

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**

**A TELENVELA E A IDENTIDADE NACIONAL**

**Curitiba  
2012**

**CELSO LUÍS NOGUEIRA PARDINHO**

**A TELENVELA E A IDENTIDADE NACIONAL**

**Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção de grau de especialista em Comunicação Política e Imagem. Departamento de Ciências Social, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.**

**Orientador: Dr. Nelson Rosário de Souza**

**Curitiba  
2012**

PARDINHO, Celso Luís Nogueira. **A TELENÓVELA E A IDENTIDADE NACIONAL**. 2012. 25p. Monografia (Especialização em Comunicação Política e Imagem) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

## RESUMO

A presente monografia associa-se aos conceitos sociológicos, históricos e de comunicação social e tem como objetivo uma análise sobre a identidade nacional na telenovela brasileira, destacada por autores e pesquisadores brasileiros, como Mauro P. Porto, Silvia Borelli, Maria Immacolata Lopes, dentre outros, que tomam como base o processo de construção da teledramaturgia no Brasil. Ressaltando como as cenas das novelas conseguem trabalhar a recepção do telespectador e que a telenovela ao longo dos anos teve uma transformação em seu processo de criação. Esses fatores, segundo os autores pesquisados, tornaram a teledramaturgia uma ferramenta da esfera pública, pois aponta os problemas e denuncia situações disformes dentro da sociedade. Além disso faz com que o telespectador se identifique com os personagens da trama explorada ao longo da obra, devido às figuras de linguagem, costumes apresentados e práticas sociais de diferentes regiões do Brasil. Sendo assim, seguindo por um viés literário e científico acerca da telenovela brasileira, o presente trabalho pretende levar o leitor a perceber que ela não pode ser mais compreendida como um simples produto de entretenimento, mas como *“um agente da cultura e da identidade do país”*.

**Palavras-chave:** Telenovela. Identidade Nacional. Brasil.

PARDINHO, Celso Luís Nogueira. **THE SOAP OPERA AND THE NATIONAL IDENTITY**. 2012. 25p. Monograph (Specialization in Political Communication and Image) – Federal University of Paraná, Curitiba, 2012.

### **ABSTRACT**

This monograph endorses the sociological concepts, historical and social communication and aims at an analysis of the national identity in the Brazilian soap opera, highlighted by Brazilian authors and researchers, as Mauro p. Porto, Silvia Maria Immacolata Borelli, Lee, among others, taking as a basis the process of construction of the television in Brazil. Underscoring how the scenes from novels manage to work the viewer and that the soap opera over the years has had a transformation in its creative process. These factors, the authors surveyed made the teledramaturgia a tool of public sphere, because it points out the problems and denounces shapeless situations within the society. In addition causes the Viewer to identify with the characters in the plot explored throughout the work, due to figures of speech, customs and social practices of different regions of Brazil. Thus, by way of a literary and scientific bias on the Brazilian soap opera, this work intends to lead the reader to realize that she cannot be understood as a simple product of entertainment, but as "an agent of the culture and identity of the country".

**Keywords: Telenovela. National Identity. Brazil.**

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO .....</b>  | <b>07</b> |
| <b>2. CAPÍTULO I .....</b>  | <b>09</b> |
| <b>2.1. A telenovela no Brasil.....</b>                                     | <b>09</b> |
| <b>3. CAPÍTULO II.....</b>  | <b>19</b> |
| <b>3.1 Conceito de Identidade e Identidade Nacional.....</b>                | <b>14</b> |
| <b>3.2 A televisão como ferramenta para a promoção das identidades.....</b> | <b>15</b> |
| <b>3.3. A telenovela e a identidade nacional .....</b>                      | <b>16</b> |
| <b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>   | <b>22</b> |
| <b>5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>                                   | <b>24</b> |

*“Aos meus pais Celso e Maria Aparecida. Para minha amiga Ana Lúcia da Silva, para minha irmã acadêmica Angélica Lage. E para minha Gabi.... obrigado por tudo que vocês fizeram e estão fazendo por mim..”*

## 1. INTRODUÇÃO

O presente texto monográfico tem por finalidade levantar a discussão sobre a telenovela, como produto que até pouco tempo era voltado simplesmente às mulheres e a classe “C”, e de que forma ela hoje é considerada como meio de comunicação direta com o telespectador, ao mesmo tempo transmitindo e configurando uma identidade.

Entre a identidade nacional e a telenovela, os capítulos a seguir vêm com debates de autores renomados, tanto no cenário nacional como na América Latina, colocando em questão as nuances da telenovela e a participação da mesma na construção da identidade nacional.

A formulação das premissas dessa identidade, relacionando-a com a telenovela, veio de questionamentos levantados por autores como Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2002), que destaca o papel da telenovela em particular, sendo esta emblemática do surgimento de um novo espaço público, no qual o controle da formação e dos repertórios disponíveis mudou de mãos, deixou de ser monopólio dos intelectuais, políticos e governantes, enfim, dos titulares dos postos de comando da sociedade.

