

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ALINE RAQUEL DE MOURA COSTA  
BRUNA KELLY OLIVEIRA SILVA  
FLÁVIO DOS SANTOS FELIX

**REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS DA REGIÃO  
NORDESTE NAS TELENVELAS BRASILEIRAS.**

RECIFE/2020

ALINE RAQUEL DE MOURA COSTA

BRUNA KELLY OLIVEIRA SILVA

FLÁVIO DOS SANTOS FELIX

## **REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS DA REGIÃO NORDESTE NAS TELENÓVELAS BRASILEIRAS.**

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, como requisito final para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professor(a) Orientador(a): Mestre Bruno

RECIFE/2020

C837r

Costa, Aline Raquel de Moura

Representações midiáticas da região nordeste nas telenovelas Brasileiras. / Aline Raquel de Moura Costa; Bruna Kelly Oliveira Silva; Flávio dos Santos Felix. - Recife: O Autor, 2020.

49 p.

Orientador: Me. Bruno Melo Moura

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA. Bacharelado em Administração, 2020.

1. Nordeste. 2. Representação. 3. Mídia. 4. Identidade. 5. Consumo. I. Centro Universitário Brasileiro. - UNIBRA. II. Título.

CDU: 658

ALINE RAQUEL DE MOURA COSTA

BRUNA KELLY OLIVEIRA SILVA

FLÁVIO DOS SANTOS FELIX

## **REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS DA REGIÃO NORDESTE NAS TELENÓVELAS BRASILEIRAS.**

Artigo aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, por uma comissão examinadora formada pelos seguintes professores:

Prof. Mestre Bruno Melo Moura

Professora Orientador

Prof. Mestre Luisa Cherem de Araujo  
Pereira

Professora Examinadora

---

Prof. Mestre Maria Caroline Carneiro Silva

Professora Examinadora

Recife, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2018.

NOTA: \_\_\_\_\_

*Dedico este trabalho aos meus pais, às minhas irmãs e sobrinhas por todo amor, por todo incentivo que me deram nessa caminhada, e por serem essenciais na minha vida.*

**Aline Moura**

*Dedico este trabalho a minha avó Severina e meu filho Luiz Filipe.*

**Bruna Silva**

*Dedico este trabalho a minha mãe Edilene e a todos que de alguma forma contribuíram para a minha formação.*

**Flávio Felix**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, que sempre me deu forças para superar todas as dificuldades, e realizar os meus sonhos, a Nossa Senhora que sempre segurou minha mão e me mostrou o caminho a seguir e a todos que fizeram parte desta grande etapa da minha vida.

A toda minha família e amigos por me incentivarem a ser uma pessoa melhor e a não desistir dos meus sonhos.

Ao meu orientador Bruno Moura por todo apoio, dedicação e paciência ao longo da elaboração do projeto final.

Também gostaria de deixar um agradecimento especial a instituição de pesquisa UNIBRA por possibilitar a execução deste trabalho, e a todos os docentes por toda inspiração e reconhecimento.

Aos meus amigos de trabalho e parceiros de pesquisa, Bruna e Flávio, sem vocês eu não teria conseguido. Obrigada por toda ajuda e apoio durante este período tão importante na minha formação acadêmica.

Aos meus colegas e grandes amigos da faculdade, que permitiram que essa caminhada fosse mais alegre.

**Aline Moura**

Agradeço primeiramente a Deus pela minha vida e saúde, e por me dar forças para superar minhas dificuldades.

Segundo agradeço a minha avó Severina, que sempre foi minha mãe e meu pai, obrigada por todo seu amor, e por acreditar em minha capacidade.

Agradeço ao meu orientador Bruno Moura, que nos proporcionou esse grande aprendizado, pelo suporte, pelas suas correções e incentivos, e principalmente por acreditar que seríamos capazes.

Agradeço aos meus amigos que Aline Moura e Flávio Felix, por essa trajetória de construção desta pesquisa. E a turma de administração no qual caminhamos juntos durante esses quatro anos.

**Bruna Silva**

Agradeço primeiramente a Deus que me proporcionou energia e sabedoria para concluir todo esse percurso.

Agradeço a minha mãe Edilene e ao meu padrasto Clério por todo apoio e incentivo durante todo o curso.

Agradeço às minhas amigas Aline Moura e Bruna Kelly, que juntos demonstramos força e sabedoria durante a realização deste trabalho. Assim como todos os colegas de turma pela partilha de conhecimentos durante todo o curso.

Agradeço ao nosso orientador Bruno Melo por nos proporcionar um enorme conhecimento, acreditando na nossa capacidade e pelos incentivos para a realização de um trabalho cada vez melhor.

**Flávio Silva**

*“Não troco o meu "oxente" pelo "ok" de  
ninguém!”.*



*(Ariano Suassuna)*

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>9</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>11</b>
2.1 Telenovela	11
2.2 Identidade de consumo	14
2.3 Identidade cultural mediana via consumo	15
2.4 Imaginário e identidade nordestina	17
<b>3. METODOLOGIA</b>	<b>21</b>
<b>4. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS</b>	<b>26</b>
4.1 A Inferiorização do Nordeste por parte da mídia	28
4.2 O Nordeste como um cenário exótico referenciado pela mídia.	30
4.3 O reconhecimento dos pontos fortes do nordeste	32
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>33</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>36</b>
<b>APÊNDICE</b>	<b>40</b>

## REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS DA REGIÃO NORDESTE NAS TELENOVELAS BRASILEIRAS.

Aline Raquel de Moura Costa  
Bruna Kelly de Oliveira Silva  
Flávio do Nascimento Félix  
Prof. MSc Bruno Melo Moura<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente trabalho buscou analisar como o Nordeste brasileiro é representado na mídia nacional, a partir da observação das produções de telenovela e minisséries da Rede Globo na última década (Período de 2009 a 2019.). Como embasamento teórico, foram utilizados conceitos e teorias de representação social, presença de estereótipos e sua divulgação na mídia, e o reflexo dessa visibilidade na região. Tendo como objetivo mostrar a influência que a mídia tem sob a sociedade na formação de opinião e criação de identidades. A metodologia usada foi através do estudo de análise documental de notícias dos principais portais do Brasil e vídeos de influenciadores digitais do YouTube, a pesquisa possui caráter qualitativo. Após análise, conclui-se que o Nordeste é inferiorizado nas produções, é tido como um cenário exótico, mas que também é autônomo, e além do que é apresentado na mídia.

