

III SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA
ISSN: 2317-0018
Universidade Estadual de Maringá
23 de Novembro de 2013

A NOVELA AVENIDA BRASIL E O IMAGINÁRIO NACIONAL

Katia Daniela Murara, Departamento de Psicologia, Universidade Estadual de Maringá.

Eliane Domingues, Departamento de Psicologia, Universidade Estadual de Maringá.

Contato: katiadanielamurara@hotmail.com

Palavras-chave: Novela brasileira. Teoria psicanalítica. Modelos femininos.

Este projeto está vinculado a um projeto maior do intitulado Identidade Nacional: mitos e estereótipos do ser brasileiro, que visa investigar como a questão da identidade nacional era e é abordada no Brasil, e a realizar contribuições aos estudos sobre identidade nacional na atualidade a partir da especificidade do olhar da psicologia e da teoria psicanalítica, enfocando os mitos e estereótipos envolvidos na constituição da identidade brasileira.

Este projeto intitulado A novela Avenida Brasil e o imaginário nacional pretende contribuir para o projeto maior descrito acima, buscando compreender a telenovela brasileira como um produto que representa a identidade nacional, que é consumido internamente e exportado. Buscaremos discutir como a mídia e a televisão através da telenovela reforçam e impõem alguns estereótipos e representações sobre a mulher brasileira, que faz com que estas mulheres tomem os personagens da trama como modelos, como referência e como ideais a serem seguidos no dia-a-dia.

A TV foi inaugurada no país em 1950, a emissora pioneira foi a Tupi, que em seu logotipo traz uma criança indígena e no lugar do cocar encontra-se antenas de televisão. Porém, em 1960 poucas pessoas tinham acesso ao aparelho, sendo restrita a apenas 4,6% do território nacional, já em 1991 a televisão se encontra presente em 99% do território, e em 74% dos domicílios. Segundo o último censo realizado pelo IBGE em 2010, as televisões se encontravam presentes em 95% dos domicílios brasileiros (HAMBURGER, 2011).

De acordo com Hamburger (2011) no início as telenovelas eram baseadas em obras de literaturas, como Helena escrita originalmente por Machado de Assis e A Escrava Isaura escrita por Bernardo Guimarães, sendo inicialmente transmitida ao vivo e em apenas alguns dias da semana. Na década de 1970 a recém-inaugurada TV Globo, exibe novelas românticas, melodramáticas, voltadas para o público feminino. A emissora utilizava um modelo de roteiro

III SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

23 de Novembro de 2013

que funcionava em outros países da América Latina, e aos poucos as novelas foram ganhando características brasileiras, mobilizando públicos nacionais e internacionais.

Segundo Oguri (2009) hoje a novela não se detém mais ao modelo clássico de começo, meio e fim, com histórias já escritas e que vão ao ar com quase todos os capítulos já gravados. Os autores escrevem a trama de acordo com a aceitação do público, a emissora realiza pesquisas e enquetes em seu site para saber qual a aceitação e a expectativa dos indivíduos que acompanham a novela, e utiliza essas informações para realizar as modificações necessárias na trama para obter mais audiência. De modo que no decorrer da novela a história de cada personagem é flexível, sendo capaz de ser mudada a qualquer momento de acordo com a opinião das pessoas que assistem.

Aos poucos as novelas se tornaram mais complexas e menos lineares. Por volta de 2000 entra em cena a disputa por audiência das emissoras, a relação entre a novela e as diferentes interpretações da nação brasileira fica explícita na competição dos canais de TV e a transmissão de diferentes versões do Brasil. Enquanto a Globo se consolidava e transmitia a imagem de um país do futuro e difundia grande consumismo, a Manchete se mostrava ecológica, trabalhando em suas novelas e documentários as paisagens rurais, nativas e o corpo feminino nu, como na novela Pantanal, que trabalhava a identidade nacional através da fauna, da flora e da família. Pouco depois entra em cena a Rede Record, que ousa retratar por meio da novela a violência e a pobreza carioca. Em contrapartida a Globo deixa um pouco de lado a visão de país do futuro e passa a retratar a vida de uma favela em Duas Caras (2007), só que cenográfica. Desse modo, as novelas passaram a retratar mais a vida urbana, a paisagem das cidades e a realidade social do tráfico e de outros contextos (HAMBURGER, 2011).

Hoje as grandes emissoras dedicam grande parte de sua programação para a transmissão de telenovelas, dentre as quais as de maior sucesso e repercussão são as novelas produzidas pela Rede Globo. A novela a ser analisada durante a pesquisa é Avenida Brasil, trama que ocupa a primeira posição do ranking de exportação da emissora, foi escrita por João Emanuel Carneiro e exibida de março a outubro de 2012, retrata a história de Nina, uma menina que tenta se vingar durante todo o enredo de sua madrasta Carminha por ter matado seu pai, roubado sua herança e em seguida abandoná-la em um lixão.

Para a realização da análise o trabalho terá como base a leitura de teses, artigos, livros e dissertações que estudam o tema. Será também utilizada a internet para o *download* de

III SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

23 de Novembro de 2013

alguns episódios, de modo que posteriormente ao ser revisto seja descrito durante o trabalho facilitando a compreensão da história fictícia pelo leitor e o entendimento da análise.