A monografia divide-se em dois capítulos, partindo do surgimento, influência e valorização da telenovela na formação de identidade nacional nos dias atuais. O primeiro capítulo é pautado nas discussões de FREIRE (2010), BORELLI (2001), ROCHA (2009) e foca brevemente no contexto histórico e técnico da telenovela até o seu surgimento no Brasil, fazendo uma relação teórica sobre quais as concepções que os autores estudados tendem a expor sobre a relação do telespectador brasileiro e a telenovela.

O segundo capítulo apresenta debates e apontamentos, os quais revelam de que maneira a telenovela interfere e contribui para a construção da identidade nacional, seja de forma direta ou indireta. Nas discussões dos teóricos/pesquisadores discutidos ao longo da monografia, percebe-se que ambos direcionam seus estudos para a recepção da telenovela, bem como para a conotação que as tramas da novela (popularmente conhecida), são incorporadas, aceitas, recebidas pelo grande público. Aí entramos diretamente no foco principal que é a identidade nacional e a telenovela brasileira, se realmente existem essas identidades e como elas são exploradas e tratadas pela mídia

televisiva. Desse modo, a telenovela tem “reconhecimento público como produto artístico e cultural e ganhou visibilidade como agente central do debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país” (LOPES, 2002).

Através de um estudo literário e científico acerca da telenovela brasileira, leva-se o leitor a perceber que ela não pode ser mais compreendida como um simples produto de entretenimento, mas como “*um agente da cultura e da identidade do país*” LOPES (2002).

## **2. CAPÍTULO I**

### **2.1. A telenovela no Brasil**

Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2003) ressalta que a televisão oferece a difusão de informações acessíveis a todos, sem distinção de pertencimento social, classe ou religião. Orienta e inspira na formação de identidades. E o produto primordial para essa difusão de identidades é a telenovela.

Sobre esta afirmativa, cabe aqui destacar o que Denise Freire disse: “A ficção televisiva, em especial a telenovela, constitui-se, cada vez mais, em tema de estudo privilegiado no campo da Comunicação, sobretudo porque, sendo um produto cultural, ajuda a compreender uma das questões mais complexas da contemporaneidade” (FREIRE, 2010, pg. 20).

A telenovela que conhecemos hoje é fruto de um processo literário, que se transfigurou para a narrativa e posteriormente, para a televisiva, indo de encontro com o desenvolvimento industrial e tecnológico, de acordo com cada época. A novela surgiu Brasil como resultado da grande aceitação da radionovela, do folhetim e dos teleteatros. Para CAMPEDELLI (2001) a telenovela é uma “arte ao alcance de todos”, sem distinção de classe social. Aponta ainda que o telespectador assiste aquilo que foi programado.

Segundo a autora, a telenovela enquanto penetração de mensagem é um “fascínio ao alcance de todos”, pois este produto cultural deixa de ter características de uma peça de teatro, ou de um cinema, uma vez que ele é diário, contínuo. A interação que há no teatro entre plateia e ator pode não ocorrer, ou a situação e a emoção momentânea que o cinema consegue fazer não ocorre de imediato na telenovela. O telespectador é aos poucos inserido no meio dramático, nas tramas paralelas, ou na trama central, quem está assistindo vai conhecendo cada perfil, cada história, cada personagem e é a partir desta convivência diária que a pessoa vai se identificando com a linguagem, com os códigos, com o personagem e, não raro acaba-se misturando ficção e realidade. Assim, o telespectador passa a interagir e, muitas vezes adotar certas atitudes e modos vistos na telenovela, inserindo-os na sua realidade e adotando uma postura e uma identidade que até então ele (telespectador) não tinha.

Há dez ou quinze anos (fim da década de 60, começo da de 70), era fácil precisar o público da telenovela: dirigia-se à dona-de-casa classe média, algo assim “história para mulheres”. Já no final da década de 70, seu público é algo indistinto, até mesmo impreciso. Ou não: basta generalizar. Todos vêem telenovela. Deixou de ser história só para mulheres. É assunto cotidiano e responsável, inclusive, por mudanças de horários (ou sacralização deles). (CAMPEDELLI, pg. 16, 2001).

Enfatizando a mudança de público que assistia a uma novela em um período de dez anos, a autora mostra que a telenovela era algo pra mulheres durante a década de 60, já na década de 70 não era possível diferenciar entre homens e mulheres, muito menos a classe social dos telespectadores. As histórias das telenovelas passaram a ser mais flexíveis e variadas para acolher todos os que assistiam as tramas, possibilitando assim maior aceitação de todos, indiferentemente da localização geográfica, nível social ou cultural.

*Sua vida me pertence*, escrita por Walter Forster foi a primeira telenovela que surgiu na década de 1950, porém, ela não tinha os aspectos característicos do gênero. Edson Leite, diretor artístico da TV Excelsior importou o modelo telenovela-folhetim da Argentina, denominada por *2-5499 Ocupado*. Com o passar dos anos foram desenvolvendo, criando, adaptando modelos e técnicas para melhorar cada vez mais este produto, que mais tarde cairia no gosto popular, até chegar à telenovela que conhecemos.

