

Televisão e Identidade regional: visões do público sobre a telenovela “Mar do Sertão”¹

Mariana Basso Apolinário ²
Valquíria Michela John ³

Resumo

Telenovelas são basilares para a cultura brasileira desde o seu surgimento, porém sua produção se concentra no eixo Rio-São Paulo. Este estudo pretende investigar as relações de identificação entre o público nordestino e as representações da região a partir da novela Mar do Sertão, visto que o Nordeste é sub-representado nessa mídia. A pesquisa, em andamento, iniciou-se com um questionário online sobre o consumo midiático do público e a novela Mar do Sertão, além do entendimento sobre identidade e nordestinidade. A próxima etapa será de entrevistas com respondentes do questionário que tenham assistido à novela. Espera-se que esta pesquisa ajude a compreender necessidades e interesses do público nordestino no que tange à representação da região na produção audiovisual. Busca contribuir para os estudos sobre públicos diversos, importante aspecto dos estudos de comunicação organizacional.

Palavras-chave

Telenovelas; Representação; Nordeste; Públicos.

Introdução

Quando assistimos a um filme, série ou telenovela produzida no Brasil, não achamos estranho ouvir o “S” com som de “X” do carioca, ou a palatalização do “T” quando um personagem chama a irmã da sua mãe de “*tchia*”. Quando há um sotaque que difere um pouco disso, como um “R caipira” ou um sotaque “nordestino”, normalmente o modo de falar do personagem é um indicativo de seu local de origem e até um fator determinante da sua personalidade. Isso se dá pelo fato de o sotaque que vem do sudeste ser considerado “neutro”. Tal coisa não existe.

Essas maneiras de retratar as regionalidades podem ser consideradas um reflexo da hierarquização social das muitas identidades regionais existentes no Brasil, e, ao mesmo tempo, um auxílio para a sua perpetuação. O Nordeste, em especial, possui um histórico de rebaixamento e preconceito em relação às outras regiões do país. Segundo Tamanini e Silva (2019), o discurso unidimensional de representação do Nordeste é um que, desde o ambiente escolar até as imagens e textos veiculados nos meios de comunicação de massa, “mantém velhas relações históricas de poder (Centro-Sul versus Norte/Nordeste) e envolve

¹Trabalho apresentado no Espaço Graduação do XVIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

²Graduanda em Relações Públicas na Universidade Federal do Paraná. E-mail: mbassoapolinario@gmail.com

³Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: valquiriajohn@ufpr.br.

procedimentos de exclusão, silenciando outros modos de dizer/mostrar a região, e apresenta um só sentido como natural e real” (TAMANINI, SILVA, 2019, p. 8).

Podemos resgatar aqui o conceito de “história única”, explorado por Chimamanda Ngozi Adichie na sua primeira palestra no programa TED Talk, em 2009⁴. A escritora nigeriana aborda o perigo de contar uma história única sobre um povo, atribuindo-lhe uma única característica, observando-o a partir de um único ângulo: “mostre um povo como uma coisa, uma coisa só, sem parar, e é isso que esse povo se torna” (ADICHIE, 2009). Houve períodos de seca e fome no Nordeste? Sim. Mas esses elementos não *são* o Nordeste. Retratar a região como tal é perigoso tanto para quem é de fora quanto para quem é de lá: gera preconceito para os forasteiros e uma aceitação da exclusão para os originários do local.

Uma questão que agrava esse cenário e dificulta a representação da região é que temos hoje no Brasil uma grande concentração da produção audiovisual no eixo Rio-São Paulo. A Rede Globo de Televisão, presente em 98,5% dos municípios do país através de 123 emissoras afiliadas (GLOBO, 2023), consolidou seu modelo de negócios de forma que cada afiliada monta a sua programação de acordo com o que lhe é mais vantajoso. Portanto, “a produção independente dificilmente consegue se inserir nesse meio, onde somente as produções realizadas pelas próprias emissoras acabam sendo exibidas” (FERNANDES, 2010). A produção que é independente das grandes empresas, chamada muitas vezes de “regional”, acaba tendo dificuldades para se inserir no cotidiano de consumo do brasileiro. Ou seja, os brasileiros de todas as regiões têm à disposição na TV aberta, majoritariamente, programas jornalísticos, esportivos e ficcionais produzidos no Rio de Janeiro ou em São Paulo.

