo desenvolvimento técnico e instru-

mental da organização cultural.” (GRAMSCI, 2001, p. 67). O autor completa:

Também hoje a comunicação falada é um meio de difusão ideológica que tem uma rapidez, uma área de ação de uma simultaneidade emotiva enormemente mais amplas do que a comunicação escrita (o teatro, o cinema e o rádio, com a difusão dos alto-falantes nas praças, superam todas as formas de comunicação escrita, desde o livro até a revista, o jornal, o jornal mural). (GRAMSCI, 2001, p. 67).

Logo no primeiro dos Cadernos do Cárcere o filósofo marxista relaciona o exercício normal da hegemonia a uma combinação da força e do consenso que se equilibram, em uma perspectiva que se opõe à ideia de dominação, de coerção pura e simples, a mesma coerção e dominação rejeitadas por Hall ao pensar nas relações (que também são de poder) entre codificação e decodificação. A hegemonia estabelece um sistema elaborado de relações e mediações, “[...] pressupõe a conquista do consenso e da liderança cultural e político-ideológica de uma classe ou bloco de classes sobre as outras.” (MORAES, 2010, p. 54). É um conceito que para a comunicação ajuda a “[...] desvendar os jogos de consenso e dissenso que atravessam e condicionam a produção simbólica dos meios de comunicação, interferindo na conformação do imaginário social e nas disputas de sentido e de poder na contemporaneidade.” (MORAES, 2010, p. 54).

Gramsci (2001) localiza os meios de comunicação como um aparelho privado de hegemonia que atua como um dos conjuntos de instituições da sociedade civil (uma das esferas da superestrutura, junto à sociedade política). O controle e o monopólio são mantidos, na sociedade civil, pelo consenso, é lá o espaço da elaboração e propagação da hegemonia enquanto visões do mundo. Os meios de comunicação (assim como partidos políticos, sindicatos, associações, movimentos sociais, escola e Igreja) funcionam como caixas de ressonância. “Os veículos ocupam posição distintiva no âmbito das relações sociais, visto que fixam os contornos ideológicos da ordem hegemônica, elevando o mercado e o consumo a instâncias máximas de representação de interesses.” (MORAES, 2010, p. 61).

Bem antes de poder acompanhar o desenvolvimento assombroso do sistema midiático contemporâneo, Gramsci (2001) qualificava a imprensa como “[...] a parte mais dinâmica da superestrutura ideológica”. Hoje é possível pensar a mídia e suas corporações com a clara intenção de

*TELENOVELA AMBIVALENTE: a oscilação entre a dureza da hegemonia e os “mal ajustes” da decodificação*

[...] regular a opinião social através de critérios exclusivos de agendamento dos temas que merecem ênfase, incorporação, esvaziamento ou extinção. O ponto nodal é transmitir conteúdos que ajudem a organizar e a unificar a opinião pública em torno de princípios e medidas de valor. [...] É no domínio da comunicação que se esculpem os contornos da ordem hegemônica, seus tentáculos ideológicos, sua hierarquias, suas expansões contínuas no bojo da mercantilização generalizada dos bens simbólicos. (MORAES, 2010, p. 67-68).

No entanto, ainda que seja possível apontar o sistema midiático como este lugar no qual opera essa caixa de ressonância da hegemonia, ele não é um todo harmonioso que responde exclusivamente aquilo que foi pensado como reforço hegemônico. Hall (2003, p. 366) nos pede para pensar no sentido de leitura preferencial das mensagens midiáticas. É uma “[...] tentativa de hegemônizar a audiência que nunca é inteiramente eficaz e, usualmente, não o é.” (HALL, 2003, p. 366). E não é porque não parece ser razoável entender que a codificação seja capaz de conter – ou controlar – todas as leituras possíveis de um texto que, ao ser codificado, escapa, sempre e fugidio, do controle. É continuamente possível ler um texto de outro modo. Hall (2003, p. 366) explica que apostar na ideia de leituras preferenciais tem relação com a escolha de uma “[...] noção de poder e de estruturação no momento da codificação que todavia não apague todos os outros sentidos possíveis.” que pode carregar uma mensagem. O ponto central da leitura preferencial está justamente onde o poder atravessa o discurso, dentro e fora da mensagem, portanto. O poder da televisão, por exemplo, ou de seus produtores, não está apenas na detenção destes meios, na posse deles, mas também na mensagem ao impregná-la, penetrá-la e nos oferecer o caminho por onde devemos lê-la. Mas, insistimos junto à Hall, preferir um sentido, não é determiná-lo. “Logo, uma leitura preferencial nunca é completamente bem-sucedida: é apenas o exercício do poder na tentativa de hegemônizar a leitura da audiência. E isso é tudo que ela é.” (HALL, 2003, p. 366).

