

Identidade Goiana-Estudo de Recepção da Novela “Em Família” na Cidade de Goiás¹

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer²

Fernanda Ribeiro de Lima³

Lívia de Pádua Nóbrega⁴

Núbia da Cunha Simão⁵

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo

A televisão é parte do cotidiano mediado de milhões de brasileiros. Especialmente a audiência das telenovelas, principalmente na Rede Globo de Televisão, marcam, há 50 anos as referências e representações sociais no país. Por seu grande alcance cultural, o veículo televisão, e o produto telenovela justificam esta pesquisa. O objetivo geral deste artigo foi verificar junto à população da Cidade de Goiás sua percepção sobre a representação da identidade goiana pela novela “Em Família”, no ar, pela Rede Globo. Além do levantamento teórico a metodologia de pesquisa envolveu a realização de entrevistas em profundidade, na Cidade de Goiás.

Palavras-chave: Televisão; Telenovela; Rede Globo; Identidade; Representação;

Televisão e identidade - o caso brasileiro

No Brasil a primeira transmissão televisiva é alvo de controvérsias. Segundo Temer (2002), alguns autores dizem ter acontecido em 29 de julho de 1950⁶, outros em 10 de setembro do mesmo ano⁷. O que não se discute é a data da inauguração oficial da primeira emissora brasileira, implantada por Assis Chateaubriand, a **TV Tupi** de São Paulo, em 18

¹ Trabalho apresentado no GP de Ficção Seriada do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Especialista em Sociologia pela Universidade Federal de Uberlândia e Jornalista graduada na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Faculdade de Informação e Comunicação na Universidade Federal de Goiás FIC- UFG. E-mail: anacarolina.temer@gmail.com.

³ Mestre em Comunicação pela Faculdade de Informação e Comunicação na Universidade Federal de Goiás FIC- UFG, Especialista em Assessoria de Comunicação pela Faculdade de Informação e Comunicação na Universidade Federal de Goiás FIC- UFG. Radialista graduada na FIC-UFG e jornalista pela FASAM. Docente nos cursos de Jornalismo e Publicidade da Faculdade Alves Faria e da Faculdade Sul-Americana. E-mail: Fernanda.ribeiro35@gmail.com.

⁴ Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (UFG); Graduada em História pela UFG e em Jornalismo pela PUC-GO. Professora da Faculdade Araguaia. E-mail: jornalistalivia@yahoo.com.br

⁵ Mestre em Comunicação pela Faculdade de Informação e Comunicação na Universidade Federal de Goiás FIC- UFG, Especialista em Economia pela Universidade Estadual de Goiás, Jornalista graduada na Faculdade de Informação e Comunicação na Universidade Federal de Goiás FIC- UFG, Economista graduada pela Universidade Estadual de Goiás – UEG. Docente do curso de Publicidade e Propaganda da Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC-GO. Professora Pesquisadora Pró-reitoria de Extensão e Pesquisa- PROPE- PUC-GO. Membro da equipe do Programa de Extensão em Direitos Humanos- PUC-GO. E-mail: nubiasimao@gmail.com

⁶ O conteúdo teria sido um especial patrocinado pela indústria alimentícia Carlos Brito S/A (Produtos Peixe).

⁷ Teria sido exibida uma produção sobre a volta de Getúlio Vargas à política nacional.

de setembro também de 1950. Mas diferentemente da TV norte-americana, no Brasil a televisão surge ancorada pelo rádio, e rouba dele seu formato, profissionais e verbas publicitárias. Os primeiros programas eram não apenas parecidos, mas versões televisivas de grandes sucessos radiofônicos como os programas musicais de auditório, e pode-se citar como exemplo “*Chacrinha*”, e os humorísticos como “*Balança, Mas Não Cai*”. Mas sem dúvida, a telenovela foi o gênero que mais se desenvolveu no novo veículo.

Observa-se então, que a televisão no Brasil surge vinculada ao entretenimento. Isto porque, apesar de ter sido inaugurada em dezoito de setembro de 1950, foi o regime militar (1964-1984) o grande catalisador da expansão da televisão, por meio das estatais, como a Eletrobrás e a Embratel, que promoveram a distribuição de energia elétrica, imprescindível para o novo veículo.

Assim, uma televisão estimulada por um regime ditatorial que proibiu a imprensa de realizar investigações jornalísticas, ou de criticar qualquer dirigente brasileiro, sob qualquer pretexto, teve de preencher os seus horários com o entretenimento.