Para o trabalho em questão, voltamos nosso olhar para a produção ficcional brasileira. Ao tratar sobre ficções cinematográficas, Shohat e Stam (2006) explicam que elas “inevitavelmente trazem à tona visões da vida real não apenas sobre o tempo e o espaço, mas também sobre relações sociais e culturais” (SHOHAT; STAM, 2006, p. 263). Ou seja, a partir das narrativas que vemos na mídia, construímos noções sobre o que é real e como as relações sociais à nossa volta funcionam. E, sobretudo, como nos encaixamos nelas.

Essa reflexão é válida para o maior produto da ficção televisiva brasileira: as telenovelas - e a maioria delas vêm também do eixo Rio-São Paulo. Considerando a programação da Rede Globo, temos pelo menos três narrativas advindas dessa dinâmica de produção em exibição na TV aberta (a novela “das seis”, a novela “das sete” e a novela “das

⁴ Disponível em:

https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript?language=pt

nove”), seis dias por semana, durante todo o ano. Portanto, voltamos à questão da presença do Nordeste na televisão: se narrativas idealizadas a milhares de quilômetros da região conseguem se conectar com o público nordestino. E, quando essas narrativas objetivam representar o Nordeste, qual é o resultado?

Embora a produção audiovisual brasileira tenha avançado nos últimos anos, explorando histórias sobre grupos marginalizados e sub-representados, quando se fala de narrativas sobre o Nordeste a situação não mudou muito nos últimos 100 anos de indústria. As produções midiáticas continuam representando uma região rural, religiosa, patriarcal, desértica e baseada no latifúndio, o que não necessariamente corresponde ao Nordeste do século XXI (MARINHO, 2014).

Em 2022 surgiu a novela “das seis” mais recente da Globo que se passa no Nordeste e tem a região como parte fundamental da sua identidade enquanto produto: a novela “Mar do Sertão”. Esse é o produto abordado nesta pesquisa, atualmente em andamento, e como o público percebe a obra. Em especial o espectador nordestino, que tem raras oportunidades de ver sua região retratada de maneira fidedigna e respeitosa.

Na perspectiva da Comunicação, o estudo proposto neste trabalho encontra sua importância na possibilidade de compreender o papel da mídia na formação identitária dos nordestinos, em um meio presente no cotidiano da maioria dos brasileiros, a televisão. Visto que o Nordeste comporta mais de 50 milhões de habitantes (IBGE, 2022), é fundamental analisar o impacto das narrativas ficcionais sobre o povo e a cultura nordestina. Especificamente no campo das Relações Públicas, esse tipo de pesquisa pode ajudar a determinar se os meios de comunicação atuais, especialmente as produções audiovisuais para televisão, conseguem se comunicar com o público da região de forma eficaz. Por meio de um estudo de recepção da novela Mar do Sertão, poderemos entender as demandas do público nordestino em relação à representação da região e se há uma correlação entre representação e a construção da identidade nordestina.

Objetivos

Este trabalho tem como objetivo geral utilizar narrativas da novela “Mar do Sertão” e personagens da obra para compreender como se dão relações de identificação entre o público nordestino e as representações da região na produção audiovisual. Isso será construído por meio dos seguintes objetivos específicos: investigar a percepção de nordestinos acerca da

reprodução de estereótipos na representação do Nordeste na novela “Mar do Sertão”; verificar o impacto dessa representação na vivência de nordestinos que consomem essas narrativas; compreender as relações estabelecidas por nordestinos entre esse produto audiovisual e a construção da sua própria identidade.

A novela “Mar do Sertão”

Embora boa parte das narrativas dos programas da Rede Globo sejam ambientadas na região Sudeste, eventualmente aparecem produções que retratam outras regiões do Brasil, como *Cordel Encantado* (2011), uma novela “de época” que contou com filmagens em Sergipe e Alagoas (GLOBO, 2021), ou “Araguaia”, cuja trama gira em torno do rio homônimo que nasce em Goiás e faz a divisa natural entre Mato Grosso, Goiás, Tocantins, Maranhão e Pará (GLOBO, 2021). “Mar do Sertão” foi criada por Mário Teixeira e sua trama principal explora um triângulo amoroso. Dez anos após ser dado como morto, Zé Paulino (Sergio Guizé) retorna à cidade fictícia de Canta Pedra e encontra sua antiga noiva, Candoca (Isadora Cruz), casada com Tertulinho (Renato Góes), o filho do coronel mais famoso da região (GSHOW, 2022). Além da história principal, o programa traz personagens como o padre, o prefeito e os coronéis que vivem na pacata cidade do sertão.