**Palavras-chave:** Nordeste; Representação; Mídia; Identidade; Consumo.

**Abstract:** The present work sought to analyze how the Brazilian Northeast is represented in the national media, based on the observation of Rede Globo soap operas and miniseries in the last decade (Period from 2009 to 2019.). As a theoretical basis, concepts and theories of social representation, the presence of stereotypes and their dissemination in the media and reflection of this visibility in the region were used. Aiming to show the influence that the media has on society in forming opinions and creating identities. The methodology used was through the study of documentary analysis of main news from Brazilian portals and videos of digital influencers on YouTube, a research that has a qualitative character. After the analysis, we concluded that the Northeast is inferior in production, as an exotic scenario, but it is also autonomous, and beyond what is shown in the media.

**Keywords:** Northeast; Representation; Media; Identity; Consumption.

---

<sup>1</sup>Doutorando e Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPAD) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com Graduação em Ciências Econômicas na UFPE. Professor de Administração e Negócios na UNIBRA/IBGM. O foco de suas pesquisas inclui cultura do consumo, indústria do entretenimento, cultura pop, estudo de fãs e procedimentos metodológicos interpretativos para administração. E-mail para contato: brunomtop@gmail.com  
<http://lattes.cnpq.br/4175571719803868>

## 1. INTRODUÇÃO

A necessidade do mercado de alcançar novos consumidores, pode ser vista em estímulos ao consumo que busca não deixar ninguém de fora: crianças, adolescentes, mulheres, homens, minorias, etc. Denomina-se consumo, o ato da sociedade de adquirir aquilo que é necessário e também o que é indispensável, o consumo de produtos supérfluos, denomina-se consumismo. Como atualmente vivemos em um cenário em que o consumo define identidades, a modernidade constantemente em evolução faz com que o consumo avance em todo o mundo. A consequência desse processo é a consolidação da cultura do consumo (LEÃO, et al.,2015).

Consumir televisão faz parte do dia-a-dia dos brasileiros, principalmente quando se trata de telenovelas que abordam temas que retratam a realidade e valores da sociedade. As histórias relatadas no enredo das telenovelas proporcionam ao público um conjunto de representações, gerando uma relação com a percepção e o imaginário (OLIVEIRA et al., 2015).

Atualmente, as telenovelas brasileiras produzidas pela Rede Globo são as produções do segmento que alcançam maior audiência no país (COSTA, 2018). Suas narrativas desempenham um papel de destaque sobre a população, principalmente nos últimos capítulos. As histórias narradas fazem o telespectador se identificar com aquilo que é vivenciado no cotidiano, capaz de prender total atenção. Tamanha amplitude serve como estratégia de divulgação alimentando o imaginário do telespectador, através de demonstração dos padrões de vida dos personagens, lugares paradisíacos, exotismo de determinadas culturas. Devido à forma que as imagens são manipuladas e exibidas na televisão, é gerado um aumento gradativo na procura desses produtos que são expostos (DUTRA et al., 2015).

O aprendizado gerado pelas novelas se destaca por ser exibido o consumo/estilo de vida característicos dos personagens, onde esse pode ser adotado ou não pela população por estar em evidência (LOPES, 2009). Esse consumo pode ser caracterizado por vestimentas, acessórios, comidas típicas e viagens realizadas pelos personagens (TONDATO, 2012). Relacionado ao local

onde a novela é ambientada pode-se gerar uma procura simultânea pela novela e pelo local que está sendo representado (GOBBO, 2006; OLIVEIRA et al., 2015).

Representação da localidade se insere no conceito de identidade cultural, por apresentar como se estabelecem representações de um povo ou uma cultura, e o sentimento de pertencer em relação a eles. Desse modo, a identidade cultural é construída ao longo da vida do indivíduo. A diversidade cultural que o mundo apresenta hoje gera impacto na formação da identidade e cultura, verificam-se, então, manifestações em que nacionalismos, fundamentalismos, preconceitos, xenofobias, são debatidos em nome da preservação de identidades (FRANCO; LEÃO, 2014). Sobre o assunto, Hall (2006) afirma que apesar da relação entre cultura e identidade, esta nem sempre se dá de forma harmoniosa, pois a identidade não engloba todos os pontos de uma cultura, porém pode conter aspectos de diversas culturas ao mesmo tempo.

No Brasil, a cultura da Região Nordeste se destaca por apresentar características próprias herdadas da influência da cultura dos colonizadores, dos negros e dos índios. Os estados que compõem a região Nordeste são: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe. Esse complexo regional possui grande diversidade cultural, como os conhecimentos, os costumes, as artes, as crenças, os cultos religiosos, a literatura popular, as danças e os hábitos de determinado grupo ou região. Observa-se, então, a preservação dessa cultura nordestina, que auxilia na constituição da identidade do Nordeste. A construção das identidades culturais regionais, possui uma série de elementos entre a sociedade de consumo e as práticas culturais que se reflete sobre as formas de expressão cultural (ALMEIDA, 2007).

A região Nordeste do Brasil ao longo de anos foi mostrada pela mídia nacional como uma região caracterizada pela pobreza, pela seca, índice de analfabetismo e sobre o tempo do cangaço. O que resultou em um estereótipo para quem não conhece a cultura, comportamento, crenças e todas as características particulares de cada região (FREIRE, 2017).

De acordo com Barbalho (2004) grande parte das mídias que representam o Nordeste do país é criada por outras regiões. Seguindo este argumento, é notória uma representação generalizada da região Nordeste perante as mídias,

possibilitando a criação de uma imagem não condizente com a realidade da região. Desse modo, pergunta-se nessa pesquisa: como o Nordeste brasileiro é representado nas telenovelas e minisséries brasileiras?

Esse estudo se faz necessário, pois apesar de a região Nordeste ser um dos principais polos consumistas de telenovelas no Brasil, ficando atrás apenas da região Sudeste, ainda é pouco retratada na mídia e quando divulgada é de forma estereotipada. Portanto, é capaz de representar identidades coletivas e possivelmente pode emancipar a região Nordeste de estigmas históricos. Além disso, entendemos que a telenovela brasileira é um produto cultural capaz de pôr em pauta a opinião pública. Reforçada pelo pensamento de Baracuhy (2010) que fala que devido à repetição de imagens que a mídia faz, as pessoas são induzidas na forma de pensar e agir.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Telenovela**

A telenovela está presente no cotidiano diário dos brasileiros há mais de 50 anos. Ela é responsável por elaborar e divulgar modelos com identidades fortes que servem de referência para o espectador. A televisão não é só o espaço da narrativa do real, mas de toda sua construção. Sendo essa construção passada nitidamente por controles políticos da realidade que objetivam uniformizar o coletivo (DE FARIA; FERNANDES, 2007).

Assim como afirma Juvella (2017), a contínua ampliação do consumo da televisão proporciona um crescimento da dimensão da audiência, levando os telespectadores a apresentar diferentes respostas aos programas televisivos, podendo ser de um grau maior ou menor.

