

## **O livro na tela: a representação imagética da leitura nas telenovelas *Avenida Brasil* e *Amor à Vida*<sup>1</sup>**

Tatiana SICILIANO<sup>2</sup>  
Joana BELEZA<sup>3</sup>  
PUC-Rio

### **Resumo**

Esta comunicação analisa a representação do livro e da leitura nas telenovelas *Avenida Brasil* e *Amor à Vida*, exibidas recentemente no horário nobre da TV Globo. O que se pretende é compreender como o livro e os leitores foram representados nas referidas expressões culturais e midiáticas e como tais narrativas operam na construção de repertórios comuns, entendendo tais representações como categorias de pensamento, socialmente partilhadas, condicionadas por práticas e convenções.

**Palavras-chave:** representações da leitura; cultura midiática; telenovela

“Nem todos os livros se leem da mesma maneira. Romances, por exemplo, existem para serem devorados. Lê-los é uma volúpia da incorporação.”  
(BENJAMIN, 2011, p.261).

Em “Uma mulher lendo”, quadro de 1872 do impressionista Claude Monet, uma moça é apresentada durante a prática da leitura, portando um vestido comprido rosa claro e um chapéu da mesma cor, que lhe conferem uma aparência delicada. A leitora está sentada ao ar livre, sob a sombra de uma árvore e tem os olhos fixos em um livro, que segura entre as mãos. Apesar de concentrada na leitura, parece confortável: o semblante é sereno e a postura corporal relaxada.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Ficção seriada do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do PPGCOM da PUC-Rio e doutora em Antropologia Social pelo Museu Nacional – UFRJ. E-mail: [tatiana.siciliano@puc-rio.br](mailto:tatiana.siciliano@puc-rio.br)

<sup>3</sup> Doutoranda e Mestre em Comunicação Social pelo PPGCOM da PUC-Rio. E-mail: joanabeleza@hotmail.com



Uma mulher lendo (1872) – Claude Monet

Considerando-se os processos comunicativos como práticas socioculturais, este trabalho busca refletir de que forma o livro e a leitura são representados a partir de duas telenovelas exibidas pela TV Globo no horário nobre: *Avenida Brasil*, escrita por João Emanuel Carneiro, veiculada entre março e outubro de 2012; e *Amor à Vida*, de Walcyr Carrasco, no ar entre maio de 2013 e janeiro de 2014. Nossa intenção é compreender como o livro e os leitores foram representados nas referidas expressões culturais e midiáticas. Parte-se da definição de “representações sociais” como categorias de pensamento construídas e partilhadas coletivamente, que se encontram relacionadas aos seus contextos históricos, condicionando práticas sociais, produzindo repertórios comuns que corporificam ideias, inspiram condutas (FRANÇA, 2004 e MOSCOVICI, 2011). Tais imagens e narrativas são veiculadas nas telenovelas, transformam-se em símbolos de um “imaginário social”<sup>4</sup> e produzem “memórias coletivas” (HALBAWACHS, 2006)<sup>5</sup>.

Conforme Manguel (2011, p.27), as imagens contam histórias sobre situações imaginárias ou reais. O autor cita Aristóteles para ressaltar que o processo de pensamento se faz por imagens: “quando lemos imagens”, “sejam elas pintadas (...) ou encenadas”, “atribuímos a elas o caráter temporal da narrativa”, e o acúmulo dessas imagens constroem um acervo múltiplo e global que permite uma enorme combinação no processo de criação de novas imagens. Afinal, “construímos nossas narrativas por meio de ecos de outras narrativas” (MANGUEL, 2011, p.28). Deste modo, a pintura de Monet comunica, através

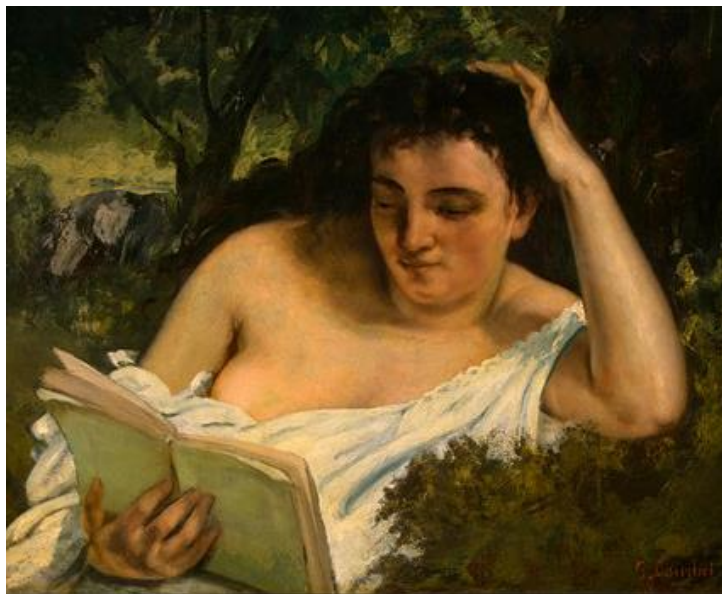
---

<sup>4</sup>Imaginário Social entendido como padrão de construção mental de um grupo; certa atmosfera simbólica que paira como uma “aura”, uma matriz com repertórios comuns (MAFFESOLI, 2001).

