



FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO: JORNALISMO
ÁREA: AUDIOVISUAL

**A FUNÇÃO EDUCADORA DAS TELENÓVELAS: PARA ALÉM DO
SUCESSO**

ANA PAULA FERREIRA MAGALHÃES
RA Nº 2075973/3

PROF. ORIENTADORA: CLÁUDIA BUSATO

BRASÍLIA
2011

ANA PAULA FERREIRA MAGALHÃES

**A FUNÇÃO EDUCADORA DAS TELENÓVELAS: PARA ALÉM DO
SUCESSO**

Monografia apresentada como exigência do Curso de Comunicação Social – Jornalismo do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB para obtenção do título de Bacharel.

Prof. Orientadora: Cláudia Busato

Brasília
2011

ANA PAULA FERREIRA MAGALHÃES

**A FUNÇÃO EDUCADORA DAS TELENÓVELAS: PARA ALÉM DO
SUCESSO**

Professora Dra. Cláudia Busato
Orientadora

Professora MSc. Karina Gomes Barbosa
Examinadora

Professor Ms. Sérgio Galdino
Examinador

Dedico este trabalho aos meus pais:
Rosa e Júlio. Ao meu irmão Maurício.
Ao meu namorado Hélio. E a todos os
meus colegas de classe.

Gostaria de agradecer a todos que contribuíram para este trabalho, em especial a professora Orientadora Cláudia Busato e ao meu amigo Bruno Maranhão, que me deu força durante todos os anos do curso.

RESUMO

Com a finalidade de discutir e avaliar as telenovelas como produto de massa e de matriz popular, esta pesquisa realiza uma reflexão sobre a influência da telenovela de hoje sobre a sociedade. Busca entender qual o seu papel dentro da mesma e a sua interação com outros setores sociais. Foram observados, também, aspectos que caracterizam a recepção deste formato. A metodologia do estudo foi essencialmente a pesquisa bibliográfica, bem como a técnica da observação. Foram objeto de duas análises as telenovelas *O Clone* e *Caminho das Índias*. As telenovelas brasileiras têm se destacado dentro e fora do país e já são reconhecidas mundialmente. Mas o que faz do estudo das telenovelas algo indispensável, é o fato de que ela se tornou um marco na construção identitária da cultura brasileira. Por fim, concluiu-se que a telenovela é um catalisador de valores da sociedade.

Palavras-chave: Telenovelas, entretenimento, sociedade, cultura, ficção

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO 1 TELENOVELA: SURGIMENTO E EVOLUÇÃO	10
1.1 A telenovela brasileira: Um breve histórico	10
CAPÍTULO 2 TELENOVELA: FICÇÃO E REALIDADE E SEU PODER DE PERSUASÃO, BREVE ANÁLISE DAS TELENOVELAS SELECIONADAS ..	17
2.1 A telenovela e sua popularidade.....	17
2.2 Análise das telenovelas.....	18
2.2.1 O clone	18
2.2.2 Caminho das Índias.....	20
2.3 Análise conjunta das telenovelas abordadas	21
CAPÍTULO 3 A LIGAÇÃO ENTRE TELENOVELA, INDÚSTRIA CULTURAL E SUA RECEPÇÃO PELO PÚBLICO.....	25
CONCLUSÃO	30
REFERÊNCIAS.....	32

INTRODUÇÃO

As telenovelas fixaram-se nos últimos anos como um dos hábitos mais arraigados na vida de milhares de brasileiros. Elas foram consolidadas no Brasil como programa televisivo mais legitimado nas preferências do público e também a produção nacional que conquistou maior êxito no exterior. Não é por acaso que as telenovelas possuem os horários mais nobres da televisão sendo disputadas pelos maiores anunciantes do mercado.

Com o tempo as telenovelas ganharam um espaço maior na sociedade. Autores como José Marques de Melo, Rose Calza, Temer & Tondato e outros vêm destacando que cada vez mais a realidade brasileira é explorada nos capítulos das telenovelas.

O melodrama televisivo ocupa uma parte do tempo de diferentes classes sociais e é um dos lazeres mais apreciados pelas classes populares.

A telenovela foi criada com a intenção de ser uma forma de entretenimento que de certa forma copiasse a “vida cotidiana”. Hoje as telenovelas não são vistas somente como uma distração, elas são reconhecidas pelo conjunto da obra. São reconhecidas pelas diversas culturas que representam e pelos temas abordados. Temas que de certa forma vem contribuindo para a sociedade em geral.

Mas, a hipótese deste estudo, propõe que a telenovela vem cumprindo um papel para além daquele proposto inicialmente pelos folhetins. Hoje assume, em certa medida, a função de educadora social, fazendo chegar a grupos sociais de diferentes extratos informações e serviços de utilidade pública. Mas ainda assim, não se trata de fazer apologia às novelas. Antes, faz-se necessário um estudo mais detalhado acerca do que representa, de fato, a telenovela brasileira para a sociedade e sem esquecer que em sua origem é e sempre será um produto cultural de massa sujeito aos interesses das emissoras e em busca de maior audiência.

O fato é que as telenovelas têm sido objetos de discussões entre diferentes disciplinas no campo acadêmico entre outros fóruns sociais. E estão de acordo ao entenderem que a telenovela “usa” a realidade para abordar problemas sociais, políticos e econômicos, o que, ao final, acaba influenciando no cotidiano de quem as assiste. Ou seja, tais conteúdos são responsáveis por desencadear processos de mediação social importantes levando muitas vezes

a novas percepções dos indivíduos sobre temas que podem fazer parte de suas vidas.

Para delinear o papel educador da telenovela esta pesquisa pretende aprofundar-se nas tramas das cenas selecionadas para análise, especialmente aquelas que abordam problemas sociais e as que tiveram força suficiente para mudar opiniões e/ou comportamentos.

Para atingir o objetivo de verificar a relevância das novelas e a influencia que elas exercem sobre a sociedade foi necessária uma ampla pesquisa bibliográfica. A partir deste levantamento bibliográfico foram discutidas cenas e as técnicas utilizadas para a produção e repercussão das telenovelas. Foram analisadas duas novelas de grande audiência *O Clone* e *Caminho das Índias*. O motivo da escolha das mesmas foi o forte impacto das duas sobre cativados telespectadores.