Seu primeiro capítulo foi exibido em 22 de agosto de 2022 na Rede Globo, após programações especiais na emissora para ativar o público e mostrar os bastidores da produção. A novela teve fim em 18 de março de 2023, totalizando 178 capítulos. Foi a sexta novela mais assistida em 2022, marcando 20,7 pontos de rating (Kantar Ibope Media, 2023).

Apesar de ambientada no Nordeste, a dinâmica por trás das câmeras é outra. O criador Mário Teixeira nasceu em São Paulo e já produziu diversas novelas da emissora, como *O Cravo e a Rosa* (2000) e *I Love Paraisópolis* (2015) (NA TELINHA, 2022). Apesar de não ser natural da região, o roteirista afirmou em entrevista divulgada pela Globo à imprensa que gostaria de destacar os pontos positivos do Nordeste na trama: “Escolhemos ambientar a história em uma cidade fictícia para mostrar o sertão que existe, mas com liberdade para também apresentá-lo de forma metafórica, fabular” (NA TELINHA, 2022).

Allan Fiterman, responsável pela direção artística, começou a carreira em produções em Los Angeles e participa de projetos da Globo desde 2008. Para construir a ambientação de “Mar do Sertão”, a equipe viajou para Pernambuco e Alagoas, além de basear a cidade de Canta Pedra no centro histórico de Piranhas, município do interior alagoense (O FUXICO, 2022). A produção da novela teve, por outro lado, uma preocupação em incluir atores

nordestinos para protagonizar a trama: boa parte dos personagens principais é proveniente da região, dentre eles paraibanos, baianos, pernambucanos e cearenses (FOLHA DE S. PAULO, 2022).

Representação e Identidade

Para melhor compreender a influência da televisão e das telenovelas sobre o cotidiano brasileiro e construir esta pesquisa, a perspectiva dos Estudos Culturais é central. Uma percepção necessária para discutir a identidade e abordada em profundidade por Kathryn Woodward é a de que a identidade é marcada pela diferença: um brasileiro é um brasileiro porque não é colombiano, por exemplo, nem chinês, nem italiano... Uma afirmação de identidade esconde uma infinidade de negações. Não é possível desvincular uma coisa da outra, pois ambas só existem em conjunto (WOODWARD, 2000).

O modo como marcamos a diferença e classificamos as práticas, objetos, rituais e até as pessoas em uma sociedade é fortemente influenciada pela cultura na qual estamos inseridos. Quando um grupo de pessoas interpreta o mundo de maneira semelhante, ou seja, realiza o compartilhamento de significados culturais, seus membros consideram os mesmos critérios ao dizer se algo é bom ou ruim, superior ou inferior (HALL, 2016). A cultura faz com que consigamos (e, muitas vezes, sintamos a necessidade de) definir a nossa identidade ao colocar o nosso cotidiano, nossos sentimentos e preferências pessoais em contraste com os sistemas políticos e econômicos em vigor na sociedade onde vivemos. A subjetividade, nossos pensamentos e emoções conscientes e inconscientes, permite explicar por que nos apegamos a identidades particulares (WOODWARD, 2000).

A identidade e a diferença, de acordo com a perspectiva não-essencialista dos Estudos Culturais, não são coisas que simplesmente existem: elas são ativamente produzidas e evoluem ao longo do tempo (WOODWARD, 2000). Pensá-las com esse entendimento significa “tratar as relações entre diferentes culturas não como uma questão de consenso, de diálogo ou comunicação, mas como uma questão que envolve, fundamentalmente, relações de poder” (SILVA, 2000, p. 96). Portanto, não podemos falar de identidade sem relacioná-la às relações de poder vigentes - quem detém o privilégio de classificar grupos também possui o poder de atribuir valor a eles. Essa dinâmica traz também o processo de “normalização”, quando uma identidade é colocada como sendo a norma, e ela adquire tal força de que não é vista como *uma* identidade, mas como *a* identidade (SILVA, 2000).

