

Mulheres nas telenovelas brasileiras: corpos e padrões estéticos¹

Fernanda CASTILHO²
Centro Paula Souza, SP

RESUMO

A proposta desse trabalho é analisar a imagem geral da mulher brasileira representada na ficção televisiva, num período de 10 anos, a partir das características físicas e psicológicas de personagens femininas. Partimos da hipótese que a telenovela atua como recurso comunicativo (LOPES, 2009), capaz de fomentar a discussão de pautas sociais, assim como é espaço de análise das questões que envolvem a mulher, tal como apontam os estudos culturais feministas (BRUNSDON, 2000). A metodologia utilizada incluiu o mapeamento quantitativo de 150 personagens das telenovelas brasileiras com uma base de dados de 50 títulos. Os resultados da análise apontam um perfil geral de mulheres jovens, brancas, magras, de classe média alta, heterossexuais e que vivem em grandes metrópoles, o que não representa a diversidade brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: mulheres; relações de gênero; telenovelas; estudos culturais.

INTRODUÇÃO

Pensando na realidade brasileira e na cultura popular do século XX, os anos 1950 e 1960 marcaram os primeiros passos da televisão rumo à consolidação de uma indústria que viria a atingir grande importância no país, enquanto movimentos sociais eclodiam em diferentes partes do mundo ocidental reivindicando sociedades mais democráticas. Como grupo social em situação de desvantagem, resultante do histórico de desigualdade e discriminação, as mulheres ganham voz a partir dos movimentos de luta por direitos mais igualitários, sobretudo a partir de 1968. Também no contexto brasileiro, nas décadas de 1960 e 1970, “(...) feministas de classe média, militantes políticas contra a ditadura militar e intelectuais foram se somando a sindicalistas e trabalhadoras de diferentes setores” (BLAY, 2003, p.91). Apesar do início dessa militância se iniciar no século XVIII, durante a Revolução Francesa, a década de 1970

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do corpo e Gêneros, no XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-doutora pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Professora do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (Fatec). Doutora e Mestre pela Universidade de Coimbra (Portugal). Coordenadora do Grupo de Pesquisa Ficção Seriada da Intercom. Pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela da ECA-USP (CETVN) e do Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva OBITEL. Email: fernandacastilho.prof@gmail.com

pode ser considerada outro marco temporal de avanços bastante significativos nesse aspecto, entre os quais destacamos o estabelecimento de políticas públicas para as mulheres por parte da Organização das Nações Unidas (ONU), a entrada das feministas nos meios acadêmicos (HALL, 2003; BRUNSDON, 2001) e a alteração do perfil da mulher na televisão (VIEIRA, 2012).

Quando pensamos nos países em desenvolvimento, situados no sul (SANTOS e MENESES, 2014), conforme a hierarquia das relações globais, o papel de educar a população recai sobremaneira nos meios de comunicação. Como sabemos, em virtude de conservar uma forte ligação com a cultura oral dos contos e das lendas, o melodrama de televisão (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.307), permanece arraigado às raízes da cultura brasileira. De acordo com Baccega, a sociedade, de forma geral, independentemente do estrato social, nível de escolaridade, gênero, idade ou localização geográfica, discute as temáticas sociais conduzidas pela telenovela (2003, p. 8). Deste modo, enquanto produto cultural, a telenovela comprova esse diálogo historicamente privilegiado com a população através do poder de agendar os temas discutidos na sociedade. Essa função de *agenda setting* da telenovela (LOPES, 2009, p.27) é fortalecida pela longa duração das histórias, o que permite a incubação de um verdadeiro repositório de memórias e vivências em comum (BORELLI, 2001; LOPES, BORELLI e RESENDE, 2002).

Em termos de programas do horário nobre da TV, apesar das mudanças nos hábitos de consumo nacionais, frente às plataformas digitais, a telenovela continua figurando como produto cultural acessível a todas as camadas sociais no Brasil, inspirando a formação de identidades, assim como refere Lopes: “(...) é possível afirmar que a telenovela conquistou reconhecimento público como produto estético e cultural, convertendo-se em figura central da cultura e da identidade do país” (2009, p.22).

Deste modo, partimos da definição de ficção televisiva como *narrativa da nação* (LOPES, 2009), responsável pela criação de repertórios coletivos e partilhados, em uma *comunidade imaginada* (ANDERSON, 2008) que possibilita a união dos brasileiros para a discussão simbólica de temas comuns. E podemos afirmar que a telenovela vem fomentando grandes discussões sociais há mais de 50 anos no Brasil.