“Entre as várias formas de expressão nos programas televisivos, a novela é uma das que mais gera interesse de estudo por sua amplitude nos índices de audiência e por apresentar situações do dia-a-dia” (JUVELLA, 2017). A telenovela é uma produção midiática do segmento televisivo com audiência de milhões de lares

no Brasil, tendo uma grande influência no comportamento de seus espectadores.

Quando a novela começou a ser exibida pela televisão, além dos atores já atuantes no teatro, muitos artistas do rádio passaram a atuar na telinha. No início das produções da telenovela, a maior preocupação estava em construir narrativas acessíveis ao entendimento dos telespectadores com o que estava sendo transmitido. As telenovelas possuíam poucos personagens, onde os mesmos faziam papéis de mocinho e vilão, bandidos e heróis, entre outros. Logo depois todo o enredo passou a girar em torno destes poucos personagens tornando um destino previsível para eles, pois a falta de personagens secundários contribuía para a não extensão de capacidade para o suspense, por exemplo (MARQUES; LISBÔA FILHO, 2012).

Ainda, Marques e Lisbôa Filho (2012) com o passar do tempo, ocorreram algumas transformações nas telenovelas, mais especificamente em sua programação. Houve a necessidade de resgatar tramas históricas e uma narrativa voltada mais para os adolescentes. Neste período as alterações e adaptações tornaram-se fatores constantes. Com isso há uma grande diferença entre as primeiras novelas e as novelas exibidas hoje, pois ao longo dos anos com o intuito de manter o telespectador interessado o modo de produção e as prioridades foram se alterando gradativamente. Desde o início as telenovelas caracterizam-se por ser um produto midiático com destino aos públicos muito diversificados, que pertencem a todas as classes sociais, todos os gêneros e faixas etárias.

Apesar de ser um fenômeno da midiatização contemporânea, as telenovelas são uma adaptação de um fenômeno cultural brasileiro iniciado na metade do século XX. Seguindo o modelo das radionovelas, surgem as primeiras telenovelas no Brasil, isso ocorre devido ao surgimento da televisão brasileira em 1950 quando Assis Chateaubriand inaugura a primeira emissora de televisão no Brasil a “Rede Tupi”. Inicialmente as obras eram adaptadas do modelo latino-americanas, o que muda na década de 60 com criações próprias onde as tramas eram um dos programas mais assistidos pelos brasileiros. Mais tarde na década de 80 com a qualidade mais moderna e profissional as principais novelas de sucesso viram produtos de exportação (DUTRA et al., 2015).

Segundo de Faria e Fernandes (2007), somente 41 anos depois do

nascimento da telenovela o racismo teve espaço como conflito vinculado a outros protagonistas. Embora fosse um conflito de caráter provisório, o racismo só ganhou destaque nas telenovelas a partir da década de 1980. No elenco de uma novela um ator negro só é destinado a um papel para o qual já está previsto a característica étnica. A identidade negra não está na maioria das telenovelas brasileiras, sendo um dos principais agentes de construção de modelos identitários, a identidade negra deveria estar incluída para esse produto midiático construir e se solidificar diariamente.

Lopes (2014) afirma que apesar de tantos anos passados as telenovelas ainda conquistam um reconhecimento público como um produto artístico e cultural, tendo visibilidade central no debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país. A televisão se implica na reprodução de representações que propiciam diversas nuances de desigualdade e discriminação, ela também possui uma entrada intensa na sociedade brasileira, devido a sua peculiar capacidade de alimentar uma criação compartilhada de sentidos por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexos, etnias e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas às outras.

A telenovela é, ao mesmo tempo, memória, arquivo e identidade, por sua vez, ao renovar as memórias, conectando o presente, o passado e o futuro, trabalha tornando um fenômeno coletivo, combinando o arcaico com o moderno, podendo ser considerada também como um dos fenômenos com maior representatividade da vagarosa modernidade brasileira. Ao Pensar na telenovela como um ambiente de memória é dar a ela o papel de recurso de comunicação no trabalho da memória coletiva e um lugar de alta relevância na narrativa do imaginário sobre a nação (LOPES, 2014).

Outro tipo de identidade é o das pessoas com deficiência, onde elas raramente são retratadas em situações de consumo nas telenovelas. Os focos desses personagens geralmente estão em relações afetivas e na superação das dificuldades que a deficiência traz. As telenovelas revelaram que muitos personagens com deficiência não participam de decisões envolvendo consumo de bens e serviços, nem ao menos das decisões mais simples, como por exemplo escolher o que eles próprios desejam comer (FARIA; CASOTTI 2014).

Sendo assim, destaca-se que os personagens com deficiência estão, aos



poucos, mais presentes nas narrativas das telenovelas, com suas histórias de descrédito e luta. Ao incluírem pessoas com deficiência como personagens, os autores das tramas buscam destacar a modalidade de comportamento socialmente desejável, embora nem sempre seja de modo efetivo. Representações como essas reforçam uma visão de que a exclusão das pessoas com deficiência é somente uma das particularidades que marcam a exclusão social vivenciada por pessoas com deficiência (FARIA; CASOTTI, 2014).

## **2.2 Identidade de consumo**

Com a alta propagação, a televisão, e a telenovela particularmente, se tornaram emblemáticas do surgimento de um novo espaço público, onde o controle da formação e dos repertórios disponíveis mudou de mãos deixando de ser monopólio. Neste sentido deixou de ser uma peculiaridade só de governantes, partidos políticos e pessoas de alta classe social, e passou a ser uma difusão sem privilégios entre ricos e pobres, regiões diferentes, orientando no consumo que inspira a formação de identidades (LOPES, 2014).

Ao invés de fornecerem um espaço simbólico onde as pessoas pudessem cultivar sua imaginação e reflexão crítica, desenvolvendo sua individualidade e autonomia, esse universo mercantilizado centraliza as energias das pessoas para um consumo coletivo de bens padronizados. Ocorre uma perda do diferencial dos produtos oferecidos para o consumo pelos telespectadores, passando a consumir o que se é oferecido. “A “arte” expressa na televisão e os modelos apresentados, são na realidade referências importantes na construção das referências sociais, entre as quais, o padrão de corpo é um desses exemplos” (BAPTISTA, et al., 2010).

A mídia é uma das maiores produtoras de identidade para a sociedade, portanto, fruto das relações sociais e culturais existentes. Com desenvolvimento dos meios tecnológicos, culturas são intensamente difundidas através do cinema, das telenovelas, do rádio e também da internet, vale ressaltar a presença de dimensões culturais e simbólicas no universo do consumo sendo assim a regionalização da programação se consolidou no país, tendo sido reconhecida como importante para a sociedade (BARACUHY, 2010).

