



XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

Telenovelas, diálogo com a realidade social e padronização¹

Luiz Fernando da Silva, UFMS²

Luiza M. A. Rosa, UFMS³

Marina Ciambra Rahe, UFMS⁴

Márcia Gomes M., UFMS⁵

Resumo

Este trabalho tem como objetivo explorar a relação que as telenovelas estabelecem com a realidade social e como se dá o diálogo entre ficção e realidade. Procura entender como os telespectadores interagem com este gênero televisivo e quais as influências que os modelos representados exercem sobre os espectadores. Para isso, são analisadas a representação do gênero masculino nas telenovelas brasileiras, a recepção dos estereótipos contidos no gênero relacionados com os papéis sociais representados.

Palavras-chave: Telenovelas; realidade sociocultural; representação masculina; estereótipos.

Introdução

A produção brasileira de ficção seriada se desenvolveu e ganhou destaque internacional nos últimos anos, conquistado tanto pela qualidade técnica quanto pela quantidade de telenovelas que aqui se produz. Deste modo, o gênero tornou-se, um dos principais produtos da indústria cultural brasileira, e pela relevância social e o grande

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Aluno de graduação do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Bolsista de iniciação científica do projeto de pesquisa “Ficção seriada televisiva e representação da realidade social brasileira. A recepção de ficção seriada brasileira no Mato Grosso do Sul” coordenado pela Prof. Dra. Márcia Gomes Marques e financiado pela FUNDECT.

e-mail: fernandojornalismo@yahoo.com.br

³ Aluna de graduação do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Bolsista de iniciação científica pela UFMS com o projeto de pesquisa “Composição iconográfica e imaginário social nas telenovelas brasileiras. Estereótipos e simbologia na imagem de brasileiro representado”, orientado pela Profa. Dra. Márcia Gomes M. e-mail: luiza_rosa@brturbo.com.br

⁴ Aluna de graduação do curso de Comunicação Social - Jornalismo, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Bolsista de iniciação científica pelo CNPq com o projeto de pesquisa “Telenovelas, porosidade do relato e representação social. A identificação dos receptores com os modelos e temas sociais propostos pelas telenovelas brasileiras”, orientado pela Prof. Dra. Márcia Gomes M.. e-mail: ninarahe@hotmail.com

⁵ Professora do Departamento de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, com trabalhos publicados na área de ficção seriada e estudos de recepção. Socióloga, formada pela PUC do Rio de Janeiro, mestre em Comunicación Social na Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, e doutora em Ciências Sociais na Pontificia Università Gregoriana, Roma. e-mail: marciagm@yahoo.com



número de telespectadores, transformou-se também em objeto de estudo acadêmico, principalmente da área de Comunicação Social.

Neste artigo são abordados alguns dos aspectos que dizem respeito ao diálogo que estes programas desenvolvem com a sociedade que os circunda. Em primeiro lugar, são indicados alguns tipos de aproveitamento que estas obras efetuam dos elementos de realidade do contexto de produção. Em segundo lugar, são analisados aspectos ligados à representação da imagem de homem proposta nas tramas, para então tratar, em terceiro lugar, de como estes programas capturam certos elementos da realidade social e os cristalizam em estereótipos na composição de suas tramas.

Formas de contato entre ficção e realidade :

Uma das características que pode ser apontada nas telenovelas é o diálogo entre a ficção e a realidade. A televisão, através do gênero telenovela, compartilha junto com outras instituições o papel de produtora, reprodutora e distribuidora de conhecimento socialmente compartilhado⁶. Através das suas representações, fornece modelos e padrões de comportamentos que servem de parâmetros para os telespectadores agirem socialmente. Isto quer dizer que por meio do que observam nos comportamentos e atitudes representados pelos “outros” nas telenovelas, os sujeitos sociais têm possibilidade de tomar para si aquilo que observam⁷.