Em virtude dessas questões, partimos da hipótese que a telenovela brasileira atua como recurso comunicativo (LOPES, 2009), capaz de fomentar a discussão de temáticas sociais, entre as quais as feministas. Importa destacar que tal como a denúncia das

mazelas sociais caracterizou o melodrama no século XIX (THOMASSEAU, 2005), a dimensão educativa informal da telenovela brasileira é desvelada tanto pela ação pedagógica implícita (LOPES, 2009, p.33), como pelas ações explícitas que vêm se convencioneando denominar de Merchandising Social (Schiavo, 1995). É essa dimensão educativa que está presente no recurso comunicativo da telenovela brasileira, que dialoga com o público como verdadeiro drama do reconhecimento (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.305).

A presença de ambas ações socioeducativas, implícitas e explícitas, fortalecem a “potência” contida na telenovela de contribuir para a construção da cidadania, ao mesmo tempo em que ela traduz o que é privado em discussão pública e o que é público em relações afetivas entre os personagens com um estilo marcadamente realista, o que acaba lhe conferindo um forte efeito de credibilidade (LOPES, 2009, p. 27-28).

Tendo em vista que a proposta da telenovela brasileira – o melodrama realista – é apresentar personagens e diálogos próximos da realidade, talvez os padrões estéticos dos corpos representados, assim como as cenas de violência, simplesmente pretendam retratar os dilemas de mulheres reais, que não conseguem discutir de forma igualitária e nem desconstruir os discursos machistas da sociedade brasileira. Qual seria então o papel pedagógico da ficção televisiva na contemporaneidade? Construir personagens e diálogos mais descolados do real, mas que promovam uma representação mais igualitária de gênero? É nesse sentido que o principal objetivo desse trabalho consiste na observação das formas de representação da imagem da mulher nas telenovelas brasileiras de maior audiência no intervalo de quase 10 anos (2007-2016).

ESTUDOS FEMINISTAS DE MÍDIA

Utilizamos os Estudos Culturais como aporte teórico, com objetivo de articular duas áreas de estudo: comunicação e gênero, mais especificamente, telenovela e feminismo. A escolha desse enquadramento se justifica na medida em que a literatura internacional de referência sobre ficção televisiva pertence, em grande parte, ao grupo de pesquisadoras feministas que irromperam o Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) trazendo novos questionamentos e discussões sobre a imagem da mulher na mídia, a partir dos anos 1970, em Birmingham (HALL, 2003).

Os estudos de gênero estão intrinsecamente ligados aos estudos de ficção, sobretudo radiofônica e televisiva, na medida em que a própria denominação anglo-

saxônica– soap opera – denota, para além do caráter comercial, a dimensão doméstica do formato. Charlotte Brunson (2000) pondera que no imaginário popular um dos símbolos da segunda onda do feminismo se fundamenta na hostilidade à imagem convencional da feminilidade (e.g.: gostar de cozinhar, gostar de telenovela). Por isso, inicialmente, a temática sensibilizava em particular as feministas que estudavam as representações midiáticas da vida privada a partir da ficção televisiva, mas com um olhar bastante crítico (BRUNSDON, 2001; HENDERSON, 2007).

Nesse sentido, a autora aponta uma desconstrução dessa imagem ao longo do tempo (década de 1970 ao final dos anos 1990), indicando um re-envolvimento dessas acadêmicas com ícones femininos como a telenovela. Em resumo, apesar de não haver uma divisão clara entre as fases do feminismo, ela observa uma tendência do repúdio à reavaliação das tradicionais feminilidades, o que inclui as análises da mídia (2000, p. 21-22). É nesse sentido que Brunson (2000) acredita que a pesquisa feminista sobre a soap opera é parte de um re-envolvimento muito mais geral com a cultura popular. Entre os principais trabalhos na área, a autora destaca as publicações de autoras como Ien Ang, Tania Modleski e Dorothy Hobson (BRUNSDON, 2000; 2001).