Finalmente, a repressão à liberdade de expressão, tanto nos espaços públicos e nas universidades como na imprensa abriu espaço para o entretenimento vinculado ao mercado de consumo e à tevê. Dessa conjuntura -em que se davam as mãos, militares, empresários e os tecnoburocratas- surgiu a Rede Globo, o grupo economicamente mais poderoso e, em termos de programação, hegemônico na televisão brasileira. (PAIVA; SODRÉ, 2002, p. 111).

Isso explica o sucesso em audiência da Rede Globo, no Brasil. “Especificamente na tevê aberta, a Globo concentra 50% da audiência e 70% do faturamento publicitário” (Sodré, 2002, p. 128). Fenômeno que diz respeito à sua origem histórica. A força do seu sinal de transmissão. A qualidade técnica das imagens e sons. O entretenimento enquanto base de toda a programação.

A primeira concessão de TV foi outorgada à Rede Globo em dezembro de 1957, pelo então presidente, Juscelino Kubitschek no Estado do Rio de Janeiro. Em 1962 a família Marinho, já possuía também uma segunda concessão em Brasília e um ano depois passa a transmitir também em São Paulo. Segundo Temer (2002), parte do sucesso da emissora à época pode ser creditado a um acordo com o grupo americano *Time-Life* que permitiu apoio financeiro e orientação administrativa. O acordo, questionado pelas concorrentes foi suspenso em 1968. Além do *know how* a TV Globo sempre se preocupou em ter os melhores profissionais, e rouba da TV Tupi nomes como José Bonifácio de Oliveira, o Boni e Valter Clark. Mais do que salário, os dois foram atraídos pelas metas de

estabelecer uma programação nacional. Também é mérito da TV Globo sempre ter sido preocupada com as inovações tecnológicas, por exemplo, foi a primeira a usar a computação gráfica.

A TV Globo está presente em todos os estados brasileiros e em boa parte do exterior com a Globo Internacional. Parte de seu sucesso pode ser explicado graças a sua produção de programas tanto jornalísticos quanto de entretenimento desde seus primeiros anos. A emissora possui hoje quatro telejornais de veiculação nacional entre segunda e sábado (excetuando os esportivos e noticiário rural) e uma revista eletrônica dominical. Uma programação eclética, com conteúdo informativo, de prestação de serviço, reality shows e entretenimento atende de crianças a idosos, homens e mulheres. Dentro do entretenimento chama atenção a produção de minisséries e telenovelas, desde a primeira exibida, “O Ébrio” em 1965 até hoje já foram centenas de produções exibidas prioritariamente na faixa das 18 horas, das 19 horas e das 21 horas.

Desta forma, a TV espetáculo, que busca sensações e não aprofunda temática e informa de acordo com os interesses políticos e empresariais forjou o ambiente semiótico ideal para o sucesso dos folhetins provenientes do rádio, consolidados no modelo de telenovela, que alcançou audiências massivas na história da televisão no Brasil.

O que se observa atualmente sobre o fenômeno das telenovelas com suas expressivas audiências é o retrato da história do veículo televisão no Brasil, feito para crer, entreter, reverter uma imagem caótica e distorcida em HDTV. A história da repressão revela o quadro latino-americano de não autonomia cultural da população. Uma população que não se vê por suas manifestações culturais próprias, se vê pela televisão. “Segundo IBGE em 2001, dos 5.506 municípios brasileiros, 93 por cento não dispõem de sala de cinema; 85 por cento não têm museus ou teatros; em 65 por cento, não existem livrarias, nem lojas de CD’s e fitas; 25 por cento não tem bibliotecas” (Sodré, 2002, p. 129). Que se torna espaço de entretenimento hegemônico e de identificação para uma população rica em cultura, mas que desconhece como se manifestar em grupo.

Semioticamente, a televisão e seu público terminam confundindo-se. Como sugeriu Lacan, não existe mais diferença entre a televisão e o público depois de algum tempo. De fato, a principal matéria-prima para os conteúdos discursivos da tevê são as representações sociais, no sentido de forma de conhecimento a partir do senso comum e orientada para a figuração de uma realidade qualquer. Na fronteira do individual com o social, essas representações incorporam conteúdos (opiniões, atitudes, informações) realistas e imaginários, relativos à vida cotidiana, reorganizando-os numa modalidade de saber adaptada à fácil comunicação (PAIVA; SODRÉ, 2002, p. 113).