A telenovela, de maneira geral, traz por herança do romantismo o excessivo individualismo das tramas e o subjetivismo fincado na ilogicidade das atitudes românticas (...). Trabalha a busca da verdade psicológica nos perfis dos personagens e representa o real através de pesquisas de texto e de arte para representar com bastante precisão e com fidelidade os conflitos encontrados na sociedade (ROCHA, 2009. Pg. 51).

A novela brasileira surge como um produto resultante da mistura do rádio, teatro, e literatura, buscando primeiramente o entretenimento, e em última instância, como vemos diariamente, ela serve como denunciante da esfera pública e privada. Usando e abusando de recursos midiáticos para a comoção, o autor consegue trazer ao grande

público situações para refletir, analisar e se colocar no lugar no personagem, servindo como válvula de escape.

ROCHA (2009) observa que “falar de telenovela, no Brasil, é remeter-se a um país que tem de ser visto no conjunto de um universo cultural que envolve variantes de época regionais e sociais” (pg. 19).

Mostra-se assim que a nação heterogênea torna-se homogênea diante da trama televisiva. Este produto revela o nordestino e faz com que os gaúchos tomem gosto pela cultura nordestina. Uma mistura de culturas, valores mostrados diariamente que repercutem nos quatro cantos do país, obtendo a mesma linha de compreensão e raciocínio, assim como de recepção cultural. Quebram-se barreiras entre os telespectadores brasileiros, sejam eles paranaenses ou amazonenses, unindo culturas e costumes em um só lugar. Na novela eles veem um mundo fantasioso onde tudo é possível.

“As telenovelas são vitrines do Brasil. Da mesma forma que a vitrine de uma loja mostra uma parcela ínfima dos tipos de produtos existentes no interior do estabelecimento, uma telenovela expõe fragmentos de seu povo, de suas paisagens, de seus costumes” (FREIRE, 2010, pg. 38).

Essa é a telenovela, que contém ingredientes como amor, ódio, intriga e traição, causando comoção em quem assiste à cena apresentada. Esta é a telenovela brasileira, que surgiu em meio a um progresso cultural e industrial, como ferramenta para driblar os problemas econômicos e alavancar audiência, entrou assim, na cultura social brasileira. Trazendo um modelo de falsas realidades, ficções que adentraram na cultura nacional, a telenovela incrementa com canções, trilhas, luzes, cenários, figurinos, maquiagens, todos estes escolhidos e selecionados para atrair e satisfazer o desejo do telespectador. Essa é a telenovela brasileira, um produto pensado para a recepção e aceitação do público.

Reafirmando tais argumentações, FREIRE (2010: 38) aponta que “a telenovela é o formato que mais repercute no país, ocupando o horário nobre na grade de programação e ajudando na construção do gosto, no compartilhamento de valores e de ideias e na formação de novas identidades culturais compartilhadas”.

BORELLI (2001) retoma a discussão sobre a telenovela, ressaltando que este produto é formado a partir da cultura popular brasileira, “originária de tradições, ao mesmo tempo populares e massivas, das narrativas orais, a telenovela brasileira distingue-se, na atualidade, por ser um produto cultural diferenciado, fruto de especificidades das histórias da televisão e da cultura popular no Brasil”. Assim, a autora mais uma vez vem reforçar o quanto a telenovela tende a polarizar a cultura e a identidade nacional.

"(...) veiculação de imagens da realidade brasileira; incorpora-se à trama um tom de debate crítico sobre as condições históricas e sociais vividas pelos personagens; articulam-se, no contexto narrativo, os tradicionais dramas familiares e universais da condição humana, os fatos políticos, culturais e sociais significativos da conjuntura no período; esta nova forma inscreve-se na história das telenovelas como uma característica particular da produção brasileira; e estas narrativas passam a ser denominadas “novelas verdade”, que veiculam um cotidiano que se propõe crítico, por estar mais próximo da vida 'real' e por pretender desvendar o que estaria ideologicamente camuflado na percepção dos receptores" (Borelli, 2001, pg. 08).

Sobre o conceito de proximidade da vida real, Silvia Borelli comenta Jesús Galindo (1988) ressaltando o fato de que “o que ocorre na vida diária é selecionado e apresentado de forma dramática, distinguindo, deste modo, o que é real e o que é irreal”.

A partir destas afirmações, podemos compreender claramente que a telenovela integra as características do social e cultural da nação brasileira, associando modos socioculturais e de linguagens, a novela produz no imaginário do telespectador uma familiaridade com a situação, pois a ficção busca na realidade pontos primordiais para a disseminação do conhecimento popular. A novela cria uma relação, diga-se de passagem, “íntima” com o espectador, visto que usa e abusa da ficção, mostrando problemas e soluções para esses mesmos problemas que, na vida real não são tão simples ou fáceis de resolver como é transmitido ao público.

A respeito dessa relação entre o telespectador brasileiro e a telenovela, XAVIER (2005: 80) enfatiza em que: (...) “as telenovelas são importantes, também, porque as melhores produções do gênero puderam suprir uma carência junto ao público médio brasileiro”. Percebe-se que o autor centraliza-se na questão da facilidade que a

telenovela tem de expor temas dos mais variados em curto espaço de tempo e com muita facilidade, se comparado a outros recursos informativos.