A discussão intelectual que acompanha a trajetória inicial do grupo de mulheres que começaram a participar do CCCS também é marcada por ambiguidades que refletem a própria necessidade de afirmação de uma área outrora ainda não consolidada. As feministas procuraram encontrar um espaço, tanto dentro, como contra o campo emergente dos estudos culturais, assumindo a influência culturalista gramsciana, a centralidade do ambiente doméstico e da etnografia no estudo da cultura popular (BRUNSDON, 2001). A emergência do feminismo dentro do trabalho do Centro veio alterar o campo dos estudos culturais a ponto de Stuart Hall optar por se retirar do CCCS devido à pressão ideológica, apesar de continuar apoiando a integração da teoria feminista aos estudos culturais (MESSA, 2008, p.41).

Os estudos de McRobbie sobre a “cultura das meninas” da classe operária, onde ela desafia a supremacia das considerações sobre classe, tiveram um enorme impacto sobre os estudos culturais e, para as feministas em particular, é uma das primeiras de muitas respostas à parcialidade masculina dos estudos culturais britânicos. Através da sua investigação e da sua política, as feministas transformaram o campo. (McLAUGHLIN, 2004, p.106)

Ao longo de sua trajetória, esses estudos se dedicaram sobretudo à análise de representação feminina tanto na imprensa, como na televisão. Neste âmbito, as revistas femininas também ocupam lugar de destaque enquanto objeto de estudo, produzindo um rico campo de análise que sofreu alterações ideológicas ao longo dos anos, passando de exemplo de opressão à símbolo da liberação sexual. Para Angela McRobbie, as revistas são formas discursivas de representação da mulher e cabe ao feminismo identificar como as revistas competem na construção das subjetividades das leitoras ao produzir significados (McROBBIE, 2004, p. 126). Ela observa que as revistas femininas destinadas à juventude são, em grande medida, o mote para a discussão sobre as novas sexualidades e a construção de uma imagem da mulher que subverte os antigos padrões de dominação masculina, definindo uma nova política de feminilidade (McROBBIE, 2004, p.128-130). No Brasil, um dos trabalhos seminais nessa área é o livro “Mulheres de Papel - A Representação da Mulher pela Imprensa Feminina Brasileira”, de Dulcília Buitoni.

Essa ideia de prazer irônico também é apontada por Ien Ang em seu estudo sobre as audiências da soap opera americana Dallas, no qual destaca que as mulheres têm consciência da baixa qualidade dos programas que assistem, porém continuam a sentir prazer ao acompanhar histórias de ficção, apesar de revelarem um certo distanciamento intelectual dos programas de TV (ANG, 2010, p. 88). De maneira geral, o posicionamento crítico dos estudos sobre ficção televisiva realizados pelas feministas nos EUA e na Grã-Bretanha foi se alterando, sobretudo em conformidade com os resultados das pesquisas de recepção e as mudanças no próprio paradigma televisivo europeu que transitava do serviço público para uma visão de mercado (CUNHA, 2011).

Nessa linha, não podemos ignorar as diferentes abordagens do conceito de gênero feminino presentes nos textos mais referenciados no campo. Desde a obra seminal de Simone de Beauvoir, *O Segundo Sexo*, na qual menciona que “On ne naît pas femme, on le devient” (“não se nasce mulher, torna-se mulher”), célebre frase soavelmente repetida que define o pensamento da autora sobre a condição feminina (BEAUVOIR, 2014), até os trabalhos já citados dos estudos culturais desenvolvidos pelas feministas (HOBSON, 1980; KUHN, 1997; MODLESKI, 1997; BRUNSDON, 2000; RADWAY, 2003). Assim também não podemos deixar de mencionar as propostas de (re)definição do conceito de gênero como construção social em oposição ao sistema binário e heteronormativo de gênero (feminino/masculino) historicamente

ligado à relação entre os corpos, como defende Judith Butler: “(...) o gênero é culturalmente construído: conseqüentemente, não é nem o resultado causal do sexo, nem tampouco tão aparentemente fixo quanto o sexo” (BUTLER, 2003, p. 24). E a mesma linha em que Teresa de Lauretis (1978) concebe gênero como produto das tecnologias e práticas sociais, “(...) meu pressuposto em termos da teoria de gênero é que a mídia é uma esfera social poderosa na construção de sentidos simbólicos – ou seja, a mídia é uma tecnologia do gênero, nos termos de Teresa de Lauretis” (ALMEIDA, 2007, p. 178).

METODOLOGIA

Diante de tais discussões, parece-nos fundamental, e aqui reside a nossa questão de pesquisa, identificar quais as principais características físicas e psicológicas das personagens brasileiras que compõem o núcleo central das telenovelas de maior audiência no Brasil entre 2007 e 2016. Pretendemos assim avaliar o recurso comunicativo da ficção televisiva (LOPES, 2009), bem como a mídia como tecnologia do gênero (De LAURETIS, 1978; ALMEIDA, 2007), fundamental no processo de construção da imagem da mulher brasileira pela telenovela.