<sup>5</sup> Em *A memória coletiva*, Halbwachs mostra como a memória é construída na interlocução das consciências individuais e sociais. O testemunho individual só é possível de ser localizado, quando situado no “quadro de referências” coletivas.

de seus signos, uma cena recorrente que emerge no século XVIII: as mulheres como público leitor de romances.

Gustave Coubert apresenta sua leitora, na segunda metade do século XIX, no quadro “Jovem mulher lendo”. Entretida com um livro, parece nesta prática estar entregue a “volúpia da incorporação” sobre a qual se refere Benjamim na epígrafe deste texto. A moça enquadrada na tela tem a natureza como fundo pouco discernível, do ponto de vista de seus elementos constituintes. Seu deleite é expresso pela concentração e pela postura corporal relaxada, da qual cai displicentemente a alça do vestido, deixando o espectador vislumbrar parte de seu seio, sem, contudo, mostrá-lo inteiramente. A moldura da natureza e a concentração da leitora apontam para um encontro de prazeres que despertam os sentidos, apresentando o leitor como um “caçador” que se apropria do texto e se transporta para outras terras, onde se entra e se sai à vontade, “[produzindo] jardins que se miniaturizam e congregam um mundo” (CERTEAU, 2008, p.260). Mundos imprevisíveis e intimamente prazerosos conduzidos pela prática da leitura.



Jovem mulher lendo (1866-68) – Gustave Coubert

Não por acaso a figura feminina é representada na pintura, entre os séculos XIX e XX, lendo. A partir do século XVIII, o público leitor aumenta consideravelmente com a “ascensão do romance”, que conquistou, sobretudo, às camadas médias emergentes e as mulheres. Eram publicados em volumes pequenos e, embora fossem mais onerosos do que alguns ingressos do teatro popular, conferia mais autonomia de fruição em relação ao eixo espaço-tempo. Daí as mulheres impedidas a usufruírem, ao menos desacompanhadas, das várias atividades “masculinas” de lazer e negócios, constituírem-se em consumidoras do

gênero. A oferta de romances e o estímulo à leitura foram intensificados pela industrialização e a conseqüente necessidade de criar e ampliar mercados consumidores.

Sublinha-se, portanto, a importância do romance como gênero que movimenta um mercado consumidor mais amplo, configurando-se como cultura de massa. Nos termos benjaminianos, descritos em *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* (1996), as técnicas de reprodução “refuncionalizam socialmente” a produção artística e as questões estéticas, levando a criação de obras visando sua reprodutibilidade (SANTIAGO, 1994). Pode-se dizer que o romance não nasce para ser apreciado por poucos leitores nos limites das bibliotecas, mas para ser reproduzido em série para atender ao mercado. Serve mais ao entretenimento do que ao conhecimento, não separa a crítica da fruição, não é desejado por sua autenticidade, mas por provocar empatia com o leitor. Não é valorizado, na perspectiva do mercado editorial, por seu valor de culto, mas por sua capacidade de exibição, que, no universo literário equivale a tiragem.

Nosso objetivo é compreender como a prática de leitura é representada imageticamente na cultura midiática, compreendendo que tanto pinturas, quanto telenovelas, lidas a partir de seus contextos sociais, dizem algo sobre a nossa sociedade, oferecendo mitos e narrativas de comportamento de gênero e de estilos de vida (KELLNER, 2001).

O termo romance se consagra somente no final do século XVIII (WATT, 2007) ao romper com a narrativa da ficção anterior, ao trazer descrições realistas que retratam as experiências humanas de forma mais fiel e ao descrever particularidades das personagens para conferir-lhes mais veracidade e autenticidade, em substituição à abordagem universal e geral de outrora, que se propunha a propagar “valores morais imutáveis”, baseados em enredos da epopeia clássica. Daí o autor considerar o gênero em sintonia com a nova visão de mundo moderna, que valoriza uma orientação individualista. Campbell, em *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*, também sublinha a importância da ascensão do romance para um novo tipo de sensibilidade que surge na modernidade – o “hedonismo moderno” - que, em contraposição ao “hedonismo tradicional”, desloca o prazer da experiência sensorial para a estimulação emocional, autoilusiva, na qual os sujeitos constroem imagens mentais a partir dos mecanismos da imaginação, aproximando-se de práticas como devanear e fantasiar; experiências comumente buscadas nos romances.