No entanto, é preciso ressaltar que não é só a telenovela que influencia a realidade social e a vida dos telespectadores, mas a realidade também tem repercussões na construção e produção do gênero. Como a telenovela nasce dentro de um contexto específico, se apropria de elementos deste contexto na construção de sua narrativa. Podemos denominar então este diálogo entre a ficção e a realidade como um diálogo de movimento duplo, pois da mesma maneira que as telenovelas influem e alteram a realidade social, também pegam elementos desta realidade para compor suas narrativas.

“Os criadores das obras se apropriam de elementos da realidade na construção dos universos ficcionais: na caracterização das personagens, na realização das ações e na configuração dos sentimentos que irão perpassar a estrutura da narrativa ficcional. Daí a verossimilhança que caracteriza muitas obras de ficção”⁸.

É este duplo movimento que torna o diálogo entre o produto telenovela e os telespectadores mais próximo, pois a construção narrativa está ancorada na realidade

⁶ Márcia Gomes, *Recepção de Telenovelas e Socialização*.

⁷ Márcia Gomes, *Recepção de Telenovelas e Socialização*.

⁸ Ver Paula Simões, “Representações do amor no diálogo entre ficção e realidade”, p.2.



social, o que faz com que os espectadores consigam (re)conhecer-se e (re)conhecer o mundo que lhes circunda no que é apresentado.

Um aspecto característico da telenovela que contribui para a apropriação dos elementos da realidade social é o fato da telenovela ser escrita aos poucos e de que lidam com um universo aberto⁹. Durante o processo de produção da telenovela, o produto sofre diversas influências, tanto da empresa, quanto do público e do próprio autor. Ao longo da transmissão, alguns personagens ganham espaço, outros desaparecem por rejeição do público, temas de atualidade são inseridos e discussões contemporâneas são abordadas. Acontecimentos, personagens e todos os tipos de fatos reais adentram a ficção.

Assim sendo, foram identificadas quatro formas de contato entre a ficção e a realidade social na construção das narrativas telenovelescas. São elas: inspiração, menção, citação e porosidade do relato.

A primeira delas, denominada **inspiração**, acontece quando os autores, diretores e atores, isto é, as pessoas que estão envolvidas diretamente no processo de produção do produto telenovela se inspiram em aspectos da realidade social para compor a narrativa. Existem quatro tipos de inspiração: a biográfica, em que as pessoas envolvidas na produção da telenovela utilizam aspectos da sua trajetória de vida e o inserem no gênero; a experiência de vida, presente quando os autores/diretores/atores inserem impressões e sensações ligadas a sua própria experiência de vida. A linha que separa estas duas fontes de inspiração é muito sutil, mas enquanto a biográfica está ligada a acontecimentos objetivos, como datas e lugares, a inspiração fundada na experiência de vida está relacionada à maneira como esta trajetória foi vivida, às sensações e às lembranças.

O terceiro caso de inspiração se refere à apreensão e observação da realidade social, de maneira que o que é observado no cotidiano das pessoas comuns acaba sendo apresentado na tela. O último caso, nesse sentido, diz respeito ao diálogo com outros meios de comunicação e obras, que acontece quando os envolvidos no processo se valem do que já foi feito e inserem na telenovela elementos que já estiveram presentes em outras obras, ou dialogam com o que já foi representado em outros meios, como cinema, teatro, literatura, etc. Neste caso, no entanto, o diálogo não se dá de forma aberta ou insistente.

⁹ Samira CAMPEDELLI, A telenovela.



A segunda forma de diálogo com a realidade é o que denominamos **citação** e corresponde à necessidade ou possibilidade do texto relacionar-se dialogicamente com outros textos. Apresenta três itens: citação através dos nomes de personagens/cenários, que acontece quando personagens ou cenários apresentam nomes de personalidades, livros, músicas, filmes, entre outros; a citação feita através dos diálogos, quando os personagens citam frases famosas ou depoimentos de personalidades. Por último, a citação através da composição dos cenários/personagens, pela maneira que os cenários são construídos, no sentido que fazem referência a uma outra obra (quarto de um personagem é construído tal como um quadro de artista de renome) ou quando personagens da vida real adentram a ficção (Freud aparece como personagem da telenovela).