São os sentidos dominantes ou preferenciais que dão “[...] vazão a leituras preferenciais, uma das possíveis posições-tipo de decodificação.” (ESCOSTEGUY, 2007, p. 126). E são três as posições-tipo a partir das quais a decodificação de um texto televisivo pode acontecer: posição hegemônica-dominante; código negociado e código de oposição<sup>7</sup>. A posição hegemônica-dominante acontece quando a decodificação efetua-se de modo muito próximo – ou de

modo direto ou integral – em relação à codificação. O consumidor opera dentro do código dominante, ou seja, o sentido é apreendido exatamente como desejou o emissor, é quando a caixa de ressonância da hegemonia funciona perfeitamente. A segunda posição é a do código negociado, na qual o universo de significados possíveis da mensagem é bem mais amplo do que sugere/orienta a codificação, trata-se de um processo que hibridiza elementos de concordância e discordância. “Confere posição privilegiada às definições dominantes dos acontecimentos, enquanto se reserva o direito de fazer uma aplicação mais negociada às ‘condições locais’ e às suas próprias posições mais corporativas.” (HALL, 2003, p. 401). É, portanto, uma posição de decodificação marcada pela contradição, pois negocia a ideologia dominante.

Diante dos discursos e lógicas do poder dominante, estas lógicas de código negociado vão oferecer outras leituras possíveis das mensagens, como em um jogo de ceder às ideias dominantes, mas reter, na prática da vida, outras ideias que batem de frente com elas. Quando o sujeito negocia o sentido, perturbando a comunicação perfeitamente transparente, aparecem as contradições e mal ajustes entre as codificações hegemônicas e a decodificação e surge a ideia do mal-entendido para os que codificaram (elites, profissionais da radiodifusão). Hall (2003, p. 371) considera que a maioria de nós, na maior parte do tempo, faz mesmo decodificações negociadas. “Somente quando você se torna um sujeito revolucionário completamente autoconsciente e esquematicamente organizado, você alcançará integralmente uma leitura de oposição”.

Código de oposição, afinal, é a última das posições. Nela o telespectador entende perfeitamente a codificação, mas decodifica a mensagem de modo completamente contrário. “Ele ou ela destotaliza a mensagem no código preferencial para retotalizá-la dentro de algum referencial alternativo.” (HALL, 2003, p. 402). É, pois, considerado um momento político de fundamental importância, no qual há uma postura contestatória à posição hegemônica dominante. O sentido da mensagem não é apenas negociado, mas é, efetivamente, contrário ao sentido da conotação. É quando se efetiva uma política da significação, trava-se uma luta no discurso.

Hall sugere que tal modelo de pensar a codificação/decodificação é aberto, as audiências movem-se entre as três posições. Ou seja, podemos, em determinado momento da vida, ou em relação a

*TELENOVELA AMBIVALENTE: a oscilação entre a dureza da hegemonia  
e os “mal ajustes” da decodificação*

algumas questões ou textos específicos, funcionar em posições diferentes. Mas é também e fundamentalmente uma ruptura significativa com a perspectiva de que a comunicação é transparente, dada, um jogo ganho e que caso a recepção não compreenda como pensou o emissor, há algo errado ali. A luz que Hall traz é também um assombro aos donos das ferramentas de codificar hegemonicamente o mundo: nesse não entendido pode sim haver um não-entendido, mas isso não significa necessariamente um erro, mas, às vezes, o acerto do processo. É no não entendido, no mal ajuste, que mais é possível entender, ampliar, ultrapassar, transpassar, transcender. A riqueza da comunicação talvez esteja justamente aí, na possibilidade de podermos decodificar aquilo que, quem sabe, nunca foi pensado pelo codificador. Gramsci, ao falar de equilíbrio instável, abre um espaço para pensarmos que o sistema midiático pode permitir, eventualmente “[...] a divulgação de certos temas e abordagens de interesse social ou de repercussão geral, em meio a programações tendencialmente apaziguadoras ou despolitizadoras.” (MORAES, 2010, p. 72).