Assim, os principais objetivos do trabalho podem ser elencados da seguinte maneira: a) Realizar um mapeamento das personagens centrais nas telenovelas de maior audiência em quase 10 anos; b) Observar a representação da mulher por meio da observação das características físicas e psicológicas das personagens femininas centrais nessas narrativas.

Definindo limites para a análise empírica, por meio de um recorte temporal, selecionamos as telenovelas brasileiras de maior audiência exibidas na TV aberta, entre 2007 e 2016. Esse recorte segue os anos de publicação dos anuários do Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva (Obitel) e procura obedecer aos parâmetros estabelecidos pelo protocolo de monitoramento da ficção utilizado na produção do anuário Obitel. Desse modo, foram selecionados os títulos que figuraram nas listas dos top ten entre 2007 (ano do primeiro anuário) e 2016 (último anuário analisado). O nosso universo de análise será composto apenas pelo formato telenovela, excluindo os demais formatos como séries e minisséries, com o objetivo de manter a unidade da amostra. Trata-se de uma análise longitudinal que inclui quase uma década, 50 títulos e 150 personagens, portanto, que fornece uma dimensão temporal relevante em termos de

justificativa de investigação. Na Tabela 1, elencamos essas ficções conforme a posição no *ranking* anual desde o primeiro anuário (2007), como observamos a seguir:

Tabela 1: Telenovelas nos 10 títulos mais vistos de 2007 a 2016

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<i>Belíssima</i> , Globo (1º)	<i>Páginas da Vida</i> , Globo (1º)	<i>Duas Caras</i> , Globo (1º)	<i>A Favorita</i> , Globo (1º)	<i>Viver a Vida</i> , Globo (1º)	<i>Passione</i> , Globo (1º)	<i>Fina Estampa</i> , Globo (1º)	<i>Salve Jorge</i> , Globo (1º)	<i>Amor à Vida</i> , Globo (1º)	<i>Império</i> , Globo (1º)
<i>Páginas da Vida</i> , Globo (2º)	<i>Paraíso Tropical</i> , Globo (2º)	<i>A Favorita</i> , Globo (2º)	<i>Caminho das Índias</i> , Globo (2º)	<i>Caras & Bocas</i> , Globo (2º)	<i>Fina Estampa</i> , Globo (2º)	<i>Avenida Brasil</i> , Globo (2º)	<i>Amor à Vida</i> , Globo (2º)	<i>Império</i> , Globo (2º)	<i>A Regra do Jogo</i> , Globo (2º)
<i>Cobras e Lagartos</i> , Globo (3º)	<i>Duas Caras</i> , Globo (3º)	<i>Sete Pecados</i> , Globo (3º)	<i>Viver a Vida</i> , Globo (3º)	<i>Passione</i> , Globo (3º)	<i>Insensato Coração</i> , Globo (3º)	<i>Cheias de Charme</i> , Globo (3º)	<i>Sangue Bom</i> , Globo (3º)	<i>Em Família</i> , Globo (3º)	<i>Babilônia</i> , Globo (3º)
<i>Bang-Bang</i> , Globo (5º)	<i>O Profeta</i> , Globo (4º)	<i>Beleza Pura</i> , Globo (4º)	<i>Caras & Bocas</i> , Globo (4º)	<i>Ti-ti-ti</i> , Globo (4º)	<i>Ti-ti-ti</i> , Globo (4º)	<i>Salve Jorge</i> , Globo (4º)	<i>Guerra dos Sexos</i> , Globo (4º)	<i>Alto Astral</i> , Globo (6º)	<i>Alto Astral</i> , Globo (4º)
<i>Prova de Amor</i> , Record (8º)	<i>Pé na Jaca</i> , Globo (6º)	<i>Três Irmãs</i> , Globo (7º)	<i>Paraíso</i> , Globo (6º)	<i>Escrito nas Estrelas</i> , Globo (7º)	<i>Morde & Assopra</i> , Globo (5º)	<i>Aquele Beijo</i> , Globo (6º)	<i>Flor do Caribe</i> , Globo (7º)	<i>Além do Horizonte</i> , Globo (8º)	<i>Totalmente Demais</i> , Globo (5º)
<i>Vidas Opostas</i> , Record, (9º)	<i>Sete Pecados</i> , Globo (7º)	<i>Desejo Proibido</i> , Globo (9º)	<i>Cama de Gato</i> , Globo (8º)	<i>Cama de Gato</i> , Globo (8º)	<i>Cordel Encantado</i> , Globo (6º)	<i>Amor Eterno Amor</i> , Globo (8º)	<i>Lado a Lado</i> , Globo (8º)	<i>Geração Brasil</i> , Globo (10º)	<i>I Love Paraisópolis</i> , Globo (6º)
<i>Paixões Proibidas</i> , Band e RTP (10º)	<i>Eterna magia</i> , Globo (9º)	—	—	—	<i>Aquele Beijo</i> , Globo (9º)	<i>Guerra dos Sexos</i> , Globo (10º)	<i>Além do Horizonte</i> , Globo (10º)	—	<i>Além do Tempo</i> , Globo (10º)
—	—	—	—	—	<i>Araguaia</i> , Globo (10º)	—	—	—	—