Com um conhecimento maior sobre o assunto pôde-se observar que a forma com que as novelas citadas integraram educação e cultura pode ser o principal fator de influência sobre o pensamento e a vida de quem as assiste.

No primeiro capítulo deste trabalho será mostrado um breve histórico das telenovelas, destacando seus principais momentos. O primeiro capítulo também mostrará as mudanças que a telenovela brasileira sofreu não somente com a absorção de novas tecnologias de transmissão, que evoluíram no decorrer dos anos, mas também o incrível espaço que ganhou nos lares brasileiros e seu poder de atração também fora do país.

O segundo capítulo trará a análise das telenovelas escolhidas e também abordará a forma com que as telenovelas misturam ficção e realidade. Mostrará também o poder de persuasão que a telenovela possui sobre a sociedade.

No terceiro capítulo, por fim, será mostrada a ligação entre a telenovela e a indústria cultural bem como da recepção do público de telenovela.

CAPÍTULO 1

TELENOVELAS: SURGIMENTO E EVOLUÇÃO

1.1 A Telenovela brasileira: Um breve histórico

As telenovelas apareceram no Brasil nos anos 50. A 1ª telenovela exibida foi ao ar pela Rede Tupi em 1951, sob o título de “Sua vida me pertence”. A novela, cuja duração era de quinze capítulos, era exibida ao vivo nas terças e quintas-feiras. Comparando-as com as telenovelas exibidas nos dias atuais, estariam mais para minisséries, tanto pela periodicidade quanto pela quantidade de capítulos.

Nas décadas seguintes as novelas ganharam capítulos diários através do vídeo tape. Com o novo “método” adotado, as cenas eram gravadas e caso algum erro fosse cometido durante as gravações seriam repetidos, procurando chegar à perfeição.

[...] Quer dizer, o corte (take) que é usado para introduzir a nova tomada (ou não) pode concentrar ou agilizar a ação dramática. Se for abrupto, o corte traduz-se em gancho (normalmente finalizador de capítulos, cuja intenção é deixar no ar o máximo de suspense, dúvida e expectativa de que algo vai acontecer, mas só se desenrolar no capítulo seguinte). O corte de uma tomada para outra, por sua vez, dá aos espectadores ângulos e distâncias diferentes, às vezes da mesma cena (cortes descontínuos). Ou seja, o corte é o que define o ritmo da narração. Saber cortar pode abrir para outros significados insuspeitados do texto. O corte define o movimento. O aprimoramento da técnica do corte propiciou, em muito a morte do dramalhão, que se estendia em cenas quilométricas, em bifes retóricos destinados aos atores. (CALZA, 1996, p. 19)

As primeiras telenovelas diárias eram originadas das teledramaturgias latinas, vindas principalmente da Argentina, de Cuba e do México. Como exemplos, dois folhetins que tiveram um sucesso absoluto, como a novela “A moça que veio de Longe”, exibida pela TV Excelsior em 1964 e “O Direito de Nascer”, exibida pela TV Tupi em 1965, ambas de origem latina e que foram de grande importância para a história da teledramaturgia brasileira.

A explosão de O direito de Nascer, um divisor de águas, fez com que as investidas fossem muito mais ousadas e prudentemente mais profissionais. Também estabeleceu com precisão que a telenovela é uma arte popular bem ao gosto dos brasileiros. Portanto, uma eficaz forma de entretenimento. Se sua introdução no país refletiu o que se fazia no rádio e na televisão da América Latina, ao menos aqui ela apresentou uma surpreendente novidade: a industrialização do gênero, auxiliada que foi pela revolução de 64, pois passou a ser a única produção artística sem os rigores da censura. A telenovela marginalizou os problemas políticos e econômicos do país. E, assim, os censores não lhe deram importância. Bem, estamos nos primeiros anos do gênero – o primeiro período -, o de sua implantação e consolidação. Tal contexto não perduraria. Logo a inquietação brasileira iria transformar a telenovela de simples arte popular em arte genuinamente nacional. (FERNANDES, 1997, p. 38)

Em 1968 as telenovelas produzidas no Brasil ganhavam finalmente a cara do país. A TV Tupi surpreenderia os telespectadores com sua nova telenovela “Beto Rockefeller”. O novo folhetim, finalmente poderia ser taxado como produto nacional, pois era marcado por sua descontração e rompia com o estilo melodramático, dando assim identidade brasileira a telenovela.

A renovação da telenovela é explosiva e rápida. No final dos anos 60, o gênero já estava solidamente implantado, graças às inúmeras produções dos últimos cinco anos. Já se exibia, então, uma televisão avançada aos moldes artísticos vigentes. A ampliação do público, via telenovela, diminuiu sensivelmente o número de aparelhos desligados – foi outro dado importante para que se investisse industrialmente no mais eficaz veículo de divulgação que o país conheceria. (FERNANDES, 1997, p. 105)

Na década de 70, as telenovelas brasileiras estavam no auge. O sucesso era enorme e o mercado publicitário entrou em cena e acabou levando grandes vantagens com essa parceria.

Naturalmente, tal cenário foi usado eficazmente para se vender ainda mais através da mídia eletrônica. O merchandising – prática de veicularem-se marcas e produtos através da ação dos personagens e ambientação das histórias – chega ao triunfalismo. Tudo passou a ser vendido via telenovela, testando positivamente, mais uma vez, a popularidade incondicional do gênero. Assim, o passeio da mocinha pedalando uma bicicleta só foi roteirizado para

apresentar a bicicleta. A música que acompanhou a cena foi executada para deixar a cena mais envolvente e também para se vender um disco. (FERNANDES, 1997, p. 133)

Os canais Globo e Tupi comandavam o mercado de telenovelas nessa década, colocando no ar grandes tramas que entrariam para a história da televisão brasileira como “Irmãos Coragem”, “Pecado Capital”, “O Bem Amado”, “Mulheres de Areia”, “O Profeta”, “Éramos Seis” e muitas outras.

