



Telenovelas e imaginário social: estereótipos e simbologia na imagem de brasileiro representado.

Luiza Maria Almeida Rosa, UFMS¹
Márcia Gomes M., UFMS²

Resumo: Este estudo tem como finalidade refletir sobre as relações de poder que se estabelecem por meio dos estereótipos e da composição iconográfica e simbólica apresentada pelas telenovelas brasileiras transmitidas nos canais abertos de televisão. Neste artigo, os estereótipos são analisados desde sua relação com os papéis sociais e com as normas de comportamento da vilã, da heroína e da sedutora desempenhados por três personagens de telenovelas da Globo que foram ao ar nos anos de 2005 e 2006.

Palavras-chave: telenovelas, estereótipos, construção narrativa.

1. Introdução

No Brasil as telenovelas são de grande importância econômica e cultural. Econômica, porque é um dos produtos deste setor da indústria cultural de maior popularidade, é o principal artigo de exportação, e é parte integrante dos canais abertos de televisão de maior audiência. Cultural porque define tendências de comportamento, que somente são aceitas por meio do processo de identificação por parte dos telespectadores, que ressignificam os símbolos transmitidos pela narrativa ficcional. Essa narrativa tem o estereótipo como chave de seu processo de comunicação, para ser aceita facilmente e de não incitar reflexão aparente. A constatação de que são utilizados nesses programas levanta a pergunta de se os estereótipos são recebidos como representações naturais. E se o são, por que isto ocorre? Faz-se necessário o estudo de recepção dos estereótipos transmitidos pelas telenovelas visto que eles transmitem ideologia de maneira mais ou menos disfarçada, em que as relações de poder se encontram maquiadas assim como os personagens. A construção do imaginário social dos telespectadores que se dá pela recepção das telenovelas pode encaminhar para um entendimento de mundo, mas também pode levar a uma percepção díspare entre mundo

¹ Estudante 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

² 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



vivido e mundo assistido. Assim sendo, os estereótipos podem induzir ao preconceito e à violência simbólica.

Este estudo tem como finalidade analisar a composição iconográfica e simbólica dos estereótipos de brasileiro representado nas telenovelas brasileiras transmitidas nos canais abertos de televisão. Neste artigo, os estereótipos são analisados desde sua relação com os papéis sociais e com as normas de comportamento do vilão, do herói e do sedutor personificados, respectivamente, nas seguintes personagens: Cristina, de “Alma Gêmea”, Maria do Carmo, de “Senhora do Destino” e Lurdinha, de “América”. As personagens escolhidas faziam parte de telenovelas transmitidas no ano de 2005 e 2006, pela Rede Globo. Elas são personificações das idéias de bem, mal e sedução e foram escolhidas devido ao destaque que tiveram nos intertextos, como revistas especializadas em telenovela e na publicidade em geral.

No que tange às telenovelas, os estereótipos simplificam a caracterização dos personagens, bem como dos comportamentos. 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.

2. Notas sobre a metodologia

A ênfase neste artigo recairá, em primeiro lugar, sobre o horizonte de emissão, nos produtos e, em segundo lugar, no horizonte da recepção, através da análise de entrevistas em profundidade realizadas com telespectadoras sul-mato-grossenses. Nas entrevistas se indaga sobre a experiência dos telespectadores com o gênero, os motivos para assistir e a qualidade da relação que estabelecem com as telenovelas, os hábitos e os rituais de consumo ligados aos meios de comunicação em geral ao gênero especificamente. Nelas é averiguada, adicionalmente, a ressemantização realizada da imagem de brasileiro e da estereotipia ligada aos papéis sociais e às normas de comportamento, se as entrevistadas aceitam ou não os estereótipos propostos.

Os resultados aqui apresentados fazem parte de uma pesquisa que cujo objeto é a análise das contribuições realizadas pela recepção de telenovelas ao processo de



socialização dos telespectadores³. Essa pesquisa combina a análise sócio-narrativa do gênero com entrevistas em profundidade com pessoas que assistem telenovelas. Do total de 20 entrevistas feitas até o momento, com mulheres com idades entre 20 e 70 anos com situações sócio-culturais e de ocupação bastante diferente, neste artigo serão utilizadas 9 entrevistas realizadas com mulheres com idades entre 32 e 66 anos.