Questionando como essas identidades são validadas socialmente, a Teoria do Reconhecimento de Axel Honneth traz pontos importantes para a pesquisa em questão, ao relacionar o respeito social advindo do reconhecimento à construção da identidade individual. Honneth (2003), seguindo a perspectiva da Escola de Frankfurt, estabelece que o reconhecimento social se dá em três esferas: as relações afetivas/amor, por meio das quais o indivíduo forma vínculos emotivos com a sua comunidade; a legalidade, onde há o reconhecimento de direitos e deveres e leva à percepção de regras para a convivência social; e a estima social, onde é atribuído valor social ao modo de vida do sujeito (HONNETH, 2003). As relações sociais de reconhecimento ajudam a comunidade a fortalecer vínculos entre seus indivíduos, e possibilitam que cada pessoa perceba seu papel ou vontade nas ações coletivas. Ainda sobre a estima social, Honneth acrescenta:

A autocompreensão cultural de uma sociedade predetermina os critérios pelos quais se orienta a estima social das pessoas, já que suas capacidades e realizações são julgadas intersubjetivamente, conforme a medida em que cooperaram na implementação de valores culturalmente definidos; nesse sentido, essa forma de reconhecimento recíproco está ligada também a pressuposição de um contexto de vida social cujos membros constituem uma comunidade de valores mediante a orientação por concepções de objetivos comuns (HONNETH, 2003, p. 200).

Portanto, é possível dizer que a cultura de uma sociedade influencia no modo como os indivíduos se reconhecem, e, conseqüentemente, constroem sua identidade. Apesar de Honneth não a considerar um fator relevante em sua teoria, a mídia tem um papel importante nesse processo através das representações. Segundo Hall (2016), a representação é a produção de sentido que se dá por meio de objetos culturais a partir da linguagem compartilhada. Esses sentidos auxiliam no estabelecimento de normas e convenções sociais através de elementos (sons, palavras, gestos) que funcionam como signos, representações das nossas ideias e sentimentos (HALL, 2016). Essa produção de sentido oriunda do que é representado na mídia, pautado no que é valorizado no reconhecimento pela estima social, tem um papel fundamental na construção da nossa identidade própria. Woodward (2000) explica que “é por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e aquilo que somos” (WOODWARD, 2000, p. 18). Sendo assim, como uma representação do Nordeste pode impactar os moradores da região?

Identidade Nordestina

A novela abordada neste trabalho é ambientada em uma cidade fictícia; em momento algum se propõe a retratar uma localização específica do Nordeste brasileiro. Ainda assim, é repleta de referências, inspirações e símbolos que nos permitem situar a obra neste determinado espaço. Por quê? Existe uma identidade nordestina? Os nove estados da região possuem características comuns o suficiente para que os habitantes de todos eles sintam-se pertencentes ao Nordeste?

A questão da identidade nordestina é algo que divide opiniões, tanto entre teóricos quanto na sociedade em geral. Podemos considerar aqui a perspectiva de Durval Muniz de Albuquerque Jr., historiador paraibano, que traz produtos midiáticos, históricos, legais e geográficos para desvendar de onde surgiu a ideia de um Nordeste. Em seu livro “A Invenção do Nordeste e Outras Artes” (1999), o autor questiona a própria existência da região: através de um resgate histórico, explica que ela é uma criação político-cultural. Até o início do século XX, o Nordeste fazia parte do Norte e era considerada apenas a parte mais seca e carente da grande região. As elites políticas e latifundiárias dos estados mais orientais viram na seca, na miséria, na fome, justificativas para reivindicar recursos para a região perante o Estado: “O discurso da seca e sua “indústria” passam a ser a “atividade” mais constante e lucrativa nas províncias e depois nos Estados do Norte, diante da decadência de suas atividades econômicas principais: a produção de açúcar e algodão” (ALBUQUERQUE Jr, 1999, p. 71).