Com a uniformização das mídias a história se altera, a televisão, passa a ser fundamental na padronização das ideologias. As imagens utilizadas nas telenovelas mostram de forma evidente os padrões estéticos corporais ditados pelo mercado, a fim de que os mesmos sejam seguidos pelos telespectadores. A preocupação com a beleza se transformou uma verdadeira obsessão, mobilizando uma indústria milionária e influenciando a população por essa mesma indústria cultural (BAPTISTA, et al., 2010).

Ainda para o autor acima afirma que a beleza passa a ser cobiçada de forma tão intensa, onde só é valorizada a mulher que se assemelha as estrelas da televisão. Dessa forma, as telespectadoras passam a supervalorizar a beleza, como condição necessária para viver em sociedade, tornando a beleza como uma espécie de virtude essencial para se ter uma aceitação social. As telenovelas, na grande maioria, utilizam o corpo como centro da cultura do consumo, esse fato pode ser aparentemente detectado nas próprias aberturas das numerosas telenovelas.

Ainda sobre a questão da mulher, Sifuentes (2009) considera necessário discutir aspectos da dominação masculina no Brasil, onde tem sido coberta sob uma capa das conquistas femininas. Nas classes populares, a submissão feminina transpassa as relações homem-mulher. Como a competência cultural define as formas de pensar, agir e sentir, a experiência social resulta de etnia, cultura regional, gênero e classe social as quais pertencem o ator social.

O que se ver com grande frequência é a mulher citada em estudos de recepção apenas como uma variável sociodemográfica, e não como uma categoria teórica. A própria telenovela, produto que desde suas origens é considerado tipicamente feminino, demorou a ocorrer. “O principal meio de comunicação consumido pelas jovens é a televisão” (SIFUENTES, 2009).

Segundo Sifuentes (2009) ainda desta forma, as conquistas femininas não escondem graves desigualdades que persistem nesse meio. Com essa codificação, nota-se, portanto que as telenovelas apresentam inovações a abordagem de temas sem desmontar suas estruturas válidas. A televisão inspira os sonhos e conquistas de uma melhor condição social, através do encorajamento a lutarem pelo que desejam, o de se ter bens de consumo como a novela oferece, e a terem uma família feliz e harmônica. A construção da identidade feminina é compartilhada pelas

diversas instituições sociais. Os exemplos da família, são exatamente o que a maioria das mulheres não querem seguir, pois objetivam a submissão, de esposas que servem aos maridos, que dependem do dinheiro deles, e não conseguiram se levantar socialmente.

### **2.3 Identidade cultural mediada via consumo**

A compreensão sobre representação é o ato de representar à cópia do real. Elaborar e impor a representação ao coletivo depende de um consenso de ver, crer, conhecer e reconhecer partes que integram a realidade, o sentimento e identidade sendo esse um fator importante na construção da cultura regional. A identidade cultural é a construção identitária da cultura em que o indivíduo está inserido. Entre os anos de 1910 e 1950 a identidade cultural nordestina foi construída com base nas políticas culturais contemporâneas implementadas na região, porém de modos diferentes, mas que permanece forte, até os dias de hoje. O Nordeste se solidifica no imaginário nacional como a região da tradição (BERNARDES, 2007).

Uma sociedade tradicional caracteriza-se pelo reconhecimento da identidade social dos seus indivíduos, definida pela tradição de tomadas de decisões que seguem de geração para geração. Com a modernidade dos tempos é compreendida a quebra dessas tradições, a cultura amolece e se redefine, nota-se então o universo do consumo presente nas dimensões culturais e simbólicas (ROCHA, 2005).

Na sociedade, a identidade das regiões é definida através de requisitos que geram representações para os membros. Barbalho (2004) esclarece que as representações não são réplicas da realidade, mas sim partes integrantes. Com isso o autor diz que as representações podem levar conhecimento e fazer com que os membros enxerguem e acreditem na história contada, sentindo-se parte do grupo.

A sociedade do consumo representa os avanços do sistema capitalista, que impõe costumes, regras e necessidades que vão de encontro ao indivíduo, pois, ela estuda os hábitos da sociedade e cria produtos e situações que faz o indivíduo acreditar que realmente ele necessita daquele produto. E a publicidade tem um papel fundamental e traça estratégias para incluir as diferenças, segmentar e

personalizar para atrair uma grande massa de consumidores que fogem da imagem de cultura padronizada e se adere a novos estilos de vida. Você é o que você consome, porém a intenção do consumo não é afastar a essência dos indivíduos, mas de criar a sua própria identidade, fugindo do modelo de uma sociedade tradicional (ROCHA, 2005).

Nesta pesquisa identidade é definida como o sentimento de um indivíduo e suas características e desejos semelhantes a outros indivíduos. Para Hall (2004) o indivíduo no decorrer de sua vida passa por diferentes etapas e essa identidade se modifica continuamente na medida das representações que lhe é exposta e construída pelo meio social.

A modernidade permitiu a renovação de identidade mediante a sociedade, mas também o remodelamento das relações empresariais e de consumo, na atualidade, nota-se que a relação de consumo cresce cada vez mais e contribui para o progresso de desenvolvimento, social, político e econômico - mídia se alimenta desse giro e busca constantemente expandir seu alcance. Com isso é acionados os elementos que são relevantes nos estudos dos processos de representação de determinadas regiões, o que torna fundamental o estudo de relação entre mídia, história e representações de espaços geográficos (ENNE, 2008).

Hall (2005) também destaca como característica da modernidade a “diferença” onde o padrão passar a ser coisa do passado. O indivíduo passa a ser livre em suas decisões, marcada pela diferença e nesse momento a sociedade marca a divisão de grupos diferenciados, que se identificam entre si. Com isso a mídia se destaca como uma influenciadora de opinião e decisão, a mídia não vende apenas o produto, ela também mostra o quão é importante consumir aquele produto, de forma que o indivíduo se completa por consumir o produto. Fazendo isso ela dita os padrões de consumo na sociedade (OLIVEIRA; LEÃO, 2011).

A televisão é vista como um produto de grande publicidade através do marketing, e é considerada a maior mídia do Brasil, como parte integrante do desenvolvimento do país, transformando a população em mercado consumidor ativo, capaz de vender uma grande massa de produtos, a mídia está articulada com a promoção de bens e serviços de uma cultura do consumo. Como destaque ressalta-se as telenovelas brasileiras capaz de mobilizar milhares de pessoas em

frente à TV e ainda consegue manter o público em seus intervalos comerciais o que permite ações de merchandising. Os merchandisings são preparados de acordo com o público alvo da novela, e associa o produto a determinados estilos de vida, isso é estrategicamente para induzir ao consumo de forma leve e imperceptível aos olhos do consumidor (ALMEIDA, 2007).

O lançamento de novos produtos é constante, a modernidade estimula o consumo baseado no que se refere ao novo estilo de vida dos consumidores, isso afeta diretamente a construção da identidade. Hall (2005) afirma que somos erguidos pela interação com o outro onde criamos as características individuais. E que frequentemente estamos em busca da “identidade” e passa a ser uma construção contínua do dia a dia (OLIVEIRA; LEÃO, 2011).