Com a tecnologia cada vez mais avançada, a década de 80 foi marcada pela sofisticação das novelas brasileiras. Tais sofisticações eram tamanhas que a partir daí, as telenovelas entrariam no mercado de exportação, sendo vendidas para países como Portugal, China e Austrália. Nesta mesma década, com a falência da Tupi, a Rede Globo foi quem mais investiu em telenovelas e produções, sua audiência foi pouquíssimas vezes ultrapassada, somente em alguns momentos, como em 1990 quando a Rede Manchete lançou a novela “Pantanal”, ou mais recentemente com as produções da Rede Record, como “Caminhos do Coração” e “Os Mutantes”.

Diferentes redes e emissoras têm aberto espaço para o gênero, que parece fazer mais sucesso do que nunca. De fato, um levantamento de 1995 a 2006 resulta em 108 telenovelas exibidas. Hegemônica no gênero, pelo menos até 2004 quando a audiência começa a se segmentar, a Rede Globo mantém uma constante de cinco produções ao ano. O SBT e a Rede Record, com total de 19 exibições cada, apresentam entre duas a cinco produções ao ano, mas de forma inconstante, o SBT não trabalha o gênero em 1999 e 2000 e a Record em 2001 e 2003. A Rede Bandeirantes (Band) e a Rede Manchete exibem um total de seis e quatro telenovelas, respectivamente. A Band não apresenta nenhuma em 1997, 1999, 2000 e 2004 e Manchete uma produção por ano, até 1998 quando encerra suas atividades. (TEMER; TONDATO, 2009, p. 53)

A audiência das novelas da Rede Globo atingiu em 2008 cerca de 40 milhões de espectadores diariamente, enquanto três anos antes a audiência era de 60 milhões. Segundo as projeções da Rede Globo, logo no começo dos anos 2000 as telenovelas comercializadas pela própria emissora Globo foram assistidas por cerca de setenta milhões de espectadores anualmente no

exterior. Isso prova que apesar da queda das telenovelas dentro do país, as novelas brasileiras ainda continuam a ser um valorizado produto de exportação. (TELEDRAMATURGIA, www.teledramaturgia.com.br, acessado dia 04/04/2011)

Nas duas últimas décadas a população passou a contar com novas opções de entretenimento como a TV a cabo e a internet, mas mesmo assim, é certo que a telenovela ainda é um dos gêneros preferidos dos brasileiros e vem se renovando a cada folhetim para que a mesma tenha sempre um lugar garantido nos lares brasileiros.

Mesmo enfrentando certos preconceitos, a teledramaturgia brasileira abriu espaço para discussões sociais. Temas como homossexualidade, racismo, exploração social, alcoolismo e drogas são recorrentes nos enredos televisivos. Traz questões polêmicas à tona funciona como uma válvula de escape para a sociedade em geral, esclarecendo-se muitas dúvidas e ajudando na compreensão dos assuntos abordados.

A telenovela constitui um formato singular do gênero ficcional na categoria entretenimento da comunicação televisiva latino-americana. Em face da grande audiência que alcançou nos mercados nacionais e do êxito conquistado como produto de exportação no mercado midiático mundial, vem merecendo interesse crescente da midiologia e da culturologia. (MELO, 2004, p. 97)

Hoje as telenovelas são assistidas por uma boa parte das famílias brasileiras e conquista, também, pessoas com diferentes tipos de idades, profissões, níveis sociais e culturais diferentes. Não se pode dizer que as telenovelas determinam comportamentos e opiniões, mas através delas leva seus telespectadores a refletir e se posicionar sobre assuntos abordados. As telenovelas conquistaram um espaço na sociedade e são importantes não só dentro, mas também fora do país, já que são reconhecidas mundialmente.

A telenovela, que já foi chamada jocosamente de “lixo cultural” está cada vez mais próxima de seu público, levando em conta não só o que o

telespectador quer ver, mas também trazendo à tona questões sociais e valores que recontextualizam a experiência.

Diante desta percepção por uma parte significativa do povo brasileiro, a teledramaturgia já faz parte da vida das pessoas. Tornou-se um entretenimento acessível e que chega aos lares de milhões de brasileiros. Além disso, fez história. Incorporou-se à vida de várias gerações brasileiras ou pelas suas narrativas memoráveis ou pelos personagens inesquecíveis.

As telenovelas evoluíram e trouxeram para suas histórias contradições sociais. Hoje o Brasil se vê nas telenovelas, já elas dizem muito de sua cultura.

O modelo de telenovela que se implantou no Brasil exerce uma marcante influência no imaginário social, eventualmente sobrepondo-se a um plano real marcado por rupturas e desigualdades sociais. (TEMER; TONDATO, 2009, p. 52)

A novela se tornou um dos referenciais de literatura no país, talvez o único, para grande parte da população. Sendo feita para educar ou não, Ela tem mediado temas sociais além de ser propagadora de idéias e valores.

A popularidade das novelas, e o relacionamento entre seus criadores e seu grande público, leva muita gente a acreditar que o autor tenha que exercer, em certa medida, um papel de educador social, sem saber que o compromisso de muitos autores, primeiro, é com o entretenimento. Mas com o passar do tempo, essa função de educador social vem se tornando tão importante quanto qualquer outra função que o autor tenha dentro de seu projeto. Hoje, eles não estão ali somente para divertir o público, mas também, ao contrário do que muitos pensam, para educá-los de alguma forma. É com base nas reações das pessoas que a novela toma um caminho ou outro já que o objetivo é agradar o público.

A novela é o único exemplo que eu conheço em que o autor é co-autor, o público é co-autor, todo mundo é co-autor porque o trabalho de cada um vai somando e modificando a obra. (FILHO, 2001, p. 67)

Quando o telespectador observa personagens de uma telenovela os vê como extensão de suas redes sociais, como modelos para suas relações com

amigos, colegas de trabalho, etc. Assistir a telenovela é compartilhar emoções com as personagens, é discutir suas motivações psicológicas e suas condutas, decidindo o que é certo ou errado, tomando partido e elaborando juízos de valor. Hoje as telenovelas mostram os problemas que vivem a nossa sociedade com uma força suficiente para mudar opiniões e ditar comportamentos.

