

## RESENHA

COSTA, Cristiane. *Em compro essa mulher*. romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2000.

Andréa Puppim

Cristiane Costa, editora do Caderno Idéias do JB, elaborou esse livro como resultado de tese apresentada a Escola de Comunicação Social da UFRJ, a qual teve orientação de Muniz Sodré. Este, na orelha do livro, dá seu parecer avaliativo: “Sem muito complicar, mas sem cair em nenhum instante na superfluidade, Cristiane propõe chaves para a compreensão de por que as novelas mexicanas se fazem tão presentes na televisão brasileira”. O título do livro é emprestado de uma telenovela de Glória Magadan, a rainha do melodrama. “*Yo compro esa mujer*” é um caso exemplar do sucesso de público do melodrama: foi adaptada pela TV mexicana com sucesso na década de 90 apesar de sua exibição na TV brasileira ter sido três décadas antes!

A autora iniciou a pesquisa com o projeto de discutir o papel da mulher reservado pela mídia através da telenovela. Acabou trabalhando a divulgação do grande mito da cultura contemporânea: o amor como construção especial, presente na confecção dos personagens femininos e masculinos. Para isso analisa a telenovela como sucessora do folhetim enquanto gênero de ficção popular. Este ganhou como elemento de apelo primordial o romance de casais apaixonados. Colocando o objetivo de investigar as afinidades entre amor romântico e consumo, a autora compara o *culerón* mexicano melodramático com a novela brasileira de temática modernizante. O consumo do romance ganha, com a telenovela, divulgação de massa e distribuição intercontinental – por exportação, ganhando, certos gêneros narrativos, características transnacionais: a produção de sonhos românticos melodramáticos (cubanos, mexicanos) ganha espaço especial na América Latina, e consumo no mundo inteiro – da Romênia à China.

A estratégia metodológica é a da desnaturalização da ideologia romântica através historicização do amor enquanto criação cultural datada. Este se relaciona ao período da Renascença da Idade Média, quando avulta o amor cortês – que tematizando a paixão, operacionaliza também a disciplinarização da sexualidade (proibido X não proibido), bem como abre padrões da forma

“desejante” da sociedade ocidental. A autora mapeia alguns dos pontos básicos presentes nas narrativas românticas que foram apropriados pela cultura romântica: o triângulo amoroso, a valorização do indivíduo em relação à ordem social, a possibilidade de ascensão econômica através do casamento (o mito da cinderela). Quanto a este último ponto a distinção entre papéis femininos e masculinos transparece na produção mexicana, brasileira, cubana: mocinhas inocentes dão matéria-prima para dramalhões que poderíamos supor como ultrapassados! A cultura romântica, que apresenta uma dinâmica da inesgotabilidade do desejo (desejo dificultado por um obstáculo e continuamente renovado por ele) o qual está presente nos textos novelísticos estudados, é tomada como aspecto fundamental para o entendimento da relação entre romance e consumo.

O romance do folhetim promete emoções em conta-gotas e novidades em séries cotidianas. Essa estrutura narrativa continuará mais de um século depois com as telenovelas. Isso tudo acompanhado daquilo que Cristiane detecta como bovarismo: sonhar acordado, fantasiar ser quem não se é, construir um auto-erotismo. O prazer derivado da manipulação das emoções amorosas (mais do que da estimulação sensorial) será implementado de maneira intensiva através da cultura de massa e suas “máquinas imaginativas” que dão o tom das emoções: rádio, cinema, televisão.

As emoções produzidas pelo melodrama vêm misturadas de sentimentalismo, de pieguice – atinge-se as massas usando o *kitsch*. Acelera-se o ciclo de consumo, na visão da autora, misturando razão e emoção. Primeiro o folhetim como herdeiro do romantismo, vendido a conta-gotas. Depois a telenovela como sua sucessora do gênero de ficção popular, englobando o melodrama e também a temática modernizante. Em qualquer dos casos a temática do amor se espalha dentre as seis ou nove novelas do dia. A dramaturgia chama os assuntos do noticiário, na análise de Cristiane, mas maquiando, com tons de realismo e novidade, os velhos temas e “velhas tramas codificadas do passado”. A explicação-chave para tal? Não apenas o enraizamento indefectível do *kitsch* e do brega na alma melodramática do latino-americano.... mas sua combinação com os padrões de produção articulada da ideologia do amor romântico à estimulação do consumo nas classes populares. Por essa e outras conclusões que demonstram capacidade analítica, pela sua clareza

expositiva que torna a leitura leve e agradável, pela propriedade da escolha dos títulos bibliográficos que incluem desde Tolstoi e Eça de Queirós até Roger Chartier é que constatamos que o livro de Cristiane não se restringe a uma camada de leitores apenas afeita à temática das relações de gênero e das comunicações, mas também da história, antropologia, literatura etc.