A telenovela, como uma modulação da *grande arte*, pode, ao mesmo tempo, acariciar e ferir, chocar e fazer sonhar, informar ou roubar a atenção pelo expediente da surpresa. A telenovela é uma narrativa pós-moderna que agrega os diversos gêneros de discursos, no tempo e no espaço (XAVIER, 2005, pg. 81).

Como vemos, a telenovela consegue integrar-se no meio social e cultural do indivíduo devido à forma como os temas e as representações são exploradas ao longo da obra televisiva. Os discursos apresentados ao telespectador fazem com que ele reflita sobre uma discussão, situação ou acontecimento, mesmo sabendo que aquilo que ele está assistindo é pura ficção. Vale destacar que em muitos casos o telespectador compreende um fato ou acontecimento por ele relacionar aquilo que foi transmitido com a sua realidade.

## 3. CAPÍTULO II

### 3.1. Conceito de Identidade e Identidade Nacional

Para iniciar os estudos sobre telenovela e a identidade nacional, primeiramente precisa-se compreender o conceito de identidade. A fim de buscar definições sobre identidade, Manuel Castells afirma em seu livro “*O Poder da identidade*” que:

(...) entendo por identidade o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado. Para um determinado indivíduo (...) [há] identidades múltiplas. No entanto, essa pluralidade é fonte de tensão e contradição tanto na autorrepresentação quanto na ação social (1999, p. 22).

Pode-se perceber, segundo o autor, identidade é um processo de construção e não algo acabado, pronto e que se inter-relaciona com outros fatores dentro da sociedade na que o indivíduo está inserido. Para reafirmar tais argumentos acima apresentados, Denys Cuche em “*A noção de cultura nas ciências sociais*” ressalta:

(...) A construção da identidade se faz no interior de contextos sociais que determinam a posição dos agentes e por isso mesmo orientam suas representações e suas escolhas. (...) Deve-se considerar que a identidade se constrói e se reconstrói constantemente no interior das trocas sociais (1999, p. 181-183).

Com as definições de CASTELL e CUCHE (1999) sobre identidade, cabe buscar desta forma, algumas considerações sobre identidade nacional. Sendo assim, Marcos Coimbra, no artigo “*Identidade Nacional: Realidade ou ficção?*” expõe que:

(...) identidade nacional é o somatório de valores culturais resultante da vivência, que, apesar de incluir as discrepâncias ou heterogeneidades regionais e peculiaridades grupais, seja caracterizável por um traço que permita a definição de um perfil multidimensional hegemônico baseado em homem, território, instituições, língua, costumes, religiões, história e futuros comuns (...) (2006, pg. 01).

Com base nos estudos apresentados dos professores e pesquisadores sobre identidade e identidade nacional, percebemos que a identidade nacional não é algo completo, porém é uma construção contínua da realidade, buscando atrelar os valores sociais e culturais de uma determinada região, agregando também valores de outros lugares, permeando assim uma associação de práticas, valores, conceitos e ideias sobre

tais informações, que vão se disseminando pela sociedade, como algo pertencente a todos os indivíduos.

Já HALL (2011: 49) afirma que “as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação”. O autor procura mostrar que as identidades não são ideias ou conceitos prontos, mas sim em construção e representação a partir do momento que nos relacionamos com o meio.

A identidade nacional pode-se compreender como um sentimento de reconhecimento e identificação da esfera social, indo do particular ao público, mostrando e resgatando cultos e valores socioculturais de diferentes grupos sociais de uma mesma nação.

### **3.2. A televisão como ferramenta para a promoção das identidades.**

Como resgatar e valorizar a identidade nacional de um povo, montando ou criando esta identidade? Como buscar a integração e a popularização de tais práticas sociais e culturais de uma mesma nação, porém com características desiguais? Eis que a televisão surge como uma ferramenta que consegue essa associação e inter-relação entre os telespectadores dos quatro cantos do país e do mundo. É a televisão o meio que integra e promove dentro de uma nação (composta por diferentes grupos sociais) uma aceitação comum de ambos os grupos e lados, pois é ela (televisão) é o canal máximo de representatividade da população, pelo fato dela ser agora não apenas um mero meio de comunicação e entretenimento, ela aos poucos se torna o produtor e o aparelho de representação social do povo. Acerca da televisão e sua representatividade em relação ao indivíduo, Dominique Wolton ressalta que:

A televisão como sempre dizemos, é o “espelho” da sociedade. Se ela é seu espelho, isso significa que a sociedade se vê — no sentido mais forte do pronome reflexivo — através da televisão, que esta lhe oferece uma representação de si mesma. E ao fazer a sociedade refletir-se, a televisão cria não apenas uma imagem e uma representação, mas oferece a todos aqueles que a assistem simultaneamente. Ela é, além disso, um dos únicos exemplos em que essa sociedade se reflete. Permitindo que cada um tenha acesso a essa representação (2006: p. 124).