Não podemos esquecer que a região Nordeste conta com as primeiras terras colonizadas pelos portugueses no século XVI e de onde surgiu o que hoje conhecemos como Brasil. Albuquerque (1999) inclusive diz que a região surgiu antes da nação. Temos então uma união forjada historicamente e politicamente.

O fator mais forte, talvez, que consolida essa unidade construída é a cultura. Há décadas, a mídia representa o Nordeste de modo a homogeneizar e estereotipar o nordestino destacando suas características e vivências “negativas”: a pobreza, a loucura religiosa, a violência do cangaço. Esses temas e estereótipos acabam sendo estabelecidos como verdades por meio da repetição, tornando-os robustos e de difícil contestação (ALBUQUERQUE Jr., 1999). Na verdade, podemos dizer que a contestação não é a saída mais assertiva. O “remédio” para esse caso seria a representação da multiplicidade que existe no Nordeste hoje, e sempre existiu.

Para os fins deste trabalho, que busca explorar se pessoas nordestinas se sentem representadas pela novela Mar do Sertão, é válido considerar a seção em que Albuquerque aborda a construção da ideia de Nordeste:

Devemos nos debruçar, criticamente, sobre as formas como foram narrados os eventos históricos, não como uma representação verdadeira ou falsa do passado, mas como participe da invenção deste para nós. Narrativas que construíram um dado universo e uma memória, que continuam funcionando em nós e dirigindo nossos passos (ALBUQUERQUE, 1999, p. 347).

A identidade nordestina, portanto, é algo que transpassa os habitantes da região e faz parte da memória coletiva. Trazendo de volta a ideia de que a região Nordeste surgiu antes da própria nação brasileira, podemos pensar a identidade nordestina também como um tipo de identidade nacional (neste caso, regional). Sobre elas, Hall (2006), considera que “não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas; no interior da representação” (HALL, 2006, p. 48). Ele explica, ainda, que as identidades nacionais são como “comunidades imaginadas”, nas quais um mesmo discurso ajuda a construir um sentido comum sobre o local onde se vive e as relações lá construídas.

Sendo assim, não podemos esquecer o contexto histórico, cultural e político que originou o que entendemos como Nordeste. Mas, ao mesmo tempo, as representações veiculadas desde a década de 1920 contribuíram para a construção de uma identidade: reconhecer-se como nordestino é algo que carrega simbolismo e significado.

Recepção e Novelas

Para entender se e como esse significado é transmitido pela novela *Mar do Sertão*, esta pesquisa se caracteriza como um estudo de recepção. A recepção considera que o receptor, o leitor ou o espectador participa do processo de comunicação, ao captar a mensagem e ser ele próprio um produtor de sentido a partir do que é comunicado.

Esquematizando o processo comunicacional em produção, mensagem e recepção, Ana Carolina Escosteguy e Nilda Jacks (2005) estabelecem que “falar em *comunicação e recepção* resulta numa sobreposição, pois o processo de recepção é parte intrínseca do processo de comunicação, em que o primeiro é parte constitutiva e constituinte deste último. Assim, o processo de comunicação engloba a recepção” (p. 14, grifo das autoras).

Desse modo, o estudo de recepção não busca analisar um produto ou mensagem a fundo, mas explorar como o público que o recebe produz significado e, para este trabalho, a participação deste processo na formação da sua própria identidade.

Entre os estudos brasileiros, a recepção televisiva é a mais estudada desde a década de 1990 e manteve essa consistência durante a década de 2000, contando 111 trabalhos do total

de 209 estudos analisados por Jacks *et al.* em 2014. Sendo assim, é fundamental olharmos a fundo a influência da televisão, e especialmente das telenovelas, para o cotidiano do brasileiro.

No que se refere aos estudos de recepção voltados para a TV, foi realizada uma nova análise de trabalhos por Jacks *et al.* em 2017, compreendendo trabalhos elaborados e apresentados entre 2010 e 2015. Tal investigação se diferencia das anteriores por categorizar as pesquisas em “ficção seriada televisiva”, ou seja, não são mais apenas as telenovelas que são estudadas quando se fala em ficções pensadas para a televisão.