A televisão consolida-se enquanto veículo mediador das representações sociais. O que o veículo mostra sobre o seu público termina assumindo pelo público como sua representação. “A televisão afigura-se, até agora, imbatível. Dados recentes do Instituto Eurodata, com sede em Paris, revelam, aliás, que no mundo todo a assistência televisiva só tem feito aumentar” (Sodré, 2002, p. 129). O problema é que esta representação não tem compromisso com a realidade e sim, com o entretenimento, como no caso histórico brasileiro. As distorções são reais.

A moeda televisiva é a audiência. Não somente a Rede Globo, mas todas as emissoras de televisão vivem entre o público espectador e os patrocinadores. Os patrocinadores pagam pela atenção do público, ou seja, pela audiência conquistada pela programação da televisão.

A história semiótica da audiência no Brasil sempre esteve ligada ao grotesco, o que deveria ser trágico torna-se num rebaixamento, ou desarmonia de gostos, motivo de riso. Segundo Sodré (2002), o entretenimento, não raro na televisão que luta pela audiência, é usado para adquirir recursos, se manter e elevar sua qualidade e a quantidade do seu sinal a um riso sobre todas as coisas. “É um tipo de riso massivo, pretensamente democrático, em que antigos objetos de indignação (miséria, opressão, falta de solidariedade, descaso dos poderes públicos, etc.) recaem na indiferença generalizada”.

Porém, parte-se da hipótese de que há um contrato invisível entre as partes, de quem produz o grotesco e de quem assiste a ele. Isso provado pelas audiências massivas da televisão no Brasil, especialmente das telenovelas da Rede Globo. O que por si só demanda estudos de recepção para compreender o que o público identifica de si na telenovela e porque assiste tanto.

A história das telenovelas no Brasil

As novelas em televisão são consideradas um gênero narrativo aberto, ou seja, possibilitam ao autor fazer mudanças, até mesmo bruscas, na trajetória de seus personagens em função de audiência ou dificuldades de produção. A inspiração para as telenovelas veio do século XIX, mais precisamente do romance-folhetim francês (impresso em capítulos) que também foram adaptados para o teatro e rádio. A técnica consistia em ir atrás do público e não esperar que ele venha.

O sistema de produção de telenovelas apresenta inúmeros elementos organizados para motivar a resposta desejada pelo telespectador:

melodrama, tipos humanos, atores, diálogos, locações, cenários, música, figurino, maquiagem, planos de câmera, horário, edição e muito mais. (ORTIZ, BORELLI, RAMOS, 1991 *apud* SOUZA, 2004, p. 120)

No Brasil a faixa das dezoito horas é dedicada às tramas mais leves, com temáticas religiosas ou românticas. A faixa das dezenove horas é dedicada ao humor a temas mais recentes como tecnologias e até mesmo ficção científica. A faixa das vinte e uma horas exibe histórias mais densas com problemáticas familiares, sociais e aparecimento do elemento sexo. Esporadicamente, a TV Globo tem usado também a faixa das 23 horas (mas não de forma contínua) para a exibição de *remakes*⁸⁹.

As primeiras novelas, ou histórias seriadas, interpretadas no Brasil foram exibidas no rádio (Em Busca da Felicidade – Rádio Nacional) ficou no ar quase três anos a partir de 1941¹⁰. Com o surgimento da televisão, não só os atores, mas os autores migram para a televisão. A primeira telenovela brasileira exibida foi “Sua vida me pertence”. Escrita e dirigida por Walter Foster, a drama foi ao ar entre 21 de fevereiro de 1951 e 15 de fevereiro de 1952 na extinta TV Tupi¹¹. Mas a novela mais exibida foi “Escrava Isaura” escrita por Gilberto Braga e dirigida por Herval Rossano e Milton Gonçalves foi veiculada pela Rede Globo, no Brasil foram cinco vezes além de ter sido vendida para oitenta países como Croácia e Cuba.

A telenovela, ainda gênero campeão de audiência da televisão brasileira, reflete momentos da história, dita modas, mexe com o comportamento da sociedade, influencia outras artes, presta serviços sociais, enfim, está ligada à vida do brasileiro de todas as idades e faixas sociais. (SOUZA, 2004, p. 123)

Reforçando a colocação de Souza (2004) nota-se que no Brasil as novelas possuem temas variados, épicas contaram, por exemplo, a história da colonização italiana no Brasil (Terra Nostra - 1999) e a vida dos negros logo após a abolição da escravatura no Rio Janeiro (Lado a Lado - 2012). Mais do que contar histórias e entreter, as telenovelas brasileiras movimentam o país, colocam temas para o público pensar e como pensar. Em 1989 “Vale Tudo” parou o país com a pergunta “Quem matou Odete Roitman?”. Em 1998 o público rechaçou a novela “Torre de Babel”, escrita por Sílvio de Abreu, porque havia um

⁸ Remakes são regravações (com novos atores e trilha sonora revisitada) de antigas produções podendo estas terem ou não alguns aspectos adaptados aos dias atuais.