Outro aspecto importante a destacar é o gestual do leitor. Os diferentes suportes da escrita interferem na leitura, uma vez que condicionam as posturas corporais, bem como

propõem os ambientes adequados para o exercício de tal prática. Os rolos de papiro ou pergaminho da antiguidade, por exemplo, sugeriam certa posição do corpo do leitor por serem lidos de forma horizontal e com o apoio imprescindível de ambas as mãos para “segurar e desenrolar” o texto (BELO, 2008, p.26). Os rolos expunham, por vez, apenas pequenos fragmentos da escrita, o que impedia apontamentos simultâneos à leitura. O surgimento do códice (*códex*), na era Medieval, organizando a escrita em “cadernos, folhas e páginas”, “facilmente transportável” - estrutura ainda vigente - proporcionou, já à época, maior agilidade e liberdade em relação ao manuseio do texto. Mais tarde, a invenção da prensa de Gutenberg, em 1450, via tipos móveis, faz surgir o livro impresso, quando a leitura se propaga e alcança um número maior de leitores.

No século XVIII, por volta de 1820, ocorre a revolução industrial do livro, também conhecida como a industrialização da impressão, promovendo a democratização do escrito (panfletos, periódicos, Gazetas), o surgimento de novos gêneros literários (romance) e um maior crescimento do público-leitor. O século XIX substitui a prensa de Gutenberg pelas novas técnicas advindas do desenvolvimento da atividade gráfica anterior (monotipo e linotipo), produto da segunda revolução industrial do livro ocorrida em 1860-70. No século XX, em virtude da inovação das versões de bolso, o livro alcança ainda maior circulação (CHARTIER, 1999, p. 98). Na contemporaneidade, as telas digitais irrompem como suporte.

Todo esse movimento eleva a leitura e suas representações a um novo patamar, transformando costumes. A leitura silenciosa, e individual, paulatinamente vai substituindo a figura do autor oral e se distanciando da prática da leitura coletiva que colocava a audição no pódio dos sentidos, imprimindo, pouco a pouco, a supremacia da visão. Por este motivo, pode-se dizer que outra transformação ocorrida foi no movimento e na liberdade dos corpos dos leitores. Nas palavras de Certeau (2008, p.271-272), “a leitura se liberta do solo que a determinava. (...) Emancipado dos lugares, o corpo que lê se acha mais livre em seus movimentos”. Por isso, não é gratuito que a partir do século XVIII, e principalmente no século XIX, despontem tantas representações de leitores em meio à natureza, na cama, não mais restritos à imobilidade dos assentos dos gabinetes. O corpo ganha movimento e liberdade junto ao tipo de leitura (CHARTIER,1999) como indicam os quadros de Monet 1 e Coubert.



## As representações da leitura no universo da telenovela

A leitura é uma prática socialmente valorizada, considerada como “fonte de conhecimento para a vida”. No entanto, apenas metade da população com mais de 5 anos, residente no Brasil, aproximadamente 88,2 milhões de brasileiros em 2011, é leitora, isto é, leu pelo menos um livro nos últimos três meses, sendo a leitura o passatempo de menos do que 3 em cada 10 brasileiros (28%). O hábito de lazer mais recorrente é a televisão, assistida por 85%. Depois, com boa distância, seguem escutar música (52%) e descansar (41%). Esses são os resultados divulgados pelo Instituto Pró-Livro da pesquisa “Retratos da leitura no Brasil”<sup>6</sup>, realizada em 2011, cujo objetivo era medir a intensidade, a forma, as motivações e as condições de leitura da população brasileira, visando a implementação de políticas e ações que venham a difundir e democratizar o hábito de leitura no país.

Por ser a televisão o veículo mais popular de entretenimento e a telenovela do horário nobre da TV Globo o produto de maior audiência, a estratégia de utilizar personagens da ficção no estímulo ao hábito da leitura parece constituir um recurso bastante adequado. Walcyr Carrasco, autor de *Amor à vida*, inseriu 32 títulos na trama, entre 18 de novembro de 2013 e 31 de janeiro de 2014, último capítulo. Fala-se, portanto, de publicizações quase diárias, muitas vezes mais de uma em cada capítulo, contemplando autores, títulos de livro, acompanhados frequentemente das respectivas sinopses. Ressalta-se o papel do veículo e, sobretudo dos seus produtos de maior audiência, como as telenovelas, como construtores de um imaginário social, de um projeto de identidade nacional (LOPES, 2003), de modelos de estilos de vida<sup>7</sup>, modos de consumo e de uma memória coletiva.

Uma das características do gênero é a sua duração prolongada: narra uma história por meio de imagens, diálogos e ação, dia após dia, no mesmo horário, em uma media entre 150 e 250 capítulos, conforme conveniência da emissora, sendo, portanto, “mais complexa, mais longa e mais enredada” do que a minissérie. São obras abertas, como ressaltou Renata Pallottini (2012, p.53), apresentam múltiplas possibilidades de realização e são escritas simultaneamente à sua produção.

