



PUC
RIO

GISELE GORRESE

O AMOR NAS ENTRELINHAS: AS CARTAS DE FÃS DE TELENÓVELAS

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA

Rio de Janeiro, 28 de fevereiro de 2002

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO**

Rua Marquês de São Vicente, 225 - Gávea

CEP 22453-900 Rio de Janeiro RJ Brasil

<http://www.puc-rio.br>

N.Cham. 150 G67E TESE UC

Autor GOMES, Gisela

Título O amor nas entrelinhas



Ex. 1 FUC-Rio - FUCB

119453

00245642

GISELA GORRESE

G. Gorrese

O AMOR NAS ENTRELINHAS: AS CARTAS DE FÃS DE TELENÓVELAS.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Psicologia Clínica da PUC/RJ como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em psicologia.

Orientador: Bernardo Jablonski

**Departamento de Psicologia
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro**

Rio de Janeiro, 28 de fevereiro de 2002

119453



150
9673
TEDE UC

Aos fãs e autores das cartas.

Meus Agradecimentos

- Ao Professor Bernardo Jablonski, pelas doses de paciência, bom humor e leveza durante as orientações abrandando os nervosismos e “crises” desta relação tão complicada... E (vírgula) principalmente(vírgula) por incentivar e proporcionar a seus orientandos (vírgula) o desenvolvimento da criatividade em meio à liberdade(ponto).
- Aos Professores Claudia Amorim Garcia, Solange Jobim e Souza, Maria Inês Bittencourt, Ademir Pacelli, Angeluccia Habert, Roberto Veiga e João Luis Tilburg pelas trocas de idéias e de material, pelas sugestões e dicas preciosas, e pelo acolhimento nas horas mais difíceis.
- A compositora e cantora **Rosa*** por conceder e confiar parte de seu arquivo de cartas a esta pesquisa, pelas preciosas dicas e sugestões de quem sente e vivencia cotidianamente esta relação fã-ídolo e principalmente pela delicadeza demonstrada por estes jovens anônimos que enviam admiração, amor, confidências a alguém considerado próximo e distante.
- Ao ator **Roberto*** por gentilmente ceder parte de seu arquivo de cartas a esta pesquisa.
- A Nádia Ribeiro pelas trocas de idéias e de livros e por apresentar-me o livro “O Migrante...” responsável pela mudança de curso e de olhar sobre as cartas.
- Aos colegas de mestrado, aos professores e aos funcionários do departamento de psicologia e do setor de bibliotecas, e principalmente a “Mãe-rise” pela gentileza, carinho e boa vontade nas horas de aperto - qualidades dignas de uma boa mãe... e por desempenhar seu trabalho de forma alegre e feliz.
- Aos amigos-irmãos, parceiros da vida, com todo meu amor. A Xanda, Sami e Keri, pelas escrituras a quatro mãos, pelos projetos profissionais e pessoais, pela divisão dos pesos e pelo imenso amor fraterno; a Denis pela doçura que só os amigos conseguem dar; ao compadre Norman e Adriana pelos longos anos de companheirismo e por estarem sempre ao meu lado nos momentos de alegria e de dor; à Sandrinha e Dulce *amigas de fé e irmãs camaradas*, a quem posso recorrer

sempre e jogar conversa fora regada a muito café; à Gi pelo seu pique acelerado e por sua alegria contagiante além dos “papos cabeça”, claro...

- À Regina de Assis por tantas coisas que eu nem saberia enumerá-las...Mas principalmente por retirar o cinza e ajudar a pintar com as cores vivas.
- À Minnie, um presente de Regina, por me ajudar a caminhar pela clínica sem me perder, agradeço o incentivo, a confiança e o seu ótimo senso de humor.
- Aos meus pais Gastão e Vera pela tentativa de entendimento de tema “psi” tão complicado, pelos questionamentos quanto ao caminho que escolhi e pelo constante apoio às minhas decisões e indecisões. A meu pai por sua riqueza interior e por seu amor a vida; à minha mãe pelo tamanho do coração e pelo amor a todas as formas de vida...
- A minha irmã pelo confronto diário com a diferença e pelos presentes chamados Nicole e Eric.
- À Nicole principalmente, pela descoberta deste amor.
- À CAPES, pela ajuda financeira.

RESUMO

Análise do conteúdo de 70 cartas endereçadas ao ator protagonista de recente telenovela. A pesquisa revela as estratégias utilizadas pelos fãs e suas tentativas de singularização entre os milhares de fãs que enviam este tipo de correspondência. Nossa investigação mostrou a presença forte da manifestação do amor romântico cujas características de idealização e a certeza de que este é o ideal supremo a ser conquistado e vivido por cada sujeito emergiu “entre as linhas” do discurso da fã. A carta funciona como uma possibilidade de elaboração afetiva e de exercício de subjetividade.

ABSTRACT

Analysis of 70 letters's contents mailed to a leading actor of a recent soap opera. This research reveals the strategies used by those fans in their attempt of being unique among others millions fans that send this kind of correspondence.

Our investigation showed a strong manifestation of the ideal of romantic love and its components as idealization and the conviction that this is the supreme ideal that has to be conquered and lived by each one, that emerged in the speech of those fans. The letter works as a possibility to elaborate their feelings and an exercise of their self.

“Esses milhões de cartas que circulam todos os dias, em todos os países, como um zunzun silencioso, como formidável e imperceptível murmúrio, todos os pequeninos riachos de papel e tinta, que formam como que um mar, que arrastam nossos segredos, nossas confidências, nossas lágrimas, e tudo o que é preciso para isso, organização, trabalho, humanidade inteligente e fiel (o que é mais simples do que uma carta? O que mais complexo que um correio?) Essa é uma das imagens mais verdadeiras de nossas vidas, todas tecidas de solidão e de desejos, de palavras e de silêncios, de amor e de cólera, todas condenadas à separação e todas a conjurando” (Comte-Sponville, 1997, p.41)

ÍNDICE

Introdução	1
Capítulo 1 – A carta	5
1.1– Os usos da carta.	5
Capítulo 2 - Os meios de Comunicação de massa	22
2.1 - Os meios de comunicação de massa	22
2.2 - O meio televisão	29
2.3 - A televisão no Brasil	33
2.4 - As telenovelas	38
Capítulo 3 – A Análise das cartas dos fãs	43
3.1 – Metodologia	43
3.2 - Procedimentos metodológicos	44
3.3 - A Forma	50
3.4 - O Conteúdo	52
3.4.1- Anonimato e Singularidade	52
3.4.2 – O Discurso Amoroso	64
4 - Considerações finais	74
5 – Anexos	77
6 – Bibliografia	78

INTRODUÇÃO

O que é mais simples do que uma carta? O que pode ser mais complexo do que o correio? Iniciamos esta dissertação perguntando de forma semelhante ao filósofo Comte-Sponville (1997): há algo mais simples do que uma carta de fã? E, acrescentamos, quão complexa é a circulação de milhares de correspondências aos artistas que o fenômeno dos meios de comunicação de massa desencadeia continuamente...

A simplicidade sugerida por nós envolve desde a escolha do material, desde o papel que, na maioria das vezes, parece ter sido arrancado dos cadernos pautados da escola, até uma montanha composta de envelopes aéreos comuns entre uns poucos fabricados com as páginas de revistas coloridas até o conteúdo destas cartas. As linhas traçadas com caneta azul ou preta revelam a temática comum à maioria dos sujeitos: a gama de sentimentos ordinários como a paixão, o amor, ou as dores e as tristezas vividas, as angústias, os medos, os fatos cotidianos; além dos pedidos de fotos autografadas, ou o pedido de vir a conhecer o ídolo pessoalmente. Todos estes sonhos e desejos buscam um mesmo objetivo: serem compartilhados com o ator.

A partir deste ponto inicia-se a complexa relação entre fã e ídolo: a tentativa de estabelecer uma correspondência com alguém famoso e distante, mas que parece, aos olhos do fã, próximo e íntimo. Os indivíduos anônimos estão diariamente expostos a rostos, a imagens, às notícias da vida profissional e pessoal de seus astros e estrelas. Este rol de informações dos "famosos" ocupa o espaço da televisão, das revistas e dos jornais, favorecendo uma espécie de acompanhamento diário dos passos das personalidades públicas. A ilusão de proximidade mascara a relação assimétrica entre o fã e seu ídolo ampliando o leque de sua complexidade. O fã conhece seu ídolo, pode vê-lo através da TV, acompanha a sua vida pelas notícias veiculadas por revistas, jornais e programas de televisão, mas é invisível e anônimo para estes personagens/atores que desfilam na tela; além disso pode aproximar-se via tela em sua própria casa, numa relação de quase intimidade com estas imagens, mas dificilmente a proximidade física/real pode se dar.

O volume de correspondências que mensalmente chega às emissoras de televisão, endereçadas aos artistas - cerca de mil cartas a cada dois meses para o ator protagonista de telenovela, é indicativo da importância dos meios de comunicação de massa na conformação de modelos identificatórios, nas aspirações e valores dos sujeitos aos quais estão sendo dirigidas imagens e mensagens indistintamente.

O fenômeno de envio de cartas aos ídolos da cultura de massa pode ser estudado e abordado sob diversas óticas, mas privilegiamos nesta dissertação uma pesquisa de cunho exploratório investigando o que dizem estas cartas, o que demandam estas fãs e o que pedem aos ídolos. Com estas indagações procuramos encontrar nas correspondências certas "pistas", ou certos sinais da singularidade na recepção das imagens produzidas pelos meios de comunicação. A novela caracteriza-se por ser um programa diário, que mantém o telespectador ligado em sua história seis vezes por semana, durante um período aproximado de cinco meses, o que a torna parte da rotina e do cotidiano dos indivíduos.

A mobilização provocada por tal modalidade de narrativa ultrapassa o acompanhar passivo e distanciado de uma história fictícia: com o desenrolar de sua trama ela invade os espaços públicos dos jornais e revistas, provoca uma rede de comentários entre as pessoas que vibram, torcem, aprovando ou não seus personagens, desperta sentimentos de indignação e ternura podendo levar, inclusive, a agressões ou manifestações de apreço aos atores. Assim há, nestes casos, uma transformação no plano afetivo dos telespectadores que, momentaneamente, deixam sua dimensão fictícia para ganharem o status de realidade. Nossa pesquisa foi movida pela curiosidade de entender como este segmento de telespectadores que decide enviar uma correspondência processa as mensagens e como eles a devolvem.

Em pesquisa realizada com crianças e jovens a respeito da recepção das informações provenientes da televisão, Fischer (1984) constatou que muitos entrevistados entendem a novela como um reflexo da vida e consideram os atores reagindo e sentindo como eles, os telespectadores. A televisão está tão presente no cotidiano das crianças que chega a ser considerada um amigo ou uma companhia, tratada com muita intimidade, tal qual seus brinquedos ou seu quarto. As crianças e os jovens falam da televisão, de seus programas e de seus personagens com total segurança. A telenovela vista como um reflexo da realidade (da vida como ela é) também traz a faceta "da vida como gostaríamos que fosse". São

histórias que povoam o imaginário social com suas possibilidades de realização em muitos aspectos da vida num jogo entre identificações com as situações apresentadas e as projeções dos desejos e dos sonhos, mesmos os mais íntimos.

O encontro amoroso é o eixo central das telenovelas e da maioria da produção de bens simbólicos e isto é devolvido pelo fã: o amor aparece nas cartas, nas entrelinhas do discurso destes ilustres desconhecidos, como um processo de elaboração dos sentimentos que foram despertados em cada um. Vale destacar que estes afetos individualizados estão entrelaçados uns nos outros formando um tecido comum, uniforme, expressão do sentimento amoroso aprendido culturalmente e nomeado como amor romântico.

As cartas de amor destes fãs mesmo marcadas pela idealização constituem-se numa saída da pura imaginação e fantasia solitária para uma possibilidade da realização de um encontro com o outro. Acreditamos que o gesto de escrever pode operar uma transformação no sujeito remetente à medida que este procura dialogar e se fazer ouvir pelo destinatário e assim acaba por significar experiências afetivas para ele próprio. A análise das cartas de fãs endereçadas ao ator protagonista de telenovela, objeto de nossa pesquisa, revela a busca por reconhecimento, por diferenciação e por singularização, e estes são os temas desenvolvidos ao longo dos capítulos.

Já que a televisão tornou-se uma instituição socializadora tão importante quanto a família e a escola, mas com a peculiaridade de restringir a possibilidade de diálogo e interação, debruçamos-nos sobre a forma possível de interlocução entre a televisão e público através das correspondências, e recorremos aos autores de campos distintos da psicologia bem como da Sociologia, da Antropologia e dos teóricos da Comunicação Social, que contribuem para a compreensão do fenômeno.

No primeiro capítulo apresentaremos um levantamento dos usos da carta ao longo da história e as diversas funções que desempenham entre as quais como nutridora dos laços sociais (Ferreira, 1999), como fonte de registro de fatos históricos e do cotidiano (Amaral, 2000; Leite, 1988), ou ainda como aperfeiçoamento de estilo e de autotransformação do remetente (Foucault, 1969; Figueiredo 1969). Considerado um dos mais antigos meios de comunicação a carta ainda mantém um lugar de destaque, mesmo com os avanços tecnológicos que favorecem outras modalidades discursivas. Neste

capítulo incluiremos os estudos realizados com cartas de leitores de revistas, de folhetins impressos e da literatura.

No segundo capítulo abordamos o histórico do surgimento dos meios de comunicação de massa e as discussões que se seguiram a respeito dos efeitos de massificação e padronização implementados pela *indústria cultural* (Adorno, 1944; Benjamin, 1936); Sodré (1987), Hamburguer (1998), Sarlo (1997) são alguns autores que trazem contribuições importantes a respeito das mudanças implementadas pela televisão e pela telenovela nos valores e nos costumes dos sujeitos. A principal mudança que sinalizamos foi a produção da visibilidade enquanto valor: os indivíduos visíveis através da tela da TV ou das páginas das revistas – “os famosos”- são valorizados socialmente. Destacamos a indústria da celebridade que se mantém invisível atribuindo às características pessoais intrínsecas a cada um, a razão de seu sucesso. Esta indústria faz circular mitos como o carisma, sorte, talento, instinto - inimitáveis e intransponíveis e que justificariam o indivíduo tornar-se famoso. O consumo de modismos também é um reflexo da influência da televisão e das telenovelas na vida cotidiana e de como estas fazem parte das atividades humanas.

No terceiro e último desenvolveremos a análise do conteúdo de setenta cartas, explicitando a metodologia utilizada, capítulo ao qual seguir-se-á um breve comentário à guisa de conclusão.

Capítulo 1

A CARTA

1.1 – Os usos da carta.

“A partir do momento em que eu percebi a diferença que uma prosaica carta, uma pequena carta pode fazer na virada para o século XXI, na era da computação e do trânsito virtual das imagens, eu fiquei me perguntando o que aconteceria se uma carta não cumprisse o seu papel de carta. Neste momento surgiu a história de Central do Brasil.(...)Uma tentativa de aproximação com o que Antônio Nóbrega chama de país real”.(Walter Salles, 1998)

O “país real” a que se refere o ator e autor nordestino Antônio Nóbrega, citado por Salles, é aquele Brasil empobrecido, com poucos recursos tecnológicos, altos índices de analfabetismo, localizado acima do eixo sul/sudeste e com uma parcela considerável de brasileiros que ainda utilizam a carta como principal meio de comunicação. O país real parece ser composto pelas regiões norte e nordeste do Brasil com todas as mazelas sócio-econômicas retratadas no filme “Central do Brasil” e que contrastam com aquelas regiões mais desenvolvidas às quais detém fácil acesso aos meios de comunicação e às altas tecnologias.

Na nossa pesquisa foi possível atestar a importância da carta, fundamentalmente, pelo volume delas que, a cada mês, chegam aos atores de televisão, provenientes de regiões muitas vezes desconhecidas dos habitantes dos centros urbanos.

Analogamente a W. Salles nos perguntamos o que aconteceria se uma carta não chegasse ao seu destino? E qual o destino de uma carta endereçada aos atores ou ídolos da cultura de massa? O que demandam estas fãs?

A maioria dos fãs que mensalmente envia este tipo de correspondência às emissoras de televisão ou produtoras, dificilmente acredita que suas cartas cumpram seu objetivo último: ser lida pelo destinatário. Raramente o ator toma conhecimento destas

correspondências ou de seus conteúdos. Mas o número avassalador de cartas enviadas insiste em negar tal evidência.

Considerada como um dos mais antigos meios de comunicação, a carta ainda hoje persiste e insiste, apesar dos avanços tecnológicos da era comunicacional. Diversos autores como Mindlin (2000), Comte-Sponville (1997) e Galvão (1998) consideram-na uma grande invenção, imbatível no campo da comunicação à distância, que não se deixou abalar pelas invenções como o telefone, o fax ou mesmo o computador e a internet. Para Mindlin (2000) e Comte-Sponville (1997) as conversas por telefone são efêmeras, perdem-se facilmente ao término do diálogo, são rápidas, assim como os e-mails em que há o predomínio das correspondências curtas. Para Galvão(1998), o fax propiciou fôlego ao manuscrito, uma vez que podemos enviar um texto tal qual uma carta – digitada ou de próprio punho, com desenhos, por exemplo, mas com a rapidez exigida pelos tempos modernos que o correio tradicional ainda não acompanha; já o computador ampliou sua dimensão para a simultaneidade das trocas que a escrita linear não permitiu.

“Por que persiste o ato de se escrever cartas? Porque o telefone é inoportuno, indiscreto e tagarela. (...) e também porque existem coisas que não podem ser ditas – a escrita nasce da impossibilidade da fala, de seus limites, de seu fracasso. O impossível que trazemos em nós – do que não se pode dizer . (...) O que não se pode falar, há que escrevê-lo”(Comte-Sponville, 1997, p.38)

O autor chama atenção para determinadas características da correspondência que ultrapassam sua função puramente informativa, e por isto os avanços tecnológicos, a importância do tempo e da velocidade da informação não conseguiram superá-la. As cartas de fãs também trazem a impossibilidade da fala, daquilo que não se pode dizer pelos limites de uma separação real entre o ídolo e seus fãs.

A impossibilidade subjetiva, para além da objetiva, do falar de si e sem a interferência do outro é uma delas. O ato da escrita exige um tempo de solidão e de introspecção que a fala não permite: exige pensar no outro em sua ausência, e neste momento atingimos o outro ficando mais próximos de nós(Comte-Sponville, 1997). Ao receber uma carta podemos escolher o momento em que desejamos “ouvir” este remetente, diferente do “tempo real” do telefone, da internet ou do encontro face-a-face. *A fala é do*

instante e a escrita é da duração, a fala é contemporânea de quem a escuta, e morre com ele, e a escrita pode não ser contemporânea de sua leitura. (ibidem, p.39)

A Carta permite a eternização do presente, dos ditos e trocas pessoais, muitas vezes de assuntos banais, e que podem ser relidos alguns anos depois. Diferente das obras literárias, as trocas de correspondências não possuem a finalidade de uma obra de arte endereçada ao público para toda a eternidade. Trata-se de uma “obra” de caráter privado, um compartilhar entre contemporâneos que pode – no caso de personalidades públicas, como atestam inúmeros exemplos – vir a público quer pela riqueza de seu conteúdo, quer pela curiosidade que despertam a cerca da vida privada. A liberdade que o caráter privativo de uma carta oferece parece ser a motivação de muitos para buscarem a leitura das correspondências de famosos, assim como muitas vezes estas cartas sobreviveram e superaram as obras de seus autores, como em *Abelardo e Heloisa**.

Figueiredo (1969) é um autor que considera o ato de escrever cartas uma arte, um exercício útil e desejável pois *assegura cultura intelectual, fortalece o caráter e estimula um vigoroso aperfeiçoamento mental*, já que exige concentração e raciocínio, além de fortalecer e manter os laços sociais. Ribeiro (1997), em sua dissertação sobre a correspondência amorosa de presidiários, atesta a valorização por parte da população carcerária daqueles que escrevem cartas e descobrem-se “escritores” talentosos além do fato de conseguirem, neste contexto específico, vencer os limites que os muros da casa de detenção impõem. Escrever cartas, textos de um modo geral, implica num exercício de aperfeiçoamento de estilo mas talvez um dos principais benefícios da escrita no caso acima seja a manutenção dos laços e vínculos sociais e afetivos. Os indivíduos isolados ou reclusos, apartados do restante da sociedade, podem encontrar nestas linhas traçadas não somente a manutenção dos vínculos perdidos mas a criação de novas relações, o que gera um enriquecimento a partir da troca com outros sujeitos.

* Abelardo e Heloisa são personagens que viveram no século XII, cuja história de amor impossível é marcada por fatos trágicos como a gravidez indesejada, um casamento às escondidas, a castração de Abelardo e o recolhimento à vida religiosa de ambos, história contada através da correspondência -cinco cartas- trocada entre os amantes. A coletânea foi publicada inúmeras vezes devido ao sucesso e interesse despertados.

Quanto à sua importância como nutridora dos laços intersubjetivos, Ferreira (1999) aponta em seu estudo sobre o migrante que o ato de escrever cartas torna-se um recurso importante de elaboração da experiência daqueles que deixam seu país ou sua cidade de origem rumo ao desconhecido. Para o migrante, assim como para toda a sorte de exilados, iniciar uma nova vida exige uma série de adaptações à situação estranha/diferente que se apresenta, assim como a elaboração das perdas e separações do que ficou para trás. O indivíduo encontra-se afastado do familiar por uma distância objetiva/geográfica e ao mesmo tempo encontra-se distante subjetivamente do lugar "geográfico" em que agora habita. Para enfrentar uma realidade estranha e muitas vezes dissonante dos seus valores, com sua linguagem e seu repertório particular, o migrante escreve e narra as suas vivências na tentativa de dar um significado a estas, e faz isto justamente através da correspondência com seus pares. O ato de escrever permite o estreitamento e a manutenção dos vínculos com seu passado, assim como o restabelecimento do fluxo temporal e cultural interrompidos quando de sua partida. Desta forma as cartas funcionam como a possibilidade de acolhida e de troca através deste compartilhar de experiências, das angústias e da solidão nas grandes cidades. O autor nos recorda que no filme - "O homem que virou suco" de João Batista de Andrade, nos anos 70- a carta é tratada como uma relíquia para os nordestinos-migrantes-operários da construção civil. A maioria dos trabalhadores desta ficção, que é um retrato da realidade do nosso país, está desprovida da capacidade de ler e escrever e assim de estabelecer uma correspondência com seus familiares e amigos do passado. Conseqüentemente vêm-se impedidos de imaginariamente "fazer o caminho de volta" através das lembranças que o ato de ler pode despertar, ou de se atualizarem através das notícias recentes. Ao protagonista da história, o *recruta*, coube a tarefa de ler e escrever para os outros amenizando, assim, a saudade e retirando-os por alguns instantes da crueza de sua realidade na cidade grande. Como nos lembra Ferreira :

“Ao serem lidas as cartas vão ganhando vida, transportando os ouvintes para os espaços afetivos e familiares. Ao responder às cartas de cada um, ele oferece-lhes a palavra e resgata o fluxo que havia sido interrompido. Momento feliz, onde a palavra e a escuta transportam os sujeitos para o encontro com sua gente e para um lugar de acolhida, onde reencontram seus objetos e afetos, criando um espaço de proteção contra o meio que os cerca.”(1999, p.90)

No contexto de isolamento e anonimato urbanos, a leitura e a escrita destas cartas são possibilidades de fazer frente à fragmentação e à indiferenciação vividas pelos sujeitos. No filme “Central do Brasil”, de W. Salles, citado no início deste capítulo, observamos a mesma temática da experiência do migrante nas grandes metrópoles que utiliza a carta como ligação e certeza de permanência dos vínculos afetivos. As condições de mudanças constantes de moradia, os endereços incertos próprios da vida errante favorecem a carta como recurso de manutenção dos laços sociais. Nas correspondências são registrados os percursos de cada um, para onde foram e o que estão fazendo, os casamentos e encontros com outros migrantes, a inserção em novos grupos, os nascimentos, as mortes, as melhorias de vida e as oportunidades. Aqueles que ficaram podem então acompanhar o desenvolvimento dos membros de sua família à distância e, ao escrever, o migrante pode então sentir-se próximo e permanecer presente na ausência.