Apesar dessa mudança de cenário, as telenovelas foram o gênero mais estudado: 30 dos 36 trabalhos abordam a recepção e consumo midiático desse formato. Há um destaque para a perspectiva teórica latinoamericana, com Jesús Martín-Barbero sendo o autor mais citado nos estudos analisados (JACKS *et. al.*, 2017). Paralelamente, a temática mais comum entre eles foi a da identidade em seus diversos âmbitos - nacional, étnica, de gênero. A telenovela perpassa todas essas facetas identitárias, portanto, para dar sequência a este trabalho, é imprescindível observar as implicações do gênero na sociedade brasileira.

Telenovelas no Brasil

Segundo Esther Hamburger (2005), a telenovela é “uma obra audiovisual que resulta de um multiálgo e faz a mediação da relação entre produtores e receptores, incorporando uma gama de significados possíveis, nem sempre intencionais” (p. 20). É por esse ângulo que este trabalho olha para esses produtos televisivos: não como algo posto e dado para a audiência, mas como algo que é transformado pela interação com ela.

A partir dos anos 1980, as telenovelas nacionais começam a ocupar cada vez mais espaço na programação televisiva e captar cada vez mais recursos voltados para o seu desenvolvimento e produção (MARTÍN-BARBERO, 2001). Esse protagonismo pode ser considerado consequência e causa da aproximação das narrativas com o cotidiano brasileiro: com personagens menos caricatos, conflitos mais ligados à realidade do país e representação de valores condizentes com a mentalidade nacional, Martín-Barbero (2001) afirma que o público pôde sentir-se representado na telenovela.

Com a popularização cada vez maior dos serviços de *streaming* e outras formas de entretenimento online, é natural refletir se a televisão tem realmente um impacto significativo no cotidiano do brasileiro. O que podemos afirmar é que as novelas são um tipo de mídia totalmente singular: duram cerca de 6 meses, com capítulos diários exibidos sempre no

mesmo horário. O autor da novela começa a obra sem saber exatamente como ela vai acabar, pois pesquisas de opinião, oscilações de audiência e até imprevistos ao longo da (longa) produção podem mudar totalmente o rumo da trama. Além disso, a história não pode ter uma resolução simples e rápida, mas, ao mesmo tempo, cada capítulo precisa ter um clímax.

Apesar dessa complexidade, a novela tem um trunfo: o de estar todos os dias na casa das pessoas. Torna-se familiar, parte do cotidiano. O arco maior da trama permite inclusive que se perca alguns capítulos ou que não se preste tanta atenção a cada pequeno acontecimento. Permite, também, um escape: liberta o espectador da angústia do dia a dia. Mergulhar nos conflitos causados pelas ações dos personagens, raramente por questões existenciais, traz uma catarse e libertação da ansiedade da audiência (TÁVOLA, 1996).

O impacto da telenovela, portanto, vai além do entretenimento. Podemos considerar alguns pontos de destaque que evidenciam a importância desse produto para a audiência e vice-versa: o fato da narrativa ser adaptada conforme as reações com o público, explicitando uma comunicação entre produção-recepção; a representação de dilemas e conflitos reais, porém distantes do telespectador, sobre os quais ele pode opinar mas não precisa fazer o esforço de tomar a atitude preferida; a capacidade de trazer para a agenda midiática temas de interesse público, ou, ainda, transformar problemáticas marginalizadas em temas de interesse público, como é o exemplo de Salve Jorge e tráfico humano (JACKS et al., 2014).

O principal ponto aqui é a capacidade que a novela tem de gerar identificação e proporcionar aos telespectadores uma forma de construir ou reconhecer a sua própria identidade. Para adentrar essa face das telenovelas e, especialmente, da novela Mar do Sertão, é fundamental realizar uma pesquisa que interaja com os telespectadores da produção em questão.

Metodologia

A proposta deste trabalho é desenvolver uma pesquisa exploratória de caráter quantitativo e qualitativo, fundamentada nos Estudos Culturais e nos Estudos de Recepção. Para a coleta de dados, são utilizadas as técnicas de questionário e entrevista. Ambas levam em conta a proposição desenvolvida por Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2000) no que diz respeito aos estudos de recepção. A autora pontua que “investigar a telenovela exige pensar tanto o espaço da produção como o tempo do consumo, ambos articulados pela cotidianidade (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos (gêneros) do meio televisão” (LOPES, 2000, p. 99). A partir dessa percepção,

entende-se que as características da produção e veiculação de telenovelas impactam profundamente os métodos de análise das mesmas, e na recepção é fundamental levar em conta a experiência pessoal das fontes e sua relação individual e coletiva com o objeto de estudo.