No horário nobre, na 'novela das oito', as tramas ainda são construídas a partir do amor e suas vertentes: traição, paixão, ciúmes, mas aos poucos vai abrindo espaço para temas mais amplos, que tratam de um cotidiano mais complexo em que dramas pessoais trazem marcas de acontecimentos nacionais e até mundiais. Nas palavras de Martín-Barbero e Rey (2001, p.162) “enquanto os noticiários se enchem de fantasia tecnológica e se espetacularizam a si próprios, é nas telenovelas e programas dramáticos que o país se relata e deixa ver”, cada vez mais a telenovela se torna o espaço da dialogia, com o autor-leitor e personagens trocando constantemente de posições [...] (TEMER; TONDATO, 2009, p. 55)

Dentro da programação televisiva brasileira atual a telenovela se torna uma espécie de espelho da realidade da sociedade atual escancarando, inclusive, problemáticas sociais emergentes ou que já fazem parte de fóruns institucionais mais restritos.

Antes de ter mudado o país, no entanto, a telenovela mudou a própria televisão brasileira. A estratégia de um dramalhão dividido em um número grande de capítulos sempre no mesmo horário horizontalizou a programação e sedimentou hábitos de recepção de televisão. (TEMER; TONDATO, 2009, p. 52)

Assim, as telenovelas são produzidas hoje não só com o objetivo de entreter a população, mas também com o intuito de alertar os cidadãos acerca de determinados problemas sociais, questões polêmicas de diversas origens e relevantes para a vida em sociedade. Tais temas são inseridos nas telenovelas de forma a gerar conscientização, propor soluções e não apenas para imprimir dramaticidade aos roteiros.

Parte das ficções que envolvem público e telenovela fazem com que tal público se identifique com o folhetim contemporâneo, fazendo com que a

mensagem que a telenovela deseja passar seja compreendida de forma quase direta.

Os próximos capítulos discutirão como ficção e realidade misturam-se dentro das telenovelas e como o público enxerga tal junção. Além de tratar também, de um possível poder de persuasão que a telenovela possa exercer sobre a sociedade e o quanto elas podem reforçar idéias e problematizar questões importantes.

E no capítulo seguinte será discutido a ligação da telenovela com a indústria cultural e a forma com que o público recebe a telenovela.

CAPÍTULO 2

TELENOVELA: FICÇÃO E REALIDADE E SEU PODER DE PERSUASÃO, BREVE ANÁLISE DAS TELENOVELAS SELECIONADAS

2.1 A telenovela e sua popularidade

A população brasileira conta com várias opções de entretenimento como talk shows, seriados, minisséries, programas de auditórios, e muitos outros programas, tendo em vista que o Brasil é um país em que há censura somente em casos extremos. Mesmo com esta gama de programas de entretenimento, não há dúvidas de que o mais popular é a telenovela.

As novelas, através de sua popularidade, não escolhendo nível social, podem ser vistas como um meio de comunicação que gera a troca de informações e uma possível conscientização de boa parte de seus telespectadores sobre diferentes assuntos. Ou, como afirma Lopes (2009, p. 31), a telenovela pode ser considerada como um novo espaço público, por ter essa capacidade de provocar a discussão e a polêmica nacional.

O poder de persuadir que a telenovela possui é imenso, não é por um acaso que ela é exibida nos horários mais nobres da televisão brasileira.

A telenovela ocupa um espaço tão ou mais importante que os telejornais na programação diária das emissoras, pois satisfazem a necessidade de orientação do telespectador para sua vida prática, o capítulo diário da ficção seriada satisfaz a sua curiosidade com relação ao desdobramento da narrativa que se tece diariamente [...]
(MOTTER, 2003, p.22)

Um dos objetivos desta pesquisa é analisar duas telenovelas de uma mesma emissora, a Rede Globo, pois fato é que, além de ser a maior em audiência, suas produções são de alta qualidade, não se comparando a de outras emissoras.

As telenovelas analisadas são: “O Clone” e “Caminho das Índias”, a escolha foi feita pelo fato de terem sido grandes produções, com um índice altíssimo de audiência e principalmente por como ficou claro a influencia que as duas telenovelas exerceram sobre seu público não só pelo fato de os enredos

se focarem em culturas diferentes trazendo novidades a tona, incluindo moda e uso de diferentes linguagens, mas também pelos temas polêmicos abordados, como clonagem, ética, dependência química, esquizofrenia, bullying, etc.

Temas, linguagens, e outros fatores fazem com que o público se atraia e assumam um compromisso com a telenovela. A fuga da realidade social para a ficcional é um dos fatores que atrai o público e faz com que essa fuga seja diária.

Muitos motivos podem levar uma obra de ficção a ser projetada na realidade. Eco lembra que devemos considerar também um outro problema, para ele muito mais importante: nossa tendência a construir a vida como um romance. [...] A fantasia é um corretivo da realidade; a fantasia joga com a realidade. Se evade dela, encontra no presente uma ocasião de despertar desejos do invisível, de reanimar lembranças e de projetar no futuro uma situação sonhada. (MOTTER, 2003, p.23)

2.2 Análise das telenovelas

2.2.1 O Clone

O Clone - 10/2001 a 06/2002

O sucesso da novela O Clone, fez com que o folhetim permanecesse no imaginário de uma boa parte dos brasileiros durante muito tempo.

Se passa no Brasil e no país Marrocos, duas culturas distintas. Onde uma se mostra totalmente liberal, onde tudo pode ser feito sem punição alguma e a outra se mostra extremamente repressora por conta de suas tradições e suas leis religiosas. O folhetim também visou mostrar problemas que na época estavam em pauta, sendo debatidos constantemente, como também retratou problemas sociais que na época estavam sendo continuamente discutidos, como clonagem humana e o uso de drogas ilícitas, onde se dá um foco para a personagem Mel, uma jovem que por problemas com a família passa a consumir drogas. No decorrer da trama é mostrado todo o processo, do 1º momento em que a personagem consome a droga ao tratamento que a mesma realiza para se curar do vício adquirido.

No Marrocos, a trama gira em torno de culturas religiosas, a ética em nome da ciência e para deixar o folhetim digno de uma novela das oito, abordou também a questão do casamento por amor ou por conveniência.