#### **2.4 Imaginário e identidade nordestina**

A representação da área urbana pode ser percebida de várias formas e pontos de vista, com isso, há uma necessidade de entender essas variáveis, pois influenciam na maneira que essas imagens e imaginários ajudam a montar a forma que percebemos o mundo e as realidades que estamos inseridos. Gastal (2005) afirma que a sociedade é caracterizada pela valorização de imagens, e temos uma percepção de que tudo que nos cerca deva ser harmonioso. Logo, a autora explica que essa forma de percepção constrói uma espécie de museu imaginário capazes de ajudar a relacionar imagens, espaços e produtos culturais (OLIVEIRA et al., 2015).

Durand (1998) faz uma comparação do imaginário com um museu de imagens e aponta que o imaginário é um local onde as fantasias tomam posse. A imagens presentes neste museu são constituídas através da sociedade ou de forma empírica. O imaginário dos espectadores se atenta na forma que a interação está sendo retratada, levando ao público a sensação de estar incluso em algo maior, um grupo social por exemplo. O imaginário é entendido pelo autor como um laço criado de coisas em comum e partilhadas na sociedade, que promove ligações com grupos de pessoas (SILVA, 2001; OLIVEIRA et al., 2015).

Como estamos constantemente absorvendo conteúdos através de

equipamentos eletrônicos, que nos fornece imagens e imaginários, a memória imagética se compõe pela percepção transmitida pelas máquinas (SILVA, 2001; OLIVEIRA et al., 2015). Esse entendimento bate com o de Maffesoli (2001), que afirma que o imaginário é alimentado através das tecnologias e comunicações conjuntas.

A partir dos dispositivos e plataformas midiáticas é possível constituir imagens e imaginários a respeito do espaço urbano (SIQUEIRA; SIQUEIRA, 2013). As mensagens visuais transmitidas pelas mídias auxiliam a produção de conhecimento relacionado a espaços, pessoas e acontecimentos. Existe um interesse de marketing sobre os espaços urbanos, as mensagens visuais transmitidas são direcionadas a um determinado público (GASTAL, 2005; OLIVEIRA et al., 2015). Baracuhy (2008) aponta que a mídia oferece às pessoas uma grande oportunidade de identificação com o conteúdo que é passado, constantemente, por ela. Com isso, todos estão sujeitos a serem induzidos pela mídia a mudar suas rotinas e até costumes.

Dentre as concepções do imaginário coletivo que tem se modificado no Brasil a partir de representações midiáticas, destaca-se o modo como a Região Nordeste é apresentada nas mídias. Segundo Barbalho (2004), as representações midiáticas criadas sobre a região Nordeste muitas vezes são produzidas por outras regiões, como a sudeste. Com isso, é percebido que a imagem apresentada e sustentada do Nordeste, não condiz totalmente com a realidade. O autor reitera que a região Nordeste era apresentada pela imprensa de São Paulo como “atrasada, rural, bárbara, assolada permanentemente pela seca, servil, ignorante”.

O Nordeste tem seu surgimento como região, quando as grandes elites utilizavam da seca e dos problemas locais para se conseguir recursos, logo, se cria uma imagem equivocada da região, que passa a ser retratada, até os dias atuais, por esses fatores (NASCIMENTO, 2017). A elite nordestina aceita que a região seja apresentada como “pedintes, excluído, marginais e miseráveis”. Com isso se cria uma abertura para que as outras regiões utilizem dessas vulnerabilidades para representar o Nordeste de forma grosseira (VASCONCELOS, 2006).

Devido às incansáveis recorrências de imagens que a mídia produz da região Nordeste, se faz uma renovação de preconceitos e com isso induzem as pessoas nas formas de pensar e agir. Silva (2003) reforça que a criação das identidades está

ligada com um grupo de lembranças, vindas da sociedade e do imaginário, que fundamenta e valida as identidades, tornando-as uma formação sociocultural (BARACUHY, 2010).

Os símbolos culturais do Nordeste do país, como: a seca do Sertão; a culinária regional; a pobreza; vestimentas e outros. São muitas vezes usados pela mídia para caracterizar a região (BARACUHY, 2010). Ainda segundo a autora, quando as mídias possuem o interesse em promover a região Nordeste, oferecem um foco nas belezas naturais, apontando principalmente as praias que são apresentadas de forma repetitiva. Porém há um esquecimento das particularidades de cada estado (BARACUHY, 2008).

O indivíduo idealiza desejo turístico, através da exibição da região. A atração que as imagens podem causar é fundamental, onde expressam mensagens sobre o que o consumidor deve consumir. Essa divulgação das imagens é capaz de atrair destinos turísticos, onde as telenovelas exibidas influenciam o comportamento do consumidor de produtos turísticos. Essa exibição das paisagens de um destino turístico nas telenovelas proporciona um grande impacto de visibilidade para região (LIMA; SILVA, 2019).

O entendimento de que o Nordeste brasileiro é uma região diferente das demais, por suas singularidades é considerado recente (ALBUQUERQUE, 2001; VIANA, 2012; LIMA; FILHO, 2015). A construção do regionalismo nordestino, realmente, começou no século XIX, devido a transformação no território brasileiro sendo uma consequência do aumento do sistema capitalista (PENNA, 1992; LIMA; FILHO, 2015).

O escritor paraibano Ariano Suassuna buscava trazer em suas obras elementos característicos da região Nordeste, agregando valor à região e visando o crescimento da cultura nordestina em todo o país. Sempre que possível o escritor falava que a identidade nordestina é a essência da identidade brasileira (LEÃO, 2011).

Em Pernambuco, no ano de 1970 se deu início ao Movimento Armorial, tendo como fundador Ariano Suassuna. Com intuito de criar uma arte intelectual partir de matrizes populares. Colocando o Sertão do Nordeste como foco por acreditar ser rico da verdadeira cultura popular. Fazendo com que os artistas brasileiros utilizam

de elementos que remetem ao sertão, para assim mostrar a “verdadeira cara do Brasil” (BEZERRA, 2009).

De acordo com Albuquerque Jr. (2001), no Brasil inteiro após a primeira parte do século XIX, o discurso sobre as regiões era definido por possuir um interesse restrito pelas causas das localidades. Entretanto, ainda segundo o autor, surge um “novo regionalismo” na segunda década do século XX, considerado diferente dos existentes no século XIX, criado por representações locais que surgiam em várias regiões. Tais representações estão relacionadas com “o processo de industrialização, a ida dos europeus para o Sul e Sudeste e o aumento na riqueza de São Paulo”. Albuquerque Jr. Também fala que a região Nordeste que antes era chamada de “Antigo Norte”, possuía uma “dependência econômica” e “submissão política” com as demais regiões brasileiras, que ocasionou uma crise (LIMA; FILHO, 2015).