Na análise das entrevistas foram destacados os adjetivos usados e também as projeções feitas pelas entrevistadas, que indicam os desejos e expectativas que elas têm em relação aos personagens, bem como o envolvimento delas no compartilhamento das histórias. Especificamente, buscou-se averiguar a aceitação ou a negação dos modelos propostos. Foi feito então uma análise da interpretação das entrevistadas dos fenômenos simbólicos presenciados diariamente por elas, nas telenovelas, que busca delinear o processo de ressignificação do que lhes é apresentado pelas tramas.

3. Imaginário e cultura

Unindo as teorias de Darwin, Freud e Levy-Strauss para delinear o surgimento da cultura juntamente com as questões biológicas, Lia Amaral afirma que é da consciência de morte, da sedentarização e da agricultura que o ser humano passa do estágio predatório para o estágio simbólico, ou seja, passa a ter papel ativo na interação com o mundo que o cerca, o que o distinguirá dos outros animais⁴. Desenvolve capacidade de atribuir significado a elementos da natureza através de convenções, percebe a sua existência como duração e vai construindo formas de se expressar.

A dialética de interiorização e exteriorização de signos entre realidade e ser humano, indivíduo e coletividade, é o que constitui o imaginário social e sustenta a cultura humana que, por sua vez, possibilita o processo de comunicação. Desta concepção de Geertz: “o homem é um animal suspenso em teias de significados que ele mesmo teceu. Entendo a cultura como sendo essas teias.⁵”, Thompson atenta para o fato de que dependendo da localização dos indivíduos nesta teia, ou seja, em um contexto sócio-histórico, a significação de fenômenos simbólicos será diferente, bem como as relações de poder e até de dominação entre eles. Entende-se *poder* como a capacidade de agir na

³ 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 M.e que tem o apoio financeiro da FUNDECT.

⁴ Citado em COSTA, Maria Cristina Castilho Costa. *A milésima segunda noite*.

⁵ THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna*. P. 175



busca de seus próprios interesses apoiando-se nos recursos de que dispõe, e *dominação* como uma relação assimétrica de poder.

Para que as convenções culturais – ou conhecimento – pudessem ser compartilhadas por uma coletividade, criou-se instituições. Foram, e ainda são, a base para passar através da comunicação os pressupostos de uma organização social, que envolviam obrigações e deveres e que constituem os papéis sociais.

A cristalização de comportamentos em papéis sociais foi uma forma de impor limites à satisfação imediata dos desejos dos indivíduos e desenvolveu a capacidade de abstração nos seres humanos. Esta capacidade possibilitou projetar os desejos do ser humano para o futuro, lembrar, através da memória, de suas obrigações enquanto pertencentes a um grupo, e reprimir seu desejos no presente filtrando-os através de manifestações culturais, simbólicas, já atribuídas de sentido. Nasce assim, a noção de temporalidade e a incorporação da cultura ao viver humano.

Já estabelecidas as noções de cultura, imaginário e papel social, é preciso destacar a forma como são compartilhadas estas noções por um meio social. O processo comunicativo que possibilita a existência deste compartilhamento se embasa na narrativa, que expressa uma organização temporal que segue a lógica de início, meio e fim. A sua estrutura revela uma organização interna, do próprio discurso, e externa, que é do meio que a criou.

4. Narrativa e ficção seriada televisiva

A narrativa pode ser entendida como metáfora da organização temporal humana, que revela uma localização e, portanto, uma organização espacial também. Ela possibilita a expressão dos conteúdos internos do indivíduo, constituídos por elementos objetivos e subjetivos (cognitivos e culturais), originários de uma realidade concreta. Ordena fatos de forma conseqüente, causal, ondulatória e não linear, atribuindo-lhe um início, meio e fim. A ontologia do “fim” provém da consciência de morte pelo ser humano, em que sua própria trajetória de vida é vista como duração.