Já a **menção** à realidade acontece quando as novelas fazem alusão à sociedade atual, mas não de forma explícita. Acontece como forma de localização do produto em determinado contexto. Possui três tópicos: o primeiro deles, a menção aos acontecimentos e personalidades, ocorre quando a novela apresenta um personagem que faz alusão a uma pessoa que tem sua vida pessoal ou pública no conhecimento da mídia, ou quando se menciona de forma implícita algum acontecimento de notoriedade pública. O segundo, a menção à realidade social, acontece quando as telenovelas fazem alusão à realidade, como uma espécie de comentário/crítica social (por exemplo, o Bike Boy da novela Bang Bang, como forma de alusão aos moto-boys). Por último, menção à uma linguagem determinada, acontece quando a construção dos diálogos se refere a um grupo social ou comunidade específica, e usa termos e expressões desta (por exemplo, expressões que fazem referência ao universo gay).

Para finalizar, a **porosidade** do relato caracteriza os momentos em que ficção se mistura com realidade. São acontecimentos que entram para a telenovela, o que pode acontecer tanto de forma inesperada, quando algo acontece durante a gravação e o diretor resolve incorporar à cena, ou como algo programado ou produzido, por assim dizer, quando a trama promove um evento ou acontecimento que desborda o universo da trama e depois o incorpora (por exemplo, uma manifestação marcada na qual os atores se incorporam e atuam em meio aos manifestantes). Pode-se afirmar que este diálogo entre ficção e realidade é o mais evidente dos casos anteriormente citados.

Existem três casos de porosidade: a porosidade de acontecimentos, que acontece principalmente como crítica social, é uma forma de assuntos polêmicos e discussões políticas adentrarem a ficção; a porosidade de cenário/lugares, tentativa de reprodução



de lugares que existem na vida real ou inclusão de algum objeto ou monumento conhecido em um cenário; e por último, porosidade através de diálogos, aparece quando personagens inserem em seus diálogos referências a pessoas da vida real, como por exemplo, uma personagem que diz querer ser algum personagem público (a Tosca/Belíssima, que afirmou querer ser Atina Onassis, por exemplo) ou que faz comentários sobre o presidente do país.

A representação masculina

As telenovelas são um gênero feminino, e têm em sua narrativa a representação de homens, que algumas vezes são representados de maneiras aprovadas ou não pelas mulheres e pela sociedade em geral. Nelas os homens são representados, então, seja em personagens que produzem uma imagem negativa, seja por personagens que estimulam uma percepção positiva, de aceitação. Nelas eles estão presentes de forma análoga a que estão posicionados na sociedade, assumindo vários papéis. O homem representado nesses programas se aproxima, em certos aspectos, da percepção que se tem deles na sociedade, ainda que neste caso a versão do homem proposta sofra também a intermediação das possibilidades próprias do gênero e do meio de comunicação onde é feita a representação.

A multiplicidade de perfis masculinos apresentados nas telenovelas aproveita em parte os aspectos referentes aos padrões de homens existentes na sociedade, e prevêem certos tipos característicos de comportamento deles em situações concretas da vida cotidiana. A reprodução desses vários perfis, por mais próxima que seja da realidade, não imitam fielmente o objeto representado, ou seja, a figura masculina como ela é observada no convívio social. A construção dos personagens masculinos é feita de acordo com um modo de conceber o homem na organização da sociedade, uma perspectiva, e não a abarca a figura masculina em sua totalidade e complexidade.