Albuquerque Jr., põe em pauta a forma que a região Nordeste é apresentada pela mídia em geral. Normalmente a região é mostrada como um lugar muito longe, que habita pessoas engraçadas, que não falam o português “correto”, vestem roupas velhas, não sabem se arrumar e consideradas violentas. Contudo, o autor fala que essa imagem generalizada que a mídia cria da região Nordeste pode gerar um desconforto nas pessoas que lá vivem, entretanto, pode levar as pessoas a acreditarem que essa é uma imagem condiz com a realidade da região (ALBUQUERQUE JR., 2001; VASCONCELOS, 2006).

Na década de 1990 em Recife, surge um grupo musical denominado Nação Zumbi, tendo como fundador Chico Science que também foi precursor do importante movimento cultural Manguebeat. No Nação Zumbi, Chico Science buscava levar para as produções musicais uma mistura de rap e rock com gêneros musicais originais de Pernambuco, como maracatu, coco, ciranda e embolada. Porém a principal referência do grupo é o maracatu (VARGAS, 2007).

A utilização dos gêneros musicais do Nordeste, o maracatu, por exemplo, nas músicas populares nacionais. Não é exclusividade de Chico Science com o Nação Zumbi, desde a década de 1970 muitos artistas vinham tentando o sucesso com essas misturas. Porém foi com Chico Science/Nação Zumbi, nos anos de 1990, que se teve um grande reconhecimento nas mídias nacionais. Sendo possível ter



músicas do grupo em trilhas sonoras de telenovelas e realizar apresentações na Europa e Estados Unidos (VARGAS, 2007).

### **3. METODOLOGIA**

O trabalho tem como objetivo entender como a região nordeste é representado pelas telenovelas e minisséries nacionais. Para isso, será realizado uma pesquisa qualitativa. A pesquisa de cunho qualitativo para o embasamento teórico explora informações mais subjetivas e em profundidade. Na investigação qualitativa, o pesquisador não lida com hipóteses levantadas para serem confirmadas, o pesquisador levanta suposições no decorrer da investigação e seguem um padrão de observação, na formulação e na verificação de hipótese e explicação científica. A pesquisa qualitativa inclui diversos tipos de investigação, tal como a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental, a pesquisa etnográfica, o estudo de caso e o estudo de campo, entre outras. Outra particularidade, da investigação qualitativa, é a importância obtida ao significado construído pelos sujeitos implicados no fenômeno em estudo (GODOY, 1995).

Uma amostra qualitativa ideal considera em quantidade e intensidade, as dimensões de determinado fenômeno e busca a qualidade das ações e das interações em todo o decorrer do processo, sendo assim a pesquisa qualitativa preocupa-se, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, focando na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais (PESCE; ABREU, 2013).

#### **3.1 Coleta de dados**

A coleta de dados deve ser detalhista, o pesquisador deve se mostrar sensível aos detalhes que observou, pois todos eles são importantes, os dados devem ser analisados em toda a sua complexidade para obter uma compreensão mais esclarecedora do objeto. A pesquisa qualitativa inclui: A interpretação como foco; A subjetividade é enfatizada; A flexibilidade na conduta do estudo; O interesse é no processo e não no resultado; O contexto como intimamente ligado ao comportamento das pessoas na formação da experiência; e O reconhecimento de

que há uma influência da pesquisa sobre a situação (MINAYO, 2017).

Em toda a coleta de dados utilizamos a ferramenta Google News para buscar notícias e a plataforma YouTube para os vídeos. Foram utilizadas como palavras chaves os nomes das produções antecidos pelas palavras “novela” ou “minissérie”, resultando em: Novela Gabriela; Novela Velho Chico; Novela Segundo Sol; Novela Cordel Encantado; Minissérie Onde Nascem os Fortes; Minissérie O Canto da Sereia; Minissérie Justiça; Minissérie Amores Roubados.

O presente estudo trata de uma análise documental que busca entender como o nordeste brasileiro é representado pelas produções televisivas. A pesquisa documental é aquela que faz uso de documentos como base de dados, e através das referências que foram encontradas pode-se usar para entender algum fato (FLICK, 2008). Este método de pesquisa resume-se em uma grande apuração em inúmeros documentos, que ainda não passaram por análises ou que podem passar por uma nova análise, objetivando um complemento ou novas concepções (LINCOLN; GUBA, 1981; CRIPKA; et al., 2015).

Já que a pesquisa documental faz uso de documentos, é válido apresentar sua definição. São classificados como documentos materiais que foram escritos e podem ser usados como base de conhecimento, tendo como exemplos “leis e regulamentos, normas, pareceres, cartas, memorandos, diários pessoais, autobiografias, jornais, revistas, discursos, roteiros de programas de rádio e televisão, livros, estatística e arquivos escolares” (LÜDKE; ANDRÉ, 1986; CRIPKA; et al., 2015). Flick (2008) reforça que o pesquisador que está fazendo uso de documentos deve compreendê-los como “meio de comunicação”, por serem criados com uma finalidade. Contudo, o autor aponta que é importante entender quem criou, o objetivo, o público e a intenção da criação dos documentos, não o tratando como “contêineres de informações” (CRIPKA; et al., 2015).

Lakatos e Marconi (2002) explica que as pesquisas documental e bibliográfica são diferentes. Ambas utilizam de documentos, mas a diferença se dá de acordo com a fonte dos documentos. A documental faz uso de fontes primárias, que não passaram por nenhuma análise, já a bibliográfica utiliza de fontes secundárias, engloba documentos com assuntos familiarizados (CRIPKA; et al., 2015)

De acordo com Gil (2010), como os dados das pesquisas documentais são

coletados de forma indireta, há uma redução na perda de tempo e possíveis vexames, podendo conseguir um aprimoramento na qualidade e quantidade de dados para a realização da pesquisa. O autor traz como vantagens de se fazer uma pesquisa documental, a capacidade de conhecer o passado, redução de custos para a obtenção de dados e outras (CRIPKA; et al., 2015).