Segundo o ensaio “O que é um autor?”(Foucault, 1969), a escrita pessoal enquanto missiva, faz coincidir o olhar do outro com a volta do olhar sobre si mesmo. O autor citando Sêneca em seu estudo sobre *a escrita de si* na antiguidade afirma que o exercício de escrever sobre si mesmo endereçado a um outro opera uma transformação no remetente- através do gesto de escrever- e no destinatário, quando da leitura e releitura do texto. O autor compara *a escrita de si* na correspondência pessoal com outras formas de escrita de si tais como os *hypomnemata*. Estes últimos seriam semelhantes a cadernos de notas pessoais, como uma agenda, e serviriam como apoio para os exercícios do pensamento. Neste opera-se a constituição de si a partir de textos lidos ou já ditos que são unificados e subjetivados; eles prestam-se também a consultas quando se deseja recorrer a citações em conversas e trocas intelectuais. Utilizados como um livro ou guia de conduta, nestes eram

anotadas conversas, debates, pensamentos, fragmentos de obras que mais tarde poderiam servir de argumentos, conselhos e matéria para a prática e aperfeiçoamento de si.

“Constituíam uma memória material de coisas lidas, ouvidas ou pensadas; ofereciam-nas assim, qual tesouro acumulado, à releitura e à meditação ulterior. Formavam também uma matéria prima para a redação de tratados mais sistemáticos, nos quais eram fornecidos argumentos e meios para lutar contra este ou aquele defeito (como a cólera, a inveja, a tagalerice, a bajulação), ou para ultrapassar esta ou aquela circunstância difícil (um luto, um exílio, a ruína, a desgraça). (Plutarco apud Foucault, 1969, p.135)

A escrita funciona como um interlocutor que irá auxiliar no processo de elaboração subjetiva – o treino de si - da *passagem dos discursos recebidos e reconhecidos como verdadeiros em princípios de ação* sugerindo um trabalho de autotransformação do sujeito que o auxiliará em sua aplicação prática.

A correspondência, para o autor, tem vários pontos comuns com os *hypomnemata*, mas não deve ser considerada um prolongamento deste, já que ultrapassa a prática de adestramento de si através da escrita.

A correspondência pode se prestar a dar conselhos e orientações uma vez que o exercício de pensamento e reflexão endereçado a um outro servirá sempre ao próprio autor como treinamento frente a situações similares que venha a enfrentar no futuro, e servirá para um aperfeiçoamento de sua própria conduta. A correspondência é este exercício de troca: o remetente na medida em que auxilia, consola, aconselha ou informa beneficia a si mesmo e promove o crescimento do destinatário que poderá futuramente retribuir de forma igualitária.

Mas a característica que diferencia a correspondência dos *hypomnemata* é a possibilidade do autor, na primeira, dar-se a ver, mostrar-se através da escrita e tornar-se presente e próximo ao destinatário:

“De cada vez que me chega uma carta tua, eis-me de imediato juntos. Se ficamos felizes por possuir retratos dos nossos amigos ausentes...quanto mais nos não alegra uma carta, pois traz vivas marcas do ausente, o cunho autêntico de uma pessoa. O traço de uma mão amiga, impressa nas páginas, proporciona o que há de mais doce na presença: reconhecer” (Sêneca apud Foucault, 1969, p.150)

Na correspondência o remetente permite uma abertura ao olhar do outro e revela o que há de autêntico e singular através de seu estilo, do assunto escolhido e abordado, mas também instala este outro em si mesmo tal qual “um deus interior”. O remetente e o destinatário assim podem estar próximos num trabalho mútuo de dar-se a ver. Para Foucault esta presença que a correspondência proporciona é “quase física”, imediata, pois transporta imaginariamente o remetente para junto do destinatário. Os temas do mostrar-se, dar-se a conhecer, e da busca por reconhecimento também estão presentes na carta do fã, conforme demonstraremos ao longo de nossa dissertação. A carta oferece um tipo de face-a-face à medida que o remetente oferece-se ao olhar do outro através do que escreve de si; e também oferece um olhar a este destinatário já que este foi “o escolhido” e, de certa forma, pode sentir-se olhado pelo remetente.

Foucault (1969) ressalta que na prática epistolar há o recurso de dar a conhecer através do relato do cotidiano do autor: uma tentativa de tudo dizer sem omissões e de passar em revista o dia revelando seu modo de ser. Na Antiguidade, este relato minucioso das sensações e sentimentos do corpo e da alma, das ações e pensamentos diários tinha correspondência com a prática do exame de si visando ao aperfeiçoamento e à técnica do bem viver.

Nas correspondências, de um modo geral, encontramos os relatos do cotidiano com suas banalidades misturados aos fatos históricos de interesse coletivo. As cartas- cerca de 1155- da marquesa de Sèvigne, na França do século XVII, são reveladoras. Estes textos, por sua riqueza, serviram como fonte documental para manuais escolares, pelas descrições históricas dos fatos da época, tais como o reinado de Luis XIV; e ainda com a peculiaridade de misturar os fatos de caráter público com os episódios da vida privada: intrigas, casamentos, prisões e processos dentre outros. O retrato exposto de fatos de seu tempo é acrescido da individualidade da autora nestas correspondências, nas quais expõe seu amor apaixonado pela filha, sua saudade, seu prazer recém-descoberto pela prática da escrita, suas idéias a respeito da guerra - que considera uma idiotice. São reflexões que sugerem quase uma conversa íntima - um diálogo travado com o outro mesmo em sua ausência (Amaral, 2000). A autora destaca que as cartas revelam o estilo de cada missivista através de suas preocupações, suas confidências, seus modos de ser entre outros.

Leite (1988) empreendeu um estudo da condição feminina nas famílias brasileiras durante o século XIX, através das descrições e relatos de livros de mulheres estrangeiras viajantes. Nesta época poucas mulheres eram letradas; em menor número ainda eram aquelas que realizavam viagens longas atravessando oceanos e enfrentando condições precárias. O lugar social atribuído às mulheres implicava em toda sorte de restrições, desde ambientes proibidos a sua entrada e permanência, até a publicação de relatos e de obras literárias. As mulheres viajantes, portanto, foram consideradas transgressoras das normas vigentes e isto deixou um traço em sua escrita. Tais marcas eram visíveis nas comparações que teciam entre o que observavam no continente americano e em seu país de origem. Elas esforçavam-se para compreenderem a vida das mulheres deste novo país. Uma jovem francesa, Virginie Leontine, que permaneceu no Brasil entre 1857 e 1858, descreve o modo de vestir das mulheres e homens quando assistiam uma missa, muito diferente do seu país de origem:

“As brasileiras mais ricas usam preto para ir à Igreja. As mais velhas cobrem a cabeça com véu de renda, como as andaluzas, e as mais jovens deixam admirar as ricas cabeleiras de ébano, suspensas com arte e encanto, pois as mulheres, como os homens, ficam sem chapéu” (Leite, 1988, p. 159).

Muitas mulheres eram críticas a respeito do tratamento dispensado aos escravos pelos patrões quanto à alimentação e aos maus tratos. Adèle Toussaint-Samson, escritora francesa que veio ao Brasil acompanhar o marido comerciante e permaneceu por doze anos escreve entre 1850-1862:

“Os pobres escravos lá iam com isso, murmurando baixinho que a carne estava podre ou não era suficiente. Os nossos cães recusariam tal alimentação. Alguns molequinhos de três ou quatro anos voltavam com sua ração de feijão que os frágeis estômagos mal podiam digerir. (...) Causavam-me dó vê-los e eu nunca pude compreender por que, mesmo como especulação, os negociantes de carne humana não tratavam mais cuidadosamente a sua mercadoria. Felizmente, asseguraram-me que o mesmo não se dava em toda a parte, que em muitas fazendas os escravos eram bem tratados”. (Leite, 1988, p.159)

A formação cultural destas mulheres e suas descrições dos hábitos, das relações familiares, dos fatos políticos, da educação local revelavam em última instância o encontro da subjetividade deste autor com o estranho, com a alteridade, e suas tentativas de

interessados nas regras de reciprocidade estabelecidas em cada momento histórico, nos tipos de respostas- breves ou extensas- para cada situação, nas formalidades e informalidades; nas formas de tratamento, nas nomeações, nas interpolações, nas formas de despedidas e no material utilizado: o papel ou envelope, por exemplo (Neves, 1988).

O estudo empreendido por Santos (1994) no direito e na literatura revela a faceta de transgressão presente neste meio, ou melhor, em como este meio presta-se ao corpo de delito por excelência. Podemos dizer que, tanto na vida real quanto na ficção, a carta tem sido escolhida como um meio para exteriorizar as intenções e segredos dos sujeitos, para o registro de histórias de adultérios, assim como tem se tornado peça fundamental em casos de seqüestros e ainda como o último gesto dos suicidas - daí sua aproximação com o desvio da norma e com as atitudes transgressoras.

Um dos mais antigos registros da história da epistolografia ocidental pode ser encontrado entre os filósofos da antiguidade clássica, entre os quais Platão, Epicuro e Isócrates. Sob forma de cartas, muitos textos eram destinados ao ensino; outras na forma de cartas abertas, públicas, com temas de interesse coletivo, eram endereçadas a indivíduos com posições sociais significativas, e mesmo as cartas de caráter reservado não perderam sua relevância histórica, política ou filosófica (Miranda, 2000). As cartas prestavam-se a descrições de viagens, impressões de novos lugares, considerações sobre o regime político em vigor, assim como aconselhamentos e mesmo exercício intelectual tornando-se ela mesma material de reflexão. Os primeiros teóricos da Antiguidade produziram obras com os princípios gerais e modelos de cartas de acordo com o tema em questão. Esta busca pela elegância estilística levaria a reedições destas obras na época moderna, despertando interesse mais pelo caráter exemplar do que por seu conteúdo.

Durante o Renascimento, o uso de escrever cartas conheceu notável impulso passando a ser um gênero literário valorizado e uma atividade para privilegiados. Estabelecer laços sociais para além do núcleo familiar sinalizava o grau de importância do sujeito aliado ao ideal de civilidade. O advento da imprensa ajudou no processo de alfabetização favorecendo o acesso aos diferentes estilos literários (Miranda, 2000).

Em geral o pesquisador chega às cartas quase por acaso, levado por uma pesquisa sobre um autor específico, de domínio público, ou de suas obras. Mas é durante este processo que o interesse pelas pequenas histórias, e pelas "bisbilhotices, o avesso da obra e

compreensão e atribuição de sentido ao que viam e viviam. Para o pesquisador o uso deste material composto de relatos, diários e cartas como fonte primária é de extrema riqueza, por conjugar a sua forma espontânea à liberdade de preocupações literárias.

Bezerra (1999) realizou um trabalho sobre a narratividade e a construção da experiência subjetiva propondo um diálogo entre a psicanálise, os estudos do psiquismo no campo das neurociências e a literatura. A noção de *sujeito como narrador de si*, autor de sua existência, para a psicanálise é articulada aos estudos de neurocientistas, filósofos e lingüistas que mostram que a mente humana é fundamentalmente literária: organizamos nossa experiência, nosso conhecimento, os eventos que ocorrem e nossas ações em estórias. A multiplicidade dos estímulos vivenciados pelos sujeitos é significada a partir de estórias, o que para os neurocientistas é uma capacidade biológica. Já para a psicanálise a noção de realidade psíquica fundamentou a importância da fantasia na atividade e estruturação da experiência subjetiva, assim como outros processos inconscientes como os sonhos, os sintomas e as identificações. O escritor ao contar uma estória não está testemunhando apenas uma época ou registrando com neutralidade – ele está implicado no texto. Ao escrever está experimentando num mesmo movimento a criação e a recriação de si mesmo através do gesto da escrita e de suas trajetórias, como vimos acima no caso das mulheres viajantes e em Foucault(1969). Finalizando com Bezerra:

“A literatura reflete não só a subjetividade de uma época como a trajetória de um sujeito. Ler Flaubert e Joyce é mergulhar em atmosferas subjetivas, em dispositivos e processos de subjetivação radicalmente distintos e que distinguem as épocas, os universos culturais e os sujeitos que representam em suas obras.”(1999,p.47)

Alguns autores que utilizaram a carta como material de estudo apontaram a característica desta de escapar ao universo do remetente, pois ela permite inúmeras apropriações por parte dos leitores ultrapassando a vontade de quem as escreveu, e podendo, por sua materialidade, circular em outros meios (Neves,1988). No caso desta dissertação as cartas endereçadas ao ator circularam no meio acadêmico possibilitando nosso estudo mas tal fato é inimaginável pelo remetente.

Observa-se ao longo da história o estabelecimento de regras específicas para as correspondências, tornando-as um material valioso para muitos pesquisadores

de seu autor” despertam um prazer quase voyerista por estes fatos e acontecimentos paralelos (Galvão, 1998). No caso específico do objeto de pesquisa desta dissertação o movimento foi justamente o de buscar a correspondência de anônimos fãs e de suas pequenas histórias, e assim concordamos com a autora quanto a presença de um certo voyerismo necessário à este tipo de estudo : o violador da correspondência alheia como muitas vezes somos chamados. A ética é um assunto indispensável para empreendermos tal pesquisa , pois compartilhar da intimidade dos autores destas narrativas que desconhecem tal uso, entrar em sua intimidade sem seu consentimento, descobrir os rostos através das fotografias enviadas, compartilhar de seus sonhos, confidências e sentimentos causam um estranhamento e um mal estar ao pesquisador , mesmo quando respaldado pelos rigores científicos acadêmicos.

O voyerismo transformado em curiosidade intelectual tem incentivado inúmeras publicações de correspondências na contemporaneidade. Cardoso escreve:

“O fascínio exercido pelas cartas – estes registros precários de uma intimidade fugidia – estende-se a outros papéis, desde os mais estritamente privados, os diários e os cadernos de notas, até os que se destinam à publicação como memória e autobiografia. Não resta dúvida de que a atitude tão caracteristicamente vitoriana do voyer ainda tem lugar na cena contemporânea, pois, se a psicanálise vai desfazendo a ilusão de profundidade interior, enquanto a mídia simula o desnudamento dos corpos e das almas, permanece insistente o desejo de desvendar o segredo do outro. Observe-se o sucesso editorial das narrativas biográficas e das coletâneas de cartas”(2000, pp333).

Este voyerismo estaria diretamente relacionado à própria ambivalência que este meio sugere, já que “exibe uma invisibilidade”, pois leva ao público um sentimento privado, uma exterioridade da interioridade segundo Neves (1988). Uma carta caracteriza-se justamente por este imaginário intimista próprio da experiência da ordem privada da existência e carregada de sentimentos e de pensamentos que endereçamos ao destinatário escolhido como nosso cúmplice.

A revelação ao público de segredos, ou a intimidade de certa personalidade, causam um certo fascínio e correspondem ao movimento histórico de “cultivo da intimidade” ou do “mundo interior” que foi sendo forjado historicamente ao longo dos séculos XVII e

XVIII. Durante estes séculos a atividade missivista chegou a ser um ofício diário , um hábito da burguesia emergente. (Ferreira, 1999)

A literatura disponível sobre este meio de comunicação (Comte-Sponville, 1997) atesta que entre os tipos de correspondências existentes, as que despertam maior interesse do público são as cartas que versam sobre o amor. As narrativas sentimentais/afetivas de amor apaixonado, ou de amor entre pais e filhos, entre irmãos, entre amigos ganham o caráter íntimo e de autenticidade que o próprio meio lhe confere. Os diários íntimos, as autobiografias, e as cartas são capazes de levar seus leitores a compartilharem o universo privado, os segredos, as peculiaridades de seus autores, e assim imaginariamente transpor a fronteira formal e objetiva que os separavam anteriormente.

As formas escolhidas e utilizadas para seu suporte (folhas, canetas, envelopes, desenhos) estão carregadas de significados, da mesma forma que seus conteúdos revelam as metáforas escolhidas para os sujeitos descreverem-se e expressarem seus afetos e experiências. Escritas em folhas de cadernos e enfeitadas com desenhos ou fitas coloridas, perfumadas e marcadas com beijos de batons em suas múltiplas tonalidades, estas cartas revelam o caráter singular do remetente, e quando acompanhadas de fotografias não deixam dúvidas quanto à intenção de dar-se a conhecer por uma imagem visual.(ver Anexos)

O fenômeno de envio de cartas aos autores de produções culturais já existia desde meados do século XIX referidos aos jornais e folhetins impressos, e mais tarde ao cinema e ao rádio. O romance folhetim impresso do século XIX exercia a magia do arrebatamento das massas e de forma semelhante identificamos o mesmo fenômeno nas telenovelas atuais. Em 1842 o maior ficcionista popular da França, Eugène Sue, publicou *Os mistérios de Paris* no Journal das Débats, que fez estrondoso sucesso vendendo três mil exemplares. O autor moldava os destinos dos personagens conforme as solicitações dos seus leitores. Ele recebia cartas das leitoras em seu escritório a propósito do destino a dar a uma criança abandonada e sua desnaturada mãe, por exemplo, e muitas vezes as leitoras revelavam o desejo de verem suas histórias pessoais narradas nos próximos folhetins (Bosi, 1972). Este tipo de literatura dita popular era considerada “econômica” por seu baixo custo e venda significativa: *Angela, a órfã*, de 1840, vendeu 14 mil exemplares em uma semana, *Os mistérios de Londres* de 1846 e *O monge negro* de 1844, repetiram o sucesso, apesar das

críticas a seu estilo “repetitivo”, vocabulário limitado com interpolações freqüentes e frases feitas, semelhantes às fotonovelas brasileiras. (Brechon, *apud* Bosi, 1972).

As cartas de leitores na contemporaneidade são consideradas como os termômetros dos meios de comunicação para a avaliação de sua programação - pode-se medir o impacto de um tema, o desempenho de um ator, pelas respostas diretas aos estímulos lançados quer por uma revista, um jornal, pela televisão ou rádio.

Na era da “nova televisão” – a televisão interativa/participativa – segundo Sarlo (1997b) a proximidade com o telespectador é a tônica das novas programações. As emissoras têm apostado num modelo mais participativo, com a presença do público, com a intenção de criar uma ilusão de proximidade com o universo midiático. Podemos citar o programa “Você decide”, da Rede Globo, como um dos pioneiros neste tipo de interlocução com o público, que deixa a cargo deste decidir o final da história.

Cardoso (2000) realizou um estudo sobre as cartas de leitores endereçadas ao escritor/memorialista Pedro Nava entre os anos de 1972 e 1984, e que foram colecionadas pelo próprio. Se as cartas pessoais trocadas entre cidadãos comuns não causam no público tanto fascínio e curiosidade quanto as de personalidades conhecidas, neste caso o interesse do pesquisador é justamente sobre o conteúdo das cartas destes anônimos leitores ao escritor de biografias e memórias. A análise aproxima o tema das obras de Nava - biografias/memórias- à motivação dos leitores para escreverem. Neste caso o missivista e o autor da obra estariam entrelaçados pelo mesmo interesse: as memórias pessoais, o clima intimista e privado da existência. Isto é revelado pelo conteúdo das cartas cujo tratamento dispensado ao autor sugere uma relação fraterna, igualitária, *assemelhando-se à chamada correspondência ordinária, aquela que se ocupa com a ‘banalidade dos trabalhos e dos dias ou com os segredos das famílias’*. Alguns leitores encontram correspondências entre suas vidas e a obra, e desta maneira tem a chance de elaborar através da *escrita de si*, os aspectos subjetivos:

“(...) os outros leitores-missivistas vão delineando sua identidade à medida que escrevem e é a leitura da autobiografia do outro que os confronta com sua própria condição de sujeitos capazes de construir-se na e pela narrativa” (Cardoso, 2000, p. 335)

O conjunto de cartas analisadas revela o desejo destes leitores de passarem do *prazer da leitura ao prazer da escrita* e de com isto seguirem o mesmo modelo, tal qual o autor de memórias, de escreverem suas próprias biografias. Neste endereçamento mesclam-se os aspectos relativos aos espaços privados e públicos da existência. A característica da atividade missivista é a de trazer a público, a um outro, as experiências pessoais de caráter privado – os sentimentos e pensamentos registrados e traduzidos pela linguagem e compartilhados com um outro deixam o âmbito privado para circular numa esfera pública. A autora percebe uma certa repetição de palavras, de posturas e de construções que não podem ser tomadas como coincidências, mas sim como uma tentativa de aproximação com o estilo do autor em questão. Aqui revela-se o desejo de “*ultrapassar o limite do privado, publicando exercícios literários ou críticos e o de esboçar um retrato de si mesmo que justifique a almejada passagem para o espaço público*” (p.337) Os leitores tentam singularizar-se a partir da emissão de suas opiniões, de elogios, de críticas e sugestões; e do compartilhar episódios vividos e considerados semelhantes aos encontradas no texto. Mas esta tentativa de singularizar sua trajetória, suas impressões vividas e sentidas, mostra um padrão comum na escrita destes leitores, uma uniformidade apontada como clichês da epistolografia. Estas cartas atestam a força do discurso que coloca em ação uma série de outros movimentos discursivos que parte do confessional para a narrativa autobiográfica, e que se desdobram em cartas, que engendram memórias num circuito infinito de inscrições do sujeito.

No estudo realizado com Revistas de fotonovela (Habert, 1974) vimos que o ato de escrever cartas para a redação significa que a leitora identifica-se com o conjunto de leitoras que constitui o público amplo deste veículo, revelando seu lugar social, como e onde são reconhecidas, suas semelhanças e diferenças:

“A participação dos leitores nas revistas funciona como um grupo de fixação de indivíduos na sociedade. No fundo, a concretização da idéia de que a integração do indivíduo nas grandes sociedades (capitalista industrial), nos grandes círculos se realiza através da mediação dos pequenos círculos nos quais os indivíduos se colocam pessoalmente. Apesar do uso do pseudônimo, a colocação do indivíduo é muito menos anônima quando ele escreve à revista do que quando realiza seu trabalho assalariado. Escrever, portanto, é uma procura de universalização e a complementação de um cotidiano prosaico.” (Habert, 1974, p.49)

Para esta autora, os leitores ao escreverem para as revistas passam a integrar um novo grupo – um grupo imaginário, uma comunidade de indivíduos semelhantes unidos pelo conteúdo da revista. Os leitores sentem-se participantes e próximos desta, reproduzindo a linguagem e os valores veiculados, e dos outros leitores.

As revistas de fotonovelas vendem um ideal de ascensão e sucesso profissional e também um ideal de amor, seguindo os moldes dos romances de folhetins, quer impressos quer eletrônicos. Os personagens confirmam o ideal de vencer na vida através do esforço próprio, e de conseguir a felicidade através do amor. A vida dos atores e atrizes é devassada, sua privacidade invadida para os leitores estruturarem seus sonhos com estes elementos. É preciso, nestas revistas, achar, conservar e preservar o seu grande amor já que este merece todos os sacrifícios, e por eles deve-se quebrar todas as barreiras e ultrapassar todo e qualquer obstáculo que se interponha.