Maria Immacolata Vassalo de Lopes (2003), a respeito da televisão faz apontamentos mostrando um real valor social da mesma, como meio de acessibilidade a todos, sem distinção socioeconômica. “A televisão oferece a difusão de informações acessíveis a todos, sem distinção de pertencimento social, classe ou região” (pg. 18)

A autora ainda mostra que a televisão, além de alcançar meios que até então eram únicos das instituições sociais, agora consegue promover uma contemplação totalizadora, ao mesmo tempo é capaz de incutir nos indivíduos anseios e sentimentos de pertença social e cultural. A televisão “torna disponíveis repertórios anteriormente da alçada privilegiada de certas instituições socializadoras tradicionais como a escola, a família, a igreja, o partido político, a agência estatal. A televisão dissemina a propaganda e orienta o consumo que inspira a formação de identidades” (pg. 18).

Como se observa nos levantamentos da autora, vemos que a televisão assume agora um novo papel, que antes era visto como um mero aparelho de entretenimento, mas que agora torna-se um mecanismo de informação, cultura, identidade e conhecimento sociocultural. Além disso, assume outra característica que é a de denunciante e “*porta voz da esfera pública*”. Com tais adjetivos assumidos pela televisão, seus produtos que até então eram apenas para o entretenimento, ao longo do tempo foi perdendo esta característica e transformando-se em um novo modelo de sistema de identidades, buscando valorizar diferentes práticas sociais, com uma linguagem acessível e de fácil compreensão, a exemplo da telenovela.

### **3.3. A telenovela e a identidade nacional**

A novela surge como um produto voltado para o entretenimento, além de centrar-se no âmbito social e cultural, ela busca as peripécias sociais de diferentes grupos. O telespectador, ao longo da novela vai se identificando com o personagem fictício, ele compreende e associa as ações fictícias com a sua realidade. Também se identifica, muitas vezes, com sentimentos, emoções e ações expressadas pelos personagens da trama.

Essa identificação ou reconhecimento que o telespectador faz do personagem ou da situação que ele (o personagem) está inserido reflete a realidade de quem assiste assiduamente à novela. O autor da telenovela busca na realidade (vida real) acontecimentos e situações para discutir e levar ao conhecimento do grande público, possibilitando assim que os mesmos reflitam ou encontrem possíveis soluções para seus problemas.

Alçada à posição de principal produto de uma indústria televisiva de grandes proporções, a novela passou a ser um dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, das intimidades privadas às políticas públicas. Essa capacidade *sui generis* de sintetizar o público e o privado, o político e o doméstico, a notícia e a ficção, o masculino e o feminino, está inscrita no texto das novelas que combinam convenções formais do documentário e do melodrama televisivo. É isso que, a nosso ver, mais tipifica a telenovela brasileira e constitui o paradoxo de se identificar o Brasil mais numa narrativa ficcional do que no telejornal (LOPES, 2002. pg.10-11).

Dando ressalva aos comentários acima citados por LOPES (2002), Silvia Borelli (2001) afirma que “a telenovela brasileira distingue-se, na atualidade, por ser um produto cultural diferenciado, fruto de especificidades das histórias da televisão e da cultura no Brasil” (pg. 32).

Fazendo uso dos apontamentos de Mauro P. Porto (2002), temos que a telenovela contribui e ao mesmo tempo permite que o telespectador interaja e tome conhecimento dos problemas sociais e culturais:

"No caso do Brasil contemporâneo, televisão estabeleceu cerimônias massas muito mais vastas e significativas no âmbito do que os fóruns públicos criado pela mídia de impressão. Desde a década de 1960, a televisão em geral e telenovelas, nomeadamente, forneceram uma plataforma comum que permite que os cidadãos de diferentes origens sociais para se envolver com uma variedade de problemas sociais e políticos<sup>1</sup>" (PORTO, pág. 4, 2008).

BARBERO (1992), ao analisar a questão da telenovela na América Latina , em plena década de 90, ressalta que a sociedade busca algo que a faça visualizar situações próprias do seu cotidiano, e é por essa constante busca da novela em fazer alusão a realidade que as pessoas cada vez mais interessam-se tanto por elas. Com isso acabam se identificando com um personagem específico ou vários deles, sejam estes protagonistas ou membros do elenco de apoio.

---

<sup>1</sup> “In the case of contemporary Brazil, television has established mass ceremonies much broader and significant in scope than the public forums created by the print media. Since the late 1960s, television in general, and telenovelas in particular, have provided a common platform that allows citizens from different social backgrounds to engage with a variety of social and political problems”(PORTO, pg. 4, 2008). Tradução do autor.

O telespectador busca na telenovela aquilo que ele gostaria de ver na realidade, ou realizar, muitas vezes.

Mais que uma questão de representação social, cujo significado está atrelado à imagem construída e a estereótipos, o telespectador deseja que a realidade nacional, os conflitos familiares, as angústias, as alegrias e as expectativas pessoais da pelos quais os brasileiros vivenciam em seus cotidianos “reais” sejam problematizados, proporcionando a identificação, ou seja, o reconhecimento necessário para que esse telespectador legitime uma produção midiática como é o caso da telenovela, que é considerado “ao mesmo tempo tão próximo e tão irreal ao cotidiano de cada um”. (MARTIN BARBERO; MUÑOZ, 1992).