⁹ É importante ressaltar de 50% da renda das emissoras de televisão no Brasil vem da exibição de telenovelas, seja produções nacionais ou importadas.

¹⁰ A primeira radionovela foi exibida em Cuba a partir de 1935, depois começaram a ser produzidas nos Estados Unidos.

¹¹ A partir de 1963 com a novela 2-5499, estrelada por Tarcísio Meira e Glória Menezes, a telenovela brasileira assumiu o caráter diário.

casal lésbico, mas em 2013, torceu pelo primeiro beijo gay masculino na novela “Amor à Vida” de Walcyr Carrasco.

Atualmente é exibida a novela “Em Família” desde 3 de fevereiro de 2014, de segunda a sexta-feira, das 21h00 às 22h15 em média, pela TV Globo, para todo o Brasil, por meio de suas afiliadas. A novela, objeto desta pesquisa, está sendo escrita por Manoel Carlos, tradicional autor de novelas sobre família, que tem como personagem central uma mulher, mãe, com nome de Helena, interpretada por diferentes atrizes. Esta é a quinta Helena do autor interpretada, desta vez por Júlia Lemmertz, filha de Lílian Lemmertz, a primeira Helena do autor em 1981.

O enredo tem um conflituoso triângulo amoroso como peça chave. E as primeiras cenas foram filmadas na Cidade de Goiás, no enredo denominada Esperança local em que nascem, crescem e iniciam seu romance e intrigas. Sendo as personagens principais Vírgilio (vivido por Humberto Martins), Laerte (interpretado por Gabriel Braga Nunes) e Helena (interpretada por Júlia Lemmertz). Também servem de locação as cidades de Goiânia e Pirenópolis. O que para o receptor goiano pode causar uma confusão, pois as locações misturam locais das três cidades em uma mesma cena. A novela é dividida em duas etapas, sendo na primeira personagens jovens, e na segunda etapa, adultos, vivendo na cidade do Rio de Janeiro, mas sempre visitando a capital Goiânia e narrando experiências e a saudade do interior do país.

Para Sodré e Paiva as produções televisivas tem realmente inspiração nas representações sociais, mas “Na fronteira do individual com o social, essas representações incorporam conteúdos (opiniões, atitudes, informações) realistas e imaginárias, relativas à vida cotidiana, reorganizando-os numa modalidade de saber adaptada à fácil comunicação” (SODRÉ: PAIVA, 2004, p 113). Reforçando esta colocação Motter (2000/2001) lembra que parte do sucesso das telenovelas deve-se ao fato de que independente da contextualização elas sempre tratam de questões universais como família, traições, mistérios, crimes e disputas. O telespectador se reconhece nessas situações. E em entrevista à revista “Superinteressante” o autor Gilberto Braga afirmou “A maior parte do público não tem bagagem cultural para um entretenimento mais consistente do que a telenovela, e uma boa parte que tem essa bagagem teve um dia cansativo, quer espairar”.

Seja na interpretação da realidade, na viabilização da produção, ou mesmo na simplificação da linguagem televisiva, é possível promover distorções do real. A percepção do público sobre tal deformidade é o objetivo deste estudo.

Identidade e Representação na Mídia

Identidade é tudo aquilo que nos identifica. É o que permite que sejamos interpretados em sociedade. Segundo Bauman (2005), é uma convenção socialmente necessária.

Relativamente recente no debate acadêmico, a questão só emergiu com a crise do pertencimento. Nas sociedades pré-modernas, a identificação dos sujeitos era determinada fundamentalmente por seu papel produtivo na divisão social do trabalho. Em uma época em que vigorava a imobilidade social e que os limites da vizinhança delineavam uma sociedade do conhecimento mútuo, o lugar do indivíduo era certo demais para ser questionado.

Com o advento das cidades, comércio, transportes, meios de comunicação e consolidação do sistema capitalista, a ordem de mundo que até então estabilizava os sujeitos ocasiona toda uma mudança de subjetividade deste e é desta crise do pertencimento que a identidade surge como problema.