A maneira como a telenovela expõe a imagem masculina tende a uniformizar o comportamento, pois ao citar tipos sociais masculinos ela prescreve condutas ideais que eles devem adotar, e que ganham força social, devido ao apelo social que o gênero tem conquistado. O tipo de homem ideal representado é construído através de traços compartilhados que o distingue do outro gênero sexual, ou seja, das mulheres, apesar das diferentes nuances que a figura masculina possa assumir dentro da narrativa. Desse modo, chega-se ao arquétipo de homem que a sociedade produz e as instituições sociais



legitimam. A publicidade, à sua regra, arquiteta juntamente com outras instituições sociais o modelo de homem ideal para a sociedade, e o modelo de masculinidade ideal a ser aceito pelas mulheres. No que diz respeito ao campo publicitário, Vestergaard & Schroeder indicam que mesmo que raramente se utilizem homens na publicidade dirigida às mulheres, quando eles aparecem são geralmente de tipo mais gentil, amistoso e compreensivo – menos machos – que aqueles representados em anúncios dirigidos ao público masculino¹⁰. Isso ajuda esclarecer o propósito da construção da figura masculina feita pelas telenovelas.

Algumas convenções sociais e teorias antropológicas que tratam do espaço da casa e da rua como espaços básicos nos quais circulamos em nossa sociabilidade, afirmam que a casa ordena um mundo a parte, um mundo ligado mais ao feminino, enquanto a rua está ligada à dura realidade da vida e ao masculino. Desse modo a casa se configura pela organização e divisão social dos espaços como um ambiente feminino, onde a mulher arranja os espaços, cuida da família e também trabalha. As telenovelas são pensadas e produzidas para pessoas que vivem nesse ambiente, nesse espaço social, daí então afirmar que elas são um gênero feminino¹¹.

Neste sentido, é possível perceber, também, que as telenovelas privilegiam o atendimento da visão de mundo das telespectadoras do sexo feminino. A produção do gênero se preocupa em como será feita a representação dos homens para esse público, que constitui maior quantidade se comparado ao público masculino. Observa-se, então, que os personagens masculinos devem seguir uma caracterização especial, mais delineada devido o fato das telenovelas seguirem o gênero feminino, mas além de atender as expectativas das telespectadoras, a representação deve ainda corresponder a sedimentação do modelo de homem na sociedade.

A legitimação justifica a ordem institucional dando dignidade normativa aos imperativos práticos¹², o que faz com que a visão proposta pelas telenovelas reafirme àquelas feitas em outros lugares dos meios de comunicação, como a publicidade, os tele-jornais, as revistas e os demais organismos produtores de legitimação dos papéis sociais. No caso masculino, os papéis sociais desempenhados representam a ordem social como um todo, e assim a institucionalização de um modelo, a fixação de um padrão de comportamento e atitudes que as pessoas esperam que ele desempenhe

¹⁰ Torben VESTERGAARD e Kim SCHROEDER, *The Language of Advertising*.

¹¹ Ver, M. Gomes, *Recepção de telenovelas e Socialização*, sobre as categorias casa e rua propostas por Roberto Da Matta.



enquanto homem. O modelo estabelece as normas de conduta dos indivíduos, que ajuda a explicar a institucionalização do arquétipo masculino.

Na narrativa ficcional eles geralmente aparecem em papéis secundários, pois ainda que contribuam no desenvolvimento da história, nunca é reservado a eles as decisões e os passos mais importantes e decisivos. Eles aparecem sempre como “ajudantes”, personagens que viabilizam os acontecimentos, mas que não os realizam. A realização, a direção e a condução, ainda que de maneira sutilmente colocada, devido a vantagem que homem leva na sociedade, é feita pelas figuras femininas¹³. A elas cabe definir o formato do enredo e dar o sentido ao texto, à forma e à trama. Isto advém do fato de que as telenovelas constituem um gênero feminino, e por isso as personagens principais que conduzem a trama serem geralmente mulheres.