Para Lopes, Borelli e Resende (2002);

(...) A telenovela representa um repertório de representações identitárias compartilhado por produtores e consumidores, construído no Brasil ao longo de 35 anos, e, por meio dela é possível estudar a recepção não um momento em si, mas uma perspectiva a partir da qual se pode estudar todo o processo de comunicação, a partir da qual a vertente latino-americana das mediações aparece explicitamente ligada ao reposicionamento que o estudo sobre as culturas populares produz no campo da comunicação (LOPES, BORELLI & RESENDE p. 12-13).

SANTOS (2008) traz para o debate o fato de que o público se apropria da telenovela, pois se reconhece nela, através dos personagens.

Segundo o autor, a Telenovela pode ser considerada como muitos “Docudramas”, por retratar e, ao mesmo tempo, informar a população sobre problemas e temas pertinentes ao debate público. Assim, o autor realiza uma análise empírica sobre as produções midiáticas e as formas como elas procuram fazer com que o telespectador se interesse por elas, levando-os a se apropriar de determinadas situações.

Como exemplo, SANTOS (2008) cita o artifício utilizado na novela “Páginas da Vida”, onde no final de cada capítulo havia um depoimento, no qual as pessoas relatavam diversas situações, sendo que em sua maioria eram relatos emocionantes e, ao mesmo tempo, apelativos. Manoel Carlos, o autor da novela “leva ao limite sua

estratégia de atrair a audiência, por meio da identificação do público com suas histórias. Se, por si só, o telespectador não for capaz de relacionar a sua vida com a de Helena e cia, lá está alguém para realçar todas as possíveis conexões entre ficção e realidade<sup>2</sup>”.

Por essa junção de valores, conceitos, ideias, costumes e culturas em uma mesma trama, a novela talvez consiga obter tais resultados de aprovação e seja constantemente objeto para análises, devido ao modo de recepção e interpretação do grande público. A identificação do povo com o que é trabalhado pelo ator, criado pelo diretor e escrito pelo roteirista (autor aqui no Brasil) é resultado dos pensamentos e ideias dessas várias cabeças, que conseguem resgatar traços peculiares, através de pesquisas diversas para tentar compreender os anseios do telespectador. Dessa forma, a telenovela, ou simplesmente a novela, consegue obter resultados como estes apresentados até o momento pelos autores acima mencionados.

Percebe-se ao longo dos anos, de acordo com BARBERO (1992) e LOPES (2002), que as mudanças na produção da teledramaturgia ocorreram devido aos telespectadores que também mudaram, o que implica dizer que a telenovela segue os padrões que o público almeja. Isso se deve ao fato de que ela é um produto, sendo este constantemente modificado para agradar diversos grupos. Essa constante transformação talvez seja um dos motivos para haver essa relação tão próxima com a identidade cultural brasileira.

BONIN (2003: 13) reafirma este debate enfatizando que “a telenovela em particular introduz novos referentes culturais que questionam a rigidez de representações relativas à identidade étnica, particularmente entre os jovens, produzindo misturas culturais”.

Pautando nas citações e argumentações dos autores até então estudados, vemos que a telenovela não tem mais aquele único objetivo – o entretenimento. Ao criar a novela o autor busca na realidade uma associação entre o telespectador e o personagem que ele irá criar. E com isso quem está assistindo percebe essa relação entre a ficção e a realidade, de modo que o indivíduo consegue perceber as nuances e as relações socioculturais que estão presentes na cena e identifica-se como pertencente de tais realidades ficcionais apresentadas nas cenas.

---

<sup>2</sup> O autor faz um recorte do texto publicado pela colunista Laura Mattos, da Folha de São Paulo. “Novela impõe moral da história”, publicado em 18/07/2006.

A telenovela, mesmo sendo um produto midiático que durante muito tempo foi taxada como um produto voltado apenas às massas tornou-se, ao longo dos anos, uma ferramenta disseminadora da cultura e dos valores sociais.

PORTO (2008), reafirmando a função da telenovela, aponta que “uma característica chave da telenovela foi incutir um espírito de otimismo e confiança no país do futuro” (pg.18). De acordo com ele a telenovela tem essa possibilidade de apresentar e também de fomentar no telespectador esse modelo de sentimento e desejo, através das cenas exibidas.

Segundo Joseana B. Tonon:

A telenovela apresenta um repertório de representações identitárias, compartilhado entre produtores e receptores, uma agenda de temas comuns considerados importantes para todas as famílias. Sua importância cultural reside no fato de tornar-se espaço de consumo e intervenção cultural, de circulação de sentidos e mensagens, pertencente a um universo de significação, intervenção, discussão e introdução de hábitos e valores, representação de identidades e diferenças, indo ao encontro de demandas e convenções sociais hegemônicas, como também contribui para mudanças sociais ao aprofundar questionamentos, mais do que uma simples reprodução do sistema (2006, pg. 36).

Ao estudar os modelos de recepção, bem como a influência que a telenovela exerce no telespectador, percebemos que este produto midiático consegue realizar feitos gigantescos e resultados que dificilmente outro produto conseguiria atingir, como a projeção no imaginário nacional.