Hall (1997) traça um histórico das identidades a partir de três momentos: o Sujeito do Iluminismo, portador de uma identidade fixa; o Sujeito Sociológico, que começa a perceber que a interação entre seu núcleo interior e a sociedade na qual está inserido influencia sua identidade; e o Sujeito Pós-Moderno. Sem adentrar no debate sobre a procedência ou não de uma era dita “pós-moderna”, mas conservando a denominação do autor, classificamos tal concepção como o sujeito da atualidade, caracterizado pela ausência de identidade fixa.

A partir deste novo modelo de sujeito é possível definir as coordenadas do que se compreende hoje por identidade: ela carrega consigo o caráter de construto, não nascendo com o indivíduo, mas sendo construída ao longo do tempo. Deste modo, as diversas esferas que compõem o campo social possuem a capacidade de interferir na constituição identitária. Assim, o Estado, a Família, A Escola, a Igreja, entre outras, atuam na formação das identidades.

Entre estes domínios de influência, na Sociedade Midiatizada (Sodré, 2006) o aparato midiático destaca-se como um campo privilegiado de interferência sobre o indivíduo. Em uma sociedade fortemente marcada pelo que Kellner (2001) chamou de Cultura da Mídia, esta atua na construção da identidade do indivíduo oferecendo modelos de sujeitos.

A telenovela “Em família” veicula uma representação da identidade goiana. A representação que se faz de uma concepção identitária - seja ela qual for - não implica necessariamente em sua correspondência com o real, visto que, toda representação traz em si características forjadas como emblemáticas de algo.

Deste modo, ao veicular símbolos e discursos que imaginam como representativos de um sentimento de goianidade, o autor Manoel Carlos forja uma concepção do ser goiano. O expediente não é exclusividade deste contexto. No período colonial brasileiro e na fase do império e início da república, a amplitude do território dificultava que os nativos se vissem como brasileiros. O sentimento regional de ser paulista, por exemplo, predominava. Durante a Era Vargas, quando a urbanização era ainda incipiente, o governo percebeu a necessidade de unir a população em torno de um sentimento comum e fomentou a assimilação de símbolos como a capoeira, o samba e o culto a Nossa Senhora como representantes do sentimento de brasilidade que se desejava construir.

Oliveira (2000, p. 177-178) conceitua identidade como um patrimônio comum de símbolos e significados que condensam a evocação da memória, “A identidade deve ser capaz de abranger e de incorporar os indivíduos na esfera pública”. Assim, a junção de símbolos portadores de um ideal de brasilidade foi incorporada pelos cidadãos. Seu caráter forjado fica evidente a partir da percepção de que tal visão do país encontra-se calcada em estereótipos, já que parte da população não se identifica com tais atributos.

De forma análoga à criação da identidade brasileira, ao veicular uma identidade goiana na novela, não se aponta um referente existente em si mesmo, mas uma ideia sobre ele. A realidade passa a ser um discurso sobre ela. O conceito de identificação explica a possibilidade de nos vermos na imagem ou na personagem apresentada, pois há uma associação entre a identidade da pessoa e os símbolos ligados a ela (WOODWARD, 2000).

Para Prado (s/d, p. 1), identidade e representação despertam a sensação de pertencimento do indivíduo a uma coletividade. Os sujeitos que se sentem identificados estão afirmando suas particularidades e declarando sua existência diferenciada no mundo. Dentro desse contexto, a telenovela divulga um modo de ser e estar no mundo, que vê como tipicamente goiano. A visão é redutora, - como toda a concepção identitária representada - pois além de ignorar a pluralidade de concepções passíveis de identificação aos goianos e que estão ocultas na trama, exhibe perfis estereotipados do que se compreende como a identidade deste.

Na trama, as representações coletivas ganham espaço em detrimento do individual. Nivelase a imensa gama de especificidades dos indivíduos para conquistar uma homogeneização que permita abarcar o maior número de pessoas. Assim, a novela projeta uma ideia do que é o sujeito goiano. A estória recorta o que será fixado como representação do sentimento de goianidade e o que será considerado como parte deste universo. “As imagens, os fragmentos e as narrativas da cultura da mídia estão saturados de ideologia e de significados polissêmicos” (KELLNER, 2001, p. 302).