## 5 CONCLUSÃO

Acompanhar a história da telenovela brasileira nos dá a possibilidade de entendê-la como um lugar no qual operam continuamente reforços hegemônicos, mas também abre espaço para temas, enquadramentos e assuntos, modelos de vida e de ver que vão produzir práticas de negociação de sentido. A novela, tomada hoje por uma narrativa verossímilhante, na qual o senso comum pós-freudiano (XAVIER, 2003) encontrou morada, apresenta sem dúvida o reforço de esquemas patriarcais, racistas, classistas e homofóbicos, por exemplo. Mas o tom geral é liberalizante, no reconhecimento de um novo “código moral, moderno e de inspiração humanista” que vai aparecer nas narrativas como novas regras de comportamento, “[...] baseadas no conhecimento, na medicina, na ciência.” (XAVIER, 2003, p. 153-154). É importante lembrar que historicamente a indústria cultural nacional incorporou à lógica produtiva da telenovela valiosos atores, escritores, produtores com clara tendência política de esquerda, especialmente entre os anos 1970 e 1990, o que não aconteceu no resto da América Latina, na qual as novelas deixam de lado a tematização de assuntos de interesse social, econômico ou político.

A novela, em diversos casos, fala de outros modos de vida, de estar juntos, de exercer a vida social, política, sexual. Traz para o

centro da cena assuntos e temas dos quais o pensamento hegemônico preferia não dar repercussão, como os direitos dos negros, das mulheres e das populações marginalizadas. Não queremos, com isso, indicar que o conteúdo das narrativas escapa do controle industrial e mercadológico da grande mídia, mas a exemplo do que diz Gramsci (1999-2002), há algo ali da ordem de uma negociação. Certamente, o entendimento de que opera nas práticas de codificação/decodificação algo além de um processo transparente de comunicação no qual há exclusivamente o reforço de visões de mundo hegemônicas não pode ser restrito ou exclusivo ao pensarmos na TV ou mesmo na telenovela. Tampouco podemos entender que nesta relação entre quem emite e quem recebe as relações de poder são equivalentes. Mas, certamente, a novela, por uma série de características próprias, opera como nenhum outro lugar no sistema midiático como um âmbito no qual a oscilação entre o reforço do pensamento hegemônico e as decodificações hegemônicas-dominantes podem ser mais desequilibradas. E isso se dá tanto no âmbito da codificação, quanto no da decodificação.

As novelas brasileiras têm uma vocação de incorporar temas do âmbito público ao universo privado. Esses temas - que diversas vezes reforçam hegemonias e em outras as contradizem - como o racismo, o machismo, reforma agrária, coronelismo, só para citar alguns, são inseparáveis das tramas amorosas e dos imbricados relacionamentos familiares. São essas tramas e relacionamentos que presidem a narrativa dos problemas sociais. O lugar privilegiado na novela, para a compreensão dessa ambivalência da qual falamos neste trabalho, talvez venha daí, da possibilidade de traduzir as pessoas e seus modos de vida e visões de mundo através das relações afetivas dos personagens de suas tramas, levando isso para o nível do vivido na vida de cada um de nós, misturando a narrativa com a vida, essa que também não é da ordem de uma dominação seca, dura e crua, mas na qual operam, todo o tempo, negociações de sentido e poder.

Intrincada com a vida, misturada a ela por um permanente trânsito entre o ir e vir da tela para a vida, a novela é um sintoma fundamental daquilo que é experimentado na vida vivida. Há, na telenovela, além dos arcaísmos narrativos, cênicos e sonoros, as consequências dos mercados e da globalização - a dissolução de diferenças, congelamento de folclores, inovações técnicas, temáticas e expressivas. Mas há, também, uma polifonia de vozes e interesses

*TELENOVELA AMBIVALENTE: a oscilação entre a dureza da hegemonia  
e os "mal ajustes" da decodificação*

que passam por lá, uma negociação permanente do poder, das visões de mundo que vão prevalecer, dos personagens que serão amados, dos que serão rejeitados. A vida, como a novela, é vivida de múltiplas formas, subjetiva, política, estética e emotiva. Como nos diz Martín-Barbero (2004), a telenovela se converte no Brasil em um conflitivo, mas, sem dúvida, fecundo terreno de redefinições político-culturais.

### REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, M. A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais. 3. ed. São Paulo: Hucitec; Brasília, DF: EdUnB, 1996.
- COUTO, C. A. A. de M. Estado, mídia e oligarquia: poder público e meios de comunicação como suporte de um projeto político para o Maranhão. São Luís: EDUFMA, 2009.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. Revista Comunicação, Mídia e Consumo – ESPM/SP, vol. 4, n 11, p. 115-135, nov. 2007.
- GRAMSCI, Antonio. Cadernos do cárcere. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 1999-2002. 6v.
- \_\_\_\_\_. Cadernos do cárcere. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. v. 4.
- HALL, S. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília, DF: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.
- LOPES, M. I. V. de. Telenovela como recurso comunicativo. Matrizes, São Paulo, ano 3, n. 1, p. 21-47, ago./dez. 2009.
- \_\_\_\_\_; GÓMEZ, G. O. (Coords.). (Re)invenção de gêneros e formatos da ficção televisiva: anuário Obitel 2016. Porto Alegre: Sulina, 2016.
- \_\_\_\_\_; MUNGIOLI, M. C. P. Ficção televisiva transmidiática: temáticas sociais em redes sociais e comunidades de fãs. In: LOPES, M. I. V. de (Org.). Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- MARTÍN-BARBERO, J. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

\_\_\_\_\_. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola, 2004.

\_\_\_\_\_; REY, G. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac, 2001.

MORAES, Dênis de. *Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci*. *Revista Debates*, Porto Alegre, n. 1, v. 4, p. 54-77, jan./jun. 2010.

MUNGIOLI, M. C. P. *Enunciação e discurso na telenovela: a construção de um sentido de nacionalidade*. In: CONGRESSO BRASILEIRO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal-RN. *Anais... Natal: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0835-1.pdf>>. Acesso em: 9 out.2012.

XAVIER, I. *O olhar e a cena: melodrama, hollywood, cinema novo*, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac e Naify, 2003.

#### Notas:

- <sup>1</sup> O prime time é o horário nobre da TV comercial, o de maior audiência e cujo intervalo comercial é mais caro. Atualmente, é considerado o intervalo das 19h às 22h.
- <sup>2</sup> Junto com outras oito empresas a TV Globo compõe o Grupo Globo. São elas: Globo Sat, Infoglobo, Editora Globo, Som Livre, Sistema Globo de Rádio, Zap e Globo.com. A TV Globo possui cinco emissoras próprias e 119 afiliadas. A programação é distribuída em 190 países. Dados disponíveis em: <<http://grupoglobo.globo.com/index.php>>.
- <sup>3</sup> Usamos neste trabalho, as grafias telenovela e novela indistintamente para nos referirmos ao mesmo produto: narrativa de ficção seriada brasileira, apresentada em horários pré-determinados, em uma média de 200 capítulos que são encadeados em uma única longa narrativa.
- <sup>4</sup> Nos ocupamos desse tema em trabalhos anteriores. (Trabalho no Intercom - *Crônica de uma Morte Anunciada: Terá a Televisão o mesmo Destino de Santiago Nasar?*). Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2335-1.pdf>>. Acesso em: 2 abr. 2017).
- <sup>5</sup> Ao falarmos de melodrama e folhetim como matrizes culturais da telenovela estamos acompanhando Martín-Barbero (2001). O melodrama (experiência teatral) e o folhetim (experiência literária-jornalística) ganham fôlego com a Revolução Francesa e alastra-se massivamente pela Europa nos primeiros anos do século XIX.
- <sup>6</sup> Hall (2003) reconhece limites na proposta de seu modelo. Ao falar dos significados preferenciais e leituras preferenciais falta uma definição clara de cada um e faz parecer que significados preferenciais estariam ligados à codificação e leituras preferenciais à decodificação. Outro ponto é em relação às posições-tipo. Hall diz que seu objetivo era sugerir algo que pudesse abrir novas questões e estabelecer uma compreensão da comunicação para além da Mass Communication Research e não a determinação de um modelo que, sem validação empírica, fosse duradouro.
- <sup>7</sup> Em codificação/decodificação as posições-tipos são “[...] ideais-típicos ou hipotético-dedutivos. [...] São posições de decodificação; não são grupos sociológicos.” (HALL, 2003, p. 357).