Em “O Clone”, a autora Glória Perez, se refere à clonagem humana e os problemas que poderiam acarretar com a liberação da mesma em alguma lei. Até neste exato momento nenhum cientista fez um clone humano e não se sabe ao certo se há possibilidades de se fazer uma “criação” perfeita como o da novela. Além de outros detalhes improváveis abordados na novela, como um clone ter possíveis recordações de um passado que ele não viveu, e sim, que foi vivido pelo ser humano que o originou. Mas mesmo assim, seu público aceitou os argumentos apresentados pela autora durante os capítulos da novela muitas vezes sem questioná-la.

O número de usuários de drogas ilícitas pode não ter diminuído drasticamente, assim como o tráfico e muitos jovens de várias classes sociais ainda continuam perdendo suas vidas por esta mesma razão, mas um alerta foi disparado na sociedade por conta do tema colocado em foco.

Além desses temas abordados outros temas com menor destaque também estavam presentes na novela, como o famoso “golpe da barriga”, a inseminação artificial e também um possível preconceito em torno de uma pessoa que segue uma religião.

Uma parte da população provavelmente já viveu um dos temas citados acima, e embora o telespectador tente fugir da realidade, acaba voltando para ela de forma descontraída.

Sincretizando e homogeneizando o real e o imaginário, a telenovela faz da ficção um espelho do real e incorpora ao enredo dos fatos correntes e situações contemporâneas. [...] A realidade que a telenovela restitui a seu público é a realidade (sonhada) da moral caseira, convenientemente administrada pelo médium. (MELO, 1988, p. 51)

A novela O Clone é de fato um produto da mídia, que está exposto a 60 milhões de brasileiros durante a semana (agora em reprise). Uma vitrine perfeita para mudar valores e acrescentar outros.

2.2.2 Caminho das Índias

Caminho das Índias - 01/2009 a 09/2009

A novela “Caminho das Índias” foi indicada ao Emmy 2009 na categoria de melhor telenovela. A novela se passava no Brasil e na Índia e abordava a cultura indiana, mostrando as tradições e costumes do povo hindu, que é a religião predominante em 80% da população.

Na Índia a trama mostrava e girava em torno principalmente do regime de castas, que é utilizado como critério de natureza religiosa e hereditária para se definir os grupos sociais.

Segundo Souza, o regime de castas vigora a mais de 2.600 anos na Índia e tem origem no processo de ocupação dessa região. A primeira distinção desse sistema aconteceu por volta de 600 a.C., quando os arianos foram diferenciados dos habitantes mais antigos e de pele mais escura pelo termo varna, que significa “de cor”. A partir de tal diferenciação, os varnas foram socialmente ordenados de acordo com cada uma das partes do corpo do Brahma, o deus supremo da religião hindu.

(AS CASTAS INDIANAS, <http://www.brasilecola.com/sociologia/as-castas-indianas.htm>, acessado em 23/04/2011)

A novela aborda o conflito entre as castas “dalit”, que são considerados desprezíveis e são intocáveis, e os “brâmanes”, que fazem parte da casta mais alta composta por sacerdotes e intelectuais religiosos. Lembrando que as castas foram abolidas por lei, porém continuam no cotidiano e cultura das pessoas.

Um ponto importante no folhetim era a discussão sobre o casamento entre castas diferentes, que para os brâmanes é algo inaceitável. Outro ponto importante é a abordagem de doenças mentais, dando um destaque maior a doença esquizofrenia, vivida pelo personagem Tarso, um jovem de família bem sucedida que no decorrer da trama desenvolve a doença, a qual é tratada durante a novela, mostrando as crises do personagem e também citando exemplos da vida real com depoimentos de quem possui a doença ou convive com a mesma.

Abordou também um o grave problema vivido nas escolas brasileiras, a relação entre professores e alunos, e a relação entre alunos e alunos, paralelamente

que se enquadra também em negligência por parte da família. A novela aborda este tema mostrando a falta de limites que os pais não impunham a um jovem rebelde que fazia com que o mesmo praticasse bullying com seus colegas de classe além de agredir verbalmente os professores da escola em que estudava.

2.3 Análise conjunta das telenovelas abordadas

Os dois folhetins estão inseridos no chamado merchandising social, o qual ao envolver assuntos de interesse público, mistura ficção e realidade, retratando culturas distintas das do nosso país e conquista o público pela linguagem falada nas telenovelas e pelas diferentes culturas abordadas.

[...] o universo da ficção televisiva guarda peculiaridades, como as que Freud considera, além de outras, específicas do nosso objeto [a telenovela], como o modo singular de interação com o real, que facilita sua inserção no cotidiano. (MOTTER, 2003, p.24)

Um exemplo dessa mistura de ficção e realidade pode ser visto claramente no núcleo pobre inserido nestas e nas demais novelas das oito horas, que geralmente mostram personagens felizes, vestindo roupas aceitáveis pela sociedade e por um padrão que a mesma exige. O povo brasileiro é um povo feliz, mas também passa fome, luta diariamente para sobreviver em uma sociedade extremamente capitalista. Logo, ao ver uma telenovela, ele sabe que nem todos podem estar ao mesmo tempo bem vestidos e bem humorados.

Mas mesmo com o mundo real não sendo abordado de fato, percebe-se a presença de temas que acabam influenciando no modo de pensar dos telespectadores, fazendo com que passem a questionar assuntos que até então poderiam estar presentes em suas vidas, mas de uma forma “camuflada”. Como exemplo pode-se citar o conflito dos choques de culturas. As protagonistas de *O Clone* e *Caminho das Índias* mostram-se insatisfeitas em relação às suas tradições. De certa forma isto acaba influenciando as mulheres na vida real, o que não é algo negativo.

Não se pode deixar de lado o fato de que este mesmo espaço usado nas telenovelas para alertar ou fazer com que o público se questione mais sobre o meio que vive e como vive também pode ser aproveitado para incutir valores negativos ou algo que seja melhor para os interesses comerciais ou políticos da emissora que produz e transmite a telenovela.

As telenovelas podem abordar temas de interesse social e agregar valores culturais em quem as assiste, adotando assim linguagens, gírias, atitudes ou até mesmo comportamentos semelhantes aos dos personagens. Mas elas também podem passar uma ideia negativa e por sua grande influência podem vir a transformar a mentalidade de milhões de brasileiros.