O que une os fatos narrados é a relação de causalidade e necessidade entre eles. Daí a multiplicidade de significados que podem ser criados a partir da interligação entre as partes de um mesmo fato. A organização temporal atribui significado e ritmo à narrativa através das relações entre causa e conseqüência, ação e repouso.



A narrativa pode ser factual ou ficcional. A ficção, nas palavras Wilton⁶, “é uma forma de se apropriar do cotidiano real e a arte de narrá-lo.” O receptor da mensagem ficcional é quem irá completá-la, fazendo elos com seu próprio conteúdo vivido e sistêmico (imaginário social). Os elos com o conteúdo vivido é que sustentarão a noção de veracidade e realidade do relato, portanto o fato de ser ficção não lhe confere falsidade.

A primeira narrativa de ficção produzida com periodicidade foi o romance-folhetim, criado em 1836, na França. O antecedente do romance-folhetim, e que ainda influencia as telenovelas atuais, é o melodrama. O melodrama foi uma arte teatral criada logo após a Revolução Francesa, na França e na Inglaterra, e que serviu para expressar o sofrimento e injustiças por que passaram as massas durante a Revolução. Foi um gênero popular, que se apresentava em lugares acessíveis como praças e ruas, mas que por ter a liberdade tolhida pela censura no uso de diálogos, desenvolveu a comunicação imagética e sonora, relacionando fisionomia com papel social, que poderia ser de *traidor, vítima, herói ou bobo*, bem como músicas que identificavam a situação: *terrível, excitante, terna ou burlesca*. O final não era trágico, nele todos os problemas eram resolvidos pelo herói, o traidor era punido e a vítima era descoberta e liberta de seu sofrimento. Importante notar que a resolução dos problemas não era mais atribuída a seres divinos, como nas epopéias, mas a seres terrenos. A resolução dos problemas eram terrenas, e não mais seculares, com a presença do divino. Segundo Barbero, a polarização entre bem e mal não se estabelece apenas na narrativa melodramática. Ela existe também em situações limite da sociedade, como eminência de uma revolução ou estado de guerra, bem como no mito judaico-cristão da criação do mundo, compartilhado ainda por muitos do mundo ocidental⁷.

As telenovelas atuais herdaram a forma do relato do romance folhetim e a estrutura do conteúdo do melodrama, ambos populares. A telenovela se encaixa muito bem na lógica televisiva porque: a) permite um número maior de personagens e subtramas e, portanto, maior tempo de exibição; b) facilita as inserções publicitárias e aproveitamento econômico das empresas teletransmissoras; c) encaixa-se no modelo de

⁶WILTON, Mauro. *Jovens e telenovela: seduções da vida cotidiana* IN Comunicação , educação e arte na cultura infanto-juvenil, Elsa Dias Pacheco (org).

⁷ BARBERO, Jesús Martin. *Matrices Culturales de la telenovela*.



programação de canais abertos de televisão, que têm de abarcar diversos tipos de programas, para que seja assistível a qualquer hora do dia⁸.

A serialidade é própria de canais abertos televisivos porque eles seguem o princípio do mosaico, proposto por McLuhan, e de voracidade, proposto por Balogh⁹. O mosaico (organização vertical) explica a fragmentação da grade de programas, em minutos ou horas de exibição, e a voracidade (organização horizontal) explica a diversidade de gêneros televisivos que cada canal aberto precisa abarcar. Além destas características, outra também importante é a oportunidade de contato com os receptores durante a exibição do programa seriado, que permite ajustes no desenrolar da história, de acordo com a demanda.

5. Gênero & arte : a depreciação do gênero telenovela

O gênero é uma tipificação narrativa que encerra regras no seu processo de produção, difusão e recepção. Ele se sobrepõe ao autor, ou seja, o autor deve seguir a estrutura narrativa e não modificá-la. Somente as situações podem ter originalidade.

Esta é uma estrutura que já havia sido estudada por Vladimir Propp, estruturalista russo que em sua obra “Morfologia do conto maravilhoso”¹⁰, percebe a existência de uma estrutura fixa nas ações dos personagens dos cerca de trezentos contos russos que analisou. Enumera trinta e uma funções sendo que as mais importantes são: estado inicial, transgressão de uma proibição, conflito entre o herói e o malfeitor, reparação, e estado final, geralmente precedido de casamento.