E. Morin (1962), E. Bosi (1972), B. Sarlo(1997) e A. Habert (1974) chamam atenção para o destaque dos temas sentimentais e amorosos nas publicações impressas – revistas femininas e de fotonovelas – no cinema hollywoodiano e nas telenovelas. O ideal do amor romântico - o sonho da completude no outro, o arrebatamento, a razão de viver e promessa de felicidade - é o grande filão dos temas destas produções e não poderia estar ausente nas correspondências dos fãs.

E. Morin (1962) destaca que a cultura de massa é obcecada pelo tema amoroso, transformado no centro da felicidade moderna. No contexto contemporâneo, o amor estaria concentrado na figura do casal. O terreno amoroso é propício por sua própria natureza à oscilação entre o imaginário e o real. Habert (1974) refere-se também ao amor como uma esfera solvente, que dilui os obstáculos e problemas e passa a vigorar em toda sua plenitude.

Com relação à fotonovela, o gênero tem suas origens na França, em 1938, com a revista *Confidences*, a qual inaugurou o filão das revistas românticas populares que mais tarde foram desdobradas no gênero fotonovela.

No Brasil na década de 40, a revista *Grande Hotel* segue o modelo de *Confidences* - com matérias priorizando os problemas afetivo-sentimentais, os testes psicológicos, os concursos com a finalidade de promover casamentos, conjurando para a busca por modelos de comportamento e sugestões dos atributos a serem explorados pela leitora com

o objetivo de agradar e triunfar na vida e no amor (Buittoni,1981). As revistas estimulavam os sentimentos identificatórios de suas leitoras – escavando matérias do sonho romanesco, usando temas do folhetim e do romance romântico (Bosi,1972). Nas revistas populares lidas pelas operárias, as colunas sentimentais ocupavam lugar privilegiado. As cartas com confissões ou histórias verdadeiras eram comentadas e respondidas pelos jornalistas da revista, com a intenção de personalizar a relação da revista-leitora. Muitas vezes as narrativas das leitoras revelavam as dificuldades da condição feminina, os valores, os preconceitos que as cerceavam, a realidade vivida que rompia com as estruturas consoladoras dos romances e fotonovelas, além da idéia de que a fraqueza e o desamparo poderiam sair vitoriosos graças a uma intervenção do destino (Bosi, 1972).

O costume de colunas nos mais diversos meios com jornalistas, psicólogos, médicos, advogados respondendo às dúvidas dos leitores perdurou e poderíamos dizer que aumentou nas últimas décadas. Em 1990, foi publicado um livro com a seleção de algumas cartas enviadas à revista Nova entre 1984-1989, e respondidas por Marina Colassanti, intitulado *Intimidade pública*, composto em sua maioria por temas afetivo- sentimentais e outros temas ligados a sexualidade, apresentava muitas dúvidas e pedidos de conselhos. Percebemos, mais uma vez, como os meios de comunicação funcionam como o grande espelho da sociedade refletindo e refratando estas imagens que circulam no cotidiano social.

Nos últimos trinta anos, a imprensa escrita e a televisão permitiram o acesso a discussões de temas que diziam respeito à vida privada, íntima de cada sujeito, ou de um grupo com determinadas crenças e valores. A mídia tornou-se uma “instituição social e lingüística” já que, através da linguagem, ela constrói imagens dela própria e do seu público, cria sentidos e significados para comportamentos, permite que estes significados sejam partilhados por inúmeros sujeitos e simultaneamente retrata e produz representações fazendo-as circular nos espaços sociais.

As cartas de fãs das telenovelas poderiam ser consideradas como a possibilidade de circulação entre produção e recepção, entre o que é produzido para as massas, para um grande público, mas que ao mesmo tempo consegue responder de forma individualizada.

No próximo capítulo iremos apresentar um histórico do surgimento dos meios de comunicação de massa a fim de traçar o processo de constituição deste campo tão

importante na contemporaneidade e que desencadeou o fenômeno das cartas de fãs, objeto de nossa pesquisa.

Capítulo 2

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

2.1- Os meios de comunicação de massa

O objeto “cartas de fãs” exige que tracemos um histórico sobre o surgimento dos meios de comunicação de massa e as conseqüentes discussões que se seguiram a respeito da homogeneização e padronização da produção cultural características da cultura de massa e seus efeitos nas relações humanas e na vida social.

Os meios de comunicação de massa, tais como, jornais, revistas, livros de bolso, história em quadrinhos, cinema, rádio e televisão tiveram seu “boom” no século XX. Este século é considerado a era da comunicação de massa que se caracteriza por uma forma de difusão cultural, artística, intelectual em larga escala e voltada para um grande público consumidor graças ao desenvolvimento tecnológico. A técnica de impressão, iniciada por Gutenberg no século XVI e depois aperfeiçoada nos séculos seguintes foi fundamental para a promoção dos meios de comunicação, assim como os fatores sócio-econômicos ligados à educação e à alfabetização dos indivíduos e a nova configuração social marcada pelos modos de produção capitalista.

No século XVI, a prensa móvel permitiu a produção de milhares de livros, fenômeno que acabou incentivando a aprendizagem da leitura. Mas o veículo jornal só ganhou impulso no século XIX com o aperfeiçoamento da técnica de impressão rápida, favorecendo também a publicação de revistas e livros que puderam estar mais acessíveis à população. O século XIX foi considerado, então, a era da impressão pela importância da imprensa, dos livros e das revistas, mas cedeu seu lugar para a era da comunicação de massa propriamente dita no século XX, com o aparecimento do cinema, do rádio e da televisão (DeFleur e Ball-Rokeach, 1993).

Sem dúvida, o ritmo da comunicação humana modificou-se, ou melhor, intensificou-se com as novas possibilidades criadas pela produção e difusão em massa de notícias e bens culturais que os novos meios proporcionaram (ibidem). Na virada do século

XX surgiu o cinema; na década de 20 o rádio, na década de 40 a televisão e, nas duas últimas, o computador e a internet.

A televisão enquanto sistema “macro”, segundo Muniz Sodré (1987) teria começado antes mesmo do surgimento da técnica eletrônica definida como televisão/aparelho eletrodoméstico. O autor entende que uma série de fatores como os econômicos, sociais e culturais criaram o solo propício para o surgimento da técnica eletrônica. Ou seja, para o autor, as descobertas científicas ou técnicas somente são possíveis a partir do momento em que a própria sociedade cria condições para tanto, ou melhor, encaminha-se e inclina-se numa direção desejada. A configuração destas condições de possibilidade estaria se dando segundo uma nova ordem baseada no fortalecimento do domínio visual, iniciado com a imprensa escrita e com os processos mecânicos de reprodução de textos e imagens, na produção serializada de modelos, mensagens, signos, objetos e na crescente urbanização.

Quanto à urbanização, o processo de industrialização promovido pelo capitalismo com suas novas formas de organização política e econômica iniciado no século XVIII provocou o aumento do contingente populacional nas cidades. Simmel (1903) traz o retrato da vida dos cidadãos no início do século XX com as vantagens e desvantagens do anonimato, do ser mais um na multidão, e os efeitos psicológicos decorrentes do excesso de estímulos a que os homens estariam expostos.

A experiência do indivíduo nas cidades é o tema predominante entre os pensadores, artistas e intelectuais do final do séc XVIII e do século XIX, entre os quais podemos citar o filósofo W. Benjamin (1991), o poeta Baudelaire (1988) e o contista E. A. Poe (1840) em seus relatos sobre a experiência moderna nas cidades.

A solidão e o isolamento do cidadão em meio à multidão e suas conseqüências são abordadas por Simmel no seu texto “a metrópole e a vida mental”, de 1903. Já numa passagem em Benjamin (1991), citando Simmel, encontramos referência ao impacto das novas tecnologias dos meios de transporte no séc. XIX- como, por exemplo, os ônibus, trens e bondes- que causaram mudanças nas relações entre os indivíduos. A partir das novas invenções, os indivíduos eram obrigados a se olharem mutuamente por longos períodos de tempo. Para o autor, a complexa vida nas cidades exacerbava o sentido da visão, pois exigia que o olho humano estivesse atento aos inúmeros estímulos, como o ato de atravessar a rua, ou caminhar em segurança.

Para Simmel (1903) o excesso de estímulos nas metrópoles tornou-a o palco privilegiado para o individualismo e a fragmentação. A existência de diferentes códigos e modos de vida dos grupos sociais acarretou medidas de proteção e defesa do aparelho psíquico dos indivíduos frente a tantas contradições e diferenças. Uma das atitudes típicas foi cunhada de “blasé” e se caracterizava pelo não envolvimento emocional traduzido num comportamento aparentemente frio e indiferente a tudo e a todos. A aversão é outra atitude citada por Simmel (1903) como característica do indivíduo metropolitano, ao menor sinal de proximidade com outro. A atitude blasé e a aversão seriam defesas psíquicas necessárias à sobrevivência psíquica diante do excesso de estímulos da vida moderna; o distanciamento torna-se uma forma predominante de relação.

Para Coelho (1999) esta experiência de anonimato e indiferenciação vivida pelos sujeitos provoca um sentimento paradoxal: sentindo-se cada vez mais entregue a si mesmo e isolado dos outros, o indivíduo via seu senso de singularidade exacerbar-se crendo-se único. Pensamos tratar-se de um jogo de forças existente entre a massificação e a singularização presentes na experiência do mundo moderno, na produção cultural de massa e no fenômeno das cartas de fãs: o desejo de ser igual e assim garantir algum pertencimento, mas também ser diferente e destacar-se da massa de tantos outros iguais.

Benjamin (1991, p.119)), citando um soneto de Baudelaire, diz : *o encanto deste habitante da metrópole é um amor não tanto à primeira vista, quanto à última vista . É uma despedida para sempre(...)*. Esta vivência na multidão, os choques, os esbarrões, os tipos descritos por Poe (1840) * lembram uma uniformidade, a força do hábito, através de seus comportamentos aversivos, indiferentes aos outros transeuntes.

* Para maiores detalhes conferir o texto “O homem das multidões” de E. A. Poe, que traz uma descrição pormenorizada dos diferentes tipos de transeuntes da Londres do século XIX. O autor destaca a uniformidade das vestimentas e da postura que permitiam que cada grupo / tribo fosse reconhecida. As categorias de escreventes, de advogados, homens de negócio, batedores de carteira, jogadores eram identificáveis por sua aparência. O autor destaca justamente a vida apressada destes habitantes “em porte convencido de gente atarefada”, apressados abrindo caminho em meio aos passantes. Ele decide seguir um dos transeuntes pela noite adentro até o amanhecer; pois algo em sua fisionomia chamou sua atenção. O sujeito era um tipo estranho que circulava ininterruptamente de forma apressada, em ziguezague, olhar vazio e disperso sem que

O isolamento proporcionado pelo anonimato, o total desconhecimento dos outros em meio à multidão, o saber que os desencontros são a regra - as últimas vistas - acaba por limitar certas emoções e certos comportamentos.

Os desenvolvimentos de novas tecnologias estavam presentes nos textos de Benjamin: as conseqüências de registrar imagens fotográficas com um simples gesto, a substituição das manivelas dos antigos aparelhos telefônicos pelo gesto de retirar o fone do gancho e comunicar-se à distância ou o simples riscar de um fósforo proporcionaram conforto ao homem. O aparelho sensorial também foi submetido a novos treinamentos e exigências diante dos meios de comunicação, o olho humano teve que se adaptar as imagens em movimento do cinema, por exemplo.

O próprio funcionamento das cidades dependia de um ritmo calculado, previsível, administrável, sendo necessário abolir ao máximo as diferenças, os interesses de cada um, procurando integrar todas as atividades num calendário estável e impessoal. A pressa foi condição para a realização dos afazeres diários, já que passa a ser necessário uma série de deslocamentos para que se atendessem a todos os compromissos exigidos.

Não havia espaço no mundo dos negócios para o singular. Os trabalhadores foram transformados em números e indiferenciados e de um modo geral deveriam homogeneizar-se o mais possível. Para este processo as instituições educativas e familiares cooperaram na tarefa de adaptação às novas exigências.

Simmel (1903) aponta a diferença de ritmos entre o rural e o urbano. Ser moderno, ser progressista era administrar o tempo, as tarefas com rigor e pontualidade. Neste modelo não havia espaço para relações pessoais, ritmos pessoais, singulares. A necessidade é de abolição ao máximo dos interesses de cada indivíduo procurando integrá-los às atividades num calendário estável e impessoal.

nada ou nenhum objeto o detivesse por muito tempo. O autor continua a acompanhá-lo a fim de descobrir uma explicação para tal comportamento. Ao final do conto, o autor atribui à atitude deste desconhecido que vagueia pela cidade uma recusa a estar só, como o protótipo do homem das multidões, que vagueia sem sentido, sem um rumo certo, onde o fim é circular apressado sem parar, em meio a muitos outros indivíduos indiferentes.

A liberdade de ser no início do século proporcionado pelo anonimato – liberdade da tradição, das “amarras do passado que limitavam” - a reivindicação da preservação da autonomia e individualidade, transformava a cidade no *locus* perfeito para a sustentação do ideário moderno de igualdade e liberdade.

O fator econômico e o fortalecimento do sentido visual direcionaram certos “avanços tecnológicos” tornando-os necessários. O fator econômico teve como marco o advento de uma nova fase do capitalismo não mais fundamentado no modelo do séc. XIX da livre economia e sob a ética da produção, mas sim no capitalismo monopolista que incentiva o consumo de massa e está pautado na estimulação dos desejos para criar uma demanda cada vez maior de produtos a serem consumidos.

Até o século XIX havia uma resistência à democratização da produção e de consumo culturais, uma vez que era clara a distinção entre o erudito e o popular, o sublime e o vulgar, sendo a cultura erudita acessível apenas à nobreza e à alta burguesia (Bosi, 1972). Mas estas distinções vão sendo progressivamente destituídas de legitimação uma vez que a reprodução técnica facilitava o acesso às informações e aos bens culturais às diferentes classes sociais, inclusive às populares, difundindo em massa os livros de bolso, os jornais e as revistas sem mencionar o efeito disso com o rádio e a televisão.

Assim:

“O contexto privilegiado da comunicação de massa é a sociedade industrial do século XX, que tem entre seus traços definidores a democratização da informação. Aquilo que até os meados do séc. XIX significava a ‘cultura’ [erudita] (...) não tem mais vigência à medida que os meios de informação (...) vão se generalizando” (Bosi, 1972, p. 32).

Era necessário um contexto sócio-econômico-cultural para a emergência dos meios de comunicação de massa, para sua penetração e seus efeitos. A cultura erudita e a cultura popular, antes separadas e distintas, sofreram modificações profundas, assim como a noção de transmissão cultural, agenciadas tradicionalmente por instituições como escola, igreja e família, e que passaram a contar com meios de comunicação na “tarefa” de oferecer “cultura” e socialização. Os *meios* aproximaram-se e confundiram-se com os meios de cultura. Aos meios de comunicação, por sua penetração e difusão, foram atribuídos os objetivos de transmissão cultural, dos valores, das normas sociais, de entretenimento e

diversão; de informação sobre os acontecimentos de interesse coletivo num híbrido de entretenimento e cultura. Para Muniz Sodré (1987), a economia capitalista contou com os meios de comunicação de massa para fornecer aos diversos grupos sociais os modelos universais de comportamento incrementando o consumo. As classes dirigentes procuraram integrar as diferentes camadas sociais através de uma cultura objetiva, única, e para tanto utilizaram os meios de comunicação e de informação nesta tarefa, por sua crescente influência e penetração social: “A comunicação de massa virara um dos fatos mais significativos e inescapáveis da vida moderna” (DeFleur e Ball-Rokeach, 1993, p. 41).

Os efeitos dos meios e da cultura de massa tornaram-se um campo de estudo dos teóricos da comunicação social, da antropologia, da sociologia e da psicologia, principalmente a televisão que, por sua penetração intensa nas casas e o acesso permitido a todas as idades, tem sido acusada por sociólogos de incentivar a violência; por psicólogos de provocar o apassivamento do telespectador devido a seus efeitos narcotizantes; e quanto à qualidade de seus produtos é acusada de padronizar e nivelar “por baixo” as informações (Fischer, 1984, DeFleur, 1993).

As primeiras formulações teóricas a respeito do fenômeno da cultura de massa foram empreendidas pelos teóricos da escola de Frankfurt nos anos 30. T. Adorno cunhou o termo *indústria cultural* para designar a produção, nos moldes do capitalismo monopolista, de bens culturais em massa, tais como filmes, romances, novelas de rádio, histórias em quadrinhos, divulgados pelos meios de comunicação de massa. (Fischer, 1984)

Adorno e Horkheimer em 1944(1982) apontaram para o papel de dominação, alienação e passividade do homem provocado pela cultura de massa. A *indústria cultural* produziria um efeito homogeneizante, uma barbárie estética, com seus clichês e repetições, por ser regida pelo sistema capitalista e representar os interesses de uma classe dirigente. Os autores apontaram como um dos efeitos das distorções ideológicas camufladas pelo sistema capitalista monopolista a formação de uma massa acrítica. Na verdade sua crítica da cultura de massa está inserida numa crítica mais ampla do sistema capitalista e de sua lógica que rege toda a organização social. A lógica da mercadoria causa um empobrecimento nos campos das artes e da cultura pela sua transformação em *indústria cultural*, e empobrecimento subjetivo, impossibilitando transformações individuais ou sociais. Para Adorno (1982), a indústria cultural é uma terminologia adequada ao modo de

produção cultural, uma vez que ela não emerge espontaneamente das massas, como a arte popular, mas está vinculada e determinada pela lógica da mercadoria.

Pertencente à mesma escola de Adorno e Horkheimer, Walter Benjamim (1936) parece menos implacável, mas não menos crítico em relação aos fenômenos culturais emergentes, como a fotografia e o cinema no final do século XIX e sua relação com o capitalismo e a *indústria cultural*. Sua postura parece ser a de estar atento às ambivalências – os aspectos positivos e negativos – dos meios de comunicação. O autor avalia positivamente a linguagem do cinema no contexto das “novidades” que a técnica proporciona, pela oportunidade que cria de ver o que os antepassados não viam, de perceber imagens significativas (Benjamim, 1936; Konder, 2000). As técnicas de reprodução envolvidas na imprensa, na fotografia ou no cinema modificaram as formas de perceber dos homens, impuseram formas originais de arte, e alteraram o estatuto de aura e de valor de culto, por exemplo, que cercavam as obras de arte. O conceito de aura, originário de Baudelaire, foi retomado por Benjamim para expressar os valores de unicidade e autenticidade em xeque na era da reprodutibilidade técnica, na qual a obra de arte perdeu seu valor de culto segundo os conceitos e padrões existentes, já que foram abolidas as diferenças entre o original e a cópia. Para tanto seriam exigidos novos conceitos para estes fenômenos artísticos e culturais emergentes como a fotografia e o cinema. Os fenômenos culturais foram vistos em sua positividade já que possibilitaram o acesso mais democrático à arte e sua *proximidade com o espectador*.

As críticas destes teóricos antecederam o surgimento e a popularização da televisão e sua contundente penetração em todos os aspectos da vida. No próximo capítulo iremos nos debruçar sobre a televisão que trouxe para o âmbito doméstico som e imagens gerando novas formas de percepção, de entretenimento, de acesso a informações e cultura de massa, e sobre seu mais popular e controvertido produto: a telenovela.

2.2 – O meio televisão

O meio eletrônico televisão potencializou ao máximo a idéia de proximidade do espectador e seu acesso às produções artísticas e culturais. Obedecendo à mesma lógica capitalista de produção oferece produtos para o consumo cultural e de lazer e cria também novas formas de perceber e relacionar nos seus consumidores. Um dos efeitos que o meio televisivo intensificou – já a partir do cinema e da rádio – foi o processo de espetacularização dos acontecimentos e das experiências cotidianas transformando a própria vida em uma forma de entretenimento: a cobertura da morte da Princesa Diana, por exemplo, tragédias, relações amorosas, a vida privada de atores, tudo é transformado em entretenimento (Gabler, 1999).

“Diante dos clientes de um café, alguém me disse justamente: ‘olhe como são apagados; hoje em dia, as imagens são mais vivas que as pessoas’. Uma das marcas de nosso mundo talvez seja esta inversão: vivemos segundo um imaginário generalizado. Vejam os Estados Unidos: tudo aí se transforma em imagens: só existem, só se produzem e só se consomem imagens. (...) O que caracteriza as sociedades ditas avançadas é que hoje essas sociedades consomem imagens e não crenças” (Barthes, 1984, pp. 173-4)

Estamos vivendo numa época imagética e, como efeito desta época, destacamos as transformações culturais advindas deste “bombardeio” de imagens: a estetização da realidade onde predomina a visualidade nos mais diversos campos da experiência humana (Souza, 2000).

Gabler (1999) e Debbord (1997) são autores que apontam como uma característica da contemporaneidade – onde predomina a visualidade - a transformação da vida em entretenimento e em espetáculo o que, por vezes, faz com que uma imagem pareça mais real que o próprio acontecimento. O cidadão pós-moderno é um consumidor voraz de imagens e de signos veiculado pelos meios de comunicação, principalmente pela televisão, e habitante de um mundo sob o domínio do imaginário generalizado. No dizer de Barthes, as imagens parecem mais vivas do que as pessoas comuns.

Na verdade a espetacularização sempre esteve presente historicamente e atraía a atenção e a comoção por parte do público, fosse em espetáculos das lutas greco-romanas em arenas, fosse nas execuções públicas dos condenados ou na queima das “bruxas” pelo clero na Idade Média. Trata-se hoje de um tipo diferenciado de espetáculo.

Se, como vimos no capítulo anterior, a reprodução técnica retirou a aura - e seu aspecto de culto e autenticidade - da obra de arte não discriminando o original da cópia, podemos nos perguntar, tal qual Miranda (2000), se o caráter ritualístico de admiração de uma obra única e original foi substituído pelo culto às celebridades, aos atores e atrizes que as mídias eletrônicas e impressas oferecem? Seriam novas possibilidades de culto ligados às imagens fabricadas de celebridades, de atores e atrizes que são “endeusados” e consumidos (Miranda, 1999)? A fabricação de ídolos pela TV para serem cultuados no espaço doméstico, assim como as *vedetes* no noticiário cotidiano – pessoas que se tornam personalidades momentâneas pelo sensacionalismo, pelo inusitado ou pelo trágico – está fundamentada estruturalmente na indústria cultural especificamente na necessidade de renovação sistemática de bens culturais, de notícias ou de ídolos para manter um mesmo nível de consumo seguro (Adorno, 1944; Morin, 1962).

Podemos citar revistas como “Caras” e “Quem”, entre outras, de grande tiragem e que veiculam somente as imagens e fotografias (com pouco texto) de artistas e outras celebridades em seus lazeres, em viagens ou em festas, assim como mostrando sua residência e “intimidade”. As revistas vendem a imagem destas personalidades para um público cada vez mais interessado na espetacularização da intimidade e privacidade destes ídolos.

A organização industrial burocrática que rege a produção cultural está pautada numa reprodução do mesmo, mas com a aparência de novidade, espécie de ilusão de novidade na mesmice (Baudrillard, 1991; Morin, 1962). As *vedetes* teriam a função de retirar o caráter de padronização absoluta, mantendo o interesse do público e garantindo o consumo numa sucessão infinita de substituições. Podemos lembrar de ilustres desconhecidos que ganham notoriedade e tornam-se “visíveis” ao mundo - via tela da tv - a partir da situação de um seqüestro em um ônibus na zona sul do Rio de Janeiro, ou um assalto numa praia ao meio dia, e a participação de cidadãos comuns em programas de televisão como “No limite” da rede globo e etc. O mundo do espetáculo que a mídia oferece passou a ser visto como o

mundo real. A realização pessoal de muitos sujeitos passa a ser a integração a este mundo através dos sonhos de ser atriz ou modelo, por exemplo, ou de aparecer na televisão.