Isso ocorre de tal forma que aquilo que a novela mostra e vende – hábitos, usos, comportamentos, produtos (como computadores, geladeiras, relógios, lojas, bancos) ou ideias [...] – entre em nossa casa de forma tão natural quanto à própria novela, uma vez o que se passa de um lado da tela se passa do outro. (MELO, 1987, p.53)

Portanto, mesmo que algumas telenovelas abordem assuntos que são de utilidade pública, esclarecendo dúvidas e informando os telespectadores sobre alguns detalhes que os cercam, é preciso que haja certo cuidado sobre quais ideias tais telenovelas querem e estão passando para a população, já que sua linguagem é persuasiva e a intenção não é só vender tal produto, mas também vender uma possível ideia.

As duas telenovelas analisadas são da autoria de Glória Perez. A escritora busca sempre dar foco a questões sócias e de cunho educativo. Ela é conhecida por inserir sempre em suas tramas diferentes culturas e dar uma abordagem maior a assuntos polêmicos, como mostram as duas novelas analisadas neste trabalho e em muitas outras de sua autoria, como exemplo a novela *Explode coração*, a qual deu foco a uma importante campanha em benefício de menores desaparecidos. No decorrer da trama, foram apresentadas fotografias de crianças que haviam de fato desaparecido. No final, 64 crianças foram encontradas por seus pais.

Fica claro que Glória Perez, não escreve sozinha folhetins como estes. O ibope interfere todo o tempo em sua criação, determinando quando há de ter

uma mudança caso a aceitação do público não seja a esperada e os índices de audiência não correspondam ao pretendido pela emissora. A novela não deixa de ser fruto da criação de Glória Perez, mas é encaminhada por diversas pessoas, de acordo com os interesses da emissora, afinal a telenovela também é criada com o objetivo de ser vendida, de vender um comportamento, pelo fato de ser um produto da indústria cultural.

O homem encontra-se em poder de uma sociedade que o manipula a seu bel-prazer, o consumidor não é soberano, como a indústria cultural queria fazer crer, não é o seu sujeito, mas o seu objeto. (WOLF, 1999, p.86)

Essa preocupação por parte das emissoras em saber o gosto do público, é pelo fato de o público ser objeto da indústria cultural. Esta é a garantia que se tem de que o produto vendido (telenovela) será realmente usufruído durante o tempo em que estiver no ar.

Segundo Motter (2003, p.172), o poder de influenciar torna-se uma força contrária aos verdadeiros interesses sociais.

Neste caso, “O Clone” e “Caminho das Índias” são bons produtos, com boas temáticas cada. O público ficou satisfeito com o que lhe fora apresentado, tendo em vista que o poder de influência de ambas as novelas foi significativo na questão da educação.

Mudanças na sociedade, como forma de pensar e ver determinados assuntos com outros olhos acontecem através de algumas telenovelas.

Nas novelas abordadas neste trabalho houve conscientização, mudanças de conceito e esclarecimentos foram realizadas sobre muitos assuntos. Tudo isso são ótimos resultados.

Outras novelas também foram de grande importância e trouxeram grandes mudanças para a sociedade, como foi o caso das telenovelas “Mulheres Apaixonadas” e “Laços de família” ambas escritas pelo autor Manuel Carlos.

Na primeira, três projetos de lei foram aprovados diretamente ligados às situações abordadas pela ficção. Foram eles: estatuto do idoso; estatuto do desarmamento; e a lei Maria da Penha.

Na segunda telenovela, a campanha de doação de medula óssea fez com que os índices de doação aumentassem significativamente.

A telenovela exerce um papel sem medidas, e sua importância na vida dos cidadãos brasileiros se tornou algo extraordinário, como afirma Motter (2003, p.22), ignorar uma produção cultural capaz de controlar, dentro do seu horário, as emoções de milhões de brasileiros e de produzir a ressonância de que é capaz a telenovela, seria fechar os olhos à própria realidade cultural do país em que esse fenômeno se verifica.

CAPÍTULO 3

A LIGAÇÃO ENTRE TELENOVELA, INDÚSTRIA CULTURAL E SUA RECEPÇÃO

Como a televisão trabalha com a imagem há quem defenda que ela não exija tanto da imaginação das pessoas. Nessa linha de raciocínio o telespectador deixaria para trás uma rotina que, por vezes, não é tão interessante como é a da ficção. Assim, a televisão anestesia.

Ora, a telenovela é um produto da cultura de massa. E, ainda que ela tente representar o cotidiano é um produto que deixa explícitos, muitas vezes, interesses, até mesmo quando ela “vende” estilos de vida que, mais radicalmente, seriam moldes para a sociedade. Mas este argumento é válido se levar em conta à idéia da sociedade de consumo e se a telenovela for entendida como algo a ser consumido.

A cultura de massa consiste na produção industrial de um universo muito grande de produtos que abrange setores como a moda, o lazer, no sentido mais amplo, incluindo os esportes, o cinema, a imprensa escrita, falada e televisada (...), enfim, um número muito grande de eventos e produtos que influenciam e caracterizam o atual estilo de vida do homem contemporâneo no meio urbano-industrial.” (CALDAS, 1986, p.16)

Há muitos anos as telenovelas já eram consideradas incentivadoras de moda ou de qualquer outro tipo de mercadoria. Elas acabam contribuindo na formação de consumidores que acabam se interessando não só pelos produtos mostrados nas telenovelas, mas também acabam por consumir as gírias utilizadas nas tramas, decorações que viram tendência, entre outros, que acabam virando certo tipo de mercadoria que é aprovado, comprado e utilizado pelo público. As novelas não incentivam somente o consumo de bens materiais, mas também de estilos de vida, de práticas culturais, de formas de responsabilidade social.

Por outro lado, através da telenovela diferentes culturas são fundidas e a diversidade social é representada. A telenovela acaba unindo entretenimento,

dramaturgia, literatura e cultura em um único meio de massa, e assim, se estende a um vasto público.

A importância cultural das telenovelas se dá pela interação do produto telenovela e seus telespectadores. É fato que o texto passado na trama é extremamente importante, mas é fundamental saber como o telespectador recebe a mensagem que quer ser passada pela telenovela em si, isso também possibilita entrar na memória cultural dos telespectadores e saber de que forma eles recebem o conteúdo mostrado.