Desta forma, percebe-se a mídia como parte integrante das instâncias formadoras da identidade do indivíduo ao oferecer por meio de seus discursos e produtos culturais, modos de ser e estar no mundo, modelos de sujeitos. A trama veicula, portanto, uma identidade que idealiza como goiana utilizando símbolos que compreende como emblemáticos desta concepção.

A conjugação da pesquisa de recepção com entrevistas em profundidade

A proposta desta pesquisa é estudar como os moradores da Cidade de Goiás reinterpretem e reelaboram as representações das imagens e diálogos veiculadas na novela “Em Família”. Ressalta-se a audiência das telenovelas no Brasil e da relevância da televisão para a construção de imagens.

A metodologia de pesquisa adotada nesta pesquisa foi a investigação da recepção por meio de entrevistas em profundidade realizadas durante o final do mês de junho de 2014 junto à população da cidade de Goiás. No total foram realizadas entrevistas com 30 famílias.

Como expõe García e Ramos (1998, p 46) existe a necessidade inerente aos estudos sobre os meios de comunicação agregarem uma série de fatores que constituem a complexidade de sua dinâmica e comecem a pensar como a mente, o sistema de representação social, o imaginário coletivo, a memória, ordenam, codificam e reelaboram este conjunto discursivo de fragmentos audiovisual dotando-o de funções e sentidos.

Usar-se-á o enfoque da Teoria da Recepção orientada nas ideias desenvolvidas, principalmente, por Martín-Barbero e Orozco Gómez. Na releitura de Medeiros (1998, p. 275) “a teoria da recepção tem por objetivo resgatar o sujeito do processo de comunicação,

buscando interpretar os espaços de produção, interpretação, ressemantização e negociação incessante de sentidos. O receptor deixa de ser visto como mero consumidor”.

A abordagem qualitativa deve servir de aporte para considerar nas análises a complexidade dos contextos da recepção. A pesquisa qualitativa tem como características: o ambiente natural como fonte direta dos dados e o pesquisador como instrumento chave; os dados coletados, em sua maioria, são essencialmente descritivos; os investigadores qualitativos se preocupam muito mais com o processo e não simplesmente com os resultados e o produto; a análise dos dados tende a ser um processo indutivo; o “significado” que as pessoas dão às coisas e à sua vida é a preocupação essencial na abordagem qualitativa (BOGDAN E BIKLEN, 1994, p. 50).

Medeiros (2001, p.01) salienta que no “processo comunicacional, o receptor também assume a função de agente influenciador na relação, portanto, sujeito ativo, que, através da experiência real e cotidiana, decodifica, interpreta e reelabora as informações recebidas e construídas”.

A abordagem escolhida para a aplicação da pesquisa será a entrevista em profundidade. Segundo Duarte (2009, p.62), “a entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer”.

Dentro da modalidade entrevista em profundidade, opta-se neste estudo pelo modelo de entrevista semiaberta, que busca por meio de um roteiro semiestruturado estabelecer um diálogo sobre o tema tratado de maneira profunda.

Tem origem em uma matriz, um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa. Ela parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante. (TRIVIÑOS, 1990, p. 146)

Assim, busca-se com a conjugação da teoria da Recepção e as análises qualitativas estudar a recepção das imagens e informações da novela “em família” pelos moradores da Cidade de Goiás, considerando seus contextos socioeconômicos e culturais, por meio de entrevistas semiestruturadas em profundidade.

A percepção dos moradores da Cidade de Goiás sobre a telenovela “em família”

O perfil do público entrevistado na Cidade de Goiás versou entre homens (36%) e mulheres (64%) entre 20 e 81 anos, todos moradores da cidade. O nível de escolaridade fundamental (30%), com ensino médio (43,3%), superior incompleto (6,7%), superior completo (20%). Sendo que, 40%, dos entrevistados percebia renda entre 1 e 2 salários, 33,3% entre 3 e 4, 13,3% entre 5 e 6, e 13,3% recebiam mais de sete salários mínimos.

Todos afirmaram acompanhar a novela. Sendo que, 30% assistiam todos os dias. Entre 3 e 4 vezes na semana 33,3%, entre uma e duas vezes 23,3%, e esporadicamente 13,3%.