### 3.2 Apresentação do corpus de pesquisa

Tendo como foco dados secundários, como, matérias disponíveis em portais de notícias e vídeos postados em redes sociais que comentam o tema. Para a construção do referencial teórico, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre assuntos interligados com tema que conduziu a base desse estudo, como, a representação e visibilidade da Região Nordeste nas telenovelas e minisséries nacionais. No intuito de encontrar as telenovelas e minisséries brasileiras que representaram a região Nordeste (durante os anos de 2010 a 2020) foram realizadas buscas na internet, sendo encontrado um total de 05 (cinco) telenovelas e 03 (três) minisséries, sendo todas as produções da emissora Rede Globo, conforme apresentado no Quadro 1:

**Quadro 1 – Novelas e minisséries da Rede Globo relacionadas à Região Nordeste**

Nome	Tipo	Horário	Data de Início	Data de Término
Cordel Encantado	Novela	18:00	11/04/2011	23/09/2011
Gabriela	Novela	23:00	18/06/2012	26/10/2012
O Canto da Sereia	Minissérie	23:00	08/01/2013	11/01/2013
Amores Roubados	Minissérie	23:00	06/01/2014	17/01/2014
Velho Chico	Novela	21:00	14/03/2016	30/09/2016
Justiça	Minissérie	22:00	23/08/2016	23/09/2016
Onde Nascem os Fortes	Novela	23:00	23/04/2018	16/06/2018
Segundo Sol	Novela	21:00	14/05/2018	09/11/2018

Fonte: elaboração própria

Em seguida, foi realizado um levantamento de dados em portais de notícias locais e nacionais, utilizando as ferramentas Google News e YouTube para encontrar notícias/matérias e vídeos que falam das telenovelas e minisséries que abordam a Região Nordeste do país, produzidas na última década.

Para o levantamento das notícias, foi necessário pesquisar pelo nome de

cada produção televisiva, que resultou em diversas páginas de matérias jornalísticas. Cada link foi aberto e, em seguida, uma breve leitura das notícias foi executada no intuito de filtrá-las. Isso porque para a presente pesquisa, não é interessante notícias que abordam o resumo semanal, a vida pessoal do elenco e as novas produções feitas por diretores, sendo estas descartadas. As que passaram pelo filtro foram baixadas em formato PDF e arquivadas em uma pasta do Google Drive, conforme consta no Quadro 2.

**Quadro 2 – Matérias coletadas sobre as produções teledramaturgas da Rede Globo relacionadas à Região Nordeste**

Nome	Notícias	1ª Notícia	Última Notícia
Cordel Encantado	39	24/01/2011	19/05/2019
Gabriela	13	07/03/2012	23/09/2017
Canto da Sereia	22	24/08/2012	19/02/2020
Amores Roubados	20	27/09/2013	17/02/2020
Velho Chico	30	12/11/2015	27/08/2017
Justiça	34	03/05/2016	08/09/2019
Onde Nascem os Fortes	27	22/12/2017	18/12/2019
Segundo Sol	25	19/04/2018	06/03/2020

Fonte: elaboração Própria

Para o dos vídeos, foi executada uma busca similar, porém na plataforma do YouTube. Os vídeos considerados válidos, foram aqueles em que usuários da plataforma teciam comentários sobre o enredo das telenovelas e minisséries de forma alusiva à aspectos da Região Nordeste. Os vídeos foram baixados e também salvos na pasta do Google Drive, juntamente com os links (ver Quadro 3).

**Quadro 3 – Vídeos coletados sobre as produções teledramaturgas da Rede Globo, relacionadas à Região Nordeste.**

Nome	Vídeos	1ª Vídeo	Último Vídeo
Cordel Encantado	3	06/12/2018	13/01/2019
Gabriela	1	21/02/2013	21/01/2013
Canto da Sereira	1	08/01/2018	08/01/2018

Amores Roubados	1	16/01/2014	16/01/2014
Velho Chico	2	18/01/2016	25/04/2016
Justiça	3	22/08/2016	24/10/2017
Onde Nascem os Fortes	4	12/04/2018	28/06/2018
Segundo Sol	7	30/04/2018	13/11/2018

Fonte: elaboração Própria

### 3.3 Análise dos dados

Para a análise de dados, foi escolhido o método de análise documental de conteúdo. Isso se deu pelo conteúdo coletado ser de cunho informativo para a sociedade, apresentando muitos pontos de vista, que buscam atuar de forma clara e imparcial sobre diversas situações (LEITE et al., 2019; MELLO, 2012).

A análise documental é um método importante quando pesquisa informações por técnicas, revelando aspectos de um problema ou de um tema. Neste contexto o pesquisador extrai os elementos informados num documento original e expressa seu conteúdo de forma abreviada, convertendo um documento de origem primária em documento de origem secundária. Essas etapas de análises constituem em etapas de escolha e recolha de documentos seguintes. Procedimentos são estabelecidos metodologicamente e são seguidos por uma análise de caracterização do documento, codificação, registro, categorização e análise crítica (LÜDKE; ANDRÉ, 1986; CRIPKA; et al., 2015).

Na primeira fase da análise, a exploração e o exame inicial do documento permitem e definem quais as melhores documentações para se analisar um problema proposto por hipóteses provisórias, também como especificar o campo no qual o estudo será fixado (GODOY, 1995). Este estudo é envolvido por etapas que começam pela escolha e coleta de documentação, e vai até a sua análise final (BARDIN, 1979; CRIPKA; et al., 2015).

É necessário ter cuidado na escolha do método de análise, verificando se este método é mesmo apropriado para o estudo em questão e se nessa escolha estão sendo considerados pontos de referências como, comparação de abordagens, métodos e verificações da sua aplicação, aprimoramento destes métodos, e ajustes no processo de pesquisa. Com isso, esta técnica investiga um documento simbólico

dos conteúdos documentados, onde a função é encontrar as respostas para as questões elaboradas, confirmando hipóteses previamente estabelecidas e descobrindo o que está por trás dos conteúdos apontados, não só olhando a aparência, mas sim o que está sendo comunicado (GOMES, 2001; CRIPKA; et al., 2015).

#### 4. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

Conforme indicado na seção anterior, o corpus de pesquisa foi analisado com o intuito de buscar significados em seu conteúdo. Neste sentido foram gerados códigos que traduziam de forma linear o que estava presente em cada um do conteúdo analisado. Código é a classificação das informações do processo de análise de dados. Esses códigos possuem definições, próximo ao que está documentado em cada notícia e vídeo.

Foram identificados 150 códigos. Por se tratar de um número alto optamos por não o apresentar aqui nessa sessão, porém o mesmo está disponível no apêndice A. Onde buscamos respeitar a particularidade entre os enredos das novelas dos objetos culturais, e as particularidades do tom que estava sendo tratado. Contudo, por entendermos que a pesquisa trata de um mesmo tema, operacionalizamos uma convergência desses códigos a partir de meios comuns tratados neles, daí alcançamos 20 categorias que representam a comunalidade desses códigos. As categorias são apresentadas no Quadro 4.