O questionário online, hospedado na plataforma SurveyMonkey, foi composto de 27 perguntas⁵, sendo 13 de múltipla escolha e 14 abertas⁶. De acordo com Lakatos e Marconi (2002), a ordem das perguntas em um questionário necessita de planejamento, e recomenda-se “iniciar o questionário com perguntas gerais, chegando pouco a pouco às específicas (técnica do funil), e colocar no final as questões de fato, para não causar insegurança” (LAKATOS, MARCONI, 2002, p. 111).

Desse modo, o questionário foi dividido em três seções: dados gerais do respondente; questões sobre os hábitos de consumo de telenovelas do participante; e questões acerca da novela Mar do Sertão e representação nordestina. O questionário foi divulgado em 12 grupos de Facebook temáticos sobre novelas e sobre o Nordeste, como “Novelas da Globo” e “Coisas do Sertão”, além de enviado para as universidades federais nordestinas, com o pedido de que a pesquisa fosse encaminhada aos alunos e funcionários. Em circulação desde o dia 19 de dezembro de 2023, o questionário recebeu 193 respostas até o momento.

Para dar continuidade à pesquisa, serão realizadas entrevistas com respondentes do questionário. A prioridade na escolha dos entrevistados será para os que aceitaram participar da segunda etapa da pesquisa, que assistiram a novela Mar do Sertão e que tenham nascido no Nordeste. O objetivo dessa seleção será investigar a perspectiva de pessoas nordestinas sobre a representação da região na novela e o modo como constroem sua identidade.

Considerações Finais

O presente artigo oferece uma reflexão acerca do papel das telenovelas no Brasil atrelado aos conceitos de identidade e representação. A pesquisa em andamento, um estudo de recepção da novela Mar do Sertão, tem a proposta de dialogar com pessoas nordestinas e investigar seus pontos de vista sobre esta novela, especificamente, e sobre a produção ficcional brasileira em geral, quando retratam o Nordeste.

⁵ Questionário disponível no apêndice 1 deste artigo.

⁶ A última pergunta do questionário era aberta e destinava-se a perguntar quais participantes tinham interesse de participar da próxima etapa da pesquisa, a entrevista, e coletar seus dados de contato.

A partir de perspectivas dos Estudos Culturais e Estudos de Recepção, evidencia-se a importância de observar de perto as telenovelas e o impacto delas na sociedade brasileira. Por conta de sua dinâmica quase interativa com a audiência, é imprescindível analisar o contexto de produção, exibição e recepção além do produto final.

Ademais, ao longo das etapas de exploração bibliográfica e aplicação do questionário online, ficou clara a relevância de um olhar alinhado com os preceitos das Relações Públicas: o estudo de recepção nesta pesquisa requer abertura de diálogo e compreensão dos diferentes públicos que entram em contato com a novela. Com a conclusão da pesquisa, espera-se que seja possível entender um pouco melhor o que o público do Nordeste mais sente falta, com o que mais se identifica e o que mais busca na representação audiovisual de sua região.

Referências

ALBUQUERQUE Jr., Durval Muniz de. **A Invenção do Nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 1999.

APRESENTAÇÃO especial de 'Mar do Sertão': conheça a história da nova novela das 6. **Gshow**, 2022. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/mar-do-sertao/noticia/apresentacao-especial-de-mar-do-sertao-conheca-a-historia-da-nova-novela-das-6.ghtml>. Acesso em: 17 de dez de 2022.