Eles têm ligação com a realidade social cotidiana porque se assemelham aos esquemas tipificadores das relações, que são padrões de comportamento do sujeito em relação à mensagem que ele transmite e à resposta que deve-se ter em relação a isso. No cinema, por exemplo, há os gêneros western, drama, horror, comédia, ficção-científica, todas elas indicando comportamentos diante dos produtos.

O gênero facilita a reposição dos programas. A mídia eletrônica necessita atualizações devido à velocidade do fluxo de informações. É uma forma de atualizar sem modificar a estrutura. Esta tensão entre reprodução e originalidade também serve para explicar a função dos estereótipos. Eles são sintetizadores de características que podem assumir novos sentidos de acordo com o contexto.

⁸ LOBO, Narciso e FREIRE, Julio. *Ficção e política – o Brasil das minisséries*.

⁹ Citado em LOBO, Narciso e FREIRE, Julio.

¹⁰ PROPP, Vladimir. *Morfologia do Conto Maravilhoso*.



Geralmente se coloca o gênero como inferior à arte, devido à sua rotinização¹¹. A arte restrita é vista como original e o gênero como repetição que visa a um “povo-público”¹². A arte só existe depois de escrita, o gênero pré-existe ao estágio de concretização da obra. É um fato que alimenta a discussão acerca da depreciação do gênero telenovela, que ainda é motivo de repulsa por estudiosos do meio acadêmico e pela sociedade em geral.

Agnaldo Silva, autor de novelas de sucesso no Brasil como “Senhora do Destino”, reforça a idéia de telenovela como um produto não artístico em entrevista à revista CULT, em abril de 2005, dizendo: “Arte é um produto individual, você faz, se manifesta. É um livro, uma peça (...) Novela não. Tanta gente mexeu ali...Ela é produto do trabalho de várias pessoas. Isso é arte?” A primeira catalogação da telenovela feita no Brasil foi em 1982 por Ismael Fernandes, trinta e um anos depois da produção da primeira telenovela do país - “Sua vida me pertence” (1951).

Segundo Souza o contexto político em que nasceu a telenovela brasileira foi propício para a sua negação como arte¹³. A elite cultural do país a via como instrumento de manipulação, pelo governo ditatorial, daqueles que não possuíam discernimento crítico. Segundo Narciso Lobo, a telenovela só pôde se desenvolver tecnologicamente porque respondeu “bem” às imposições da ditadura militar. O governo da época visava à criação de uma identidade nacional homogênea através das telenovelas.

A visão apocalíptica da ficção seriada vem da crítica literária do século XIX. Devido às divergências entre o que se pode chamar de cultura restrita – erudita - e a cultura larga – de grande difusão – a teoria literária teve dificuldades em aceitá-la como arte. Para ela a arte deve primar pela originalidade, resgatando a ideologia do romantismo, que condena o estereótipo. Em contraposição, o pilar da cultura larga é o gênero: uma mesma fórmula para milhares de produtos, que visam ao mercado, e utilizam o estereótipo por ser uma estratégia discursiva que facilita a comunicação. São como metáforas, que podem ser utilizadas e transformadas em contextos diferentes.

¹¹ ADORNO, T. W. *A televisão e os padrões de cultura de massa*.

¹² MATELLART, Armand e Michele. *História das Teorias da Comunicação*.

¹³ SOUZA, Lícia Soares de. *A dimensão cultural da Teleficção e Regionalismo em O rei do Gado* IN *Televisão E Cultura: Análise semiótica da ficção seriada*.



O que a crítica às telenovelas – como obras que – se destina às massas, não leva em consideração é que elas são mais que fenômenos econômicos. Possuem matrizes culturais que orientam a sua produção, difusão e recepção.¹⁴

6. Interação telenovela - receptor

A interação entre o telespectador e a telenovela remonta a um arquétipo: a interação interpessoal face-a-face. Este tipo de interação é a mais importante e completa de todas as outras formas de interação, que incluem simulacros como o telefone, internet, cartas, ou outras formas de comunicação, porque ela faz com que as pessoas interajam com a expressividade do outro de forma direta¹⁵. Os erros de interpretação são reduzidos porque tanto o criador do fenômeno simbólico como o receptor compartilham a mesma circunstância espaço-temporal.