A imagem masculina nas telenovelas é representada das mais diversas maneiras, sem perder de vista, no entanto, as características principais que fazem deles homens. A diversidade de enredos também revela a variedade de tipologias masculinas. Lembremos de exemplos, como o do empresário bem sucedido, mas com a vida amorosa conturbada (Glauco, América), o pobre que se torna rico por meios ilícitos (André, Belíssima), o filho que desrespeita a família (Geninho, América), o fazendeiro que usa de todos os meios para conseguir mais terras (Laerte, América) o homem romântico e culto apreciador da cultura humana (Miguel, Laços de Família), o marido canalha que trai a esposa e mente (Alberto, Belíssima), o desajeitado bonitão (Pascoal, Belíssima) o namorado que é enganado (Narciso), o jovem gigolô (Mateus, Belíssima). Enfim, muitas são as representações feitas da imagem masculina nas telenovelas, imagens essas que tentam representar a variedade de comportamentos que o homem assume na sociedade, de maneira que cada tipo masculino representado seja potencializador de certos estereótipos.

Dessa maneira, ainda que se estimule a hiper-generalização dos tipos representados, as imagens propostas tendem a provocar nas mulheres, o principal alvo das telenovelas, sensações que podem ser de desejo ou de repulsa, dependendo do modelo proposto e de se ele é ou não é socialmente aprovado. Daí constituir-se em padrões de expressão do bem (legítimo) e do mal, do ponto de vista das instituições sociais. Quando ilegítimas/ más, as atitudes dessa categoria sexual são reprovadas e condenadas à repulsa pelas obras, não apenas pelas mulheres, mas por toda a sociedade.

¹² Berger, Peter e Luckman, Thomas. A Construção Social da Realidade. Petrópolis: Vozes, 1991.



O homem representado nesse gênero e aprovado pelas mulheres é mais suave no que diz respeito ao refinamento dos sentimentos, ou seja, tal qual ocorre na publicidade, os homens são também representados pelo gênero de uma maneira mais delicada. A representação do homem na novela acentua os aspectos ligados à sensibilidade, à gentileza, à afetuosidade. Desta maneira, pode-se afirmar que o homem agressivo e machista representado nas telenovelas seja uma forma aberrante, ligado a produção de uma compreensão negativa do personagem e de seus sentimentos, para que o receptor possa diferenciar e divisar o que a sociedade – ou a parte feminina da sociedade – aprova e espera do comportamento masculino.

De outro modo, a quantidade inferior de personagens masculinos nas telenovelas se explica pela relativa vantagem social do homem. Em quantidade menor, eles geralmente não têm a mesma importância dos personagens femininos. Isso se evidencia no caso específico das telenovelas que tem uma quantidade maior de personagens femininos, o que pode ser explicado pela inversão da realidade social, onde as mulheres ainda são oprimidas como gênero sexual. A direção da narrativa e o quantitativo superior de papéis femininos justificam o contrapeso que fazem aos homens: sendo a força social dominante, os homens têm menos espaço para se contrapor às mulheres, que por sua vez precisam de mais espaço, nesse caso também de mais personagens, para equacionar o peso dos dois gêneros sexuais nas obras.

Estereótipo e papel social na telenovela brasileira:

No que tange às telenovelas, os estereótipos simplificam a caracterização dos personagens, bem como dos comportamentos, e são necessários à composição deste gênero, que é um produto cultural de massa e está pensado para ser produzido em série. Ao mesmo tempo em que a estereotipia participa do processo cognitivo do ser humano, como constituinte do imaginário social, ela também transmite idéias cristalizadas e ideologias que são, de certa forma, compartilhadas pela emissão com a recepção, na medida em que esta última é capaz de re-conhecer ou se identificar com as imagens propostas pelos personagens constitutivos do gênero.

A palavra *estereótipo* deriva do grego *stereós* (sólido) + *týpos* (molde, marca, sinal). Muito usado no jargão jornalístico e na tipografia, este termo foi introduzido nas Ciências Sociais, em 1920, pelo escritor e colunista Walter Lippman. Este autor sugere

¹³ Márcia Gomes, “As telenovelas: um lugar de formação social e entretenimento”.



duas acepções do conceito de estereótipo. A primeira, com base na psicologia social, sugere que os estereótipos são ferramentas necessárias para a apreensão cognitiva e que ajudam a estruturar e interpretar “experiências, eventos e objetos diversificados e complexos”¹⁴. Servem à “economia de pensamento”¹⁵ e por isso correm o perigo de generalizar características situadas na história, em uma cultura e sociedade específicas. A segunda acepção, com base política, assimila o estereótipo como uma construção simbólica. Este produto simbólico é construído através de uma ideologia e reduz características e valores sócio-culturais em alguns poucos elementos, representados de maneira exagerada, que buscam estruturar a visão de mundo de uma sociedade.