Vemos que segundo os autores a telenovela, através do modo como é produzida, faz com que o telespectador tome as cenas veiculadas como base social e cultural para seu interior. Ela vem como uma forma de talvez resgatar e valorizar algumas práticas culturais e também tem a finalidade de apresentar os mais diversos grupos da sociedade atual. Porém, seu principal resultado ao longo de todo seu processo de criação e veiculação é como ela (novela) consegue transmutar no imaginário do telespectador como algo que até então era mera ficção como modelo de vida, além de ter se tornado o local onde expõe-se temas para o levante geral da nação.

(...) A novela constrói a imagem que os brasileiros possuem de si próprios e com a qual se reconhecem, podendo servir de

referência para refletir sobre diferentes esferas da vida ao estabelecer uma relação de cumplicidade com os personagens e a trama e abrir um espaço para o autoconhecimento, no qual estimula a projeção dos receptores em determinados personagens com os quais se identificam (TONON, 2006, pg. 36).

Com uma linguagem repleta de signos e sistemas, e com recursos sonoros e visuais, a telenovela surge como uma válvula de escape para o telespectador, pois é a telenovela que realiza os sonhos, desejos e vinganças do telespectador. Nela (novela) pode-se tudo, vingar-se, fazer justiça, etc. E é por essas e outras razões que a novela adentrou gradativamente na identidade e na figura de representação do povo brasileiro.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao fazermos leituras analíticas e estudos sobre a telenovela e a identidade nacional, pode-se compreender que a novela tende a despertar no telespectador um desejo de pertença a uma suposta realidade fictícia, que se encontra presente nas cenas de cada capítulo de uma trama. Dessa forma, o telespectador toma como base as relações sociais que estão presentes entre cada personagem, reconhece neles algo de si, como corte de cabelo, fala, costumes, desejos e anseios, sendo que isso vai se desvencilhando ao longo da novela.

De acordo com ROCHA (2009), LOPES (2003), entre outros, a telenovela é um meio que consegue unir uma nação tão diversa culturalmente, onde, através dela essas discrepâncias entre as culturas e as práticas, unem-se em uma só. Esse poderoso produto midiático consegue comportar e envolver a todos os telespectadores em um mundo ao qual todos são pertencentes.

É notável que a telenovela mudou gradativamente com o passar dos anos. Ela agora surge como uma denunciante e porta-voz dos problemas sociais da nação. Através do chamado “merchandising social”, as telenovelas, a partir da década de 90, com a autora Gloria Perez vêm colocando em pauta problemas sociais, culturais, econômicos e políticos em grande escala nas tramas. Muitas vezes esses merchandisings sociais tornam-se debates de cunho internacional, a exemplo da clonagem humana e a dependência química, temas abordados na novela “*O CLONE*” (2001-2002), que teve visibilidade internacional pelos órgãos governamentais dos Estados Unidos da América.<sup>3</sup>

Outro tema polêmico foi a tentativa de brasileiros de chegar clandestinamente aos EUA e a vida de peões de rodeio, assuntos amplamente abordados novela “*AMÉRICA*” (2005), chegando a 70 ponto de audiência (lembrando que cada ponto equivale a 60 mil domicílios ligados).

Assim, é compreensível que a telenovela alcance a realidade do indivíduo como meio de representatividade social e cultural, pois a ela procura buscar na realidade os

---

<sup>3</sup> *O Clone* rendeu a Glória Perez inúmeros prêmios no Brasil e no exterior. Os mais importantes recebidos no exterior vieram dos Estados Unidos: Prêmio INTE (o mais importante da televisão latina) de melhor autor e, prêmios concedidos pelo DEA e pelo do FBI, em razão da campanha pelos dependentes químicos.

temas centrais e os personagens para transfigurar e mostrar uma empatia ao modelo de vida e os costumes vigentes.

É fato que telenovela passa a servir então como meio para a promoção da identidade nacional, como vimos ao longo da monografia. Tanto que ela consegue associar os mais diferentes modelos de grupos sociais e práticas culturais de um povo, fazendo com que essa associação penetre no imaginário do telespectador, que acaba por internalizar essa gama de valores e conceitos pré-definidos.

A novela mostra aquilo que está presente na sociedade a todo o momento, porém, ela consegue dar espaço, criar fatos e ações, além de soluções para problemas, que na vida real seriam muito mais complexos de se resolver. Dessa forma, a telenovela influencia e recria constantemente a identidade nacional brasileira, onde os telespectadores se identificam com as ações e situações dos personagens, seja pelo cenário, caracterização, perfil ou mesmo por valores culturais que são transmitidos ao público.

Sendo assim, podemos concluir que a telenovela, ao se apropriar de fatos da realidade e de perfis de pessoas das mais distintas, de grupos diversos, ela (novela) consegue ao mesmo tempo entreter e inserir no telespectador práticas, conceitos e ideias prontas, levando-o a se apropriar disso (linguagem, modos de ser e vestir, etc.), mesmo sabendo que se trata de ficção. As identidades como HALL (2011: 62) explica, são “*unificadas*” apenas através do exercício de diferentes formas de poder cultural, e é na telenovela que isso acontece.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBERO, J. Martin. **Os Exercícios do Ver – A Memória Audiovisual e Ficção Televisiva**. São Paulo: Senac., 2001.