É por meio do compartilhamento da realidade – entendida como um conjunto de fenômenos dos quais não se tem absoluto controle, e que existe independente da existência individual – que nós nos sentimos inseridos em um grupo ou sociedade, e que podemos ter a certeza de que a realidade existe. Esta certeza também pode ser chamada de conhecimento.

A linguagem e a sua organização através da narrativa são exemplos desta interação. São elos sociais e, ao mesmo tempo em que são uma convenção, assumem particularidades de acordo com o indivíduo que a utiliza e dela se apropria.

Segundo Goffman, existem duas formas de comunicação interpessoal: a transmissão e a emissão¹⁶. A transmissão consiste nos símbolos verbais, enquanto a emissão consiste nos símbolos corporais. Ambas podem ser simultâneas, mas nem sempre concordantes.

O grau de importância da interação face-a-face se constitui mais pela proximidade entre os indivíduos que pela frequência em que eles se encontram. A realidade mais importante para o indivíduo é a que ele pode agir e transformar, ou seja, que lhe diga respeito diretamente. Daí a utilidade da dinâmica para explicar o processo de identificação dos telespectadores com personagens e situações provocadas pela novela, bem como da atribuição de sentido de realidade ou ficcionalidade pelo telespectador. Quanto mais próxima estiver a representação da realidade do telespectador, mais será considerada real.

¹⁴ MARTÍN BARBERO, Jesús. *Matrices culturales de la telenovela* IN *Estudios sobre las culturas contemporâneas*.

¹⁵ BERGER, Peter e LUCKMAN, Thomas. *Construção Social da Realidade*.

¹⁶ GOFFMAN, Erving. *Representação do eu na vida cotidiana*.



Passando da interação interpessoal face a face, para a interação de receptores com os produtos culturais de massa transmitidos pelos *mass media* é possível perceber que a diferença está na presença física e espontânea do outro, e na margem de fantasia que um gênero midiático e de ficção proporcionam.

Os produtos simbólicos de massa, chamados também como produtos culturais de massa¹⁷ participam da vida diária dos telespectadores. As telenovelas, por exemplo, estão à disposição do consumo todos os dias da semana, exceto domingo, durante aproximadamente uma hora cada, se incluídos os intervalos comerciais, e com uma distância aparentemente curta da realidade em que os telespectadores vivem.

A idéia de curta distância entre telespectadores e mídia encontra-se no fato de o discurso visual e verbal ser calcado no senso comum. O gênero telenovela, como qualquer outro gênero cultural de massa, busca naturalizar idéias, não contrapô-las com outras formas de pensar e de ver o mundo. O conflito sendo contornado proporciona o entretenimento sem chamar, necessariamente, o telespectador a uma reflexão consciente e explícita. Daí a utilidade dos estereótipos.

A narrativa da telenovela também fascina devido a sua semelhança com o nosso cotidiano¹⁸. É uma narrativa fragmentada assim como a nossa identidade é fragmentada. Revela o processo de ordenação desses papéis e não a conclusão ou o início do processo. A periodicidade ajuda na importância que o produto pode vir a ter. Ainda assim, a sensação de proximidade vem do contato com as histórias, imagens e linguagem acessíveis a qualquer pessoa por estarem enraizadas no senso comum e na menção à realidade predominante com a qual grande parte dos telespectadores tem acesso: o espaço social da “casa”, em vez da “rua”. Portanto, os papéis sociais predominantes são de filho, pais, avós, primos, sobrinhos, etc, que geram uma capacidade de identificação maior, em qualquer parte do país.¹⁹

Os receptores querem se ver representados na tela da televisão. Participar desta comunidade virtual globalizada. Portanto quando não o são, se sentem invisíveis aos olhos do mundo. Eles estabelecem constantemente diálogo entre ficção e realidade da vida cotidiana. O método de comparação é muito importante para a construção da individualidade e do sentido compartilhado.