Primeiramente será realizada a revisão e descrição de alguns conceitos, em seguida selecionaremos a história de algumas personagens que mais representem os casos da vida real e as representações que a mídia faz da mulher brasileira, de modo que através da análise se torne possível demonstrar como as pessoas tomam estes personagens como modelos a serem seguidos para que se sintam como parte da sociedade.

As personagens escolhidas para análise são: Suelen (Isis Valverde), Dolores (Paula Burlamaqui), Zezé (Cacau Protásio), Ágata (Ana Karolina) e Janaína (Claudia Missura). Suelen é a famosa ‘piriguete’ ou ‘maria-chuteira’, durante a história vive um relacionamento com dois jogadores de futebol e desse triângulo amoroso nasce um bebê e os três decidem morar juntos. Dolores foi uma famosa atriz pornô que se formou evangélica, porém ao reencontrar seus velhos amigos volta à antiga profissão, representa as diversas pessoas que buscam na religião esconder a sua história. Zezé é empregada doméstica, é negra, simples e educada, é o exemplo da representação que a mídia coloca sobre os negros, sempre com empregos mais simples ou sem grandes fortunas. Ágata é filha de Carminha e sofre nas mãos da mãe por estar acima do peso, representa o preconceito que as meninas obesas sofrem por estarem nos padrões de beleza que a sociedade impõe. E por fim Janaína, outra empregada de Carminha que busca especular todos da casa, tem um filho bandido e faz de tudo para protegê-lo, escondendo as suas ações da polícia e de quem está a sua volta.

Um dos conceitos utilizados para a análise é a sociedade do espetáculo, este termo foi criado por Debord que nos diz que uma das principais características da sociedade atual é a imagem manipulada pelas mídias, de forma que a vida se transforma em um espetáculo, representando os valores do capitalismo e mostrando uma falsa realidade. Esta sociedade na qual a televisão está inserida substituiu o espaço público, e articula entretenimento com publicidade. Segundo Kehl (2004) a sociedade do espetáculo é a mesma sociedade de massa descrita por Freud, só que em estágio mais avançado. Nesta sociedade televisiva, a apresentação de objetos através da publicidade se assemelha a formação do inconsciente (onde não existem restrições), e os objetos e imagens desse mundo fictício vão sendo costurados por uma horizontalidade absoluta, sem necessidade de um significante que se destaque de um lugar diferenciado. Desse modo, o sujeito é convocado a aparecer como

III SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

23 de Novembro de 2013

consumidor, sua visibilidade é reconhecida no ato do consumo, e não na ação política, para isso a publicidade trabalha não com os ideais, mas com seu contrário, como a cobiça, inveja, luxúria e etc., ou seja, com os “pecados” que equivalem à satisfação de nossos baixos instintos.

Ainda de acordo com Kehl (2004), para que o indivíduo exista socialmente (no campo do outro) não é mais utilizado somente o mecanismo de identificação, mas devido à horizontalidade existente na sociedade contemporânea, e a circulação de imagens/mercadorias, o mecanismo de identificação é substituído pela tentativa de produção de identidades. Deste modo, não é mais com a imagem do outro que o indivíduo tenta se identificar, mas com uma espécie de imagem de si mesmo que a televisão apresenta, como uma imagem corporal. Portanto, o espetáculo demanda o que o sujeito deveria ser para participar dele, fornecendo uma imagem que se transforma em ideal para os indivíduos. Neste tipo de sociedade, nenhum líder representa esse ideal-imagem, ao qual os homens são atraídos a corresponder, ou seja, o discurso onipresente da televisão que está em toda parte, aparentemente não é responsabilidade de ninguém.

No entanto, apesar das novelas estarem presente diariamente na vida dos indivíduos e de tratar de assuntos que muito interessam para a psicologia e para a comunidade científica no geral, pouco se tem de estudos e pesquisas realizadas sobre o tema. Deste modo o desenvolvimento deste projeto intitulado As novelas brasileiras e o imaginário nacional, busca contribuir na atuação profissional do psicólogo e de outros profissionais, como os profissionais da área da comunicação, já que elucidaremos como as novelas exercem influência no agir dos indivíduos. Buscaremos também contribuir com a comunidade acadêmico-científica, oferecendo base de estudo para o desenvolvimento de pesquisas posteriores relacionadas ao tema. Este projeto faz parte de um projeto maior, denominado “Identidade nacional: mitos e estereótipos do ser brasileiro”, e dessa forma o seu desenvolvimento colaborará para o progresso do mesmo.

III SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

23 de Novembro de 2013

Referências

HAMBURGER, E. Telenovelas e interpretações do Brasil. **Lua Nova**, São Paulo, v. 82, p. 61-86, 2011.

KEHL, M. A; et al. **Videologias**. Boitempo, 1. ed., São Paulo, 2004.

OGURI, L. M. B; et al. O processo de criação das telenovelas. **RAE**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 38-48, 2009.