Para Maria Immacolata Lopes (2003, p.18-20), é o fato da novela se constituir em uma “narrativa nacional, popular e artística”, ou seja, falar sobre a “nação” e seus “cidadãos”, “expressando dramas privados em termos públicos e dramas públicos em

<sup>6</sup>A última edição da pesquisa, realizada pelo IBOPE, em 2011, teve uma amostra de 5012 entrevistas em 315 municípios brasileiros, com homens e mulheres acima de cinco anos, o que corresponde a 93% da população. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/documents/10883/38605/Retratos-da-leitura-no-Brasil.pdf/8524bcf0-d7b4-4d16-bc42-b90edac8104c>. Acesso em 20/1/2015.

<sup>7</sup> Estilos de vida aqui entendidos na concepção de Giddens (2002) como práticas rotinizadas que se traduzem em hábitos como modos de vestir, preferências alimentares, formas de agir, lugares frequentados, etc.

termos privados”, que a faz um objeto de estudo tão interessante na compreensão dos valores e das práticas das culturas nacionais. Captar o imaginário social do telespectador e transformá-lo em ficção instigante é o desafio dos autores das telenovelas e o que resulta em sucesso ou fracasso de uma trama. Por isso, os folhetins eletrônicos não poderiam deixar de disseminar certas representações sobre as práticas cotidianas, na concepção de Certeau (2008), como ler, falar, caminhar, habitar, fazer compras, e tais representações operam como modelos pedagógicos de valores aceitos e rejeitados, da formação do gosto e da lógica da distinção (BOURDIEU, 2007). E as tramas se inserem em um espaço cujas interações convivem diariamente, lado a lado, no sofá das residências, o que permite que os estilos propagados atuem mais facilmente como modelos de referência (Cf. BALOGH, 2008).

A telenovela vem sendo debatida interdisciplinarmente como um gênero narrativo de entretenimento cujas matrizes remontam à estrutura do *feuilleton*<sup>8</sup>, a experiência do cinema, do teatro, da radionovela, do melodrama, dos folhetos de cordel e, contemporaneamente, das histórias em quadrinhos, das séries estadunidenses e do videoclipe. No entanto, a telenovela brasileira adquiriu, nesse processo antropofágico, um estilo próprio, híbrido, colorido por diversos elementos da cultura nacional, dotado de linguagem ágil e que contempla temas que abordam o cotidiano e falam dos hábitos, das aspirações e das frustrações presentes no dia-a-dia das camadas médias, disseminando, através de suas tramas, padrões de comportamento, compreendidos pela audiência através de “uma educação de sentimentos”<sup>9</sup>. Ao compartilhar as emoções narradas, a audiência não apenas identifica os símbolos - porque os significados são públicos - como se socializa e reflete sobre esse “documento de atuação” que é a própria cultura (Geertz, 1973, p.13-41).

No Brasil, a telenovela ocupa o horário nobre, noturno, especialmente na TV Globo<sup>10</sup>, e é assistida por todo o tipo de público. Daí a importância de se analisar a forma como leitores são representados em duas produções veiculadas recentemente no horário nobre. Em *Avenida Brasil*, a leitura define a personalidade de várias personagens,

---

<sup>8</sup>O folhetim “é uma invenção jornalística francesa nascida em 1836” que ocupa um lugar específico nos periódicos, o rodapé, destinado ao entretenimento (MEYER, 2005, p.14 e 57). Nos romances folhetins, as histórias eram veiculadas aos pedaços. O suspense sobre a continuidade da trama induzia à compra da edição seguinte, formando um pacto com o leitor. Não é a toa que a telenovela mantém a mesma estrutura seriada, sendo chamada de folhetim eletrônico.

<sup>9</sup>Geertz, em sua descrição densa, anota que, para os balineses, as brigas de galo configuravam uma educação sentimental. Ao tomar parte das brigas de galo, os nativos aprenderiam sobre a “aparência do *ethos* de sua cultura”, modelando sua “sensibilidade privada” e aprendo o que é ser balinês (1973:317).

<sup>10</sup>Emissora que assume a liderança televisiva, a partir de 1970, com a dupla: telejornalismo e telenovela. A TV Globo no horário noturno, das 18:00 até 24:00 horas, registra 56.61% dos aparelhos ligados (Cf. Mídia Dados de 2013). Os dados do relatório Obitel de 2014 confirmam as telenovelas brasileiras como os títulos de maior audiência nos países ibero-americanos.

