

# Eu compro essa mulher: romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas

Costa, Cristiane: *Eu compro essa mulher*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.



CRISTIANE COSTA RETOMA em *Eu compro essa mulher: romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas* uma discussão tão batida quanto seu próprio tema: a telenovela e as formas narrativas populares, situando-as no que pretende ser um esforço de reflexão comparada entre os casos brasileiro e mexicano. A bisettriz escolhida para demarcar a tarefa é, à primeira vista, a figura do amor romântico, criada no Ocidente cristão e mais tarde cristalizada pela arte e literatura burguesas.

Indicando elementos que comporiam a genealogia do problema em foco, o ensaio começa bem, apontando uma série de modelos ou arquétipos culturais onde se poderia ver o ponto de partida da experiência romanesca contemporânea (15-29). Caminha no mesmo sentido o capítulo seguinte, em que procura ver a maneira como esses modelos, de natureza pré-moderna, adquirem mais tarde uma maior complexidade socioeconômica, refratando-se na forma folhetinesca, já no contexto da sociedade burguesa do século XIX (31-42).

Merece destaque, neste trecho, o comentário que a autora dedica a *Madame Bovary*, de Flaubert. Trata-se sem dúvida do ponto alto do livro. De maneira inteligente, arguta e perspicaz, a autora logra mostrar como a obra condensa literariamente os antagonismos ao mesmo tempo sociais, ideológicos e existenciais

Francisco Rüdiger  
Prof. Dr. da FAMECOS/PUCRS.

---

criados com a ordem burguesa então emergente, destacando o modo como, desde esse contexto, o espírito do romance se conecta com o culto do consumo, a aventura sentimental se transubstancia no fetichismo da mercadoria.

Em seguida, o texto volta rápido para nosso tempo, passando a observar as circunstâncias empresariais e características estilísticas que regem o aparecimento e difusão do melodrama televisual latino-americano no panorama mundial, incluindo curiosas menções à Romênia, China e Rússia.

A perspectiva analítica que daí resulta é bem resumida pela autora ao escrever que:

“Como nos folhetins e romances açucarados que distraíam Madame Bovary no século passado [XIX], as telenovelas vão explorar [econômica e ideologicamente] o tema universal do amor romântico, preparando o ingresso dessas massas subalternas na sociedade de consumo, realizando um tipo particular de mediação transcultural, uma verdadeira educação dos sentidos, ainda que carregue de elementos kitsch” (56).

Formatado de maneira satisfatória até esse ponto, o trabalho contudo parece que se perde a partir do capítulo “Nada personal” (63). Afinal, o leitor espera que, colocados os elementos de bastidor, a autora avance no sentido da análise e comparação do “tipo particular de mediação transcultural” e da natureza da “educação dos sentidos” agenciados pelas telenovelas brasileira e mexicana.

A decisão de explorar um pouco mais as circunstâncias empresariais e mercadológicas que estruturam a difusão desse produto (63-84) esconde a perda de rumo da reflexão, pois não se sabe mais o que está em juízo no trabalho. A autora passa em revista, muito rapidamente e com pouca exemplificação, enredos, símbolos,

questões e circunstâncias relacionados à sua temática, de modo que o leitor fica sem saber qual é o problema a ser esclarecido pela investigação.

Cristina Costa menciona aspectos formais internos aos produtos televisuais e dados sociológicos sobre as audiências como solução de continuidade e, por isso, fica-se perdido com a direção de sua análise, muito mal ancorada em referências teóricas esparsas e disparatas e em que, sem mediação, conjugam-se Teresa de Lauretis e Michel Foucault, Tania Modleski e Armand Mattelart. Maquinalmente, o texto mistura referências mercadológicas, sociológicas, semiológicas e opináticas, sem que se saiba qual é o sentido ou conexão epistêmica de sua construção.