Carneiro(2001) em sua dissertação sobre a utilização de celebridades na propaganda mostrou como a figura da celebridade se estendeu pela sociedade norte americana e os impactos causados pela visibilidade ou a super exposição nas relações contemporâneas. A busca pela alta visibilidade conta com um verdadeiro arsenal industrial de transformação dos aspectos físicos e subjetivos dos aspirantes ao estrelato: a indústria de entretenimento (casas de shows, cinema, estádios de esporte), a indústria da produção (estilistas, cabeleireiros), a indústria de treinamento (professores de canto, teatro, voz), a indústria de serviços legais e administrativos (advogados, conselheiros financeiros), a indústria das manufaturas (roupas, souvenirs, jogos e brinquedos), a indústria de representação (empresários, administradores, promoters), a indústria de publicidade (publicitários, relações públicas, agências de propaganda) e a indústria da comunicação (jornais, revistas, televisão, filmes). Todas estas indústrias reúnem os especialistas necessários ao funcionamento da indústria da celebridade. A super exposição de determinadas imagens acaba por gerar uma certa familiaridade e susceptibilidade quanto à sua influência e conseqüente venda de determinado produto. Um ponto interessante apresentado neste trabalho é o conceito de “auto-disfarce” que nada mais é que uma estratégia utilizada pela indústria da celebridade para negar sua existência. A indústria se mantém invisível atribuindo às características pessoais intrínsecas a cada um, a razão de seu sucesso. Para tanto faz circular uma série de mitos relativos aos atributos únicos e singulares de cada estrela, tais como o carisma, a sorte, o instinto, a magia ou o talento de cada uma, inimitáveis e intransponíveis, e conseqüentemente responsáveis pelo sucesso.

O jornalista Gilberto Dimenstein, do jornal “A Folha de São Paulo”, divulgou através de sua coluna em setembro de 1999 o resultado parcial de uma pesquisa realizada pelo CPM Market Research, com cerca de dois mil jovens entre 12 e 20 anos. A pesquisa abrangeu as principais capitais do país e procurava registrar o pensamento da juventude no final do século XX, mas as questões norteadoras eram “quais as duas coisas” que estes jovens gostariam *de ser* e o que gostariam de obter do seu projeto profissional. O resultado apontou para o desejo de sucesso que para os jovens é ganhar dinheiro e fama, e as profissões mais citadas foram: empresário (27,6%); Jogador de futebol (27.4%);

ator/atriz(22,7%); médico(22,7%); modelo internacional (14,2%) e cantor(12,7%). Para estes jovens a fama e o dinheiro estão relacionadas na sua maioria às profissões destacadas pela mídia. Quanto à questão das preferências de leitura nos jornais destacaram-se esportes, notícias da cidade e tv/cinema. Esta pesquisa nos dá um panorama da influência da mídia para a conformação do desejo pela fama, por tornar-se alguém visível a todos e assim destacar-se da multidão de anônimos.

A democratização da informação e da cultura promovida pelos meios de comunicação de massa ampliou o conjunto de imagens e de referências comuns – artísticas, intelectuais, sociais e informacionais – que são compartilhadas por indivíduos de uma mesma cidade, ou de um mesmo país. Grande parte da programação das tvs abertas, incluindo as telenovelas, está dirigida ao público mais amplo possível de forma a permitir que indivíduos de diferentes classes sociais e de lugares distantes compartilhem de um mesmo rol de notícias, de lazer, entretenimento, cultura e mesmo de histórias comuns como nas telenovelas – se há uma padronização dos conteúdos veiculados, de seus mitos, das representações sociais e dos ideais individuais e coletivos, temos como efeito uma tendência à padronização no consumo, no lazer, no entretenimento e mesmo no acesso a informações que compõem o imaginário dos sujeitos.

Mas devemos nos perguntar se a cultura de massa é somente repetição, homogeneização, e como o telespectador reage e se posiciona frente aos conteúdos promovidos pelos meios.

2.3 – Televisão no Brasil

A televisão comemorou os 50 anos no Brasil no ano 2000 e observamos que foram lançados livros, programas de TV e entrevistas contando a história deste meio; isso além de documentários e vinhetas eletrônicas que acompanharam toda a grade da programação das emissoras, relembrando os momentos marcantes desta história.

As modificações ocorridas ao longo destes 50 anos foram significativas: de eletrodoméstico comum, voltado ao entretenimento e à informação, passou a exercer uma função socializadora fundamental neste final de século, lado às instituições tradicionais como família e escola. A TV deixa de ser somente um passatempo e passa a fazer parte das diversas atividades humanas, fato inferido principalmente pelo consumo de modismos e objetos lançados a cada semestre pelas novelas, pelos filmes e pelos anúncios publicitários. No caso das telenovelas estas se transformaram em verdadeiras vitrines, onde os personagens desfilam comportamentos desejáveis, modos e estilos de ser, além dos objetos e acessórios de cada temporada (Gueiros, M. 1993). Assim a televisão entrou nos lares provocando verdadeiras revoluções nos costumes, nos valores e nas relações:

“A televisão é o nosso terreno cultural comum. É a única coisa que a maioria dos americanos conhece e vivencia junto, e qualquer que seja o próximo da lista [de vivências compartilhadas] é café pequeno” (Freund, P. 1991 apud Dizard, 1999).

Esta constatação do crítico de mídia norteamericano Paul Freund já havia sido prevista antes por Marshall MacLuhan na década de 60, que atribuiu à televisão a responsabilidade por transformar o mundo numa *aldeia global*. A televisão encarregou-se de unir instantaneamente em torno de uma programação padronizada os telespectadores de diferentes regiões. Ela permitiu o acesso de todos, sem distinção de pertencimento social, a repertórios sociais e culturais, anteriormente da alçada privilegiada de certas instituições tradicionais como a Igreja, a Universidade e o Estado (Hamburger, 1998; Sodré, 1972).

Segundo Hamburger (1998), a TV – e seu produto telenovela – é emblemática do surgimento de um novo espaço público que, sob a égide da vida privada, oferece um repertório comum de informações, de bens simbólicos, de cultura e de lazer aos cidadãos de

uma comunidade, de uma região, de um país e do mundo, sinalizando a possibilidade, sempre adiada, da integração plena. Mas esta integração se dá pela via do consumo de objetos, de modas, de gírias e mesmo de modelos de relacionamentos, de família ou namoro transmitidos televisivamente aos indivíduos dos mais remotos lugares, e das mais diversas classes sociais, consolidando um sentimento de pertencimento a uma comunidade imaginária (Andersen, *apud* Hamburger, 1998).

“O ato de assistir a esses programas – telenovelas – em determinado horário, ao longo dos anos, constitui um ritual compartilhado por telespectadores de todo o território nacional, que dominam as convenções narrativas consolidadas pelas novelas e que mencionam padrões mostrados pelas novelas como referenciais de acordo com os quais definem tipos ideais de família brasileira, de homem e mulher ‘brasileiro’” (1998 p. 757).

A comunidade nacional compartilha então de representações comuns sobre seu país, formando uma representação imaginária de seus cidadãos, dos papéis sociais, dos tipos de relacionamentos, dos costumes etc. A integração se dá pelo fato de compartilharmos de referências e códigos comuns, como uma mesma língua ou um mesmo rol de informações e de notícias que chegam até nós; das possibilidades de entretenimento e bens culturais “acessíveis” à população. Assim as novelas veiculam imagens, representações, valores, e ideais dos muitos “brasis” criando de certa forma um sentimento comum de partilhar com os outros, próximos ou distantes, as mesmas angústias, os mesmos conflitos e dúvidas existenciais. Apesar de, em sua maioria, as telenovelas retratarem os conflitos de uma sociedade tipicamente urbana, branca, de classe média e alta do eixo Rio-São Paulo representativa de uma minoria da população, isto não implica em uma perda de audiência ou falta de identificação com personagens e com as histórias. O contraste desta realidade ficcional com as demais regiões do país - como as rurais, tradicionais, pobres e de maioria parda - é velado, já que estas são muito pouco retratadas na telinha; fato que nos leva a pensar na insistência dos produtores destas narrativas num projeto de veiculação de representações de um país imaginário.

No Brasil durante os anos 70, cerca de até 60% dos domicílios com televisão – pertencentes às mais diversas classes sociais e regiões do país – estavam ligados nas novelas da Rede Globo. Ela transmitia uma idéia do Brasil moderno desejável para aqueles

anos. A audiência foi caindo até os 35%, na novela das sete, entre os anos de 1989 e 1997 por uma série de razões, entre as quais a diversificação do mercado com a introdução da TV a cabo, difusão do aparelho de vídeo e aumento da concorrência (Hamburger, 1998).

Diversas pesquisas demonstram que muitas casas têm um aparelho de televisão mas não tem geladeira. “*Num país com tanta fome, para que geladeira? Estocar o quê? Pelo menos a TV alimenta a imaginação*” (Araújo, 1994). O Brasil está entre os oito países que concentram três quartos da audiência de televisão mundial, ficando atrás dos EUA, Reino Unido, Canadá, Japão, Austrália, Alemanha e França: e é o quarto país em número de aparelhos televisivos. Isto por si explica a importância dos investimentos em publicidade, se comparado a outros meios (Hamburger, 1998). Outra característica é a baixa porcentagem de importação de produtos, semelhante a países como EUA, França, Itália e Inglaterra em 1983, e invertendo a direção do circuito exportando as novelas a partir de 1975, para Portugal. De 1950 a final da década de 60, predominou a TV Tupi e, nos anos seguintes, a Rede Globo esteve como líder absoluta, constituindo-se como o mais importante aparato ideológico do regime militar.

Durante meados dos anos 60 e toda a década seguinte, período da ditadura, houve investimentos vultosos na indústria televisiva. As telecomunicações foram consideradas estratégicas para a política de integração e desenvolvimento nacional do regime militar. Antes deste período o poder público já concedia empréstimos e concessões a fim de estimular as emissoras comerciais privadas. Por um lado favoreciam a implementação da infraestrutura e por outro, durante a ditadura, criavam os mecanismos como a censura para gerir e interferir na programação.

A televisão instaura uma nova ordem, um novo espaço – da casa – e uma temporalidade – simultaneidade, instantaneidade. O indivíduo passa a manter uma relação privada com o mundo através da *telepresença*, ou seja, a tela passa a revelar uma ligação imaginária com outros milhões de indivíduos que estão eletronicamente ligados, criando a sensação de uma *quase presença* diante dos olhos e ao alcance das mãos. Esta quase presença, para Muniz Sodré (1987), aplacaria a solidão do homem contemporâneo em seu processo de crescente individualização e atomização. A *visão tele* (à distância) do mundo, que o vídeo proporciona é uma marca do homem contemporâneo como sujeito da moral do consumo, que foi perdendo o contato com a visibilidade das regras da produção para tornar-

se àquele que consome e “só vê”. Este processo iniciado com o acesso mais democrático aos bens culturais estendeu ao grande público seus infinitos produtos, mas o afastou e distanciou do processo de produção.

“A telerrealidade é um modo de reorganizar – de gerir, a partir das novas exigências do processo de acumulação capitalista em sua fase monopolista – o espaço e o tempo sociais. Isto não significa que a vida social seja assim ressocializada por inteiro, mas que os simulacros da sociedade pós-industrial dispõem de um projeto hegemônico dessa magnitude” (Sodré, 1987, p. 39).

A técnica eletrônica trouxe para o campo existencial do espectador o caráter mágico das imagens ao alcance dos olhos e das mãos. De sua casa, de sua cidade ou país o sujeito vive uma experiência de “realidade” simultânea, instantânea e global, vista, apreendida e ilusoriamente tocada através das telas. Os avanços nas tecnologias da informação também permitiram mudanças significativas no âmbito das relações sociais. É possível para determinados trabalhadores executarem suas funções em casa – são os telefuncionários – ligados de suas casas por um terminal de computador e uma linha telefônica ao computador da empresa; empresários fazem reuniões virtuais de diferentes pontos do planeta, podendo ver e serem vistos; pode-se também fazer compras e acessar outros serviços via internet. Ou seja, é o universo tele redefinindo as relações sociais, absorvendo atividades que antes eram executadas de forma diferente (Sodré, 1987).

As fronteiras entre real e imaginário também ficam indefinidas no universo televisivo, no jogo entre o fato “verdadeiro” e a criação de fatos novos produzidos através de cortes e edições quer seja dos discursos, quer das imagens captadas, conseguindo sua transformação e simulação. A importância recai sobre os meios – como algo irá aparecer em sua forma espetacularizada – e não sobre os fins. A finalidade das imagens é circular como capital e seu valor é o aparecimento pronto, miraculoso e instantâneo que a televisão ilusoriamente proporciona ao telespectador (Sodré, 1987). A pretensão é captar a atenção e reter o olhar subordinando os fins aos meios, e isto engendra novas formas de estruturação das relações humanas, pela primazia do jogo das aparências e de uma realidade mediada pela distância e pela autonomia das imagens quanto ao real.

A presença da televisão e de seus produtos por certo influencia na constituição dos sujeitos contemporâneos, isto somado às mudanças no interior da família, ao isolamento cada vez maior dos indivíduos em suas casas, do progressivo esvaziamento dos espaços públicos de convivência. Ela exerce a função de alimentar a imaginação oferecendo modelos valorizados socialmente e novos ideais.

Nas últimas décadas, o produto telenovela tem prendido a atenção de milhares de pessoas todas as noites, no horário nobre, provocando desdobramentos sob forma de outros produtos – como discos, revistas, modas em vestuário – e uma rede de comentários sobre os capítulos e seus personagens, ocupando espaço na vida pública – jornais, revistas, programas de entrevistas na televisão e no rádio – e na vida privada.

No próximo item iremos discorrer sobre a telenovela como um produto da cultura de massa e também como desencadeador do fenômeno do envio de milhares de cartas de fãs aos seus atores e personagens.

2.4 – As Telenovelas

O psicanalista Benilton Bezerra em palestra proferida em 1999 durante o Ciclo *Mosaico – Imagens do Conhecimento* na PUC-RJ afirmou: “as narrativas são próprias do humano e servem para dar sentido à vida”.

A reflexão sintetiza a importância das narrativas televisivas na contemporaneidade pelos efeitos que provocam nos sujeitos - inferidos a partir do espaço que ocupam no seu cotidiano - e pelo fenômeno das cartas enviadas aos ídolos. Nosso objetivo nesta dissertação não é estudar conteúdo das telenovelas ou uma discussão ampla do gênero, mas sim apresentar um breve histórico e levantar os pontos relevantes, quanto à temática e estrutura, para empreendermos a análise das cartas dos fãs.

Como afirma Hamburger (1998) *novela é torcida*: mais importante que o ritual de assistir às telenovelas todos os dias no mesmo horário é a rede de especulação que suas histórias são capazes de proporcionar e atestam sua força. O público sente-se participante destas histórias podendo opinar, discordar e dividir suas angústias ou suas dúvidas com os vizinhos, os parentes e os colegas de trabalho com a liberdade de estarem falando de um mesmo rol de “conhecidos”.

As novelas são narrativas que contam e re-contam as histórias no estilo dos romances de folhetim do século XIX com sua temática sentimental e com a presença do ideal do amor romântico como primeiro plano, e secundariamente a introdução de temas políticos e sociais relevantes de cada época.

Como nos folhetins, o motor das tramas é o mito do amor romântico que tem sua origem na Idade Média com o amor cortês. A literatura cortês e seus discursos amorosos *instauraram uma forma desejante que é a pré-história de um controle do imaginário exercido hoje com toda a força pelas telenovelas* (Costa, 2000, p. 15).

Para Morin (1962), após um século de colonização política e geográfica, as potências industrializadas passaram a colonizar “a grande reserva que é a alma humana”. Debruçaram-se sobre as necessidades, desejos, fantasias e sentimentos humanos estandartizando-os sob os grandes temas das intrigas amorosas, do mito do amor romântico,

do *happy end*, presentes nos filmes de Hollywood – o que nos leva a pensar nas telenovelas como a perpetuação do melodrama – chamado pelo autor de *o coração posto em conserva*. Para Morin a cultura de massa promove e difunde uma série de mitos estimulando a identificação do telespectador tais como o “sem amor nada sou”, o amor vencedor de todos os obstáculos e autojustificado; a valorização extrema da juventude e da beleza entre outros.

Ressaltamos a importância da telenovela no contexto cultural brasileiro – considerada como um produto da cultura de massa que encena repetições padronizadas e causadoras de controvérsias. No plano macro mantém-se há pelo menos 30 anos dentro do horário nobre das emissoras, movimentando o mercado de exportação internacional vultoso. Já no plano individual está presente na vida cotidiana dos brasileiros em seu vocabulário, em suas conversas diárias, em seus objetos e vestimentas, nos modos de ser e estar no mundo.

Esta produção cultural foi capaz de mobilizar milhões de pessoas – cerca de 60 milhões/dia na década de 80 – durante o horário nobre. Ela reúne as pessoas frente ao aparelho eletrônico para acompanhar diariamente o desenrolar da narrativa. Como toda e qualquer história bem contada, elas emocionam e provocam a expressão de sentimentos profundos como amor, alegria, raiva ou terror. A hipótese de alguns estudiosos para tal fenômeno que arregimenta famílias inteiras pertencentes a diferentes classes sociais ao redor da “telinha”, torcendo e sofrendo juntos, é a presença de mitos que tocam em questões subjetivas como a angústia diante da vida e da morte, a origem do homem e o amor (Costa 2000; Fischer, 1984).

Como afirma Fischer,

“Tal qual o homem das sociedades primitivas, com seus ritos, tabus e práticas mágicas, o homem de hoje encontra na televisão a narrativa de histórias que tratam dos começos da humanidade, que permitem a exorcização de seus medos em relação à anormalidade, ao desconhecimento do futuro e etc”. (1984, p. 11).

O ideal do amor romântico encontra-se presente nas narrativas, as quais tratam basicamente do encontro e desencontro amoroso, cujos ideais são a entrega total ao objeto amoroso, o encontro com o “príncipe encantado” e a eternidade deste vínculo. A presença de elementos míticos nas telenovelas e as próprias características deste meio eletrônico

acrescentaram a magia das imagens em movimento – ou um “rosto” – ao gosto despertado pelo folhetim impresso já no século passado. A telenovela é um folhetim eletrônico, nos moldes do romance popular, que fez muito sucesso no início do século, pois trata das mesmas temáticas sentimentais como o ideal de felicidade articulado em torno do amor e do desejo e a presença de obstáculos institucionais, morais, entre os amantes (Sarlo, 1997). Estes pontos fundamentais do enredo podem ser agrupados na dimensão sentimental da vida privada.

Para Sarlo (1997a), o sucesso dos folhetins reside na presença e manutenção de uma tensão até o desfecho final. A autora nomeia como “teoria dos obstáculos institucionais e morais” os empecilhos que separam os amantes durante a narrativa: são as diferenças de classes sociais ou religiosas, por exemplo, ou o que for considerado obstáculo para a união de um casal de amantes num determinado contexto histórico. Mas a manutenção desta tensão deverá ser acompanhada pela crença de que a felicidade é possível – o *happy end* – e, que, ao final, haverá a solução para os conflitos, nem sempre de acordo com as expectativas. Já Cazeneuve (*apud* Fischer, 1984) atribui o sucesso das narrativas à presença de elementos míticos que trazem uma espécie de *apaziguamento frente à angústia e a satisfação das necessidades mais amplas e gerais dos homens, ligadas as suas experiências, sonhos e inquietudes existenciais*.

O autor chama atenção para as próprias características do meio eletrônico, tais como a rapidez com que aproxima mensagens de longas distâncias, a instantaneidade na recepção de imagens, e isto tudo proporcionado por um gesto simples: o “apertar o botão” do controle remoto. O telespectador pode acessar o “mundo” através deste gesto, o que facilitaria e reforçaria os elementos míticos e o pensamento mágico. A televisão é a máquina de imaginar ao alcance das mãos, dentro das casas, oferecendo a possibilidade de sonhar, fantasiar e de pertencer à sociedade.

Vamos acompanhar o histórico das telenovelas, ou folhetins eletrônicos, que surgiram no Brasil inicialmente na década de 50 como produções das indústrias norte-americanas de artigos de Limpeza e higiene pessoal, como Colgate-Palmolive e Gessy Lever, e tinham o público feminino como o alvo (Hamburguer, 1998; Costa, 2000). Ao longo do tempo estas produções conquistaram com sucesso o horário nobre, mantendo-se fiéis, em sua estrutura, ao melodrama com suas desventuras amorosas e sentimentais, e com

os personagens construídos por oposições bem/mal, honesto/desonesto. No início suas tramas privilegiam os temas épicos, retratando terras e culturas distantes como a Arábia Saudita, pois se acreditava que o Brasil era “pouco romântico” para o desenvolvimento destas narrativas. Com o passar dos anos as telenovelas passaram a retratar o eixo sudeste do país, difundindo o universo glamouroso das elites e suas inovações técnicas e culturais, veiculando uma idéia do que é ser moderno. A novela permitiu que certos assuntos fossem trazidos à tona para discussão, dando visibilidade a comportamentos, modos e estilos de ser, permitindo o posicionamento do público que a partir do que é mostrado na tela.

Os anos 70 e 80 foram marcados por intensas mudanças políticas e sociais concomitantes ao crescimento e penetração da televisão nos lares brasileiros. As telenovelas transformaram-se no palco privilegiado para a expressão dos conflitos, dos dramas privados e públicos pelos quais a sociedade passava, captando, expressando e alimentando as angústias e ambivalências vivenciadas. Os temas da corrupção política e da falta de ética foram retratados em *Vale Tudo*, em 1988; em *Que Rei sou eu*, em 1989 e em *Deus nos acuda*, 1992. A reforma agrária em *Verão Vermelho*, de 1969; e *O Rei do Gado*, em 1996; outros temas como o coronelismo no nordeste do país, símbolos de um país autoritário, injusto e machista, em *O Bem Amado*, 1974 e *Gabriela*, 1975. O seriado *Mahu Mulher* trouxe as ansiedades da mulher contemporânea frente ao mercado de trabalho, separação e divórcio e direito ao prazer sexual.

Nos anos 80 e 90 as telenovelas trouxeram as temáticas sociais, políticas e a liberação dos costumes. Para autores como Gilberto Braga e Glória Perez, em entrevista para o “Especial 50 anos de TV” da Rede Globo, as novelas ganharam cada vez mais uma função social, educativa e informativa, fundamental para as mudanças necessárias ao país e para a conscientização a respeito de temas como cidadania, a situação política e econômica de regiões distantes, o meio ambiente e saúde, e temas polêmicos como aids, prostituição, e funções públicas dos governantes. Outra característica ressaltada pelos autores é a importância da co-autoria destas obras com o público, que interage e participa durante o desenvolvimento da narrativa, e de toda a equipe participante: atores, fotógrafos, músicos, etc.

A telenovela traz a “repetição” de temáticas sentimentais e cria o efeito de uma certa previsibilidade dos desenlaces nas histórias, o que parece confortável ao público.