¹⁷ THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna*.

¹⁸ WILTON, Mauro. *Jovens e telenovela: seduções da vida cotidiana* IN Comunicação, educação e arte na cultura infanto-juvenil, Elsa Dias Pacheco (org).

¹⁹ GOMES, Márcia. *Recepção de Telenovelas e Socialização: as telenovelas e a construção da identidade social feminina*. (Tese de Doutorado) Roma: Pontificia Università Gregoriana, 2002.

7. Estereótipo e papel social na telenovela brasileira

“Porque nem toda feiticeira é corcunda, nem toda brasileira é bunda...”

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. Esse autor sugere 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 nos ajuda a estruturar e interpretar “experiências, eventos e objetos diversificados e complexos”²⁰. Servem à “economia de pensamento”²¹ 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. Ele possui “papel central na organização do discurso do senso-comum” e legitima um ponto de vista sobre a condição de algo ou alguém dentro da sociedade, podendo incluir ou excluir, ou seja, modela (*týpos*: molde) a percepção de um objeto de acordo com os interesses econômicos e ideológicos de uma classe dominante e naturaliza a sua existência.

O papel social está ligado ao gênero sexual, à posição social, à idade, à aparência física, ao trabalho ou atividade que exerce, ao seu estatuto perante o grupo, etc. É uma construção cultural, histórica e social que funciona como uma regra para interpretar e para agir. Ele é estrutura, mas também é estruturado, participa da dialética social humana, de ser seguido porque existe, e existir porque é seguido.

Um fato indicativo – e repetitivo – acerca da representação feminina nas telenovelas é que, em sua quase totalidade as personagens são donas-de-casa, mães, filhas ou de amantes, sem que sua profissão interfira de forma significativa no seu projeto de identidade social. Na telenovela América, por exemplo, ainda as personagens que

²⁰ FREIRE, João. *Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias* IN Congresso Intercom 2005, Rio de Janeiro.

²¹ Dicionário de Ciências Sociais, FGV, RJ, 2ª ed, 1987.

tinham profissão definida dentro da história tinham os seus desempenhos na trama ligados principalmente aos papéis sociais referentes ao mundo da casa, sendo que as outras eram donas-de-casa sem nenhuma outra ocupação profissional. A única personagem que não revela nenhum elo com o espaço da casa é Djanira Pimenta, que representa a chefe do tráfico de drogas. As outras personagens vistas como funcionárias possuem papéis terciários, quase não aparecendo na maior parte dos capítulos.

A incidência do papel social principal no mundo da “casa” não acontece com os personagens masculinos. Por mais que sejam filhos, irmãos ou pais, antes de tudo são empresários, policiais, fazendeiros, etc.

Para exemplificar o uso do estereótipo pela mídia audiovisual brasileira neste trabalho são analisadas, como mencionado, as personagens de Maria do Carmo (Senhora do Destino), de Cristina (Alma Gêmea) e de Lurdinha (América), todas da Globo. Maria do Carmo é a heroína nordestina que alcança o “sucesso”²². 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 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 primeiro 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 esposá-la quando ela assim o decidir.

A estereotipia de Maria do Carmo não se faz por inteiro. Geralmente os nordestinos são vistos desde o ponto de vista dos moradores da região sudeste do Brasil, de forma quase xenofóbica, caricata, grosseira, como se fosse um déficit e não um bônus para a composição étnica da população. Na telenovela, no entanto, ela se mantém na posição

²² Contigo 15/07/04, ed. n° 1504.



de vencedora, de peça importante para o crescimento da região. O que se mantém inalterado é a concepção física de heroína de telenovela. O fato de ter a pele branca, cabelo levemente ondulado e no início da novela ser loira, coloca a representação bastante distante da realidade da maior parte da população do nordeste, que é constituída de negros.