(Fonte: Anuários Obitel)

Para tanto, construiu-se uma base de dados com variáveis analíticas de forma e de conteúdo (BARDIN, 1979), capazes de oferecer indicadores quantitativos e qualitativos. Para isso, adaptou-se o modelo do codebook desenvolvido para análise de dados do observatório italiano GEMMA (GEnder and MEdia MAtter), no qual Milly Buonanno (2012) coordena a área da ficção televisiva. Esse documento sistematiza modalidades de representação das personagens, definindo parâmetros de classificação por meio de 26 variáveis como: aspectos físicos, faixa etária, condição socioeconômica, entre outros. Esse protocolo metodológico foi adaptado à pesquisa, trazendo para o contexto de análise nacional uma proposta que tem apresentado importantes resultados na Itália. Além disso, a base de dados foi preenchida em Excel e analisada com as ferramentas do programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

Considerando a nossa pergunta de pesquisa, dividimos a investigação em cinco momentos: (1) tradução e adaptação do codebook italiano ao contexto nacional; (2) mapeamento, seleção e organização das personagens centrais – definimos um limite de 3 personagens por título (150, no total), selecionadas a partir de sua importância assumida na narrativa, tanto na sinopse inicial, como ao longo da trama; (3) organização e categorização de dados quantitativos por meio do preenchimento da base de dados; (4) análise qualitativa das personagens femininas do corpus; (5) cruzamentos dos dados, análises quantitativas e organização final dos resultados.

DISCUSSÃO

a) Perfil geral e corpos femininos

A análise dos dados sistematizados a respeito das características físicas e psicológicas das 150 personagens do corpus nos fornece indicadores a partir dos quais traçamos um perfil geral da mulher brasileira na telenovela nacional nos últimos anos. Os percentuais mais altos nos apontam que a imagem feminina veiculada pelas telenovelas de maior audiência de 2007 a 2016 corresponde a uma mulher fisicamente jovem ou jovem adulta (77% têm entre 19-45), branca (90,7%), de classe média alta ou alta (64%), magra (74,7%), heterossexual (99,3%), que vive na grande metrópole (72%), é solteira (54%) ou casada (29,3%), se veste elegantemente ou, no mínimo, de forma cuidada (71,3%) .

A representação da mulher brasileira na telenovela, que continua a corresponder ao estereótipo de símbolo da beleza, passou a ser menos sexualizada (CUNHA, 2011). Nos últimos anos, a sensualidade é explorada por meio de um perfil mais sofisticado e cosmopolita, mesmo que seu figurino ainda seja de caráter provocante. Sabemos que, especialmente no exterior, uma das características da imagem brasileira é a associação à *morenidade*³ do corpo e nota-se, pelo contrário, certo embranquecimento de personagens como Ellen (Taís Araújo, *Cobras & Lagartos*, Globo, 2007) (Figura 1). Assim, imagem da sensualidade nacional foi transferida do ideário corpo dourado rural, como Gabriela (1975), para a perigete urbana, como Aline (*Amor à Vida*, 2013). Em termos de etnia, como referimos, percebemos uma maioria branca (90,7%), em relação

³ Aqui utiliza-se o termo *morenidade* no sentido de Gilberto Freyre (FREYRE, 1982).

às personagens negras (7,3%) e pardas (2%) e uma ausência de personagens asiáticas ou indígenas nos núcleos principais.