BITTENCOURT OGURI, Lúcia Maria; CHAUVEL, Marie Agnes y CARVALHO SUAREZ, Maribel. **O processo de criação das telenovelas**. RAE - Revista de Administração de Empresas [en línea] 2009, vol. 49 [citado 2012-05-11]. Disponível em: Internet: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=155113814006>. ISSN 0034-7590.

BONIN, Jiani Adriana. **A Identidade ética como mediação na recepção de Telenovela**. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/jianni1.htm>. Acesso em 20 fev. 2012.

BORELLI, Silvia Helena Simões. **Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil**. São Paulo, Educ/Estação Liberdade/Fapesp, 1996.

BORELLI, Silvia Helena Simões. “**Telenovelas brasileiras: territórios de ficcionalidade, universalidades, segmentação**”. In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. e SILVA, H. (orgs.). *Desafios da comunicação*. Petrópolis, Vozes, 2001, p.127- 141.

BORELLI, S.H.S e MIRA, M.C. “**Localidades, universalidade: radionovelas e telenovelas no Brasil**”. *Dinâmicas multiculturais, novas faces, outros olhares*. Lisboa, Edições do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, v.II, n.7, nov. 1996, p.755-778.

BOURDIEU, Pierre ; tradução Maria Lúcia Machado. **Sobre a Televisão** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CALZA, Rose. **O que é Telenovela** São Paulo: Brasilense,1996.

CAMPEDELLI, Samira Youssef. **A Telenovela**. Ed. Ática, 2ª ed. São Paulo – SP. 2001.

CASTELLS, M. O poder da identidade. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CUCHE, D. A noção de cultura nas ciências sociais. Bauru: Edusc, 1999.

COIMBRA, Marcos. **Identidade Nacional: Realidade ou ficção?**. Disponível em <<http://www.brasilsoberano.com.br/artigos/identidadenacional.htm>> Acesso em 14 Fev. 2012.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. São Paulo : Perspectiva, 1988.

FERNÁNDEZ, Valério Fuenzalida. **Programação: Por uma Televisão pública para a América Latina**. In: RINCÓN, Omar. Org. Televisão pública: do Consumo ao Cidadão. Friedrich-Ebert-Stiftung. 2002.

FILHO, Daniel. **O Circo Eletrônico – Fazendo TV no Brasil**, Ed. Jorge Zahar, (2001).

GALINDO, Jesús. **Lo cotidiano y lo social - la telenovela como texto y pretexto**. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Mexico: Universidad de Colima, v. 2, fevereiro, n. 415, 1988. pp. 95-135.

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro. DP&A, 11ª Ed. 2011.

JUNIOR, Gonçalo. **Pais na TV**: São Paulo: Conrad Ed. do Brasil., 2001.

LOPES, M.I.V.; BORELLI, S.H.S. e RESENDE, V. da R. (coords.). **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo, 2001.

**Memória Globo**. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com>. Acesso em Mai. 2011.

OLIVEIRA, R.B.; BARRETO, B.M.V.B.. **Telenovela e identidade regional: considerações sobre o papel da ficção televisiva no incremento turístico no sul da Bahia**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo

ORTIZ, Renato. **Telenovela – História e Produção**: 2ª ed., São Paulo: Brasiliense.Ed., 1991.

PIMENTA, Lidiane Malagone. **A formação da opinião pública e as inter-relações com a mídia e o sistema político**: Disponível em: [http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/sc\\_jp-lidiane.pdf](http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/sc_jp-lidiane.pdf). Acesso em 16 jun. 2011.

PORTO, Mauro P. **Telenovelas and National Identity in Brazil**. In: IX International Congress of the Brazilian Studies Association (BRASA), New Orleans, March 27-29, 2008.

PORTO, Mauro P. **Telenovelas e política: o CR-P da eleição presidencial de 1994**. In: *Comunicação & Política*, Vol. I, n. 3, abril-julho, pp. 55-76.

RINCÓN, Omar. Org. **Televisão pública: do Consumo ao Cidadão**. Friedrich-Ebert-Stiftung. 2002.

ROCHA, Marlúcia Mendes. **Telenovela: técnicas de criação do popular e do massivo**. Tese de Doutorado. Puc-SP. São Paulo. 2009.

SANTOS, Alexandre Tadeu. **O docudrama na telenovela: qualquer semelhança com fatos e pessoas reais terá sido mera coincidência?** In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN – 2 a 6 de set. 2008.

XAVIER, Luís Paulo P. **As Representações Políticas nas Telenovelas**. Tese de Mestrado. Universidade de Marília. Marília-SP, 2005.

#### **Sites:**

**Teledramaturgia – Telenovela**. Disponível em: <http://www.teledramaturgia.com.br/tele/home.asp>. Acesso em mai. 2011.

**Telenovela: Caminho das Índias**. Disponível em: <http://www.caminhodasindias.globo.com>. Acesso em: Mai. 2011.

<http://www.encontroanpocs.org.br>

<http://www.portalintercom.org.br/>