De uma forma geral a população da cidade considerou a representação da novela sobre Goiás, sua história e seu povo, boa (46,67%), acompanhada por Ruim (26,67%), péssimo (13,3%) e ótima (13,3%). Porém, destacaram-se as seguintes respostas de diferentes pessoas que consideraram a novela boa, “A pessoa não sabia onde estava, a localização ficou confusa entre Rio de Janeiro, Cidade de Goiás e Goiânia”; “Um crime contra a nossa cultura, porque mostrou a festa das Cavalhadas, que é tradicional em Pirenópolis, como se acontecesse em Goiás, e o pior, não mostrou a Procissão do Fogaréu”; “Foi uma grande confusão cultural”; “Boa, porém não mostrou a cidade. Somos Patrimônio Histórico da Humanidade”. Daqueles entrevistados que responderam que o retrato feito pela novela foi ruim algumas falas destacaram-se como “Retratam apenas alguns pontos. A novela rodou no horário nobre”; “Nome Em Família e não reflete a família, principalmente a família goiana porque nossa cidade é religiosa”; “Fraco, não tem roteiro, ficam presos ao tema, o que aparece é o Rio de Janeiro e fazem questão de falar de Goiânia, mas não mostram Goiânia”; “tem muito a melhorar, eu penso “em família” contar a história de uma família de Goiás”; “Não explorou locais e figurinos, não mostrou as festas corretamente”.

Sobre aqueles que consideraram péssima a representação feita pelo folhetim: “A novela não colaborou em nada, foi uma decepção”; “Essa novela não veio acrescentar nada”; “Linguagem péssima, roupas péssimas, uma confusão com outras cidades” “Mudaram o nome, não retrataram a história de Goiás”; “Para a Cidade não teve vantagem alguma”; “Inclusive a produção deixou pedaços de cenários, lixo, e decorações na praça do chafariz”.

Sobre os locais escolhidos para gravar a novela, a metade da população gostou dos locais escolhidos, mas não da forma como foram mostrados. Dos mais de dezoito pontos elencados pela Secretaria Municipal de Cultura da cidade de Goiás, como turísticos, apenas oito foram reconhecidos na novela pelos entrevistados, sendo que a Praça do Coreto (46,67%), a Igreja do Rosário (40%) e a Santa Bárbara (36,67%) foram os pontos majoritários. Inclusive os entrevistados sentiram-se rebaixados, pois, algumas personagens referiram-se a cidade como “currutela”, “currutelinha”, “currutelinha perto de Goiânia”; “Ficaram tanto tempo aqui, falaram tanto de Goiás, mas não exploraram”; “Poderia ter usado mais”; “Pouca coisa aparece”; “Tem cenas que é Goiás, parece Goiânia, mas é o Rio de Janeiro”; “Uma confusão, todo mundo da cidade reclamando”. Ainda assim, 70% acredita que a novela atraiu turistas para a cidade.

A cena da novela mais lembrada (26,67%) foi o casamento não realizado entre as personagens Laerte e Helena. Em seguida, com igual número de lembranças (16,67%) a briga entre as personagens Virgílio e Laerte na primeira fase da novela, e a cena do pacto de sangue filmada na Igreja Santa Bárbara na cidade de Goiás, e na fase atual o mesmo número de entrevistados lembrou o pedido de casamento seguido do beijo entre Clara e Marina. A última cena despertou muitos comentários entre os entrevistados, um casal homossexual da cidade afirmou sentir-se representado pela novela. Entretanto, outra família entrevistada afirmou que “a cidade é religiosa e o comportamento de Clara e Marina não representa a cidade”.

É interessante lembrar que metade dos entrevistados afirmou não se identificar com nenhum personagem. A personagem Luiza, que causou identificação maior, contou com apenas 13,3% de reconhecimento. Outra questão observada pelos entrevistados foi que o modo de falar das personagens não representa a conversa dos goianos (53,34 %) “a gente não fala chiado como o povo do Rio de Janeiro”; “Não falamos tão caipira assim, temos muitas pessoas do interior aqui, mas aqui não é zona rural”; “Aqui em Vila Boa o português é muito correto, não é como na novela, caipira”; “Roceiro demais”; “Deveriam ter pesquisado mais sobre a nossa conversa”; “A linguagem usada na primeira etapa correspondia mais que na segunda etapa”.

Sobre as roupas em cena, 77% das pessoas afirmaram que os figurinos não foram retratados com fidelidade pela novela. Como alguns entrevistados afirmaram: “Mostraram roupas antigas, mas somos pessoas modernas”; “Não é uma cidade do interior

como foi mostrado”; “Era muito *country*”; “Roupas estranhas”; “O antigo com o novo, confuso”.