Figura 1: Personagens femininas nas telenovelas. Em sentido horário: Leona e Ellen (*Cobras & Lagartos*), Heloísa (*Salve Jorge*), Aline (*Amor à Vida*) e Griselda (*Fina Estampa*), títulos da Globo.



Fonte e elaboração: Arquivo Memória Globo

Por outro lado além de brancos, são corpos magros (menos 2% não se adequam à norma social contemporânea de magreza), cuja cor dos cabelos alterna entre castanho/preto (70%) e loiro (27,3%) e quase nunca são brancos (2%), pois afinal os cabelos grisalhos em mulheres são sinônimo de desleixo e não de charme, possibilidade oferecida apenas aos homens. Percebe-se também que a loiricidade está associada ao urbano, pois em termos proporcionais, ao cruzarmos os dados, no meio rural há mais mulheres com cabelo castanho/preto do que loiro, indicando possivelmente que esses cabelos claros são artificialmente pintados, pois no meio rural se tem menos acesso aos instrumentos de beleza.

Em relação à classe social, vale notar que a riqueza das protagonistas, 64% de classe média alta ou alta em contraste com 38% de média baixa e baixa, foi satirizada por meio de memes e vídeos produzidos pelos fãs (Figura 2). A frase “eu sou rica”, dita pela personagem Norma (Carolina Ferraz, *Beleza Pura*, Globo, 2009) e “pobreza pega” de Bia Falcão (Fernanda Montenegro, *Belíssima*, Globo, 2007), assim como outras frases preconceituosas se tornaram bordões dessas vilãs e circularam de forma viral nas redes .

percentual de trabalhadoras assalariadas corresponda ao número de mulheres que pertencem às classes média baixa (12,7%) e baixa (6,7%).

Griselda/Pereirão (Lília Cabral, *Fina Estampa*, Globo, 2012), embora de pele e olhos claros, se tornou um dos ícones recentes da mulher de classe média baixa que no desenrolar da trama ascende profissionalmente. No entanto, isso não ocorre por meio só do trabalho, mas da sorte no jogo, reforçando a ideia que a mobilidade de classe para a mulher não ocorre por meio do esforço profissional, mas com ajuda masculina ou de outros meios. Assim como Morena (Nanda Costa, *Salve Jorge*, Globo, 2013), que da comunidade do Alemão, no Rio de Janeiro, migra para a Turquia ao ser enganada por uma rede internacional de tráfico de pessoas – temática social que se enquadra naquele importante grupo de casos de sucesso da telenovela como recurso comunicativo (LOPES, 2009). Os dados apontam a associação da classe social à certa ingenuidade dessas personagens, o que acaba por ser outra característica notável – a mulher da periferia é enganada com mais facilidade.

Embora um número muito pequeno de personagens seja de divorciadas (5%) ou separadas (6%), sendo maior, inclusive, a viuvez (8,7%), pois a separação conjugal é quase sempre socialmente associada ao fracasso, se cruzarmos dados apresentados anteriormente, vemos que apesar de haver uma maioria solteira, 52% têm filhos, o que denota uma boa parte de mães que cuidam de seus filhos sozinhas.

A respeito da caracterização psicológica das personagens, observamos que a bondade qualifica 62% das personagens, enquanto a maldade está em 38% do corpus analisado, assim como 56,7% são generosas/altruístas e 43,3% são egoístas/individualistas. Independentemente de sua inclinação como heroínas ou vilãs, do total, 95,5% possuem metas claramente definidas, 70,7% são assertivas/fortes, 69,3% não são conformistas. Esses dados indicam novamente um perfil geral de mulher vencedora e independente, a heroína melodramática do século XXI.

CONSIDERAÇÕES

É interessante perceber que nessa análise longitudinal, o envelhecimento, a negritude, a pobreza, o excesso de peso, a ruralidade, a homossexualidade, o divórcio e o desleixo com a aparência são características minoritárias nas personagens principais das telenovelas brasileiras de grande audiência no período observado. Assim, em termos quantitativos, a imagem da mulher construída pela telenovela aponta para um perfil

feminino dissonante do apresentado pelo IBGE . Não queremos com isso afirmar que tais problemáticas estão ausentes nessas narrativas, mas sim, são pouco expressivas no cômputo geral das protagonistas mapeadas, ou seja, aparecem de forma adjacente.