marcando suas diferenças e posições. São os livros clássicos e a culinária que despertam a consciência do protagonista (Tufão), que até então desconhecia o caráter de sua mulher (Carminha). No entanto, o autor João Emanuel Carneiro declara não ter pretendido fazer apologia à leitura de livros, nem tampouco *merchandising* social<sup>11</sup>, utilizando-os apenas como elementos da própria trama. Na transformação pessoal de Tufão e na sutileza da apresentação da vingança da personagem de Débora Falabella (a Nina)<sup>12</sup> contra Carminha, os livros constroem pontes para o desenvolvimento do protagonista. Lendo, Tufão se descobre e vislumbra novos horizontes que possibilitam, enfim, sua metamorfose. Já em *Amor à Vida*, a referência à prática da leitura tem início a partir do meio da trama. Inicialmente os personagens aparecem lendo, em cenas ocasionais, como uma atividade rotineira, uma “prática do cotidiano” (CERTEAU, 2008). No entanto, nos três meses finais da novela os personagens iniciam uma verdadeira cruzada em relação à prática da leitura - são vários, espalhados pelos diversos núcleos, de todas as idades e classes sociais, que leem os mais variados títulos e gêneros. O hábito de ler é disseminado por todo elenco e não é utilizado nem para marcar as diferenças socioculturais - embora os livros sejam, conforme depoimento do autor, escolhidos por gênero e pela personalidade e interesses dos personagens; nem para uma construção mais densa do caráter dos perfis construídos, como em *Avenida Brasil*.

*Avenida Brasil* propõe uma análise abrangente da atuação contemporânea do livro, em virtude da recorrência do suporte na construção do perfil de seis dos personagens, atribuindo ao objeto um valor importante na trama. O uso dos livros e a prática da leitura é fundamental, por exemplo, na construção e na diferenciação das personagens Noêmia (Camila Morgado), Verônica (Débora Bloch) e Alexia (Carolina Ferraz), que compõem o núcleo poligâmico com Cadinho (Alexandre Borges). Noêmia (Camila Morgado), no papel de antropóloga, possui “capital cultural” (BOURDIEU, 2007), acessa filmes e livros “legitimados”, contemplando clássicos no escritório de casa. Verônica (Débora Bloch), personagem construída a partir de um perfil sofisticado, impulsivo e consumista, possui “capital financeiro” (BOURDIEU, 2007), mas, carente no campo cultural, se apropria dos

---

<sup>11</sup>O *merchadising* na televisão é uma ferramenta de Marketing que consiste na inserção e divulgação de produtos e serviços na própria trama ficcional, como parte da cena, sem que pareça um anúncio publicitário. Já o “*merchadising* social” é a prática adotada pelas emissoras e pelos autores para propagar ideias de utilidade pública e educacionais, visando promover a cidadania, diminuir preconceitos, proporcionar mais cultura e educação. É considerada uma ação de “responsabilidade social”. Cf. verbete de Sérgio Mattos, 2010.

<sup>12</sup> Cf. depoimentos de João Emanuel Carneiro para o jornal *O Extra*, em matéria datada de 28 de maio de 2012. Disponível em: <http://extra.globo.com/tv-e-lazer/avenida-brasil-tufao-virou-amante-da-livros-gracas-nina-que-tenta-com-as-obras-abrir-seus-olhos-sobre-vida-que-leva>. E para o caderno “*Ilustrada*” da *Folha de São Paulo* em 13 de maio de 2012. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/42449-gol-de-letra.shtml>. Acessos em 14 de jan. de 2015.



livros, via decoração, somente como distinção, visando “impressionar as visitas!”<sup>13</sup>. Alexia (Carolina Ferraz) reflete seu perfil mais equilibrado, em contraste às demais personagens, também na forma de se apropriar dos livros – ora através da leitura (no quarto) ora na ornamentação da sala.

Tufão, um dos protagonistas, é o maior concentrador de registros de leitura na trama. Homem simples que ascende socialmente através do futebol exibe o novo *status*, principalmente, pela aquisição da cultura material legitimada - mansão, livros, carros -, representando, portanto, em diálogo com Bourdieu (2007, p.27), um “esforço de apropriação cultural que está inscrita como uma exigência objetiva na filiação à burguesia e, deste modo, nos títulos que abrem o acesso aos direitos e deveres da burguesia”. A transformação social dessa família, portanto, também se faz pela exibição de um bem que não dominam - a cultura letrada. Reconhecendo o valor do livro na escala de classificação social, apostam na biblioteca particular apenas como objeto de prestígio, visto que as obras são constituídas apenas pelas capas.

A segunda transformação do personagem, no entanto, aquela que o modifica internamente, é costurada a partir do contato com a leitura. O aprimoramento efetivo do gosto e as mudanças de comportamento, hábitos e vestimentas de Tufão, portanto, se apresentam como resultado de sua proximidade com os clássicos da literatura mundial, quando, automaticamente, inicia-se um processo de intelectualização e familiarização com esse universo – incentivado por Nina, recém-contratada *chef* de cozinha da mansão, que, sendo leitora e tendo estudado em Paris, assume a função de referência cultural desta família. Nina, impulsionada por um sentimento de vingança contra Carminha (Adriana Esteves), esposa de Tufão, desperta a consciência do personagem para o real caráter de sua companheira, especialmente através da leitura e da culinária. Se antes os livros apareciam na casa do jogador como enfeites e signos de “distinção”, a partir da entrada de Nina, eles se constituem nos agentes de transformação da personalidade do protagonista, que se torna mais sofisticado e reflexivo, embora carregue ainda suas limitações em termos de “capital cultural”.