Quanto às épocas citadas na novela 30% dos entrevistados afirmaram que não correspondiam com a realidade vivida nos mesmos períodos na cidade e 26,67% que, se correspondeu, foi apenas em partes. “Para nós que nascemos aqui, aquilo ali não passa de uma ficção”. Sendo que 53,3% dos entrevistados também afirmaram que a personalidade e o caráter das personagens não refletem o modo de ser do goiano. Porém, um grupo afirmou que a personalidade mostrada reflete o caráter dos goianos e lembrou que isso fica explícito nas agressões da personagem Laerte, “ciumento, machista e violento”.

A pesquisa revelou portanto, que a televisão é parte do cotidiano dos moradores da Cidade de Goiás¹², todos os entrevistados afirmaram assistir a novela “Em Família”. Apesar de a Rede Globo ser uma referência sobre as representações sociais no Brasil, os moradores da cidade observaram que a representação da identidade goiana foi mal executada pelo folhetim em questão. O goiano assistiu à novela, mas, não se viu completamente representado por ela. Também não viu com fidelidade seu caráter, seu modo de falar, de vestir, as épocas vividas e também os pontos turísticos da sua cidade representados com qualidade. Porém, a maioria considerou boa a representação da novela o que demonstra uma contradição dos olhares sobre a novela. Assim percebeu-se que a televisão reafirma-se enquanto veículo mediador das representações sociais, entre os moradores ouvidos, e que o público termina reafirmando pela audiência a representação feita sobre si. O que comprova a hipótese que há um contrato invisível entre as partes (Sodré, 2002) de quem produz o grotesco, no caso a Rede Globo e o telespectador da Cidade de Goiás.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BENTES, I. **Imagens**. São Paulo: Editora Unicamp, n.2, 1994.

¹² A mesma metodologia foi aplicada na cidade de Goiânia, porém far-se-á um estudo específico sobre os resultados encontrados sobre a recepção da novela “Em Família”.

BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari. **Investigação Qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos.** Lisboa: Porto, 1994.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio- organizadores- **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2009.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: desafios teóricos-metodológicos.** In: BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; MARTINO, Luiz Cláudio (orgs). **Pesquisa Empírica em Comunicação.** São Paulo: Paulua, 2010, p. 227-248.

FREIRE FILHO, J. **Mídia, Estereótipo e Representação das Minorias.** Eco-Pós, v. 7 (2) : p. 45-71, 2004.

HABERMAS, J. **Teoria de la Acción Comunicativa: Complementos y studios previos.** Madrid: Cátedra, 1989.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica.** 3ª Ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.

GARCIA, S; Ramos, L. **Médios de Comunicación y Violência.** Instituto Mexicano de Psiquiatria y Fondo de Cultura Econômica: México, 1998.

GODINHO, Iuri Rincon. **A história da TV em Goiás.** Goiânia: Contato Comunicação, 2008.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar.** Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2009.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia.** São Paulo: EDUSC, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J. **Comunicação e Cidade: entre Meios e Medos.** Novos Olhares, n1, ECA-USP, 1998.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.

MEDEIROS, Magno. **Educação face à mídia: interacionismo e mediações in Comunicação & Informação/UFG, Faculdade de Comunicação.** V. 1, n2, (jul/dez. 1998). Goiânia: UFG, Facomb, 1998.

MEDEIROS, M. **Análise interpretativa de audiências infanto-juvenis em situação de rua,** 2001, Goiânia. Disponível em <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1189.pdf>. Acesso em 14 dez. 2009.

MOTTER, Maria Lourdes. **A telenovela: documento, histórico e lugar de memória.** Revista USP – n.48. p. 74-87, 2000/2001.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. **Americanos: Representações da Identidade Nacional no Brasil e nos EUA.** Belo Horizonte: UFMG, 2000.

PRADO, Maria Lígia. **Identidades Latino-Americanas**. [mimeo].

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e Diferença: A Perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SODRÉ, Muniz. **Eticidade, campo comunicacional e midiaticização**. In: **Sociedade midiaticizada**. MORAES, D. de. (Org.). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O tribunal televisivo**. Significação – Revista de Cultura Audiovisual – v. 31, n. 21. p. 107-117, 2004.

SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Notícias e serviços: nos telejornais da Rede Globo**. Rio de Janeiro: Sotese, 2002.

TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1990.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. **60 anos de televisão no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010.

WOODWARD, K. **Identidade e Diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: **Identidade e Diferença: A Perspectiva dos Estudos Culturais**. SILVA, T. T. da. (Org.). Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.