Trata-se de um dado importante porque, pelo contrário, em termos qualitativos, temos casos emblemáticos que dominaram o senso comum, a mídia mainstream e foram objeto de estudos importantes sobre a telenovela no país , o que nos conduz à ideia da telenovela brasileira como recurso comunicativo, capaz de fomentar debates sobre temas sociais, ou seja, “(...) a televisão pode operar em dadas circunstâncias como um recurso para o empoderamento das mulheres” (BUONANNO, 2014a, p. 204).

Ao longo desse trabalho, procuramos identificar quais as principais características físicas e psicológicas das personagens brasileiras que compõem o núcleo central das telenovelas de maior audiência no Brasil entre 2007 e 2016. Os resultados discutidos nas últimas páginas nos levam ao seguinte questionamento: por que o impacto de casos particulares, como a luta pelos direitos das empregadas domésticas em *Cheias de Charme* (Globo, 2012), foi tão significativo, capaz movimentar o debate nacional em torno dessas discussões, se numa análise quantitativa um número reduzido de personagens centrais participou vivamente desse debate? Tal pergunta faz sentido se pensarmos que numa sociedade marcada pelas heranças de exclusão e pelo patriarcado, qualquer espaço concedido às minorias, mesmo reduzido, tem o poder de se tornar altamente discutível e daí a sua importância.

As fugas ao padrão indicado pelas dados – belos corpos construídos pela telenovela – incomodam, geram estranhamento e repercutem ativamente, sobretudo na atual esfera pública das redes. O reforço e normalização desses corpos e atitudes que não correspondem à realidade da maioria da população nacional auxiliam na construção de um discurso hegemônico de gênero (ALMEIDA, 2007), transformando as discussões sociais, que a rigor fazem parte do cotidiano de muitos brasileiros, em exceções.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, H. B. De. Consumidoras e heroínas: gênero na telenovela. *Estudos feministas*, v.15 n.1, p.177-192, 2007.

_____. Trocando em miúdos. Gênero e sexualidade na TV a partir de Malu Mulher. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v.27, n.79, p.125-137, 2012.

AMOR À VIDA. Novela de Walcyr Carrasco. Escrita por Walcyr Carrasco. Direção geral:

-
- Mauro Mendonça Filho. Número de capítulos: 221. Rio de Janeiro, Globo, 2013.
- ANG, I. A ficção televisiva no mundo: melodrama e ironia em perspectiva global. *MATRIZES*, v.4, n.1, p.83-99, 2010.
- BACCEGA, M. A. Narrativa ficcional de televisão: encontro com os temas sociais. *Comunicação & Educação*, São Paulo, v.26 (jan/abr), p.7-16, 2003.
- BEAUVOIR, S. de. *O segundo sexo*. São Paulo: Nova Fronteira, 2014.
- BELEZA PURA. Novela de Andréa Maltarolli. Escrita por Daisy Chaves Emanuel Jacobina Flávia Bessone João Brandão Ricardo Hofstetter. Direção geral: Rogério Gomes. Número de capítulos: 179. Rio de Janeiro, Globo, 2009.
- BELÍSSIMA. Novela de Silvio de Abreu. Escrita por Silvio de Abreu, Sérgio Marques e Vinícius Vianna. Direção geral: Denise Saraceni, Carlos Araújo e Luiz Henrique Rios. Número de capítulos: 209. Rio de Janeiro, Globo, 2007.
- BLAY, E. A. Violência contra a mulher e políticas públicas. *Estudos avançados*, v.17, n.49, p.87-98, 2003.
- BORELLI, S. Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas. *São Paulo em Perspectiva*, v.15, n.3, p.29-36, 2001.
- BRUNSDON, C. *The feminist, the housewife, and the soap opera*. New York: Oxford University Press, 2000.
- _____. The role of soap opera in the development of feminist television scholarship. In: Allen, R. C. (Ed.), *To be continued: soap operas around the world*, p.49-65. Nova Iorque: Routledge, 2001.
- BUONANNO, M. Narrativas midiáticas no mundo contemporâneo. *TRÍADE: Revista de Comunicação, Cultura e Mídia*. v.2, n.4, p.200-216, 2014a.
- _____. (Ed.) *Il Prisma Dei Generi: Immagini di donne in tv*. Milão: Franco Angeli, (2014b).
- BUTLER, J. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- CHEIAS DE CHARME. Novela de Filipe Miguez e Izabel de Oliveira. Escrita por Daisy Chaves, Isabel Muniz, João Brandão, Lais Mendes Pimentel, Paula Amaral e Sérgio Marques. Direção geral: Denise Saraceni. Número de capítulos: 143. Rio de Janeiro, Globo, 2012.
- COBRAS & LAGARTOS. Novela de João Emanuel Carneiro. Escrita por João Emanuel Carneiro, Antonia Pellegrino, Denise Bandeira e Vincent Villari. Direção geral: Wolf Maya. Número de capítulos: 179. Rio de Janeiro, Globo, 2006.
- CUNHA, I. F. *Memórias da telenovela: programas e recepção*. Lisboa: Livros Horizonte, 2011.
- DE LAURETIS, T. *Alice doesn't: feminism, semiotics, cinema: an introduction*. Londres: The