Em contrapartida, evidencia-se também a necessidade do personagem em oralizar a leitura – que, em certa medida, também configura um recurso televisivo importante para compreensão da trama. Tufão internaliza o conteúdo da obra murmurando aquilo que lê, artifício que, de certa forma, infantiliza esse leitor iniciante. Capta-se ainda a liberdade do

---

<sup>13</sup> Cena exibida em 07 de abril de 2012. Disponível em: [www.globo.com/avenidabrasil](http://www.globo.com/avenidabrasil).

personagem, sobretudo física, nos momentos de leitura, pela variedade de posições e espaços reservados à prática: Tufão lê sentado em ambientes internos (biblioteca e quarto), aproximando-se historicamente das leituras nos antigos gabinetes; deitado na cama; em pé no jardim; passeando entre cenários. Essa liberdade nos parece relacionada não somente à materialidade do objeto impresso, mas, sobretudo, à complacência do gênero ficcional, sobretudo os romances, que como afirma Benjamin, “existem para serem devorados” pelos leitores, que se entregam à “volúpia da incorporação”, “que eleva o mundo de seu estado cru, para produzir seu algo comestível, para fazê-lo adquirir seu paladar”. A musa do romance é a mesma, para Benjamin, da culinária. Não à toa Nina seduz com alimentos para o espírito (livros) e para o estômago (pratos culinários).

Tufão, antes preso à forma material do livro como marcador de uma identidade desejada, assume, em paralelo à segunda transformação, a importância do conteúdo do suporte. Em ambos os casos, o valor atribuído ao livro é o valor do conhecimento. Na biblioteca ou nas mãos do personagem, o artefato cultural é exibido, comumente, na posição vertical, acompanhando a tendência contemporânea que relaciona a verticalidade do objeto à função da leitura (BELEZA, 2013). Ao contrário dos livros destinados à contemplação estética, que, além de menos valorados intelectual e culturalmente, são exibidos comumente na posição horizontal<sup>14</sup>.

Os romances *Dom Quixote de La Mancha*, de Cervantes, e *Madame Bovary*, de Flaubert, duas das obras lidas por Tufão, representam narrativas nas quais os personagens principais motivam e modificam suas ações reais em consequência da leitura e do contato totalizante com os livros – relações de uma intensidade tal que os possibilitam transcender as limitações das vidas cotidianas, carregando para a realidade a experiência do mundo literário. É através desse contato encompassador com a literatura que Tufão adquire consciência e reconfigura sua identidade, adquirindo um estilo de vida mais sofisticado intelectualmente e tornando-se cada vez mais alerta aos descompassos de Carminha. No capítulo que foi ao ar no dia 08 de junho de 2012, as diferentes formas de contato com o objeto acentuam as diferenças de identidade dos referidos personagens. Enquanto Tufão entrega-se à leitura de Guimarães Rosa, Carminha (Adriana Esteves), vilã e esposa do protagonista, fingindo estar entretida, folheia a versão de bolso da Bíblia. Carminha - marcada por sua personalidade dúbia, intenciona tão somente assimilar à sua identidade o

<sup>14</sup>Joana Beleza (2013), em sua pesquisa, identificou nas representações midiáticas as seguintes configurações visuais para o objeto estudado, o livro: a posição horizontal foi a mais recorrente para livros mais visuais e menos textuais enquanto a posição vertical predominou para os livros literários, filosóficos, etc, com exceção daqueles que estavam “sendo lidos” no momento, e, que, durante as pausas de leitura, apareciam horizontalmente nas mesas de cabeceira ou nos escritórios.

simbolismo cândido que permeia a leitura bíblica, sem se afeiçoar com o conteúdo do livro ou mesmo à prática da leitura. As diferenças identitárias se intensificaram na sequência dos diálogos dos personagens, quando Carminha questiona e desdenha da recente relação entre Tufão e os clássicos da literatura: “Não sei pra que livro adianta tanto. Literatura, literatura... Tem que ser na prática, corpo a corpo (...). Pra mim, clássico é no Maracanã”.