É importante ressaltar a inflexibilidade dos estereótipos (*stereós*: sólido) e sua aversão às mudanças sociais e à recepção racionalizada de seu conteúdo. Eles possuem “papel central na organização do discurso do senso-comum”¹⁶ e legitimam um ponto de vista sobre a condição de algo ou alguém dentro da sociedade, podendo incluir ou excluir. Ou seja, modelam (*týpos*: molde) a percepção de um objeto de acordo com os interesses econômicos e ideológicos de uma classe dominante, e naturaliza a sua existência.

Thompson, em sua obra “Ideologia e Cultura Moderna”, dialoga com a concepção de Geertz¹⁷ de que o ser humano é um animal suspenso em teias de significado que ele mesmo teceu e esta teia é a cultura. Por meio desta concepção, Thompson atenta para o fato de que dependendo da localização dos indivíduos em um contexto sócio-histórico, a significação de fenômenos simbólicos será diferente, bem como as relações de poder e até dominação entre eles, que também caracterizam as concepções ideológicas. Entende-se poder como a capacidade de agir na busca de seus próprios interesses apoiando-se nos recursos de que dispõe, e dominação como uma relação assimétrica de poder.

Com relação aos estereótipos trabalhados nas telenovelas brasileiras pode-se citar o exemplo da heroína de Senhora do Destino, a personagem de Maria do Carmo, que é uma imigrante nordestina que alcança o “sucesso”¹⁸. Possui cabelo levemente ondulado, pele branca, usa roupas coloridas, mostra um sotaque nordestino no seu modo de falar, usa sapatos de salto alto e no dia-a-dia é bem alegre, falando sempre com todos

¹⁴ João FREIRE, Força de expressão.

¹⁵ Dicionário de Ciências Sociais, FGV, RJ, 2ª ed, 1987.

¹⁶ João FREIRE, Força de expressão.

¹⁷ GEERTZ, Clifford. The interpretation of Cultures.

¹⁸ Contigo 15/07/04, edição nº 1504.



os que a cercam. A personagem passou por uma transformação durante a novela: migrou do nordeste para o Rio de Janeiro, em situação de miséria, e anos depois conseguiu ter sua própria empresa, tem uma situação financeira estável, porém teve sua única filha roubada por uma mulher disfarçada de enfermeira. O estereótipo se encontra no fato de a mãe do bebê ser uma migrante nordestina, que busca uma “vida melhor” no Rio de Janeiro, depois de ser abandonada pelo marido. A ideologia de progresso é intrínseca a esta proposição: um progresso radial, que se traduz em seu próprio percurso, da periferia para o centro. Assim a ex-retirante nordestina, Maria do Carmo, consegue “sucesso” na capital, que de por si é outro símbolo ideológico, visto que na obra o sucesso se apresenta associado a possuir uma casa grande (símbolos de status), uma mesa farta, jóias, carros, uma empresa de sua propriedade, filhos e netos ao seu redor, e dois homens compreensivos e muito apaixonados por ela, dispostos a esposa-la quando ela assim o decidir.