Poderíamos dizer então que o prazer na repetição e a previsibilidade quanto aos destinos dos personagens teriam a função simbólica de apaziguar, aplacar, certas angústias existenciais. Este controle do que está por vir era encontrado também na tradição oral, no teatro clássico grego, nas óperas italianas, ou no teatro inglês, cujo espectador decorava as falas e os textos para acompanhar as encenações (Coelho, L. A. 200). O mesmo prazer de saber e de acompanhar uma narrativa pode ser observado hoje no ritual da leitura, por parte do telespectador, das publicações, antecipadas, quer diariamente em jornais quer semanalmente em revistas, dos capítulos das telenovelas.

Hamburguer (1998) afirma que o interesse do público é mantido porque o que importa é o potencial de comentários que a novela desencadeia, e, portanto saber de antemão o desenrolar das histórias não diminui seu interesse, já que o telespectador guarda a esperança última de poder interferir na obra aberta.

Mas já que a telenovela mobiliza milhares de sujeitos frente à televisão e numa rede infindável de comentários, partiremos para a análise das cartas de fãs das telenovelas. O que escrevem e o que demandam ao ator protagonista de uma telenovela? As fãs escrevem tecendo comentários a respeito do personagem, da história narrada? Qual a motivação para endereçar uma carta ao ator de uma telenovela?

Capítulo 3

ANÁLISE DO CONTEÚDO DAS CARTAS

3.1- Metodologia

Antes de iniciarmos a análise das correspondências dos fãs apresentaremos um resumo da trama da novela e de seus principais personagens, uma vez que a posse destes dados garante ao leitor uma inteligibilidade quanto às situações citadas pelos autores das missivas.

A telenovela, que estreou em junho de 2000, recebeu o nome fictício de “Cristal”. Os personagens e atores também tiveram seus nomes modificados para preservarmos minimamente suas identidades. Os protagonistas desta telenovela são Antônio, Maria e Bela que formam um triângulo amoroso no principal núcleo familiar da trama.

Antônio é um jovem médico que se apaixona pela empresária Maria, 20 anos mais velha que ele, após terem se conhecido acidentalmente nas ruas da cidade do Rio de Janeiro. Os dois iniciaram um romance enfrentando os preconceitos da diferença de idade, mas o grande obstáculo ao namoro surge com a entrada em cena de Bela, filha de Maria, que também se apaixona pelo rapaz. Maria decide então abrir mão do relacionamento para que a filha pudesse conquistar Antônio, já que considerava ambos mais compatíveis. Como veremos adiante esta situação de rivalidade filha/mãe mobilizou muitas fãs que escreveram discordando do rompimento do romance entre Maria e Antônio, e que antipatizaram com a personagem Bela sentida como aquela que “roubou o namorado da mãe”. As cartas com as quais trabalhamos correspondem justamente a este momento da novela: do rompimento do romance entre Maria e Antônio.

A telenovela Cristal é o primeiro trabalho de Roberto como ator. A novela trouxe uma coincidência interessante entre vida e obra já que Roberto, tal qual na novela, vive um relacionamento com uma mulher madura que denominamos de Regina. O relacionamento amoroso entre eles foi levado a público pelos meios de comunicação e

discutido nas principais revistas nacionais durante os anos de 2000 e 2001. Pensamos que o fato da vida do ator estar se repetindo na ficção ajudou a reforçar o imaginário dos fãs no tocante à possibilidade de concretização das fantasias de romance que a telenovela costuma acenar.

3.2 Procedimentos Metodológicos

Nossa pesquisa utilizou como metodologia à análise do conteúdo das cartas de fãs endereçadas ao ator Roberto, protagonista da novela das 20hs exibida por uma das principais emissoras de televisão durante o ano de 2000. Optamos pelo método de análise do conteúdo (Bardin, 1977), pois entendemos que o texto produzido pelas fãs nos permite inferir, a partir dos indicadores destas mensagens, conhecimentos relativos às condições de produção destes sujeitos psicológicos marcados e atravessados pelo fenômeno da comunicação de massa. Nosso interesse é desvelar os pedidos subjacentes que são endereçados ao ator pelas fãs através do envio de cartas e entender as estratégias que utilizam para se destacarem da massa de outros fãs e expressarem seus afetos e sentimentos amorosos.

Para Bardin (1997) este método envolve uma série de técnicas e procedimentos adequados para a investigação e a pesquisa em ciências humanas, e assim é definida a análise de conteúdo:

“Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”. (p. 42)

Para o autor, o interesse reside naquilo que os elementos podem ensinar após seu tratamento, nas condições de produção de natureza psicológica, sociológica, história ou econômica.

A análise das cartas presta-se bem às analogias utilizadas pelo autor entre os sintomas de um paciente e o médico ou o analista e o arqueólogo que trabalham a partir de vestígios, sinais e fragmentos e, no segundo caso, tentando remontar histórias, hábitos ou o

cotidiano de sujeitos e de culturas que se foram. As cartas dos fãs são consequência de um tempo histórico marcado pelos meios de comunicação contemporâneos, mas que trazem uma contradição: partem de um fenômeno de massa sem precedentes mas que é recebido, e depois enviado na forma de carta, de maneira individualizada, carregando a subjetividade de cada remetente.

Regina Lima(1998), pertencente ao campo da comunicação social, realizou um trabalho de análise das notícias veiculadas pelo jornal "O Globo" entre os anos de 1996 e 1997 cujo objetivo era investigar a influência das variáveis subjetivas presentes no relato, na publicação de um texto, e na recepção e interpretação dos fatos narrados.

A autora privilegiou dois espaços do veículo para empreender sua análise: a primeira página e a seção de cartas de leitores. Este segundo espaço foi escolhido por se tratar de um dos códigos reveladores do *contrato de leitura* do jornal, que nada mais é que a resposta - a negociação de sentido realizada pelo leitor - aos discursos que supostamente a ele foram dirigidos. Este termo foi definido por Eliseo Verón (apud Lima, 1997), como um dispositivo regulador dos discursos enunciados pelo jornal que através do suporte impresso oferece *um espaço imaginário onde o produtor oferta sentidos e o leitor negocia estes sentidos, cada um com seus universos de referência*. Na verdade são "vozes" e códigos múltiplos presentes num texto e que interferem não somente na sua produção mas também na recepção do texto jornalístico. Comparando a publicação de um mesmo fato em diferentes jornais percebe-se que um acontecimento pode ser contado de diferentes maneiras, assim como a mensagem recebida é compreendida de forma diferenciada por cada leitor: *um fato contado diversas vezes jamais poderá ser descrito da mesma forma*. Assim, em seu trabalho, apontou a existência de negociações de sentido entre os campos da produção e da recepção da comunicação. Nossa análise também se coloca neste campo de construção de sentidos entre tantas outras leituras possíveis para as cartas de fãs. Na verdade entendemos o discurso da fã endereçado ao ator como uma tentativa de estabelecer laços sociais e troca simbólica com estes sujeitos ultra valorizados pela nossa cultura, e que estão presentes nas vidas destas pessoas diariamente na televisão, nas revistas e nos jornais. Na nossa análise dialogamos com diferentes campos teóricos, buscando escutar a multiplicidade de "vozes" presente nos textos destes fãs e que envolvem o fenômeno contemporâneo da comunicação de massa. Nossa pesquisa utilizou uma bibliografia de base

transdisciplinar – num diálogo de diferentes campos teóricos, tais como sociologia, teoria da comunicação de massa e filosofia, além da psicologia.

Assim concordamos com Lima (1997) que, apoiada na semiologia dos discursos sociais, destaca:

“A teoria semiológica reforça que cada leitor compreende a mensagem de acordo com seu universo cultural e simbólico, e cada veículo modaliza-a e referencia-a de maneira particular.” (1997,p.43)

Nossa investigação procura entender como o fã consome imagens, valores, modelos e textos produzidos para ele e os devolve através de suas cartas, produzindo novos sentidos.

Para Bardin, devemos seguir um determinado trajeto em nossa pesquisa: primeiro a descrição composta pelo rol de características das mensagens; depois a inferência que compreende a tentativa de responder aos problemas das causas antecedentes e dos efeitos das mensagens; e por fim a interpretação dos dados, a significação concedida. Tal qual Bardin nos sugere, procuramos o “segundo plano” dos textos das cartas, as entrelinhas destas comunicações: *“Não é uma leitura a ‘letra’, mas realizar um segundo plano, atingir outros significados (psicológicos, sociológicos, históricos) a partir de significantes e significados”*(p.42)

As cartas destas fãs revelaram em primeira instância que a telenovela serviu como suporte para a figura do ator/galã protagonista, projetado por cada telenovela. Como nos reafirma Diogo (1997) *a cultura oferece possibilidades de figuras idealizadas: médicos, professores, religiosos etc. Nesta série poder-se-ia incluir os artistas.*(p.72) O poder da mídia na contemporaneidade evidencia e fabrica estes galãs como aqueles que encarnam e realizam os ideais de sucesso, fama, beleza e juventude. Estes ídolos passam a ser escolhidos como objeto de amor idealizado. A idealização é um mecanismo psíquico descrito por S. Freud([1921]1976) através do qual o objeto amoroso é enaltecido em suas qualidades e elevado à perfeição. O estado de apaixonar-se por alguém que mal se conhece, como no caso da fã, e supervalorizar seus atributos é fruto deste mecanismo.

As cartas de fãs revelaram também o jogo entre os sujeitos anônimos da sociedade de massas que se crêem singulares, e como tais endereçam suas “ especificidades” , seus

sonhos, seus afetos aos mitos da indústria cultural- porta vozes dos ideais contemporâneos de amor, de sucesso e de realização. Os sujeitos visíveis da mídia sustentam sua fama justamente pela existência destes milhares de anônimos. Nossa pesquisa debruça-se sobre as formas de expressão de amor- o discurso amoroso- destes fãs e suas estratégias de sedução; assim como as estratégias para sair da condição anônima. O ato de escrever ao ídolo- alguém que não o conhece- funciona como um exercício de subjetividade de dizer quem ele é, o que espera, o que deseja ou o que sente, fazendo circular afetos pertinentes ao âmbito privado, e que ali permaneceriam, ao mundo público. Desta forma, ao escrever a um outro, escreve para si mesmo experimentando, nesta relação, um leque de sentimentos até então desconhecidos e não permitidos.

O tema geral das cartas de fãs é a afetividade, sob a forma de amor endereçado ao ídolo com a intenção unânime de se aproximar dele, quer seja através da amizade para compartilhar experiências, quer seja através de um romance explícito. Assim poderíamos englobar esta modalidade entre as cartas de amor; e pensar em como este sujeito produz e reproduz os ideais de amor da cultura nesta relação com o ídolo. Por outro viés identificamos as estratégias que o fã utiliza para sair de sua condição anônima, de quebrar a assimetria entre fã/ídolo fazendo circular afetos, idéias, valores e opiniões entre sujeitos isolados e distanciados.

Nossos pressupostos de trabalho, portanto, envolvem anonimato, amor e ideais.

1-A carta é uma tentativa ativa por parte da fã de aproximar-se do ídolo, de estabelecer um tipo de relação com ele; sair de sua condição anônima e obter reciprocidade, reconhecimento e ser especial, singular;

2- O discurso amoroso atesta a presença do amor romântico enquanto valor e ideal a ser alcançado pelo sujeito. A idealização e a frustração decorrente da impossibilidade de sua realização pode abrir caminho para outras formas de relacionamentos possíveis;

3- Escrever ajuda no processo de elaboração dos sentimentos e das experiências fonte de enriquecimento.

Para desenvolver a análise pretendida construímos duas categorias que nos permitiram identificar as estratégias utilizadas pelos fãs: Anonimato e Singularidade, e

Discurso Amoroso. A unidade de registro que utilizamos foi a frase, considerando a importância do contexto e do sentido exato entre elas para demarcarmos cada categoria. E para cada categoria selecionamos alguns sub-itens que denominamos estratégias.

Ao priorizarmos a análise qualitativa dos dados, não nos restringimos apenas à repetição de determinadas frases e palavras como indicativos de importância, optando também por considerar a pertinência de determinado tema no contexto. Vejamos as categorias:

1-Anonimato e Singularidade: Nesta categoria encontramos as estratégias utilizadas pelos fãs para fugir da condição de anonimato e criar a proximidade com o ídolo: "*sou mais um, mas sou diferente, por isto quero que você me conheça, quero que você me reconheça, quero me corresponder*". Aqui encontramos um pedido para ser especial, representado nas tentativas de quebra da assimetria entre ídolo/fã, que significa romper com a invisibilidade do fã e do conhecimento unilateral. O interessante é o paradoxo desta situação já que as estratégias de singularização utilizadas pelos fãs para se destacarem são geralmente idênticas, presentes nas inúmeras cartas de forma repetida, como nos mostrou Coelho (1999) em trabalho anterior.

As estratégias utilizadas são a *apresentação de si* através de características físicas e subjetivas, uma espécie de dar-se a conhecer através de características listadas ou envio de foto – quem sou eu e quem é você; "*tenho algo a oferecer*" (um "saber" na forma de conselho ou uma poesia, por exemplo); "*eu conheço, eu sei de você*" (acompanho sua vida ou seu trabalho); o pedido de resposta ou de uma foto autografada para saber que a carta foi lida; "*sou sua fã número 1*".

Nesta categoria estão englobadas as palavras e expressões que esclareçam o significado de ser igual e ser diferente: "*sou mais um, mas sou diferente*"; as descrições físicas "*sou morena...idade...*", e subjetivas "*gosto de música, viajar...*"; "*eu quero conhecer você pessoalmente*"; conselhos e ditados populares.

2- O Discurso Amoroso: Nesta categoria englobamos as manifestações de apreço e admiração ao ídolo e de todo leque de expressões afetivas em suas infinitas gradações, intensidades e gêneros que podem ser elogios profissionais ou pessoais até as declarações de amor explícitas e eloqüentes. Entendemos que as estratégias de sedução assumem as

formas veladas, encobertas e também abertas para o oferecimento de relacionamentos. Como sub-itens e estratégias de sedução encontramos as *provas de amor; elogios; pedidos de amizade; declarações de amor e sexualidade*.

Foram selecionadas aleatoriamente 70 cartas, o que corresponde a 10% do total de cartas recebidas pelo ator durante os meses de outubro e novembro do ano de 2000. Este material foi endereçado ao departamento de elenco da emissora e depois entregue ao ator. Em geral é o próprio departamento quem se responsabiliza por seu arquivamento, mas em alguns casos o profissional que recebe um grande volume de correspondências conta com a ajuda de um profissional, uma secretária pessoal, para a tarefa de responder, arquivar ou enviar algum tipo de resposta para os fãs. As cartas dos fãs nos foram entregues fechadas pelo ator.

Decidimos codificar as correspondências por sexo e idade, além de um número que indique sua catalogação. A letra H para homens, M para mulheres, seguidos de um número indexado e da idade do fã.

Num primeiro momento fizemos uma leitura ampla do material, o que Bardin(1997) denomina de “flutuante”, para entrar em contato com o universo pesquisado de forma livre, deixando que emergissem impressões não direcionadas. A partir de então levantamos alguns dados quantitativos e qualitativos que nos pareceram relevantes para a construção das categorias, tais como idade, sexo, procedência e temas que se repetem. A quase totalidade de missivistas é composta do sexo feminino – 67 cartas de mulheres para 3 remetentes do sexo masculino. Cerca de 50% dos remetentes revelam sua idade e entre estes, quase 95% pertencem às faixas etárias entre os 10 e os 20 anos. Um público de maioria absoluta de adolescentes e adultos jovens.

Encontramos 89% das cartas provenientes do próprio país e cerca de 11% do exterior, de países como Portugal, EUA e outros da África. As regiões Sudeste (56%) e Nordeste (27%) do Brasil abarcam cerca de 83% do total de correspondências. Cerca de 70% das cartas são de cidades do interior. Destacamos algumas características interessantes destas correspondências como as “provas de amor”, os enfeites e o envio de fotos. Cerca de metade do material analisado é enviado ao ator com algum tipo de enfeite; em 15 % delas encontramos o que denominados “provas de amor” e em 10 % fotos pessoais dos fãs. Como dissemos no primeiro capítulo, entendemos as cartas como reveladoras dos desejos

dos sujeitos e, assim, não podemos nos furtar de tecer comentários a respeito da forma escolhida e utilizada para seu suporte (folhas, colagens, envelopes, desenhos). Já no envelope nos deparamos com uma forte carga de investimento por parte destes sujeitos na construção deste espaço de interlocução entre fã e ídolo. A forma gráfica assim como seus conteúdos carregam mensagens e significados e revelam o caráter singular do remetente. Nesta dissertação nos debruçaremos sobre o conteúdo destas cartas mas sem ignorar a importância da forma.

3.3- A Forma

Do volume de cartas analisadas podemos destacar que cerca de 50% delas portam enfeites: em geral são desenhos ou marcas de batom além de inúmeros recortes de fotografias das principais revistas nacionais. Os ornamentos não se restringem ao interior da correspondência e podem ser vistos a partir de seu suporte material: nas folhas e nos envelopes. Há o predomínio dos temas infantis: figuras como o do personagem Mickey, pato Donald, carimbos com ursinhos, formas de coração sorrindo ou chorando, papéis de cartas decorados com cachorrinhos e ursinhos são os mais comuns.

A carta da fã (M.14 anos) é exemplar quanto ao uso do envelope como um meio de enviar mensagens de amor e admiração. No envelope constam beijos e marcas de batom, recortes do personagem Mickey vestido de mago com os dizeres *“preciso das palavras mágicas para ter você aqui”*. Encontramos ainda frases escritas com letras desenhadas e recortadas das revistas em que fã revela: *“Estou apaixonada por você”*, *“meu amor”*, *“a festa é nossa”*, *“por você eu pagaria o maior mico da minha vida”*. As frases estão cercadas de corações coloridos e um retrato da personagem infantil Pocahontas. Em meio a tantas outras imagens destacam-se dois longos textos:

“Ser feliz é estar a seu lado e ver o modo como você entrou suavemente em minha vida. Transformou todos os meus sonhos em realidade e guarda os

segredos da minha felicidade. Quando penso nisso, percebo que não consigo mais viver sem você”.

E mais adiante a fã aconselha o ídolo:

“Não deixe de lutar por aquilo que deseja. Seja forte o bastante para enfrentar a tudo e a todos que não te permitem ser feliz. E o mais importante, não deixe de conquistar seu espaço, porque se não o fizer, será infeliz. Valeu!”.

Ainda no envelope a fã parece confundir o personagem da novela com o ator e escreve: *“Estou pensando até em quebrar a perna, só para ser atendida por você”*

Outra fã (M39, 14 anos) utiliza o envelope para elaborar uma verdadeira obra de arte sem que reste um canto do papel em branco. O engenho inclui a manufatura do envelope coberto de etiquetas coloridas do Mickey mouse e de outros personagens da Disney, como o frajola e o PiuPiu, além de recortes de imagens acompanhados de textos. Ao lado da imagem de um “alvo” encontramos: *“sonhos são minhas metas, masi(sic) realizá-los são meus alvos”.*(Anexos)

Ao lado da imagem de um relógio; *“conto cada minuto do meu dia”.* Ou *“estou anciosa(sic.) e desesperada pela sua resposta”;* *“socorro preciso do Roberto urgente”;* *“finalmente meu sonho se tornou realidade”.*

Estes envelopes fazem um apelo direto ao ator, motivo pelo qual poderíamos interpretar tal atitude como uma tentativa de terem suas mensagens diferenciadas do restante das correspondências.

Uma fã (M29, 16 anos) também optou por fabricar seu envelope mas escolheu uma página de revista com felicitações pelo dia da criança com os dizeres: *“tudo fica melhor quando as crianças crescem felizes, não acham?”.* Outras utilizam apenas adesivos com advertências breves e contundentes, tais como *“urgente”*, *“importante”.*

3-4 – O conteúdo

3.4.1- Anonimato e singularidade.

Nesta categoria iremos apresentar as estratégias utilizadas pelo fã para sair de sua condição anônima e criar uma proximidade com o ídolo. Como vimos nos capítulos anteriores, a sociedade de massas e o individualismo legaram aos sujeitos a experiência de isolamento cada vez maior, a sensação de ser *mais um na multidão*. Como nos lembrou Sennet (1977), o individualismo como ideologia levou os sujeitos a se voltarem cada vez mais para ao cultivo de seus próprios jardins, aos seus pequenos universos narcísicos, afastando-se cada vez mais da esfera coletiva de trocas sociais. O projeto moderno inflacionou a importância do “eu”, do apoiar-se cada vez mais em si mesmo e valorizou o estado de independência individual e autonomia. O homem moderno acreditou não haver nenhum limite para transformação de si mesmo e do mundo e isto foi vivido como um exercício pleno da liberdade. O referido ideal de liberdade começou a fazer parte da vida dos indivíduos conformando por exemplo suas escolhas amorosas e influenciando seus estilos de ser e estar no mundo. Sennet (1977) assinalou ainda o incremento da esfera privada e íntima da existência como efeito da modernidade e dos valores individualistas, o que teria levado os sujeitos a se voltarem para a investigação de suas próprias motivações e desejos íntimos, levando-os para a esfera pública das relações. As cartas de fãs estão situadas justamente neste entrelaçamento entre o privado e o público.

A penetração dos meios de comunicação de massa responsável pela veiculação de imagens e informações em todo tecido social criou uma série de conseqüências, entre elas, a experiência da fama, o mundo das celebridades, dos astros e daqueles que se destacaram da massa de indivíduos anônimos invisíveis. A experiência de ser famoso e seu reverso - o de ser anônimo - passou a atravessar o cotidiano de todos nos mais remotos cantos do planeta; isto porque estabelece a situação de milhares de desconhecidos que admiram e sentem-se íntimos dos “famosos”, pelo fato de acompanharem a vida destes eleitos e conhecerem fatos de sua vida, mesmo que apenas através de revistas, televisão ou jornais.

Podemos citar o programa “*A casa dos Artistas*”, veiculado durante o mês de dezembro de 2001, pelo SBT, e que causou polêmica por sua proposta de “aquário humano”: exibia o dia-a-dia de pessoas famosas (artistas) vivendo confinados com anônimos - aspirantes- a famosos. A premiação em dinheiro seria entregue a quem “resistisse” por mais tempo à experiência e aos conflitos que sobreviessem de tal situação. Mas o fato mais surpreendente foi a audiência que conquistou: o público mostrou-se muito interessado no cotidiano, na intimidade daquelas pessoas, nos conflitos e nos romances surgidos, para desespero da emissora líder naquele horário.

O primeiro sub-item que gostaríamos de abordar com relação a esta categoria é o da *apresentação de si* que ganha a forma de descrições físicas e também subjetivas. Gostaríamos de fazer uma ressalva quanto aos trechos das cartas citados pois decidimos pela transcrição fiel da escrita. Aqui os fãs procuram dar ao ídolo algumas informações como a idade, a cor dos olhos, da pele, o tipo dos cabelos, altura e peso. Muitos fãs enviam uma foto na esperança de que isto aumente no outro o interesse despertado por sua aparência física.

Com relação às descrições de características subjetivas destacamos esta carta:

“(...) penso que o que há de melhor numa pessoa, é ser ela mesma a atuar por si mesma e de não ter tendência para copiar os outros. Mas confesso que é bastante difícil de escrever a uma pessoa que a gente mal conhece e que ainda por cima é uma pessoa famosa. (...) meu nome é X, tenho 14 anos, envio uma foto minha para você ter uma noção de como sou. Alguma vez já estive na Suíça? É bonito demais! (...) que quando tiver umas férias vá até lá, nem que seja por dois dias, você não se arrependerá.” (M32, 14 anos)

Aquí nesta carta a autora revela a dificuldade de escrever a alguém que mal conhece, famoso e que nunca a viu antes. Nesse trecho da carta podemos observar a assimetria evidente desta relação e a tentativa da fã de singularizar-se, tornar-se diferente, não “copiando os outros”. A fã toma consciência da dificuldade deste diálogo, mesmo por carta, entre desconhecidos apartados pela fama, mas é justamente esta quem cria o personagem destinatário e que o justifica. A anônima fã teme estar caindo no lugar comum e para escapar dele envia uma foto e reafirma sua intenção de ser diferente.