Em *Amor à Vida*, a inserção do livro foi criada pelo autor Walcyr Carrasco, também cronista, escritor de romances para adultos e infato-juvenis, para estimular o hábito de leitura, mostrando-a como “parte do cotidiano das pessoas, não só da vida escolar”<sup>15</sup>. Tratava-se, conforme depoimento do teledramaturgo, de “um trabalho social e cultural” que a emissora TV Globo permite e que Carrasco considera importante<sup>16</sup>, daí ter selecionado livros de escritores nos quais “coloca fé” para serem divulgados de acordo com o perfil do personagem que os apresenta<sup>17</sup>. Deste modo, Bernarda (Nathália Timberg) - mãe de Pilar (Suzana Vieira), compõe o núcleo rico da família Koury e é uma das personagens mais velhas da trama - é a que mais aparece lendo em cena e a principal divulgadora das vantagens da leitura. No capítulo veiculado em 13 de dezembro de 2013, Bernarda está lendo no sofá da sala, quando entra Pilar. Bernarda fecha, então, o livro e começa a anunciá-lo: diz estar lendo *Mirante*, de Affonso Arinos Filho, descrito como um diário do autor, que tem como pano de fundo a segunda metade do século XX. Pilar exclama: “Mamãe, você lê um livro atrás do outro.” Ao que Bernarda responde: “o hábito da leitura acrescentou muito na minha vida”, “você devia ler mais”. No capítulo seguinte, Bernarda materializa a recomendação de leitura presenteando a filha com o livro *O que realmente importa*, de Aderson Cavalcanti, que, segundo a sinopse de Bernarda, desprioriza as coisas materiais na vida. Pilar, antes dividida entre viver ou não a paixão com seu motorista Maciel, devido à diferença de idade e de classe social, afirma ter entendido o conselho materno. Bernarda torna-se a conselheira de relacionamentos familiar, em relação a crises conjugais, namoros e até da conturbada relação mãe-filho entre Pilar e Félix (Mateus Solano). Tais recomendações são sempre permeadas por ensinamentos de livros. A eficácia de tal hábito é reforçada nos testemunhos dos familiares, como o da filha Pilar e da neta Paloma (Paolla Oliveira), que a consideram um modelo de sabedoria devido à prática da

---

<sup>15</sup> Cf. depoimento do autor para Thais Brito, publicado na *Revista da TV*, suplemento dominical de *O Globo*, em 15 de dezembro de 2013.

<sup>16</sup> Cf. entrevista do autor no site PurePeople, de 31/01/2014. Disponível em [http://www.purepeople.com.br/noticia/walcyr-carrasco-avalia-amor-a-vida-transcendeu-a-questao-do-beijo-gay\\_a15615/1](http://www.purepeople.com.br/noticia/walcyr-carrasco-avalia-amor-a-vida-transcendeu-a-questao-do-beijo-gay_a15615/1). Acesso em 13 de novembro de 2014.

<sup>17</sup> Cf. nota de rodapé nº 16.

leitura: “vovó anda muito sábia ultimamente”, “É que a mamãe anda lendo muito e você sabe que ler abre a cabeça”<sup>18</sup>.

Mas em *Amor à vida* o livro está nas mãos de vários personagens, independentemente do núcleo, do estilo de vida, da idade e da classe social. Atores aparecem lendo no sofá, em salas de espera, na cama, na varanda. Nas tramas paralelas, Thales (Ricardo Tozzi), jornalista e aspirante a escritor, é convencido pela namorada a se casar com Nicole (Marina Ruy Barbosa), uma jovem rica, orfã e doente (com câncer). Após a morte da esposa, Thales – apesar de viúvo rico – percebe que se apaixonou pela falecida, se arrepende e escreve um livro (*O amor de Nicole*). No lançamento, conhece Natasha (Sophia Abraão), irmã bastarda da esposa morta, que vem reclamar sua parte na herança. A tensa relação entre os dois termina em paixão e é toda permeada por referências e presentes literários. Paulinha (Klara Castanho), personagem do núcleo infantil, filha de Paloma e criada como filha biológica de Bruno (Malvino Salvador), também aparece lendo livros infanto-juvenis, especialmente antes de dormir. Mesmo a ex-chacrete Márcia (Elizabeth Savala), vendedora de *hot-dog* na 25 de Março<sup>19</sup> - que sonha fazer de sua filha Valdirene (Tatá Werneck) uma celebridade e/ou casá-la com um milionário - é representada em cena lendo livros espíritas e, através das tramas dessas obras, aconselha Félix – seu mais novo inquilino<sup>20</sup>.

No entanto, as representações de leitores e da leitura veiculadas na telenovela dividem os telespectadores. Se o autor faz amplo uso das referências literárias como incentivo à leitura e é apoiado pelo elenco - como Nathália Timberg (intérprete de Bernarda) que considera importante valorizar tal hábito<sup>21</sup> - provoca também reações do espectador pela ação excessiva da inserção literária. Para alguns, os diálogos sobre os livros parecem forçados e distantes do cotidiano<sup>22</sup>. Conforme a pesquisa “Retratos da leitura no Brasil”, a prática da leitura não é tão difundida assim, o que faz os diálogos parecerem falsos e as cenas inverossímeis. Apesar dos telespectadores terem ciência de que o folhetim eletrônico é uma ficção e entenderem que o autor possui liberdade criativa, a atração que a trama exerce passa pela assunção de que a mensagem possa ser verdadeira. É a “ilusão de

<sup>18</sup> Diálogo exibido no capítulo do dia 02 de janeiro de 2014.

<sup>19</sup> Localizada no centro de São Paulo e considerada como uma das principais zonas comerciais populares da América Latina.

<sup>20</sup> Que é abrigado por Márcia, após roubar o hospital da família e ser expulso da mansão dos Koury.