As telenovelas podem proporcionar significados novos no cotidiano de seus telespectadores, que mesmo apesar da distância imposta entre real e imaginário, acabam por identificar-se com seus personagens e as situações vividas. Quando esta identificação acontece, pode ser que ela não se dê de forma totalmente consciente, confundindo a representação com o seu próprio modo de existir. As telenovelas chegam a permitir sensações no qual o indivíduo muitas vezes não teria na vida real.

Diante de uma vida problemática e sem esperanças, da necessidade de ganhar dinheiro, de ter uma casa ou um negócio próprio, de encontrar um companheiro, diante das exigências do trabalho, das contas a pagar e dos compromissos, a esfera emotiva das pessoas retrai-se. A vida que a televisão mostra é então, para o homem e para a mulher, uma verdadeira troca, com vantagens, de sua vida real. (FILHO, 1988, p.60).

Além disso, as telenovelas contribuem com a propagação de uma imagem do Brasil para outros países e também vem contribuindo para uma possível construção de um imaginário social do brasileiro. Não é incomum o telespectador se ver representado em episódios de telenovelas, especialmente por brasileiros que habitam diferentes regiões.

A implantação da Rede Globo, com todo seu aparato tecnológico, superior de longe a tudo que existia no país, determinou a maneira de se fazer e de se consumir telenovela. Se antes imitávamos a tradição da cultura européia, hoje exportamos o produto. E por quê? Houve, sim, um “abrasileiramento” do gênero. O nosso modo “moderno” de produzir esse tipo de ficção mostrou-se mais próximo à crônica do cotidiano, abrindo-se até mesmo para discussões dos grandes tabus, de valores morais, políticos, religiosos, de

questões como o homossexualismo, drogas, virgindade, temas impossíveis de serem abordados em outras culturas mais conservadoras (CALZA, 1996, p.8-9).

O conteúdo dos gêneros de consumo de massa não é formado apenas por interesses comerciais, mas por formas de representações da cultura popular. A leitura de imagens requer um grande esforço por isso, é preciso ter certeza que a mensagem que se pretende passar está chegando com este mesmo significado e efeito ao público receptor. É necessário saber o que o público pensa a respeito do que recebe e como, através desta recepção o público chega a um veredicto final. É fato que um mesmo produto pode ter diversos usos e significações para a vida de quem os assiste.

Mas, mesmo com tudo parecendo muito próximo do telespectador, ao mesmo tempo é tudo muito distante, tendo em vista que a intenção é reconstruir a vida real de forma verossímil. Segundo Adorno (1987, p.349), as imagens devem dar brilho ao seu cotidiano cinzento, e se assemelharem no essencial.

A TV, portanto, não tem somente a capacidade técnica de representar o acontecer social, mas também de fazê-lo verossímil, verdadeiro para os telespectadores. E é precisamente essa combinação de possibilidades técnicas do meio televisivo que permite naturalizar seu discurso “ante os próprios olhos” do público telespectador. Outros meios de informação e outras instituições sociais para alcançar a naturalização dos seus discursos têm de recorrer a outros tipos de referentes. A TV basta colocar seu telespectador em frente à tela, para colocá-lo (aparentemente), frente à realidade. (Communicare: Revista de pesquisa, 2005, p.29).

A telenovela é um produto cultural já que cria costumes e hábitos junto às pessoas, passando a fazer parte diariamente da vida das mesmas, além de entretenimento, também são informação. Pode ser entendida como uma ficção que explora algumas temáticas referentes ao real e que, além de tudo, atrai o público, sendo capaz, como já foi dito, de ditar comportamentos e construir visões de mundo.

Algumas pessoas acreditam que a telenovela aliena, que ela pode estragar um indivíduo moral e culturalmente. Outras pessoas acreditam que a telenovela é inofensiva, e que o problema está na falta de senso crítico e de conformismo devidos a uma formação de má qualidade.

Conscientizar ou alienar não depende só do produto telenovela, mas também da formação cultural, educacional e intelectual do telespectador. O efeito causado pela telenovela sobre um determinado público depende do grau de instrução, do senso crítico, da visão de mundo do receptor.

As telenovelas realmente passam valores e ditam comportamentos para sociedade e esta por vezes reproduz e imita. Os valores passados podem sim ser negativos, como também positivos, mas a questão está na forma como o telespectador recebe e consome o que foi transmitido.

A produção de sentido que o telespectador realiza depende, então, da combinação particular de mediações em seu processo de recepção; combinação que, por sua vez, depende dos componentes e recursos de legitimação, por meio dos quais se realiza cada uma das mediações. As “comunidades de apropriação” do conteúdo televisivo não são necessariamente as de “interpretação”, onde se produz o sentido. A comunidade interpretativa do público telespectador, que é onde esse adquire identidade como tal, é resultado de um determinado jogo de mediações. (Communicare: Revista de pesquisa, 2005, p. 36).

A telenovela promove uma integração social e cultural. Alienar ou conscientizar vai depender de como o conteúdo da telenovela é visto e consumido pelo público. Não se pode dizer que a telenovela carrega com ela um papel de alienadora, é necessário dar atenção a como é formado o senso crítico dos indivíduos nas escolas e na família, por exemplo.

Não é um papel da indústria cultural promover a aproximação direta entre a sociedade e as telenovelas. É uma atitude que cabe individualmente a cada pessoa, embora isso não impeça a televisão de participar do processo. A televisão tem um forte poder de manipulação porque detém a informação e a tecnologia, mas na medida em que a sociedade se posiciona e interage acaba tendo um poder de decisão maior, determinando então, o que quer e de que forma quer passa a construir sua rotina, sua cultura. O autor de telenovelas deve ter a consciência de que seu envolvimento com a sociedade é muito

amplo, assim como seu poder de influenciar. Assim, não pode ser excluído do processo de educação, da responsabilidade, da formação de valores para a sociedade.

CONCLUSÃO

Nota-se claramente que a telenovela é uma das programações da TV que está direcionada a um público muito heterogêneo. Vista por todas as idades, sexos, regiões e classes sociais, pode-se dizer que ela exerce um papel muito importante quando se trata de afirmar e produzir valores de determinados grupos sociais, além de ser muito importante também como mediadora das relações sociais e seus conteúdos mediar as questões do dia-a-dia.