FERNANDES, Daniela Pfeiffer. **Diversidade cultural e concentração da indústria audiovisual no eixo Rio – São Paulo**: Análise do contexto e implicações para o desenvolvimento cultural brasileiro. Orientador: Prof. Miguel Serpa Pereira. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/projetosEspeciais/ETDs/cons>

GLOBO. **GloboAds**: Ecosistema de soluções para sua marca, 2023. Atlas de Cobertura. Disponível em: <https://globoads.globo.com/atlas-de-cobertura/>

GLOBO. **Memória Globo**, 2021. Novelas: Cordel Encantado. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/cordel-encantado/noticia/bastidores.ghtml>

GLOBO. **Memória Globo**, 2021. Novelas: Araguaia. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/araguaia/noticia/trama-principal.ghtml>

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11. Ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio: Apicuri, 2016

HAMBURGER, E. **O Brasil Antenado**: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

HONNETH, Axel. **Luta por Reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais**. 2ª ed. São Paulo: Editora 34, 2009

JACKS, N. **Recepção televisiva (ainda) a mais estudada.** In: JACKS, N. et al. (Org.). Meios e audiências II: A consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 31-72.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2019.** Rio de Janeiro, IBGE, 2019.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação.** Rio de Janeiro, IBGE, 2022.

LOPES, M. I. V. **Metodologia para o estudo da recepção de telenovelas no Brasil.** In: Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, série Comunicação, Vol. 14 (1-2), 2000, p.93-112.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa.** São Paulo, Atlas, 2002.

MAR do Sertão: Quem é o autor da novela das 18h da Globo? **Na Telinha**, 2022. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/novelas/2022/08/09/mar-do-sertao-quem-e-o-autor-da-novela-das-18h-da-globo-185784.php> Acesso em: 17 de dez de 2022.

MARINHO, Mariana Paiva. **Tradições e Contradições: a representação do Nordeste no cinema brasileiro contemporâneo.** Orientador: Maurício Nogueira Tavares. Dissertação (Mestrado) - Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade. Universidade Federal da Bahia, Salvador - BA, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/16286> Acesso em: 26 jul. 2022.

MARTÍN-BARBERO, J. **Os Exercícios do Ver.** São Paulo: Editora SENAC, 2001.

PADIGLIONE, Cristina. 'Mar do Sertão' bate recorde de atores nordestinos em novela e debate coronelismo. **Folha de S. Paulo**, 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/08/mar-do-sertao-bate-recorde-de-atores-nordestinos-e-m-novela-e-debate-coronelismo.shtml>. Acesso em: 18 de dez de 2022.

TAMANINI, Paulo Augusto; SILVA Enoch Douglas Roberto da. **O Nordeste, as imagens e o ensino: o real e o imaginário na iconografia da seca.** Revista Linhas. Florianópolis, v. 20,n. 43,p. 317-337,maio/ago.2019.
<https://revistas.udesc.br/index.php/linhas/article/view/1984723820432019317/pdf>

WOODWARD, Katheryne. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** In T. T. Silva (Org.), Identidade e diferença. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000.

Apêndices

Apêndice 1 - Questionário online

1. Em qual estado você nasceu?
2. Em qual estado você reside atualmente?
3. Qual a sua idade?
4. De qual cor/etnia você se autodeclara?
5. Qual é a sua identidade de gênero?
6. Qual é a sua orientação sexual?
7. Qual é o seu nível de escolaridade?
8. Você possui alguma necessidade especial? Caso sim, qual?

9. Qual é a sua renda familiar mensal?
10. Quais meios de comunicação você mais utiliza?
11. Você costuma assistir telenovelas?
12. Em quais emissoras você mais assiste?
13. Se sim, em quais horários mais assiste?
14. De todas as que assistiu até hoje, quais foram as suas novelas favoritas?
15. Você assistiu a novela Mar do Sertão, seja parcialmente ou completa?
16. Por quais motivos?
17. Como você acompanhou a novela?
18. Qual seu(s) personagem(s) favorito(s) ou enredo(s) que mais gostou? Por que?
19. De quais personagens ou enredo (s) você menos gostou? Por que?
20. Na sua opinião, existe uma identidade que une os nordestinos?
21. Nas suas palavras, o que significa ser nordestino?
22. Na sua opinião, as novelas conseguem representar a vida real?
23. E a novela Mar do Sertão, conseguiu representar o Nordeste e os nordestinos?
24. Em quais momentos você se sentiu representado?
25. E em quais você não se sentiu representado?
26. Muito obrigada pelas respostas! Você tem interesse em participar da segunda etapa da pesquisa (entrevista)? Caso sim, por favor deixe seu NOME, CELULAR e EMAIL abaixo.