Na maioria das cartas, os autores iniciam com a frase “sei que sou apenas uma entre os milhares de fãs mas...” mostrando que estão conscientes de sua condição de fã anônimo, mas que desejam escapar deste lugar. Elas revelam a esperança de serem pincadas no rol destes milhares de outros por alguma diferenciação – aqui entra o segundo sub-ítem que é o “sou diferente” e os perigos desta condição:

“ Eu não faço a mínima idéia do que é que as outras garotas lhe escrevem, pois se eu soubesse iria estabelecer conversa mais ou menos parecida e assim não tinha probabilidade de cair no ridículo de escrever uma patetice.” (M32, 14 anos)

Esta fã revela uma ambigüidade interessante: por um lado ela crê que sendo espontânea e desconhecendo o que as outras fãs escrevem poderia estar sendo singular; mas logo a seguir ela deixa uma dúvida: o ridículo/patetice seria o escrever igual às outras ou ser diferente das outras? Acreditamos que esta fã deixa uma dúvida quanto ao desejo de cair na patetice pela massificação ou pela diferenciação. O não seria um indicativo de algo que se deixa entrever da tensão entre singularidade e massificação.

Outra fã escreve:

“... você não deve saber como é , mas é muito bom sentir que a pessoa que nós deliramos quando vemos na televisão, sabe que nós existimos, entendeu? (...) uma amiga responde : ele nem sabe que você existe, menina. Eu me sinto um pouco frustrada e penso que é a pura verdade, por isso eu decidi escrever para você.” (M32, 14 anos)

Esta correspondência é modelar no que diz respeito à tentativa de quebrar a assimetria entre fã e ídolo e dar-se a conhecer. A autora parece apoiar-se no discurso “sensato” da amiga como uma maneira de dizer o que ela realmente pensa: sua inexistência perante o ídolo, encaminhando seu apelo esperançoso para que, a partir da carta, passe a existir para o ator. Destacamos aqui o paradoxo que os meios de comunicação de massa impõem aos milhares de fãs: sabemos que a exposição diária da imagem profissional e pessoal do ator ajuda a criar um sentimento de proximidade com o mesmo, apesar da efetiva distância. Alguns atores conseguem estabelecer algum tipo de reciprocidade com os fãs através dos fãs-clubes ou da contratação de um profissional responsável para enviar

fotos autografadas, cartões ou demais lembranças, já que a existência do ídolo enquanto tal implica na manutenção do interesse dos fãs anônimos.

A relação estabelecida com o ator entretanto, é de simultânea proximidade e distância, acrescida de conseqüente frustração, pois o pedido de fãs raramente encontra resposta. Aqui podemos pensar como esta fãs parece elaborar a frustração, antecipando-a: ela se precavê dizendo que isto é o esperado, mas que este fato não se torna um impeditivo para endereçar seu pedido. Pensamos a carta de fãs como uma elaboração dos afetos, dos medos e das frustrações através de uma atividade – o ato de escrever - e de tornar visível para si mesma uma gama de sentimentos, pensamentos e atitudes por meio da escrita ao outro. A circulação através dos textos destes afetos promove a riqueza subjetiva, já que o autor obriga-se, no ato da escrita, a confrontar-se com suas escolhas, com a imagem que tem de si, com seus sonhos e projetos, vale destacar:

“Eu sou apenas estudante, mas estou pensando em fazer teatro.” (M52, 18 anos)

ou

“(...) Estou fazendo normal mas não pretendo ser professora, apesar de gostar muito de criança.” (M2, 15 anos)

ou

“Agora vou falar um pouquinho de mim. (...) Sou uma pessoa que também tenho grandes qualidades e tenho muita integridade (sendo bem modesta). Também sou muito sonhadora e luto pela realização dos meus sonhos. Sendo um deles te conhecer pessoalmente. Por isto também te escrevo(...) Minha mãe embarcará para Portugal no princípio de novembro e infelizmente eu seguirei o mesmo rumo. Mas te peço para realizar meu sonho: completar meus quinze anos ao seu lado.” (M39, 14 anos)

Nestas três correspondências as autoras apresentam seus projetos profissionais, seus sonhos e suas identificações. As duas primeiras parecem compartilhar seus projetos profissionais com o ator, a primeira identificando-se pela via profissional – ter a mesma profissão que Roberto o que a aproxima deste já que possuem algo em comum para

compartilhar. Muitas fãs que mostram o desejo de seguir a carreira de ator/atriz pedem conselhos de como começar, ou o que devem fazer para alcançar o lugar de famoso e seguir o mesmo trajeto do ator. A segunda carta parece tentar elaborar uma certa frustração quanto ao caminho em curso, já que o fato de gostar de crianças não significa uma escolha profissional. Aqui demarcamos o projeto moderno de autonomia e de liberdade que vincula o prazer ao exercício profissional, a busca de ser o que se quer, da liberdade de escolha do ideário individualista. Esta fã parece tentar, através da escrita e da revelação de suas identificações com o ator, escolher um outro caminho profissional. Assim podemos considerar estas cartas como uma construção destas identidades através destas narrativas.

Esta afirmação do “eu”, da noção de identidade encontra seu ápice na adolescência - a faixa etária destas fãs. Durante a adolescência, existe uma tensão entre o ser igual e ser diferente em relação aos pares; o jovem oscila entre pertencer a um grupo e sentir-se igual aos outros e destacar-se dos demais. Neste momento de transição entre a meninice e a vida adulta, o jovem parece lutar pela crença de que seus sonhos e desejos possam se realizar. A terceira fã sonha em conhecê-lo e passar o aniversário dos quinze anos ao lado dele. Aqui ela afirma que prefere deixar os pais e fazer esta passagem simbólica ao lado do ator. Este sonho não é tão impossível quanto parece à primeira vista, pois muitos atores participam profissionalmente de festas de quinze anos dançando a valsa com a anfitriã, encarnando a figura mítica do “príncipe encantado”. O ator Roberto nunca participou destes eventos, segundo informação fornecida na emissora contratante, mas a fã parece conhecer esta prática entre os artistas e apela a esta como algo possível. Mas o seu pedido parece ser mesmo o de romper simbolicamente com a assimetria da relação e conhecer o ídolo pessoalmente; mas somente ele poderá realizá-lo. Passar os quinze anos com o ator pode também atestar a elaboração das perdas desta fase de vida e da mudança indesejada para outro país.

Uma fã de Portugal de 18 anos escreveu duas cartas: a primeira continha apenas dois poemas de sua autoria, já a segunda tratava-se de uma longa carta com uma foto. Ela tenta estabelecer uma simetria com o ator quanto à escolha amorosa deste por uma mulher mais velha, parabeniza-o por isto e aproveita para discursar sobre suas próprias escolhas:

“Estou solteira porque acho que a maioria dos rapazes da minha idade são muito imaturos, infantis com as maneiras de ser, muito revoltantes, que nada tem a ver com minha pessoa. Apesar de hoje em dia o fazer melhor até a(sic) pouco tempo tinha dificuldade em lidar com as pessoas da minha idade, já que gosto de coisas que a maioria das outras não gostam. Eu sou uma rapariga que gosta de ouvir música clássica, ir ao teatro(...) sempre preferi manter um diálogo com as pessoas mais velhas, porque sempre me atraiu a inteligência e cultura nas pessoas”. (M50, 18 anos).

Esta fã identifica-se com o ator imaginando que ambos compartilhem dos mesmos interesses e estilos de vida, que gostem de teatro, de cultura e de pessoas inteligentes. Esta é uma tentativa de descobrir o “sujeito psicológico” do ator, descobrir sua personalidade e assim conquistar um espaço junto a ele. Quando escreve expondo sua dificuldade com pessoas jovens parece atribuir ao ator a mesma “marginalização” que sente, já que é de conhecimento público o relacionamento deste com uma mulher mais velha. A fã procura destacar-se das outras fãs de mesma faixa etária oferecendo o diferencial: ser uma jovem madura com os mesmos gostos pessoais que fantasia serem apreciados pelo ator. No final desta carta, a autora critica abertamente o relacionamento amoroso do ator dizendo que ele deveria procurar alguém da mesma idade que ele, e pensamos que ela se refere ao seu desejo de aproximação via os mesmos ideais valorizados.

Alguns fãs tentam reconhecer semelhanças entre eles e o ídolo, procurando inverter a unilateralidade desta relação de admiração e fascinação e tirar, mesmo que momentaneamente, o privilégio de exclusividade do ator: *“Como também sou fã de muitos outros artistas(...). Mais(sic) entre todos você é especial”* (M11, -).

O ator inicialmente é colocado num conjunto entre tantos outros admirados, para depois ganhar um lugar especial. Nesta carta o fã repete a situação que ele próprio vivencia de ser um entre outros, o de ser igual mas desejando, na verdade, um lugar diferente. Assim parece que ao escrever, o fã tenta provocar o ator com sua própria condição procurando despertar a mesma idéia de homogeneização na qual se encontra. A frase final parece um prêmio de consolação muito utilizado pelos indivíduos nas mais diversas situações cotidianas, quando não conseguem ou não podem destacar alguém do restante de um conjunto e dizem, sem muita convicção, que: “no fundo no fundo são especiais”. Podemos lembrar de situações de disputas familiares entre irmãos, primos e netos que desejam ser

especiais para avós ou tios, e para cada um é dito de seu lugar especial, evitando assim ferir os sentimentos de ser considerado igual a tantos outros.

Outra fã escreve assim:

“Eu também acho você uma pessoa comum, vejo em você o meu vizinho. Você é um garoto comum”.(M51, 12 anos).

Aqui em sua estratégia de se destacar, ela procura atribuir características comuns ao ator, e ao mesmo tempo colocá-lo como alguém igual a ela, ou melhor - ao retirar do ator a característica de ser especial, e por isto mesmo inatingível, a fã, antes separada pela fama e pelas condições antagônicas, pode imaginariamente trazer o ator para junto dela. A utilização do termo *vizinho* pressupõe esta quebra da distância, assim como reconhecer no ator um *garoto comum* implica também em trazer este ser especial para o mundo dos invisíveis anônimos. Estas duas cartas são tentativas de inversão da condição de singularidade e anonimato.

Outra fã recorre à característica comum de terem nascido numa mesma cidade para sugerir a idéia de vizinhança e reclama do acaso, responsável pelo desencontro dos dois:

*“Eu fiquei sabendo que você é de * (cidade natal do ator e da remetente). Às vezes eu queria ter nascido uns 6 anos mais tarde, eu tenho 21, aí eu teria 27 e quem sabe teria visto você aqui”.*(M3, 21 anos).

As cartas também contêm um aspecto de intimidade, mediante o uso de características informais na forma de diálogo, incluindo o uso de apelidos que lembram uma conversa oral. Destacamos os trechos a seguir:

“Oi amigo Roberto, tudo bem graças a deus” (M18, -).

“Olá Roberto, tudo bem contigo? Espero que sim. Comigo felizmente está tudo bem” (M47, 16anos).

“... falta na minha coleção uma foto com dedicatória. Meu nome é x, mas como você já é íntimo pode colocar xxx (apelido) pois não ligo pra estas coisas.” (M6, -)

A fã parece usar esta informalidade como a certeza de que se aproximou do ídolo, de que agora ambos partilham de uma relação pessoal digna de intimidades. Estão assim autorizadas e permitem ao ator utilizar as regras convencionadas para relações da esfera privada da existência. A fã também dialoga com o ator, tal qual uma carta enviada aos entes queridos informando sobre sua saúde, seu estado geral etc. Podemos pensar que a telenovela, e toda uma mídia de apoio como revistas, jornais e programas de tv, contribuem para este imaginário de intimidade com o ator, já os telespectadores participam, diariamente, não somente da ficção na tela da televisão, mas também de informações da vida privada destes. Todos os dias os indivíduos recebem toda a sorte de informações e fofocas da vida privada dos artistas e de outras figuras públicas da sociedade, o que contribui para o crescente sentimento de proximidade. Muitas cartas dizem considerarem o ator um ente da família devido ao grau de intimidade despertado no imaginário.

O sub item “fã número 1” tem uma certa continuidade com o “eu sei de você”, já que, muitas vezes, a fã utiliza uma estratégia apoiada na outra, ambas interligadas, na tentativa de singularização. O “fã número 1” é uma expressão presente em muitas cartas que reclamam um lugar especial enquanto fã, um desejo de ver reconhecido o seu esforço e sua dedicação de fã. A fã que recorre a esta estratégia está ciente da existência de milhares de outras fãs iguais a ela, mas mesmo assim ela guarda uma convicção de que talvez seja diferente, como já havia assinalado Coelho (1999).

Esta fã busca o extremo da diferenciação, deseja um lugar anterior ao número 1:

“Sou sua fã número 0 (só porque vem antes do 1), pois quero ser a primeira”. (M39, 14anos)

Mas algumas fãs não se sentem autorizadas pelo número 1, por não se sentirem merecedoras ou por não corresponderem ao esperado da condição de fã que se traduz em acompanhar a vida do ator, sua biografia, além de adquirir objetos, reportagens e fotos:

“Não posso dizer que sou sua fã n°1, não tenho tudo sobre você, não sei tudo sobre você, mas gosto muito de você”. (M17, 11anos)

Aqui encontramos a característica de uma disputa entre os fãs para saber quem é o merecedor deste lugar privilegiado junto ao ídolo. Entramos então no sub item do “eu sei

sobre você” uma maneira do fã, via um determinado conhecimento, justificar sua reclamação e direito de reciprocidade. A fã abaixo utiliza esta estratégia recorrendo ao tempo anterior ao sucesso e à previsão, ou melhor, à certeza do sucesso:

“ ao vê-lo pela primeira vez na TV no comercial de shampoo achei legal. (...)depois vieram fotos suas em revistas anunciando o início da novela(...) tenho várias matérias sobre você, sou sua fã n’1. Parabéns por você está gravando todos estes comerciais, ‘amei’. Isto prova o seu talento. Eu não estava enganada, sei que vc ainda vai longe. Gostaria de ter uma foto sua autografada.”(M19, 13 anos)

Outra fã também recorre ao conhecimento prévio do ator, no esforço de procurar informações, objetos, fotos que a autorize a solicitar e demandar mais do ator:

“Te acompanhava na sua carreira de modelo(...) Podendo obter informações, novidades e comentários sobre sua pessoa. Tudo que vejo que tem seu lindo rostinho ou que me faz lembrar você faço de tudo para conseguir comprar. E graças a Deus consigo fico por dentro de tudo . Até sua escova de dentes sei que é vermelha e também gosta de se cobrir até o pescoço com um lençol. Viu, sei um pouquinho.”(M39,14 anos)

Outras duas fãs recorrem ao conhecimento do ator enquanto sujeito psicológico dotado de uma personalidade que pode ser parecido ou diferente do personagem vivido na tela da televisão, a que ela conseguiria ter acesso:

“..Mas por incrível que pareça , eu encherigo(sic) o profissional que está dentro de você, eu gosto do Antônio (personagem) , porém sei que ele e o Roberto são pessoas completamente diferentes, e de personalidades opostas, mas infelizmente hoje em dia hoje em dia muitas fãs acabam confundindo o personagem com o ator , e aí é complicação na certa, pensam que a vida de ator é conto de fadas, que são a perfeição em pessoa, e esquecem que vocês são seres humanos iguais a todos nós.”(M37,-)

Nesta carta a fã acredita possuir uma capacidade de enxergar “mais além”, de descobrir as características do sujeito por detrás da fama, e esta crença em ser a única a compreender e solidarizar-se com o ator e seus sentimentos pode ser a garantia de distanciar-se das outras fãs.

Outra maneira de quebrar a assimétrica relação entre fã e ídolo é colocar-se na posição de poder ofertar um saber na forma de conselho, de ditado ou de recomendações, proporcionando ilusoriamente um deslocamento da posição original de recepção e de solicitante para outra diametralmente oposta:

“Com muita garra e talento você merece conquistar seu espaço” (M35, -)

Ou

“Quando você estiver fazendo telenovela, ou seja como for... jamais o faça por dinheiro, faça sempre com amor e carinho pelo seu trabalho...” (M32, 14 anos)

Ou

“Nunca se esqueça desta frase: querer é poder e conseguir. Nunca despeje uma amizade pois um dia precisará dela.” (M45, -)

Ou

“Os momentos mais esplêndidos da vida não são chamados dias de êxito, mas sim, aqueles dias em que saindo do desânimo e do desespero, sentimos erguer-se dentro de nós um desafio. A vida é a promessa de futuras realizações.” (M13, 25anos)

No sub-item *pedido de resposta* observamos uma série de estratégias utilizadas para atestar o recebimento da carta por parte do ator. A fã deseja ter a certeza de que sua carta foi lida e a resposta do ator é a confirmação de saída de sua condição anônima.

“Meu sonho é de te conhecer pessoalmente, como não é possível, o jeito é lhe enviar uma carta” (M17, 11anos).

Aqui vemos o desejo da fã de conhecer pessoalmente o ator, desejo este compartilhado por 90% das outras fãs, mas mesmo sendo pouco provável sua realização, ela mantém sua esperança de reciprocidade através do envio de uma carta.

“Deixo aqui meus sinceros agradecimentos e estarei aguardando uma sua resposta seja ela qual for”. (H16, -).

O pedido de uma foto atesta o recebimento de sua carta e assegura a resposta por parte do ator transformando esta resposta numa presença dele através da carta e da foto:

“Gostaria muito de te conhecer pessoalmente. Admiro muito seu personagem na novela.(...) não esqueça de mandar sua foto autografada por você”(M18, -)

“Bem como não posso ter você e nem vê-lo, me contentaria em apenas ter uma foto sua...” (M1, 15anos).

Alguns fãs enviam o envelope selado para facilitar a resposta, outros atribuem uma série de desculpas para o fato do ator não poder conhecê-lo pessoalmente:

“Sonho um dia te conhecer mais sei que no momento não é possível porque vc está gravando a novela. (...) se eu tivesse de escolher uma coisa no mundo seria te conhecer”. (M4, 13 anos).

Outra característica do pedido de resposta através de uma foto autografada é que esta é vista sob a ótica da originalidade:

“Gostava muito de te conhecer pessoalmente sei que isto é impossível, só me contento em ver-te todas as semanas na novela Cristal (...) gostava ter uma fotografia tua original, com tua assinatura”.(M47, 16 anos).

O interessante é que as fotos enviadas pelo ator – os santinhos - com assinatura são reproduções serializadas, mas que são vistas pelos fãs como originais. Levantamos a hipótese de que a originalidade esteja relacionada ao fato de ser enviada pelo próprio ator, que seria um indicativo de um caráter pessoal, ao contrário das fotos e posters adquiridos nas revistas, que teriam um caráter público, e qualquer um poderia obter. A foto enviada funciona como a certeza, a concretização, do fã ter sido pinçado da massa anônima, de ter conseguido ultrapassar a condição de anônimo.

3.4.2- O Discurso Amoroso

Nesta categoria iremos apresentar as diferentes formas de expressão de amor utilizadas pelos fãs com o objetivo final de estabelecer um relacionamento com o ator. Esta categoria de análise foi escolhida pelo fato da quase totalidade das cartas expressarem algum tipo de afeto, o que nos fez pensar no amor como motivação importante para o endereçamento de centenas de cartas. A condição de fã – ou de admiradora dos artistas – não se caracteriza exclusivamente pelo envio de cartas, já que uma parcela considerável de outras fãs jamais pensou em escrever para seus ídolos com a intenção de expressar admiração ou de receber uma resposta, ou mesmo de ver seus sentimentos correspondidos.

Percebemos na totalidade das cartas a predominância da manifestação de um tipo de amor, fruto do contexto sócio-cultural contemporâneo: o amor romântico. Este resiste ainda no imaginário contemporâneo como forma desejante dos sujeitos e encontra um reforço nos sonhos românticos presentes nas telenovelas (Costa,2000).

O amor romântico tem uma história, como nos mostra Jablonski (1998) e Costa (1998), originária da Idade Média com o amor cortês; este teria motivado uma coleção de histórias românticas com seus heróis e heroínas lutando e sofrendo pelo amor, as quais integram a tradição da cultura ocidental. Todo o discurso sobre o amor, as regras do jogo de sedução, os papéis masculino e feminino são ensinados e culturalmente apreendidos:

“A própria noção de fascinação romântica que governa o que dizemos sobre o amor, o que dizemos àqueles que amamos, o que esperamos que eles nos digam, como agimos e esperamos que eles ajam, é definida culturalmente por uma sociedade baseada na sexualidade” (Bloch, apud Costa 2000)

O autor refere-se à sociedade ocidental que foi sendo normatizada segundo determinadas práticas sexuais, amorosas e matrimoniais consideradas aceitáveis. O conceito de amor contemporâneo ainda é um herdeiro do amor romântico e isto aparece de

maneira clara nas correspondências das fãs, como um reflexo da sociedade e de suas instituições, e reforçado pelos enredos das novelas de televisão. A grosso modo, o amor romântico uniu a sexualidade ao sentimento, a paixão erótica ao casamento, e a necessidade de exclusividade do parceiro que deveria satisfazer completamente o sujeito, segundo os autores citados. A sociedade moderna exaltou o amor romântico como um ideal a ser atingido pelos sujeitos, e absolutamente necessário para o alcance da felicidade e realização pessoal. Para Costa (1998), o amor romântico ensinou a buscar a felicidade na companhia de um outro e acreditar que este ideal era imortal. Esta crença passou a ser um suporte identitário importante para fazer frente à insegurança subjetiva. *O "eu" moderno recorre ao amor buscando a estabilidade e o sentido de pertencimento que a partir de então passa a ser algo a se atingir e não uma pressuposição* (p.201). Esta idéia está apoiada no individualismo enquanto valor e ideologia que atribuiu grande importância ao indivíduo autônomo, independente e em pleno exercício de sua liberdade e de sua auto-transformação. A via amorosa é uma entre outras promessa de felicidade que a cultura oferece, mas é a mais enfatizada. Nesta direção, as relações pessoais e afetivas tornaram-se o *locus* privilegiado de investimento dos sujeitos, e é onde encontramos e fazemos o nosso lugar no mundo e onde investimos no outro parte importante de nós mesmos (Costa, 1998). O amor romântico é justamente a possibilidade de expressar a singularidade frente ao contexto de isolamento e fragmentação vividos pelos sujeitos (Diogo, 1995).

As cartas das fãs fazem elogios ao profissional, mas também à "pessoa" do ator, uma tentativa de desvendar o sujeito psicológico atrás da *persona*:

"... Hoje em dia é muito raro encontrar em uma só pessoa inteligência, beleza, jovialidade e maturidade, quero que saibas que és uma jóia rara e assim toda jóia, você deve preservar seu verdadeiro caráter e sua identidade, não, não permitindo que a fama e o sucesso te transforme em apenas um rosto bonito e de cabeça vazia." (M37, -)

A referência à beleza do ator e a seus atributos físicos são constantemente mencionados nestas cartas mas, em geral, a autora inicia com elogios mais subjetivos atribuídos ao ator para depois entrar nos atributos físicos, na questão da aparência. A questão do *rostinho bonito* é um clichê muito repetido:

“Queria te dizer que adoro seu trabalho, que você não é apenas um rostinho bonito, é talentoso de verdade e como é impossível resistir o seu charme, não posso deixar de dizer que você é lindo, sua voz é linda e seu corpo é maravilhoso.