A presença da estereotipia na composição de vilãs pode ser ilustrada pela personagem Cristina. Ela também tem a pele branca, os cabelos loiros e lisos, usa batom vermelho e roupas luxuosas. Além disso, possui duas formas de agir: uma boa, para convencer suas vítimas, e outra má, que é a verdadeira. Todos os vínculos que ela 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, a primeira esposa do galã da novela. Durante toda a novela tenta cercar a liberdade da vítima, em benefício próprio. Mais uma vez há a exclusão de pessoas com pele negra, ou até mesmo características tênues, como o cabelo ondulado.

A personagem Lurdinha (América) é constantemente indicada como jovem e linda pelas revistas²³ especializadas em telenovelas, como aprovações mútuas. Possui cabelo liso, pele morena clara, 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. Tal como as duas outras personagens, possui cabelos lisos e pele clara. A partir dessa constatação estética, vem a pergunta, por que assim e não de outro jeito? Por que cabelos lisos, se a maior parte da população brasileira descende de raça negra?

Os personagens podem se caracterizar a partir desse estereótipo e ao longo da trama criar a sua individualidade e ser composto de idiossincrasias que possam complementar a sua composição. O problema se encontra na permanência dos estereótipos, em que a ideologia hegemônica atue constantemente, sem que haja espaços de diálogo com outras formas, ou regras de se ver o mundo. Mas os estereótipos são necessários nas telenovelas. Elas precisam ser de fácil e rápida digestão. Simplificam a caracterização dos personagens e os reduz a generalizações que os telespectadores já conhecem ou estão acostumados, não dão margens para o pensamento racional, potencializando o

²³ Contigo 10/03/05, ed. n° 1538.

caráter emocional, para que as pessoas não percebam conscientemente as relações de poder entre os personagens e sua própria vida.

8. As entrevistas

Tendo em vista que o processo de recepção é “criativo de interpretação e avaliação no qual o significado das formas simbólicas é ativamente constituído e reconstituído”²⁴ buscou-se verificar nas entrevistas a ressignificação dos estereótipos de vilã, heroína e sedutora representados nas telenovelas. Para tanto, foram destacados os adjetivos e as projeções usados pelas entrevistadas. Estes dois elementos indicam, respectivamente, a valorização dos personagens por elas construída, em forma de aprovação ou desprezo, e os desejos e expectativas que elas têm em relação aos personagens. Especificamente, buscou-se averiguar a aceitação ou a negação dos modelos propostos.

A personagem Maria do Carmo foi recebida de três maneiras: identificação com a transformação por que passou, com “a força de vontade de querer vencer” (Anelise, 55 anos), identificação com a imagem de nordestina e construção do estereótipo de mulher nordestina “aquela é idêntica nordestina” (Lúcia, 66 anos), e identificação com o papel de mãe, “é uma supermãe, né?” (Maria, 39). Somente uma das entrevistadas não gostou o fato da personagem seguir o mesmo padrão que as outras novelas seguem: “a novela inteira a gente ficou ali do lado, Maria do Carmo boa, Nazaré ruim (...) nas bordas não tinha muita coisa pra provocar não” (Zélia, 50).

A personagem Cristina apresentou duas formas de recepção: completa concordância com o caráter malvado da personagem que necessitava de punição, e a visão dela como uma pessoa esperta. Houve construção de estereótipo de “bicho do mato”, referente à vítima das maldades de Cristina: “sabe o que quer dizer bicho do mato? Número um, ela nem cumprimentava, ela fazia assim, ela se enrolava de vergonha (risos). Não cumprimentava ninguém, e ele falava “Vem, vem” e ela não queria entrar, se escondia” (Anésia, 65).

A personagem Lurdinha também apresentou duas formas de recepção: uma de completa concordância com ideal de beleza que ela representava: “ela era atirada, superdescolada, superinformada, ela era uma menina moderna (...) muito humana, muito boa filha, (...) bonita.” (Lessandra, 32) E outra que discordava das suas atitudes e não citava a sua beleza, “aquela menina só vai brincar com a cara dele. Eu acho que (...) eles

²⁴ THOMPSON, Ideologia e Cultura Moderna. P. 201.



num vão chegá a casá.”, construindo o estereótipo de mulher que a personagem representava, fazendo diálogo com a sua realidade: “Pega um já de idade, uma menina de 15, 14 anos, pode perceber, a maioria é essas menina né? Elas são pobre. Elas se envolve com esses moço que tem dinheiro, já de idade, lá dos 48, 50, por causa do dinheiro. Não é por amor, é por dinheiro. Mas é assim que acontece aqui fora.” (Maria, 39).