<sup>21</sup> Cf. publicado no site do *Diário de São Paulo* em 11/01/2014. Disponível em: <http://www.diariosp.com.br/noticia/detalhe/62731/As+obras+que+fizeram+sucesso+em+%91Amor+a+Vida%92>. Acesso em 22/1/2015.

<sup>22</sup> Cf. comentários em blogs como o do Maurício Stycer de 21/1/2014. Download: <http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2014/01/21/o-estranho-caso-de-uma-campanha-bacana-a-favor-dos-livros-que-incomoda/#comentarios> e “Coisas de Novela” postado por Fábio Garcia, em 17/11/2013. Download: <http://coisasdenovela.pop.com.br/por-que-rola-tanta-propaganda-de-livro-em-amor-a-vida/>.

realidade<sup>23</sup> que cria a cumplicidade com o receptor, borrando as fronteiras entre ficção e realidade (ISER, 1983).

Afinal, a força das representações midiáticas se apoia no pacto entre a recepção (diferentes grupos de telespectadores que assistem os programas das mais variadas formas e com o uso de diversas plataformas) e a produção (que na ficção conjuga diretores, cenógrafos, figurinistas, autores, diretores e atores). Quanto mais as fronteiras entre a ficção e a realidade se encontram difusas, mais naturalizada é a disseminação, pelas mídias, de práticas, de hábitos, de modos de vida e de visões de mundo, permitindo, conforme Kellner, que “suas imagens e celebridades substitu[am] a família, a escola e a Igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação” (2001, p. 27).

A partir da proposição de Kellner, acreditamos que as representações midiáticas do saber, da inteligência, da cultura e até da sofisticação (intelectual e material) – conceitos que dialogam intensamente com o objeto deste artigo (BELEZA, 2013) – podem, portanto, ser consideradas fenômenos culturalmente construídos e pelos quais os sujeitos atribuem valores às suas identidades por meio do consumo dos bens envolvidos. Os livros, promovidos a símbolos relacionais da força do intelecto, crescem na escala de valores sociais e transformam-se em mais um modelo de identificação na contemporaneidade. Ademais, é preciso ressaltar que sua “materialidade” “condiciona seus sentidos”, seu formato induz a diferentes formas de ler, posição do corpo, ocupação dos espaços, o que afeta as “possibilidades de compreensão e recepção” (ROCHE, 2000, p.13). Daí ser importante refletir como o produto midiático de maior audiência, a telenovela do horário nobre, representa a leitura e os leitores, e como essas imagens constroem o imaginário social e moldam seu consumo.

## REFERÊNCIAS

BALOGH, Anna Maria. **O discurso ficcional na TV**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

BELEZA, Joana Dominguez Gonzalez Bouères. **A vida social do livro: um estudo sobre representações sociais, cultura material e consumo** (dissertação de mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2013.

BELO, André. **História & livro e leitura**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

---

<sup>23</sup> Cf. WATT, 1990 e COHN, 1999.



BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In: **Obras escolhidas I. Magia, Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996.

\_\_\_\_\_. **Obras escolhidas II. Rua de mão única**. São Paulo, Ed. Brasiliense, 2011.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção. Crítica social do jultamento**. São Paulo:Edusp;Porto Alegre/RS:Zouk, 2007.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano. Artes de Fazer**. Petrópolis, RJ, Ed. Vozes, 2008.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro. Do leitor ao navegador: conversações com Jean Lebrun**. São Paulo: Editora Unesp, 1999.

COHN, Dorrit. **The distinction of fiction**. Baltimore, Londres: The Jonhs Hopkins University Press, 1999.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. “Representações, mediações e práticas comunicativas”. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro e FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain (Orgs.). **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro, Ed. PUC; Aparecida/SP, Ideias & Letras, 2004.

GEERTZ, Clifford. **Interpretação das culturas**. Rio de Janeiro, LTC, 1989.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo, Centauro, 2006.

ISER, Wolfgang. **Os atos de fingir, ou o que é fictício no texto ficcional**. IN: COSTA LIMA, Luiz. **Teoria da literatura em suas fontes. v.II**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1983.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia – Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP, Edusc, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação**. In: **Comunicação & Educação**. São Paulo: jan/abril, 2003

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade** (entrevista). Revista FAMECOS. Porto Alegre: nº 15, agosto 2001.

MANGUEL, Alberto. **Lendo Imagens: Uma história de amor e ódio**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MATTOS, Sérgio. **Merchandising Televisivo**. In: **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação. Vol. 1. Conceito**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

MEYER, Marlyse. **Folhetim. Uma História**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

ROCHE, Daniel. **História das coisas banais. Nascimento do consumo séc. XVII-XIX.** Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

SANTIAGO, Silvano. **Literatura e cultura de massa.** In: **Novos Estudos CEBRAP**, número 38, março, 1994. p.p 89-98.

WATT, Ian. **A ascensão do romance.** São Paulo: Cia das Letras, 2007.