Continue sempre fazendo este bonito trabalho e alegrando os corações de milhares de brasileiros como você faz...”(M1, 15 anos)

O quesito da aparência torna-se um jogo de negação e afirmação para muitas fãs. Parece necessário que a fã reconheça antes o “profissional talentoso” para em seguida autorizar-se a mencionar sua admiração pela aparência, pelo *rostinho bonito*. Esta negação enquanto atributo principal, escapa logo em seguida com força total.

Outros fãs referem-se exclusivamente ao trabalho do ator, ou solicitam apenas vê-lo em trabalhos futuros, como segue abaixo:

“Resolvi escrever esta carta porque sou uma grande fã tua e também porque quero elogiar o teu magnífico trabalho”. (M47, -)

“ Eu gostaria muito de te ver nas próximas novelas...quero te ver contracenando com a queridíssima Ana Paula Arósio, um lindo par romântico, torço para que isto aconteça e que alguma autor pense nisto.”(M11 -)

Outro sub-item interessante é a *prova de amor* que se apresenta através do envio de trabalhos, presentes ou rolos de papel com frases repetidas que teriam o objetivo de impressionar o ídolo com o esforço empreendido para tal tarefa.

A idéia de que o amor exige sacrifícios e provações é muito difundida na literatura. Os romances, a mitologia e os contos de fadas estão repletos de exemplos de provações pelos quais os amantes devem passar para merecerem a felicidade de permanecerem juntos. Na mitologia, Psiquê deverá amargar em uma série de castigos e tarefas para recuperar o amor de Eros; em Cinderela a jovem borralheira e o príncipe também passaram por muitos desencontros, intrigas e inveja, até a consumação da união. Os romances, os folhetins, as telenovelas e o cinema contam as histórias de heróis e heroínas em luta para fazer triunfar o verdadeiro amor. Em Romeu e Julieta e em Abelardo e Heloísa, os

impedimentos partem das famílias, e/ou das posições sociais entre os amantes, que podem levar como destino último à morte ou à reclusão como prova de amor. Em nossa amostra apenas uma fã enviou este tipo de correspondência, um rolo de 5 metros com a frase “eu te amo” repetida. Junto ao rolo ela envia um bilhete solicitando a amizade do ator e diz, categórica:

“Antes de mais nada, quero que você saiba que sou sua fã (...), e gostaria de deixar de ser apenas uma fã e me tornar sua amiga.” (M27, 15 anos)

A fã deseja ver reconhecido seu esforço - a provação necessária presente no imaginário - pedindo ao ator que seu gesto seja recompensado com a amizade. Ela pede para deixar a condição de ser *apenas* mais uma fã para o de alguém próximo e íntimo de fato, que possa compartilhar experiências.

A amizade é o terceiro sub-item que gostaríamos de abordar, pois muitas fãs escrevem aparentemente demandando amizade, embora acreditemos que este pedido mascare sua intenção real. A amizade é uma relação menos ameaçadora, e quem iria negá-la *a priori*?

“Roberto, será que você poderia guardar uma vaga no seu coração para mim? Eu acho que posso ser sua amiga mesmo você não me conhecendo” (M46, 14 anos)

O oferecimento de amizade parece confundir-se com um velado pedido de amor: uma vaga no coração do ator. O imaginário também comporta diversos modelos de romances iniciados a partir de uma amizade.

Existem formas oficiais de aproximação com o ídolo através dos fãs-clubes. Estas associações de jovens conseguem uma série de vantagens como fotos, ingressos e informações diretamente da assessoria do ator. Cada fã-clubes possui sua liderança, representada na figura de um presidente, que cumpre a tarefa de atualizar seus registros, as informações e todo o material que possa interessar aos membros, além da tarefa de aprovação de novos integrantes.

“Sou uma pequena garota que sonha em te conhecer. Um dia eu perguntei a minha colega se ela poderia me dar o endereço do seu fã clube quer saber o que ela me respondeu? Pra que você quer se você não tem a chance de entrar, e nem pense em escrever pra ele que ele nunca irá pegar nem no seu envelope, mais eu chorei tanto que resolvi pegar o caderno e escrever esta pequena carta. Será que a gente podemos ser amigos(sic)?” (M23, 14 anos)

O fã-clube é um espaço interessante para compartilhar o afeto por um mesmo objeto e que pode a vir a estreitar os laços e ampliar a gama de trocas. A fã acima, depois de ver fracassada sua chance de integrar um dos fãs-clubes, lança um desafio e arrisca endereçar seu apelo diretamente ao ator, mantendo a esperança de que com ela possa ser diferente. Se a fã acima mantém uma dúvida quanto à possibilidade de concretização de seu desejo, uma outra parece nem questionar uma possível negativa:

“Em primeiro lugar como você já sabe me chamo X, porém gostaria que você me chamasse pelo meu apelido XS. É assim que meus amigos me tratam e quero que você seja um deles. Ok. (...) amo seu trabalho e principalmente sua pessoa. Continue assim como você é: simpático, amigo, legal, bonito, gostoso, sensual, alegre e tudo mais” (M5,)

Esta fã escreve numa relação de intimidade com o ator. Podemos pensar, a partir do que foi apresentado no capítulo 2, que a presença diária através da tela da televisão cria uma proximidade com o ídolo, isto somado a toda a rede de informações e notícias que sustentam a curiosidade do público por sua vida privada. Unindo os fragmentos de notícias e informações acessíveis através dos meios de comunicação às projeções individualizadas dos fãs, a personalidade do mito ou galã vai sendo moldada. Vimos que o ato de assistir à televisão e à sua programação padronizada, tem como efeito a “união” dos telespectadores ao redor da tela, participando das histórias contadas pelas telenovelas ou da vida privada dos artistas através de programas de tv, notícias e informações nas revistas e jornais. Esta rede de comentários que se forma favorece o sentimento comum de partilhar dramas e histórias reais, mesmo sendo fictícias, com outras pessoas o que, segundo Hamburguer (1998), cria um sentido de integração e pertencimento à comunidade mais ampla. O indivíduo aproveita as histórias e situações da telenovela para falar de seus engajamentos pessoais, dos seus valores, das suas dúvidas ou seus problemas individuais, dos comportamentos desejáveis e dos reprováveis.

Duas fãs escrevem sobre o relacionamento amoroso do ator (na vida real) com Regina e dizem poder perceber o sujeito psicológico atrás da *persona*:

“... porque dá pra ver que você Roberto e a Regina se combinam em muitas coisas. Com certeza existe uma química entre vocês” (M11, -)

“Te acho uma pessoa super pra cima, alegre e muito humilde que é o mais importante . .(.)Gosto também de ver como você ama a Regina, que eu sou fã, vocês fazem um casal lindo” (M45, -)

O relacionamento amoroso do ator é aprovado pela maioria dos fãs, o que nos faz pensar na fantasia destes a respeito do encontro amoroso e de uma projeção da capacidade de concretização do ideal de amor romântico. Por outro lado é também uma forma de antecipar a frustração da impossibilidade de viver isto com seu ídolo.

Uma fã de Portugal procura destacar-se da massa de outras fãs com uma carta de fato singular: ela escreve como alguém que gostaria de conhecer melhor o Brasil, tem curiosidade sobre o país e muitas perguntas, pois deseja mudar-se para cá.:

“Estou a escrever não porque sou uma fã, apesar de admirar muito o seu trabalho, mas porque eu preciso me corresponder com alguém do Brasil, tenho uma porção de perguntas para fazer. Eu já tentei fazer uma amizade saudável pela internet, mas não encontrei ninguém que se mantivesse decente até o quarto ciber encontro, entendes? (...) e eu vi uma imagem de ti que nada tem a ver com o actor, mas tudo a ver com a pessoa, senti que és amigo dos teus amigos.”(M57,-)

Na verdade a autora inicia seu texto tentando negar sua condição de fã, afirmando que seu interesse é o de estabelecer uma correspondência com uma pessoa comum, mas contraditoriamente ela endereça um pedido de amizade a alguém muito incomum: um ator famoso que ocupa o lugar de galã da novela. Podemos recorrer ao primeiro capítulo quando esboçamos o uso da carta como exercício de subjetividade: endereçada a alguém, mas que cumpre a tarefa de auto-transformação e elaboração subjetiva. O escrever uma carta faz voltar um olhar sobre si mesmo, já que o gesto exige um recolhimento para reflexões (Foucault, 1969) traduzidas em texto. Esta fã revela as tentativas frustradas de estabelecer relacionamentos utilizando a internet e parece optar pela via tradicional – carta –

endereçada a alguém que ela pode ver através da tela da televisão e de revistas especializadas. Enquanto mostra seus aspectos subjetivos, seus valores e expectativas - o que espera de uma amizade, a decência e o respeito que para ela exigem um certo tempo, mais do que quatro encontros - a fã fantasia e projeta no ator os aspectos por ela idealizados. O ator de alguma maneira passa a encarnar uma série de atributos por ela valorizados que confunde o "actor" com "a pessoa". Afinal, o ator é ou não uma pessoa, um sujeito dotado de personalidade, de gostos, de desejos? Será que a fã não estaria confundindo o personagem com o ator? Ou ela acredita poder identificar aspectos subjetivos escondidos atrás da imagem pública do ator: *galã rostinho bonito*?

A televisão cria esta confusão entre vida pública e privada, e principalmente sustenta a crença entre a imagem (a aparência, o falso e enganoso) e a pessoa do ator (o profundo, o verdadeiro, "quem ele é"). Nesse jogo entre ficção e realidade, as fãs lutam por conseguir identificar os aspectos "verdadeiros" do ator estabelecendo assim um diferencial, uma espécie de sintonia com a "pessoa" dele, mostrando que o conhecem bem e que desejam aproximar-se *desta pessoa* e não da imagem. Este é um jogo infinito de projeções próprio da idealização do objeto amoroso como vimos antes.

O discurso amoroso aparece sob a forma de declarações de amor do tipo "sou louca por você", "estou hipnotizada", "te amo, te adoro, você é tudo para mim" até sua forma explicitamente erotizada como a seguir:

"A pesar (sic) de ter 18 anos eu ainda não tive a minha primeira relação sexual, mas adoraria que fosse com você. Eu ainda não tive porque ainda não chegou a hora e os namorados que tive não eram tão interessantes como você. E depois eram adolescentes como eu, e preciso ter uma experiência assim com alguém de 27 anos como você. Certo?? Seria inesquecível para mim." (M52, 18 anos)

As fãs que fazem este tipo de convite direto para uma relação sexual são raras, embora algumas façam referências aos beijos e às cenas picantes das novelas, manifestando o desejo de estarem no papel da atriz que contracena com o galã.

A maioria das cartas com declarações de amor usa o discurso amoroso para expressar seu afeto claramente marcado pela idealização e pelo fascínio. O vocabulário escolhido para traduzir a gama de sentimentos e desejos despertados no fã é o mesmo na

maioria das cartas. Encontramos a repetição de frases e palavras, de expressões e símbolos gráficos, mas seus autores parecem desconhecer este fato: o fã sente-se único, singular quanto a seus sentimentos e na forma de expressá-los. Escolhemos alguns trechos de cartas que representam a maioria quanto a esta repetição:

“Quero ser feliz ao seu lado, perco a noção do tempo por causa de você. Tudo o que eu quero neste mundo é você.(...) Eu queria tanto te conhecer, se alguém pudesse realizar esse encontro...”(H26, -)

Ou:

“Você deve me achar uma criança por ter apenas 15 anos. Mais saiba que o sentimento de uma criança é o mais puro e verdadeiro.(...)vou fazer o possível e o impossível para ir te ver e levar um ursinho marrom, lindo pra você. Espero que eu consiga.”(M27, 15 anos)

Ou:

“minha mãe fala: minha filha você tem que pensar em um homem que dá pra você pegar, não só olhar, mas eu nem ligo e sempre vou ficar te olhando e admirando(...)eu sou louca por você, quando te vejo em Cristal ou em fotos dá vontade de quebrar a televisão e te pegar, mas sei que daí mesmo que não vou poder te ver” (M20, 11 anos)

Os clichês de arrebatamento circulam no imaginário social e são reforçados nas telenovelas, nos seus melodramas, cujas histórias giram em torno dos grandes amores impossíveis, nas dores do amor e na sua importância existencial. Como nos lembra Jablonski:

“O que os adolescentes aprendem através de maciça doutrinação é que um dia encontrarão um príncipe encantado(ou princesa encantadora), com todas as qualidades possíveis e imagináveis, o que lhes trará felicidade ímpar para o resto de suas vidas.”(1998, p.83)

Toda esta doutrinação é devolvida sob forma de carta aos atores de telenovela. Se, segundo Morin (1962), cultura de massa fornece os modelos para a conduta e para a vida

privada e ensina que estar apaixonado é algo desejável e positivo, como recusar ou ousar escapar de apelo tão cativante?

Uma pequena fã de 10 anos nos apresenta um desdobramento interessante e estimulante para esta experiência tão comum na adolescência - o estar apaixonado:

*“Sou louca por você, queria te conhecer pelo menos por um dia. Você é a primeira pessoa em que me apaixonei, mas também sou louca por um garoto da minha sala. Seu nome é *, mas ele não sabe que gosto dele, mas desconfia. Minha melhor amiga não gosta dele mas ele gosta dela, tentou beijá-la a força e eu não gostei, e ele ainda saiu rindo. Minha amiga que foi namorada dele mora no Paraná.” (M44, 10 anos)*

Mais adiante ela também solicita que ele realize o sonho de muitas garotas através de um programa chamado “Dia de Princesa” – o ator passa um dia inteiro com uma fã escolhida através de sorteio – e também que dance a valsa de 15 anos em sua festa. Esta fã parece estar ensaiando os primeiros passos para a entrada no universo amoroso com seus pares. A paixão pelo ator e o desejo de conhecê-lo é simultâneo ao sentimento nutrido por um garoto de sua idade e próximo a ela, mas ambos trazem a decepção e a frustração do não correspondido, da não resposta à sua demanda de amor.

O amor apaixonado pelo ídolo pode abrir possibilidades de trocas com os pares através do fã-club e ser a porta de entrada de muitas jovens no terreno da experiência amorosa com jovens; como disse a fã M20 citada anteriormente, alguém que se “possa pegar e não somente olhar”. Esta fã no alto de seus 11 anos já antecipa o encontro real com o sexo oposto, que por ser temido pelas adolescentes pode ser endereçado ao ídolo com os riscos diminuídos devido a sua impossibilidade de concretização; funciona assim como medida de proteção inconsciente.

Poucas fãs discursam sobre a novela ou opinam sobre a trama. Observamos em nossa análise das correspondências que a carga afetiva recai sobre a figura do ator. As telenovelas, objeto da cultura de massa, que emocionam e envolvem milhares de sujeitos tão diferentes entre si fornecem uma espécie de encontro comum, uma identificação com os temas gerais da existência, dos desejos, das inquietações e das dúvidas dos sujeitos contemporâneos (Fischer, 1984). As relações entre televisão e público, televisão e sociedade são compostas de projeções e identificações de aspectos que transitam na

sociedade enquanto possibilidades existentes ou de um vir a ser. O galã lançado a cada telenovela pelas emissoras funciona como a *vedete* (Morin,1962, e Adorno, 1944) citada no capítulo segundo, que é necessária para despertar e manter o interesse renovado do público criando assim a ilusão de novidade.

Enfim, o discurso amoroso utilizado pelas fãs é a expressão individual dos sentimentos, e como nos mostrou Coelho(1999) uma maneira do fã compreender seus afetos e de singularizar-se diante de seu ídolo. Diferente da relação de fascinação e idolatria, o modelo da relação amorosa envolve dois sujeitos em reciprocidade e, por isto mesmo, ao endereçar amor ao ídolo, a fã fantasia uma possibilidade de realização. Além deste fato, a cultura valoriza e considera legítimo, e socialmente aceitável, o estado de amor e de "apaixonamento". Já na fascinação os aspectos enaltecidos são a loucura e a doença que esta relação pode provocar, por isto torna-se tão desvalorizado socialmente. Todos aqueles devotados ao mesmo objeto pela fascinação estão indiferenciados entre si. No discurso amoroso a fã crê destacar-se da massa de outros fãs através do amor, que culturalmente é visto como uma experiência individualizada e única.

4- Considerações Finais

*"(...) Tinha suspirado, Tinha beijado o papel devotamente! Era a primeira vez que lhe escreviam aquelas sentimentalidades, e o seu orgulho dilatava-se ao calor amoroso que saía delas, como um corpo ressequido que se estira num banho tépido; sentia um acréscimo de estima por si mesma e parecia-lhe que entrava enfim numa existência superiormente interessante, onde cada hora tinha seu encanto diferente, cada passo conduzia a um êxtase, e a alma se cobria de um luxo radioso de sensações". (Eça de Queiroz)**

Durante o ano de 2001 este trecho da obra "O primo Basílio" de Eça de Queirós foi incessantemente recitado aos ouvintes das rádios, uma vez inserido numa das músicas de maior sucesso deste ano, e que atesta a emoção de receber uma carta de amor e com ela o reconhecimento do próprio valor através do olhar de um outro.

Receber uma carta implica a sensação de sermos lembrados por alguém, de sermos interessantes, de estarmos vinculados e ligados uns nos outros - quer pela lembrança e pela saudade, quer pela vontade de dizer e de ouvir. O laço entre remetente e destinatário vence a separação e a distância na intenção de estarem e de permanecerem juntos. A carta tem o poder de fazer reviver as sensações e os afetos pela via imaginária. Segundo Comte-Sponville(1997), é quase sempre de amor que se escreve:

"Escrevo para dizer-te que te amo, ou penso em ti. (...)Partir é morrer um pouco. Escrever é viver mais."(pp37)

Concordamos com o autor acima quando diz que escrever é viver mais, já que possibilita a troca entre os sujeitos fazendo circular o que somos, o que nos tornamos e o que esperamos. Para o filósofo as cartas são tão frágeis quanto seu autor pois se parecem com ele e podem revelar sua alma introduzida até na espessura de um envelope.

*Trecho da obra "O primo Basílio" de Eça de Queiroz recitado na música "Amor I Love You" de autoria de Marisa Monte e Carlinhos Brown.

As cartas de fãs carregam as subjetividades contidas nos frágeis envelopes aéreos, nas montanhas de papéis acumulados no departamento de elenco das emissoras.

Iniciamos esta dissertação perguntando o que os fãs endereçavam aos seus ídolos e constatamos que a maioria absoluta demandava por amor e por reconhecimento. As fãs desejam o reconhecimento sob a forma de um amor correspondido ou da atribuição de um lugar diferenciado junto ao ídolo, escapando assim da indiferenciação das massas. A proximidade tão desejada e o amor correspondido parecem ser o passaporte "*para uma existência superiormente interessante*" no dizer de Eça de Queiroz. O objetivo de deixar sua condição de fã anônima e galgar um outro lugar mais gratificante é a tônica do discurso do fã.

Para tanto, o fã utiliza inúmeras estratégias de singularização vistas no terceiro capítulo constituindo assim um esforço em destacar-se dos demais. A tensão existente entre massificação e singularização perpassa o conteúdo das cartas e destaca a via amorosa como sua expressão máxima. O ideal do amor romântico aparece "entre as linhas" traçadas pela maioria absoluta dos fãs revelando tratar-se de um suporte identitário fundamental no contexto moderno. Há uma repetição maciça de palavras, de elogios e de expectativas em relação ao ator e ao sentimento amoroso, reflexo do imaginário cultural e que aparece reforçado no enredo das telenovelas. O fã ao enviar sua carta acredita, e mantém a esperança, de que o amor criado por ele venha a ser correspondido pelo ator, crença bastante razoável segundo as histórias narradas. Novamente esta pedagogia amorosa exercida pelas telenovelas é apreendida por milhares de fãs que a devolvem ao ator buscando uma saída da massificação: via a expressão do amor de forma individualizada, apesar de apresentar uma padronização.

O número reduzido de cartas que emitem opiniões sobre a história narrada pelas telenovelas nos leva a pensar que, pelo mesmo no universo pesquisado, a percepção e o interesse destes fãs recaem sobre a figura do ator, do galã (mesmo no caso desta telenovela em que o personagem vivido por Roberto despertou uma série de controvérsias a respeito da diferença de idade entre o casal protagonista e depois a troca de objeto amoroso entre a mãe e filha). A indústria dos meios de comunicação lança periodicamente um novo galã em sua programação e este funciona como uma motivação a mais para a audiência. Antes mesmo do início de uma telenovela outras mídias como as revistas e os jornais começam a

promover uma verdadeira campanha apresentando a nova estrela. A massificação deste rosto super-exposto pela televisão reverte-se numa massificação de respostas por parte do público. Milhares de jovens passam a sonhar e fantasiar com o novo galã fabricado pelos meios de comunicação.

Para além desta tentativa de singularização e expressão do sentimento amoroso gostaríamos de tecer algumas considerações quanto a importância da escrita para estes sujeitos. Voltemos então ao questionamento encontrado no capítulo primeiro quanto ao destino de uma carta. Podemos propor uma analogia entre as cartas de fãs e as cartas dos migrantes do filme "Central do Brasil" de Walter Salles, pois nas duas situações as cartas não cumpriram seu destino: o de serem lidas. O protagonista do filme, Josué, descobre que seu esforço de endereçar notícias e de restabelecer contato com o pai e irmãos é inútil, já que a "escrevinhadora" de cartas, que é regamente paga pelo serviço, não as despacha pelo correio. A não resposta por parte do destinatário não é opcional, já que este nem toma conhecimento de sua existência. Nas cartas de fãs encontramos outra situação já que elas permanecem fechadas e invisíveis ao destinatário por escolha própria. Deduzimos que o volume de cartas que o ator recebe a cada mês torna inviável sua resposta individualizada. Mas o que gostaríamos de destacar é a função que este endereçamento guarda: o de promover uma tentativa de saída da condição passiva de massificação frente ao oferecido e de elaboração subjetiva dos sentimentos, de opiniões, de valores de cada remetente. O ato de escrever para alguém proporciona, como nos disse Comte-Sponville (1997) e Foucault (1969), um voltar-se para si mesmo num processo de auto descoberta e auto transformação, o que torna esta experiência uma possibilidade de enriquecimento para o sujeito. Escrever estas cartas para o fã pode ser um recurso para tecer novos significados ao que é vivenciado e que permaneceria inacessível pelo silêncio. Por este motivo entendemos que os avanços tecnológicos não constituem uma ameaça séria a continuidade e utilização da prática da correspondência já que não se trata apenas de sua função informativa mas de um outro tipo de uso a que se presta. Semelhante ao diário pessoal onde o autor pode especular, duvidar e perguntar a si mesmo enquanto escreve, a carta diferencia-se por abarcar e submeter-se ao olhar do outro. O ator é colocado no lugar de interlocutor imaginário destas fãs que diante do gesto da escrita e diante da não resposta do ator podem vir a desinvestir este objeto idealizado e investir em outros objetos e outras formas de relacionamentos amorosos.

Entendemos a carta de fã dentro desta perspectiva de recurso importante na constituição subjetiva.

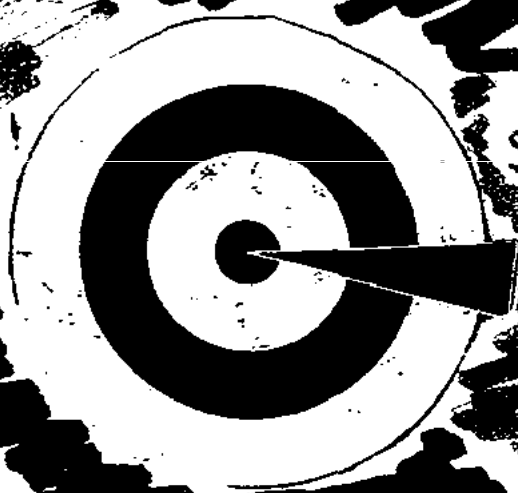
5- ANEXOS

ADCENTE



Estou
louca, amansa
e desesperada
pela sua
resposta!

para não esquecer



Sonhos
são minhas
nutras, mais
realizações
são meus
alvos!