Noutro ponto, menciona um misterioso projeto de latinidade que estaria por detrás do expansionismo novelístico de que trata, mas logo o esquece, ficando entre tantas dúvidas a de saber, por exemplo, se os produtos brasileiros se encaixam nesse suposto esquema. Aparentemente o texto sugere que a Globo estaria fora dele, mas - à falta de exame mais detido - fica-se sem saber em que situação ela se insere e qual é a relevância do ponto para o todo da argumentação, que se inclina antes a repetir lugares-comuns, como o de que, apesar de tudo, “as audiências conservam um poder de decisão [sobre o que vêm na televisão]” (92).

O relato se torna ralo e apressado, fazendo relações arbitrárias e imediatas, sem o devido cuidado de pensá-las. Apenas para citar um caso, veja-se a maneira como a perda de audiência por parte da programação da Globo é posta em relação com “o ingresso da mulher no mercado de trabalho” que teria ocorrido no período entre 1996-1999 - época em que, dadas a privatização e desregulamentação da vida econômica nacional, os índices de emprego formal sabidamente despencaram no Brasil (91).

O problema de fundo da obra parece ser a maneira como as telenovelas

---

trabalham as questões de gênero, mas, então, o exame é demasiado superficial, e o problema de saber o modo como o amor se converte em tema de narrativa audiovisual acaba sendo posto de lado. A perspectiva comparativa que, supostamente, guia a pesquisa, não se faz presente, assim como a natureza da educação sentimental e da mediação transcultural das telenovelas que ela desejaria entender. A categoria do amor romântico desponta aqui e ali de maneira muito pálida e aquém da reflexão que, por parte do livro, merecera anteriormente.

Embora os elementos fundamentais para o desenvolvimento da análise, segundo a idéia deste resenhista, apareçam; e apesar de as referências bibliográficas listadas pela autora serem de inegável qualidade e pertinência; o texto não progride, tendo de se ler, no último capítulo e na conclusão, tolices e obviedades cheias de acento kitsch, como a de que, no universo estudado, “nunca se falou tanto de amor, nem se ousou de tal forma eternizar um sentimento por natureza tão volátil” (p. 117) ou a de que “esse amor [de que nos falam as telenovelas] ainda é o nosso, destinado a ser perpetuamente insatisfeito” (119).

Cristina Costa elabora uma conclusão que não apenas não conclui nada como acrescenta, sumariamente, hipóteses a que a obra não deu margem para construir concretamente. De resto, a autora refere-se a uma ambivalência analítica e interpretativa relativamente a seu tema que este leitor não percebeu, pois se o livro aponta muito bem para o fato de que a criação dos bens culturais que enfoca serve às estratégias de poder das empresas de comunicação isso de modo algum precisa colidir, como parece querer a autora, com a idéia de que os produtos são onipotentes e, os veículos que os difundem, provocadores de “efeitos nocivos” em relação “a uma massa de telespectadores alienados” (118).

Eu compro essa mulher é de opinião que as novelas mexicana e brasileira “mais se aproximam do que se diferenciam”.

O problema é que não fica claro se essa semelhança é interna às obras ou apenas às suas condições de produção, já que seus estilos, afirma de modo peremptório a autora, pois que quase nada comparou, tendem à oposição (as primeiras mais românticas, as segundas mais realistas).

Em vista disso tudo, o leitor mais exigente de ponto de vista acadêmico e intelectual ver-se-á, em tese, bastante frustrado ao ler essa obra, originalmente uma dissertação de mestrado defendida na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Satisfatório como material de divulgação e de leitura fluente e agradável, sendo, nisso, quase um ensaio jornalístico, o livro parece-nos carente em seu conteúdo de maior elaboração e profundidade intelectuais. Trata-se de observação que não nos soa injusta, levando-se em conta que não fica claro o plano de leitura em que o texto pretende ser recebido.

Academicamente, o certo é que lhe falta, como obra, um maior esforço de pesquisa e reflexão, cuja capacidade todavia a autora possui e pode concretizar, se tiver interesse, em eventuais trabalhos que vier a publicar no futuro, como, não obstante o que foi dito, já se pode entrever lendo o relato aqui comentado .