9. Considerações finais

O presente artigo trata de elementos que pertencem ao processo de comunicação que focaliza os meios de comunicação de massa. Perpassa a importância do imaginário social, da construção da narrativa, da cultura e, por fim, da ideologia que é transmitida pelos estereótipos e que revelam relações de poder e/ou dominação.

O processo de comunicação de massa não é unidirecional, pois a recepção tem papel ativo no processo na medida em que ressignifica os símbolos que recebe, podendo ou não concordar com a realidade que está sendo colocada. Uma das formas de não-aceitação encontrada nas entrevistadas aqui analisadas foi a distância com que as entrevistadas se referem às personagens ou às situações representadas. Quando algo é apontado como distante, dizem-no falsa, que “isso não acontece na vida real.” A ficcionalidade estimula a imaginação e a emoção de quem a consome, que são regidas pelos valores e os conhecimento que as pessoas construíram ao longo de suas vidas e por meio de suas experiências diretas e indiretas.

Os meios de comunicação de massa representam hoje uma forte instituição legitimadora de discursos. Nas telenovelas se faz visível a exclusão de outras formas de se encarar a realidade, principalmente pela manutenção da oposição bem/mal, e pela exclusão de outras formas de beleza ou padrões estéticos. Certamente a quebra de todos os estereótipos de uma vez poderia vir a causar a não-aceitação pelo público que acompanha este tipo de programação televisiva. A quebra de algumas concepções, que de certa forma e com limites é feita, contribui à pluralidade e à liberdade de expressão.

Outro ponto importante a ressaltar é a estereotipia em cima da estereotipia, que acontece quando o próprio gênero, que é de por si uma convenção, abarca outras convenções generalizantes para a composição de seus personagens. Isso não confere à telenovela a posição de inferior ou superior a outros tipos de arte. A própria arte considerada erudita possui suas formalizações, ou cânones de representação. A

convenção do gênero pode ser menos restritiva se não for utilizada de forma preconceituosa e unidimensional, deixando claro que é apenas uma forma de se ver o mundo, e não a única.

A presença dos estereótipos na telenovela brasileira induz à simplificação da realidade em poucos elementos de representação. Visto que o ser humano visa à sua representação para construir a sua identidade, a exclusão percebida nas telenovelas das chamadas “minorias”, que de minoria não têm nada, pode colaborar com a opressão pela manutenção e legitimação dos modelos propostos.

10. Referências bibliográficas

- ADORNO, T. W. A televisão e os padrões de cultura de massa IN **Cultura de Massa**, Bernard Rosenberg e David Manning White (org.), São Paulo: Cultrix, 1957.
- 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.
- 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.
- GOFFMAN, Erving. **Representação do eu na vida cotidiana**, Petrópolis: Vozes, 1985, 8ª ed, 11 – 75
- 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: Vaer, 2000.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. **Matrizes culturales de la telenovela** IN *Estudios sobre las culturas contemporâneas*. Colima: Universidad de Colima, 1988, nº 4 – 5.
- MATTELART, Michèle e MATTELART, Armand. **História das teorias da comunicação**, São Paulo: Loyola, 1999.
- MAZZIOTTI, Nora. “Telenovelas Latino-Americanas: Deslocamentos na Textualidade do Gênero”, IN **Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa**, Silvia Borelli (org.), São Paulo: Intercom, 1994, 11-17.
- ORTIZ, Renato, BORELLI, Silvia y RAMOS, José M. **Telenovela**. História e produção. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- PROPP, Vladimir. **Morfologia do conto maravilhoso**. Petrópolis, RJ: Forense universitária, 2005, 2ª ed.
- SOUSA, 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.
- WHITE, Robert A. “Recepção: a abordagem dos estudos culturais”. IN **Comunicação & Educação**, São Paulo, (12): 57-76, mai/ago. 1998.