A telenovela no Brasil é um produto cultural de extrema importância econômica, afinal constituiu uma indústria que gera empregos para muitas áreas, e é também um dos principais artigos de exportação e um dos produtos do setor da indústria cultural de maior popularidade, além de ter sua importância cultural, pondo em vista que preenche uma boa parte do horário nobre das grandes empresas televisivas de canal aberto.

Não se pode ao certo medir a influência dos produtos culturais de massa tendo como base apenas o que eles são e vem propondo ao longo dos tempos. Pode-se apenas tirar daí a importância de se continuar a estudar o produto, sua ideologia e também os modos de recepção deste produto, e por meio destes, o significado que a pessoa que recebe constrói.

Neste trabalho verificou-se que as novelas possuem uma grande influência sobre o imaginário do público brasileiro. Ela cria modas, gera polêmicas, serve como uma das formas de entretenimento para o espectador além de estimular comportamentos.

As telenovelas são consideradas um dos programas de maior audiência em toda América Latina. Percebe-se que ela se torna um meio prático para a difusão de alguns conteúdos de cunho cultural em populações que não possuem outras alternativas de comunicação. Foi visto que, as telenovelas, por serem um dos principais programas da televisão brasileira, podem difundir conteúdos sociais e culturais em sua trama, mantendo a população informada sobre os assuntos abordados, além de claro, conseguir manter elevado o índice de audiência.

Entendeu-se que é indiscutível e também notória a importância da televisão na vida dos brasileiros. As mediações incluídas na relação produtor-receptor e a existência de um contexto sócio-cultural favorável ao tratamento de certos conteúdos mostra que há um saber em torno deste formato e que a inclusão do merchandising social que fazem com que as narrativas se tornem mais próximas do cotidiano das pessoas é um reflexo do alcance da telenovela.

Notou-se que as telenovelas são sim realistas, elas tratam de sentimentos humanos. Mesmo que coloquem o telespectador em uma situação diferente daquela em que vive, ela faz questão de familiarizá-los com este mundo, colocando sentimentos e usando as relações sociais que permitem a compreensão das situações abordadas.

É de extrema importância, mencionar a contribuição de Edgar Morin, que mostra de que forma os produtos da mídia acabam trazendo uma nova cultura, a cultura de massa, que explora a figura dos chamados olímpicos, do “final feliz”, entendendo que essas representações se tornam por vezes um refúgio para as pessoas, para que elas entrem em um mundo de fantasia em que tudo pode ser feito e dito, onde os finais são sempre felizes, tirando-as assim de sua “dura realidade”.

A pretensão desta monografia não foi trazer respostas a muitas indagações que envolvem a teledramaturgia brasileira. O propósito foi mostrar como as telenovelas podem ser tratadas como um importante material de análise para que seja compreendido não só como funciona a indústria cultural relacionada à televisão, mas também para que se possa compreender melhor a própria dinâmica da vida social do país.

Por isso, mais do que apontar respostas, a pesquisa procurou mostrar a importância de incorporar as telenovelas ao campo da comunicação e das ciências sociais, tendo em vista que ainda há certos preconceitos no meio acadêmico ao colocá-las, exclusivamente, como subprodutos culturais e formas de alienação.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e terra, 2002.
- CALDAS, Waldenyr. *O que todo cidadão precisa saber sobre cultura de massa e política de comunicação*. São Paulo: Global, 1986.
- CALZA, Rose. *O que é telenovela*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1996.
- COHN, Gabriel. *Comunicação e Indústria cultural: Leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e "cultura de massa" nessa sociedade*. São Paulo: T.A Queiroz, 1987.
- COSTA, Cristiane. *Eu compro essa mulher: Romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas*. Rio de Janeiro: Copyright, 2000.
- COSTA, Maria Cristina Castilho. *A milésima segunda noite: Da narrativa mítica a telenovela. Análise estética e sociológica*. São Paulo: Annablume Editora, 2000.
- COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural?* São Paulo: Editora Brasiliense, 1996.
- FILHO, Ciro Marcondes. *Televisão: A vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1996.
- FILHO, Daniel. *O circo eletrônico, fazendo tv no Brasil*. Rio de Janeiro: Copyright, 2001.
- FILHO, Laurindo Lalo Leal. *A melhor televisão do mundo*. São Paulo: Summus, 1997.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela: Mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus Editorial, 2002.
- FERNANDES, Ismael. *Memória da telenovela brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- HAMBURGER, Esther. *O Brasil Antenado. A sociedade das Novelas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

JUNIOR, Luiz Costa Pereira. *A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano*. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

MARQUES, Isabel. *Dançando na escola*. São Paulo: Cortez, 2005.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios as mediações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MELO, José Marques de. *A esfinge midiática*. São Paulo: Paulus, 2004

MELO, José Marques de. *As Telenovelas da Globo: produção e exportação*. São Paulo: Summus, 1988.

MENDES, Ismael. *Memória da televisão brasileira*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1997.

MORIN, Edgar. *Novas correntes no estudo das comunicações de massa*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1972.

MOTTER, Maria Lourdes. *Ficção e Realidade: A construção do cotidiano na telenovela*. São Paulo: Alexa Cultural, Comunicação & Cultura – Ficção Televisiva, 2003.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena; RAMOS, José Mario. *Telenovela: História e Produção*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

SOUSA, Mauro Wilton de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Editora brasiliense, 1995.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; TONDATO, Márcia Perencin. *A televisão em busca da interatividade: Uma análise dos gêneros não-ficcionais*. Brasília: Casa das Musas, 2009.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação - Mass media: contextos e paradigmas novas tendências efeitos a longo prazo o newsmaking*. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

COMMUNICARE: *Revista de pesquisa*. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2005.

MEMÓRIA GLOBO. *Guia ilustrado TV GLOBO Novelas e Minisséries*. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2010.

AS CASTAS INDIANAS, <http://www.brasilecola.com/sociologia/as-castas-indianas.htm>, acessado em 23/04/2011.

TELEDRAMATURGIA, www.teledramaturgia.com.br, acessado em 04/04/2011.