→ Cento cada
minuto do
meu dia!

Já pensou?
será uma
festa!



Estou correndo,
pois, é um caso
de ou!



Remitente:

Carape
Serra
E.S.

CEP:
729 173 000

Rede Globo -
Departamento de Glenco
Rua: Pacheco Leão nº 320
Jardim Botânico - RJ
CEP: 22460-030

P/



"FINALMENTE MEU SONHO
SE TORNOU REALIDADE!"
ESPERO!

Espero que a
minha seja a
mimosa!



Preciso da
URGENTE!



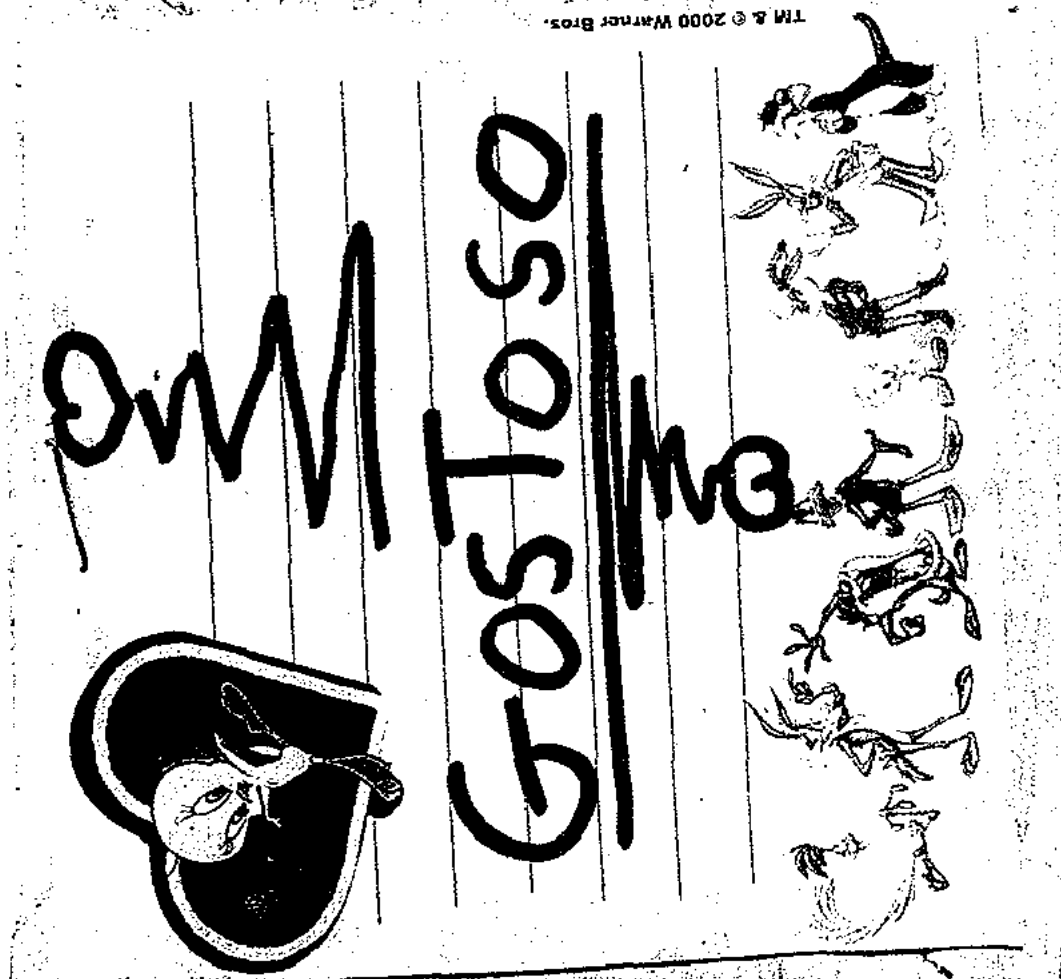
39



Conto com você p/ poder
me ajudar
e w ficar
assim.



A felicidade,
enfim, encontrou
meu coração.
Art Popular



MM

GOSTOSO

MM



TM & © 2000 Warner Bros.

Riude Janeiro, 19 de Outubro de 2000.

oi meu amor,
se é que eu posso te chamar
assim ☺.

Já escrevi antes pra você, e você
nem respondeu ☹, queria de ani-
versário uma carta sua, mas
já passou ☹, e você não mandou.

Você tem e-mail?? Sei que você
não tem tempo pra nada, mas lembra
de mim na hora de responder as cartas.
O meu e-mail é [redacted].br.

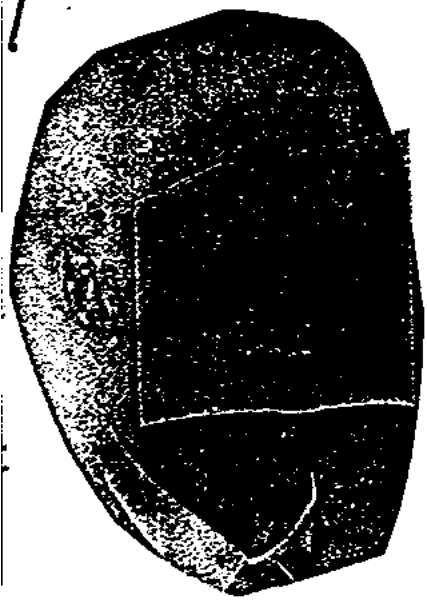
Escreva pra mim.

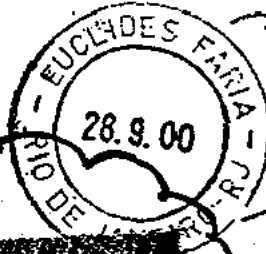
Seu trabalho é
ótimo, você tá
de parabéns
como o [redacted]
só não queria
que você termi-
nasse com a
[redacted] e sim com
a [redacted].

Aguardo uma
resposta.

TE AMO MUITO ☺
Beijo ☺ [redacted]

o que
é lindo.





2



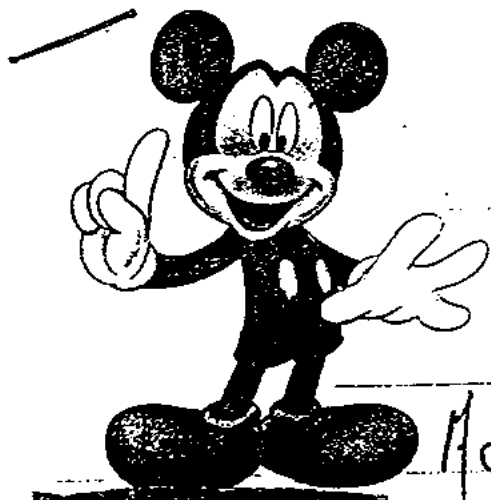
[Redacted]

R. Jardim Botânico
 nº 266/405
 CEP - 22461-000
 Rio de Janeiro - RJ.



VIA AÉREA
PAR AVIÃO

1



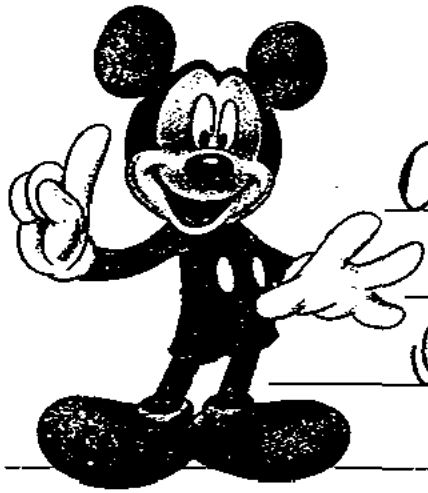
11
Juiz de Fora 3 de outubro de 2000

Aqui, quem te escreve, é sua super fã
e 25 anos de idade.

Queria dizer que adoro seu Trabalho, que você não é apenas um menino tímido e talentoso de verdade e como é impossível resistir ao seu charme, não posso deixar de dizer que você é lindo, sua voz é linda, seu corpo é maravilhoso!

Continue sempre fazendo este bonito Trabalho e alegrando os corações de milhares de Brasileiros como você faz com este seu sorriso encantador.

Hum, como não posso ter você e nem vê-lo, me contentaria em apenas ter uma foto sua, então manda uma pra Mim.



Caxias, 03 de Outubro de 2000

Oi [redacted]! Tudo bem?

Meu nome é [redacted], tenho 16 anos. Sou mais uma de suas tantas e tantas fãs espalhadas por esse nosso Brasil maravilhoso!

As pessoas riram de mim quando disse que lhe escreveria. Mas, não ligo para o que os outros falam e me arrependo só do que não fiz. Nesta vez, gostaria de lhe parabenizar por tanta beleza, pelo bom caráter demonstrado e pela sua determinação em realizar um excelente trabalho na trama [redacted].

Você tem uma simpatia tão grande que é impossível não lhe achar irresistível! A

ASIL
0,27

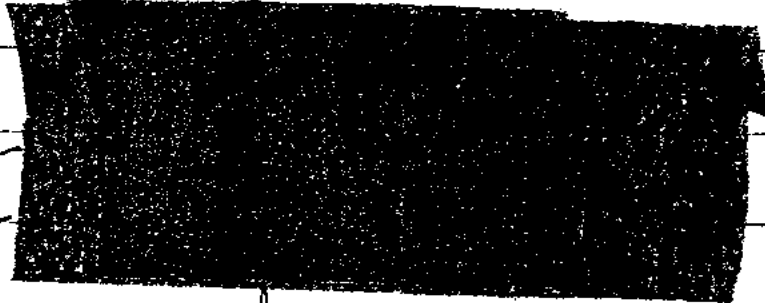
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted] meu nome [Redacted]
[Redacted] [Redacted] e yomei
[Redacted] [Redacted] [Redacted]
[Redacted] não sei tudo sobre re-
ce, não sei tudo sobre
[Redacted] mas goste muito
[Redacted] [Redacted]. Meu sonho
é de ter um [Redacted] pessoal-
mente, [Redacted] e
pessoal [Redacted] e lhe
enviar uma carta.
[Redacted] gostaria
muito que você man-
dasse uma [Redacted] sua
ou [Redacted] toda.
[Redacted] esqueça de me
escrever e principalmen-
te de mandar um
beijo especial para.

(17)



Desejo a Mãe um Feliz
 Natal e um Ano novo
 Cheio de Saúde, Paz, Ale-
 gria e muitas Felicidade
 Ah! e muito mais
SUCESSO

Esses são os Sinceros votos
 de sua filha



P.S.: Por favor não demore na
 devolução da Remessa. Ok? Bom

6- BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. A Indústria Cultural. In: *Teoria da Cultura de Massa* (LIMA, L.C. Org.). Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.
- ALBERTI, S. *Esse sujeito adolescente*. Rio de Janeiro, Relume Dumará, 1996.
- AMARAL, G. Sévigné em ação: sévignações. In: GALVÃO, W. e GOTLIB, N.(org.) *Prezado Senhor, Prezada Senhora-Estudos sobre cartas*. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.
- ANDERSON, B. *Imagined Communities*. Revised edition. London, Verso, 1991.
- BARDIN, R. *Análise do Conteúdo*. Lisboa, Edições 70, 1977.
- BARTHES, R. *A Câmara Clara*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.
- BAUDELAIRE, C. O pintor da vida moderna In: COLELHO, T. *A modernidade de Baudelaire*, RJ, Paz e Terra, 1988.
- BAUDRILLARD, J. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa, Edições 70, 1991.
- BAUMAN, S. *A globalização: as Consequências Humanas*. Rio de Janeiro, Zahar, 1999.
- BENJAMIM, W. (1936) A Obra de Arte na época de sua Reprodutibilidade Técnica. In: *Obras Escolhidas I*, São Paulo, Brasiliense, 1994.
- _____ Sobre alguns temas em Baudelaire. In *Obras escolhidas III*. SP, Brasiliense, 1991.
- BEZERRA, B. A Retomada do Futuro: Tempo e utopia na Subjetividade contemporânea. In: SOUZA, S.(org.) *Mosaico: Imagens do Conhecimento*. Rio de Janeiro, Rios Ambiciosos, 2000.
- _____ Narratividade e Construção da Experiência Subjetiva. In: MARZAGÃO et all (org.), *Psicanálise e Universidade – Temas Conexos*, Belo Horizonte, Passos, 1999.
- BOSI, E. *Cultura de Massa e Cultura Popular*. Petrópolis, Vozes, 1972.
- _____ *Memória e Sociedade. Lembranças de Velhos*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

- BUTTONI, D.H.S. *Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. São Paulo, Edições Loyola, 1981.
- CARDOSO, M.R. Carta de Leitor. Reflexões a partir do arquivo de Pedro Nava. In: GALVÃO, W. e GOTLIB, N.(org.) *Prezado Senhor, Prezada Senhora -Estudos sobre cartas*. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.
- CARDOSO JÚNIOR, W. *Juventude e Televisão*. Rio de Janeiro, Departamento de Educação da PUC-RJ, Dissertação de Mestrado, 1999.
- CARNEIRO, M. A. *A Utilização de Celebidades e o Múltiplo Endosso na Propaganda*. Rio de Janeiro, Departamento de Administração de Empresas da PUC- RJ, 2001.
- COELHO, L.A. A Repetição na Cultura. In: SOUZA, S.(org.) *Mosaico: Imagens do Conhecimento*. Rio de Janeiro, Rios Ambiciosos, 2000.
- COELHO, M.C. *A Experiência da Fama*. Rio de Janeiro, FGV, 1999.
- COMTE-SPONVILLE, A. A correspondência. In: *Bom dia angústia*. São Paulo, Martins Fontes, 1997.
- Correspondência de Abelardo e Heloísa*. São Paulo, Martins Fontes, 1997.
- COSTA, C. *Eu Compro Esta Mulher: Romance e Consumo nas Telenovelas Brasileiras e Mexicanas*. Rio de Janeiro, Zahar, 2000.
- COSTA, J.F. *Psicanálise e contexto Cultural*. Rio de Janeiro, Campus, 1989.
- _____ *Sem Fraude Nem Favor –estudos sobre o amor romântico*. Rio de Janeiro, Rocco Ed., 1998.
- DEBORD, G. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro, Contraponto, 1997.
- DEBRAY, R. *Manifestos Midiológicos*. Petrópolis, Vozes, 1994.
- DeFLEUR, M. e BALL-ROKEACH, S. *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro, 1993.
- DIOGO, D. Discurso Amoroso da Fã: A Telespectadora em Cena. In: *Imagens da Sociedade Contemporânea e Narcisismo*. Cadernos de Psicanálise do Círculo Psicanalítico do Rio de Janeiro, pp 61-74.
- DIZARD, W. *A nova Mídia: A Comunicação de Massa na era da informação*. Rio de Janeiro, Zahar, 1999.
- ECO, U. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo, Perspectiva, 1970.

- FERREIRA, A. P. Narrativa Epistolar : Reconstrução da Intersubjetividade Migrante. In: *O migrante na Rede do Outro*. Rio de Janeiro , Tecorá , 1999.
- FISCHER, R. *O Mito na Sala de Jantar*. Porto Alegre, Movimento, 1984.
- FIGUEIREDO, J.C. Modelos de Cartas para Todos os Fins. Rio de Janeiro, Edições de Ouro, 1969.
- FOUCAULT, M. A Escrita de Si .In: *O que é um autor*. Lisboa, Verso, 1969.
- FREUD, S. (1921) Psicologia de Grupo e Análise do Ego. In: Obras Completas, Vol.XVIII, Rio de Janeiro, Imago editora, 1976.
- GABLER, N. *Vida. O Filme*. São Paulo, Companhia das Letras, 1999.
- GALVÃO, W.N. A margem da carta. In: *Desconversa*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1998.
- GUEIROS, M.C. *Consumo, logo existo: um estudo psicanalítico sobre modismos das novelas das oito*. Dissertação de Mestrado em psicologia, PUC-Rio, 1993.
- HABERT, A. *Fotonovela e Indústria Cultural. Estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões*. Petrópolis, Vozes, 1974.
- _____ Espontaneidade e submissão: leituras de Agosto. In: *Anais do IX Encontro Latino Americano sobre o pensamento de Winnicott*. Outubro de 2000.
- HAMBURGUER, E. Diluindo Fronteiras. A Televisão e as Novelas no Cotidiano. In: NAVAIS, F. e SCHWARCZ, L. (Org.) *A História da Vida Privada no Brasil IV*, Rio de Janeiro, Companhia das Letras, 1998.
- JABLONSKI, B. *Até que a vida nos separe – A crise do casamento contemporâneo*. Rio de Janeiro, Agir , 1998.
- KONDER, L. Adorno e Benjamin. In: SOUZA, S.(org.) *Mosaico: Imagens do Conhecimento*. Rio de Janeiro, Rios Ambiciosos, 2000.
- LEAL, O. *A Leitura Social da Novela das Oito*, Petrópolis, Vozes, 1990.
- LEITE, M. Mulheres e Famílias In: SAMARA, E.(org.) *Famílias e Grupos de Convívio*. Revista Brasileira de História, São Paulo, V.9 no. 17, pp143-178, 1988.
- LIMA, R. Reeleição: o Ritual de negociação entre produção e recepção no discurso jornalístico. Revista Comunicação e Sociedade, n'27, pp 42-60, 1998.
- MACHADO, A. *Pré-Cinemas e Pós-Cinemas*. São Paulo, Papyrus , 1997.
- MARCONDES, C. *Televisão*. São Paulo, Moderna, 1988.

- MIDLIN, J. Cartas para que vos quero? In: GALVÃO, W. e GOTLIB, N. (org.) *Prezado Senhor, Prezada Senhora - Estudos sobre cartas*. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.
- MIRANDA, L.L. *Criadores de Imagens, Produtores de Subjetividade: A Experiência das TVs Comunitárias*. Projeto de Qualificação de Doutorado, PUC-RJ, 1999.
- MIRANDA, T. A Arte de escrever Cartas. IN GALVÃO, W. e GOTLIB, N. (org.) *Prezado Senhor, Prezada Senhora - Estudos sobre cartas*. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.
- MORIN, E. (1962) *Cultura de Massas no Século XX. Neurose*. Rio de Janeiro, Forense, 1997.
- NEVES, B.L.F. *As Máscaras da Totalidade Totalitária: memória e produção sociais*. Rio de Janeiro, Forense universitária, 1988.
- NORD, D.P. *Reading The Newspaper: strategies and Policts of Reader Response, Chicago, 1912-1917*. *Journal of Communication* 45(3), summer, 1995.
- RIBEIRO, N. *A Correspondência Amorosa na Prisão*. Rio de Janeiro, Departamento de Psicologia da PUC-RJ, Dissertação de Mestrado, 1997.
- SALLES, W. *O Documental como Socorro Nobre da Ficção*. In: *Revista Cinemais*, Rio de Janeiro, UENF, Funarte, n.9, jan/fev. 1998.
- SANTOS, N.P.T. *A Carta e As cartas de Mário de Andrade*. Rio de Janeiro, Diadorim, 1994.
- SARLO, B. *Paisagens Imaginárias*. São Paulo, Edusp., 1997a.
- _____ *Cenas da vida pós-moderna*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997b.
- SENNET, R. *Narcisismo y Cultura Moderna*. Barcelona, Kairós, 1977.
- SIMMEL, G. (1903) *A Metrópole e a Vida Mental*. IN VELHO, O. *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro, Guanabara., 1987.
- SODRÉ, M. *A Comunicação do Grotesco*. Petrópolis, Vozes, 1972.
- _____ *O Monopólio da Fala*. Petrópolis, Vozes, 1977.
- _____ *A Máquina de Narciso*. Rio de Janeiro, Achiamé, 1984.
- _____ *Televisão e Psicanálise*. Rio de Janeiro, Ática, 1987.
- _____ *O Brasil Simulado e o Real*. Rio de Janeiro, Rio Fundo, 1991.
- _____ *Reinventando a Cultura*. Petrópolis, Vozes, 1996.

————— Álbum de Família. In: NOVAES, A . (org.) *Rede Imaginária*. São Paulo, Companhia das Letras, 1991.

SOUZA, S. Os paradoxos da Imagem e a Experiência com o Conhecimento e a Cultura. In: SOUZA, S.(org.) *Mosaico: Imagens do Conhecimento*. Rio de Janeiro, Rios Ambiciosos, 2000.

WANDERLEY, A. *A distímia e a construção do indivíduo insuficiente*. Rio de Janeiro, Departamento de Medicina Social da Uerj, Dissertação de Mestrado, 2001.

Periódicos

DIMENSTEIN, G. “*Você confia em horóscopo?*”. Folha de São Paulo, Caderno Cotidiano, 26.9.1999, p.8.

TELLES, S. *Espelhos, Espelhos*. Folha de São Paulo, Caderno de Literatura, 11.3.1989, pp.5-7.

Programas de televisão

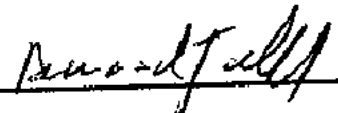
ARAÚJO, A. *Telenovelas*. Documentário para televisão produzido pelo canal Plus, França, 1994.

Filmes/Cinema

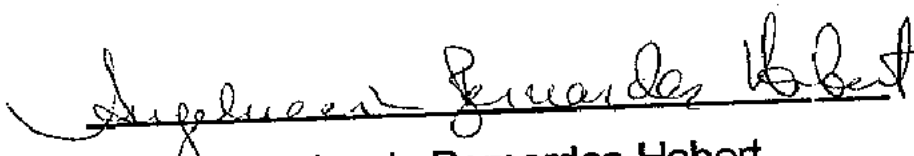
ANDRADE, J.B. *O Homem que Virou Suco*. Brasil, 1982.

SALLES, W. *Central do Brasil*. Brasil, 1998.

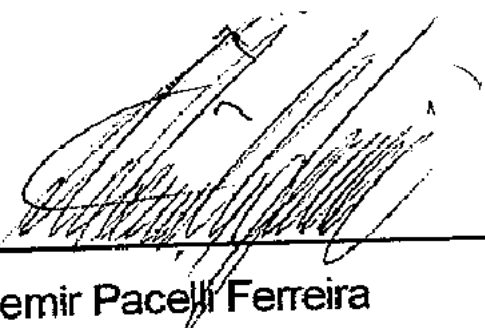
Dissertação apresentada ao Departamento de Psicologia da PUC-Rio pela aluna,
Gisela Gorrese, intitulada "O amor nas entrelinhas: As cartas de fãs de telenovelas", e
aprovada pela Banca Examinadora constituída pelos seguintes professores:



Prof. Bernardo Jablonski (Orientador)
PUC-Rio

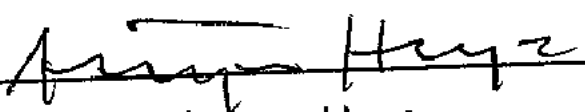


Profa. Angeluccia Bernardes Habert
PUC-Rio



Prof. Ademir Pacelli Ferreira
UFRJ

Visto e permitida a impressão
Rio de Janeiro, 13 de 10 de 2002.



Prof. Jurgen Heye
Coordenador dos Programas de Pós-Graduação do Centro de
Teologia e Ciências Humanas