A presença da estereotipia na composição de vilãs pode ser ilustrado com a personagem da Cristina, da novela *Alma Gêmea*. Ela tem a pele branca, os cabelos loiros e lisos, usa batom vermelho e roupas luxuosas. Além disso, possui duas personalidades: uma boa, para convencer suas vítimas, e outra má, que é a verdadeira. Todos os vínculos que estabelece com os outros personagens tem como motivação última o interesse financeiro, de maneira a querer se casar para viver em uma mansão e por inveja de sua prima. Durante toda a novela tenta cercar a liberdade da vítima, em benefício próprio. Já a personagem Lurdinha (América) é constantemente indicada como jovem e linda pelas revistas especializadas em telenovelas, como aprovações mútuas. Possui cabelo liso, pele morena, estatura mediana, corpo delineado por curvas, e é bastante sorridente. Durante a novela se apaixona pelo pai de sua amiga, com diferença grande de idade. O pai de sua amiga se chama Glauco, é casado, tem uma amante e participa do núcleo rico, enquanto ela participa do núcleo de classe média.

As três personagens indicadas (Maria do Carmo, Cristina e Lurdinha) possuem cabelos lisos e pele clara. De aí que cabe a pergunta, por que assim e não de outro jeito? Por que cabelos lisos, por exemplo, se a maior parte da população carioca (no caso da Lurdinha), e também brasileira, descende de raça negra? Há também uma repetição que caracteriza o estereótipo. Os papéis sociais são frequentemente representados desta maneira. A heroína (Maria do Carmo) é uma personagem forte, a vilã (Cristina) vai contra os preceitos da vítima e a sedutora (Lurdinha) é considerada bela, é o ideal de beleza da época. E por trás desta representação está a ideologia, a visão de mundo de



uma época e um lugar, que se legitima através da concordância com o imaginário dos receptores.

Referências bibliográficas:

- BERGER, Peter e LUCKMAN, Thomas. A construção social da realidade. Petrópolis, RJ:Vozes, 1976, 4ª ed.
- BORELLI, Silvia Helena Simões. “Gêneros ficcionais: matrizes culturais no continente”, IN Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa, Silvia Helena Simões Borelli (org.), São Paulo: Intercom/CNPq/Finep, 1994.
- CAMPEDELLI, Samira. A Telenovela. São Paulo: Ática, 2001.
- COSTA, Maria Cristina Castilho. A milésima segunda noite, São Paulo: Annablume, 2000.
- DE SOUZA, Lícia Soares. “A dimensão cultural da teleficção” e “Regionalismo em o rei do gado”, IN Televisão e Cultura: Análise semiótica da ficção seriada, Salvador: SCT, FUNCEB, 2003.
- FREIRE, João. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas, IN Intercom, Rio de Janeiro, 2005.
- GOMES, Márcia. “As telenovelas: um lugar de formação social e entretenimento”. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, setembro 2004, Porto Alegre.
- GOMES, Márcia. Recepção de Telenovelas e Socialização: as telenovelas e a construção da identidade social feminina. (Tese de Doutorado) Roma: Pontificia Università Gregoriana, 2002.
- LOBO, Narciso e FREIRE, Julio. Ficção e política – o Brasil das minisséries. Manaus: Valer, 2000.
- MATTELART, Michèle e MATTELART, Armand. História das teorias da comunicação, São Paulo: Loyola, 1999.
- ORTIZ, Renato, BORELLI, Silvia y RAMOS, José M. Telenovela. História e produção. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica? São Paulo: Brasiliense, 2000.
- SIMÕES, Paula G. “Representações do amor no diálogo entre ficção e realidade: telenovela e sociedade brasileira”, Rio de Janeiro, Intercom 2005.
- SOUZA, Mauro Wilton. “Jovens e telenovela: seduções da vida cotidiana”, IN Comunicação, educação e arte na educação e arte na cultura infanto-juvenil, Elza Dias Pacheco (org.), São Paulo: Loyola, 1991, 85 - 109.
- THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna, Petrópolis, RJ: Vozes, 1995, 5ª ed.
- VESTERGAARD, Torben - SCHROEDER, Kim. The Language of Advertising. Oxford: Blackwell, 1985.
- WHITE, Robert A. “Recepção: a abordagem dos estudos culturais”. IN Comunicação & Educação, São Paulo, (12): 57 a 76, mai/ago. 1998.