Mainillan Press, 1978.

- ESCOSTEGUY, A. C. & MESSA, M. Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil. In: Escosteguy, A. C. & MESSA, M. (Eds.), *Comunicação e Gênero: a aventura da pesquisa* (p.14-29). Porto Alegre: EdIPUCRS, 2008.
- FINA ESTAMPA. Novela de Aguinaldo Silva. Escrita por Aguinaldo Silva, Maria Elisa Berredo, Nelson Nadotti e Patrícia Moretzsohn. Direção geral: Wolf Maya. Número de capítulos: 185. Rio de Janeiro, Globo, 2012.
- FREIRE, G. O amplo aspecto da morenidade brasileira. Folha de São Paulo. São Paulo, 25 fev. 1982.
- HALL, S. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.
- HENDERSON, L. *Social Issues in Television Fiction*. Edimburgo: Edinburgh University Press, 2007.
- HOBSON, D. Housewives and the mass media. In: Hall, S.; Hobson, D.; Lowe, A.; Willis, P. (Eds.), *Culture, media, language – Working papers in Cultural Studies 1972-1979* (p.104-114). Centre for Contemporary Cultural Studies: Routledge, 1980.
- KUHN, A. The Women's Genres. In: Brunson, C.; D'accl, J.; Spigel, L. (Eds.), *Feminist Television Criticism: A Reader* (p.145- 154). Oxford: Clarendon Press, 1997.
- LANA, L. A popularização da *perigete* em telenovelas brasileiras recentes. *Rumores*, v.8,n-15, p.69-86, 2014.
- LOPES, M. I. V. Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZES*, v.3, n.1, p.21-47, 2009.
- LOPES, M. I. V.; BORELLI, S.; RESENDE, V. (Eds.). *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.
- MACEDO, R. *Espelho mágico: empregadas domésticas, consumo e mídia* (Dissertação de Mestrado). Antropologia (FFLCH), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- MCLAUGHLIN, L. Para além das “esferas separadas”: o feminismo e o debate dos estudos culturais/economia política. In: Silveirinha, M. J. (Ed.), *As Mulheres e os media*, p. 97-122. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.
- MCROBBIE, A. *More!* A nova sexualidade nas revistas para raparigas e mulheres. In: Silveirinha, M. J. (Ed.), *As Mulheres e os media*, p.123-137. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.
- MODLESKI, T. The search of tomorrow in today's soap operas. In: Brunson, C.; D'accl, J.; Spigel, L. (Eds.), *Feminist Television Criticism: A Reader*, p. 36-47. Oxford: Clarendon Press, 1997.
- RADWAY, J. Reading the romance: Women, patriarchy and popular literature. In: Brooker, W. e Jermyn, D. (Eds.), *The audience studies reader*, p.219-225. Londres: Routledge, 2003.

SANTOS, B. S. & MENESES, M. P. (Eds.). *Epistemologias do sul*. São Paulo: Cortez Editora, 2014.

SALVE JORGE. *Novela de Glória Perez*. Escrita por Glória Perez. Direção geral: Marcos Schechtman. Número de capítulos: 179. Rio de Janeiro, Globo, 2013.

SCHIAVO, M. *Merchandising social: uma estratégia de sócio-educação para grandes audiências* (Tese de Livre-Docência). Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 1995.

SIFUENTES, L. & RONSINI, V. O que a telenovela ensina sobre ser mulher? Reflexões acerca das representações femininas. *Revista Famecos*, v.18,n.1, p.131-146, 2011.

SILVEIRINHA, M. J.(Ed.). *As Mulheres e os Media*. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.

THOMASSEAU, J. *O melodrama*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

VIEIRA, V. F. *Comunicação e feminismo: as possibilidades da era digital* (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.