**Quadro 4 – Categorias e suas definições**

#	Nome	Definição
<b>Cat1</b>	Nordeste ultrapassado	Como o Nordeste ainda se apresenta atrasado socialmente, e como à falta de informação e formação atrapalham nesse avanço.
<b>Cat2</b>	Clima inadequado	O desconforto causado pelo clima da região, como destaque as temperaturas elevadas.
<b>Cat3</b>	Sociabilidade nordestina	A qualidade apresentada da experiência vivida na sociedade nordestina e seus conceitos sociais.
<b>Cat4</b>	Paisagens incríveis do Nordeste	Os diversos aspectos naturais encontrados na região, como exemplos, as belas praias e paisagens deslumbrantes.

<b>Cat5</b>	Nordeste descivilizado	A civilização retrógrada da região Nordeste com grande incidência de problemas sociais e econômicos.
<b>Cat6</b>	Nordeste na mídia	A visibilidade e a representatividade do Nordeste na mídia e como essa exibição reflete na região.
<b>Cat7</b>	Poucas oportunidades ao nordestino	A desvalorização que os nordestinos enfrentam como a falta de competência e formação.
<b>Cat8</b>	Forças das adversidades	A luta enfrentada pela minoria para conquista do seu espaço em um lugar com pouco recurso.
<b>Cat9</b>	Feminismo como referência nordestina	A força da mulher nordestina para conseguir sua valorização é difícil com poucas oportunidades.
<b>Cat10</b>	Características exóticas do nordestino	Sotaques, ritmos musicais e a diversidade da identidade cultural nordestina.
<b>Cat11</b>	Ampliação de preconceitos	Como o preconceito ainda é bastante forte na região, com base em seus conceitos e vivências.
<b>Cat12</b>	Misticismo sociocultural	As crenças culturais e sobrenaturais nas quais os nordestinos acreditam.
<b>Cat13</b>	Nordeste equiparável ao resto do mundo	A Região é tão civilizada/moderna quanto o resto do mundo. Além disso, possui características que reforçam a sua cultura.
<b>Cat14</b>	Nordeste como turismo	Como a exibição do Nordeste influencia no turismo da região.
<b>Cat15</b>	Falta de representatividade	Ausência de elementos que representam a região nordestina nas mídias.
<b>Cat16</b>	Sertão em evidência	A notoriedade da região sertaneja e os benéficos dessa visibilidade.
<b>Cat17</b>	Nordeste com ressonância mundial	A chegada de informações sobre a cultura nordestina chega ao exterior devido à força das produções.
<b>Cat18</b>	Exoticismo de aspectos culturais nordestinos	Uso de utensílios que são considerados símbolos da região, como exemplo as roupas de couro.
<b>Cat19</b>	Dificuldades em produzir no Nordeste	Os problemas enfrentados para na produção e pequenos detalhes que foram percebidos pelo público.
<b>Cat20</b>	Movimentação da economia local	Aquecimento da economia local devido à compra de elementos, na própria região, para a elaboração da produção.

Fonte: Elaboração própria

Essas categorias, tanto faz alusão ao contexto empírico observado, como também representam um movimento midiático sobre a região nordestina no Brasil. Esse movimento permite interpretar como o que foi observado nas categorias partilha de assuntos similares, sendo possível uma convergência a partir da

proximidade observada. Tal aproximação nos levou a identificar três dimensões que estão explicitadas no quadro 5

**Quadro 5 - Dimensões e suas definições**

Cat.	Nome	Definição
Dim 1	A inferiorização do nordeste	A mídia Brasileira através da representação das telenovelas faz uso de um tom jocoso, inferior e que indica aspectos do Nordeste como cultura, paisagem, clima. Fazendo uma alusão ao contexto histórico da região nordeste, e atribuindo um cenário inferior às demais regiões brasileiras.
Dim 2	O Nordeste como exótico	O contato da mídia com o Nordeste a partir das grandes produções da dramaturgia brasileira considera que existe um teor exótico nas locações e no Nordeste brasileiro. Seja pelas locações e paisagens, aspectos culturais, seja pela capacidade de socialização do nordestino como um todo. A região é tratada como algo interessante e diferente do que é visto em outras regiões do Brasil e do mundo.
Dim 3	O reconhecimento dos pontos fortes do Nordeste	A teledramaturgia e a mídia buscam no Nordeste a exaltação de suas características socioculturais mais emblemáticas. Neste sentido existem vários aspectos positivos numa região que historicamente foi inferiorizada ao decorrer dos anos.

Fonte: Elaboração própria.

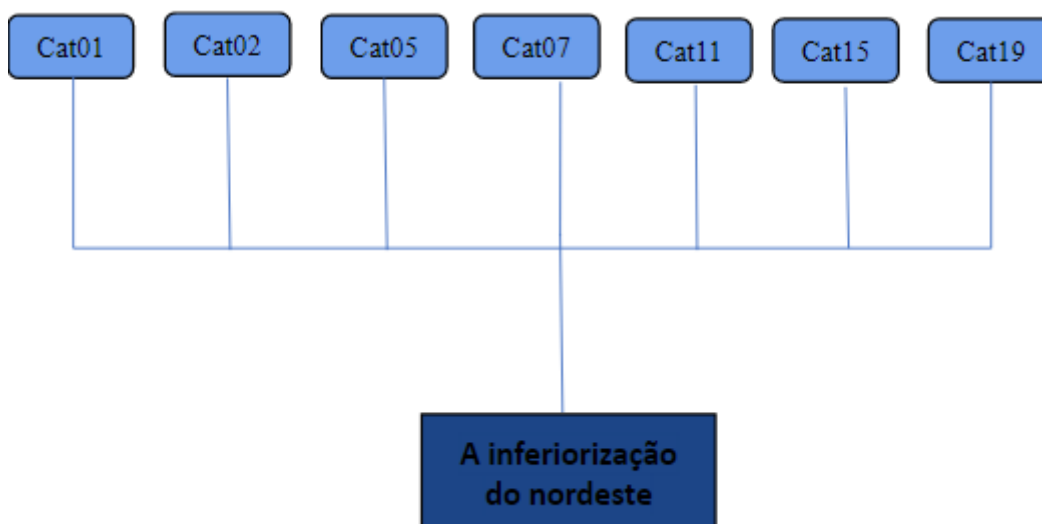
#### 4.1 A Inferiorização do Nordeste por parte da mídia

A primeira dimensão trata de uma inferiorização de aspectos da região Nordeste concebido pela mídia brasileira. Há o entendimento que o cenário sociocultural e econômico sofre por não se atualizar com o resto do país. Por um lado, as tentativas de gravações da teledramaturgia que se passa no Nordeste são limitadas por recursos e sofisticções não disponíveis na região. Por outro lado, a percepção da mídia dos aspectos culturais, crenças e ambientes inexplorados do Nordeste, são apontados como falhas ou problemáticos para que seja retratado numa obra de ficção.

Essa dimensão é uma comparação com pontos negativos do nordeste com outras cidades brasileiras e com outras cidades internacionais para atestar como o nordeste ainda em muitas falhas quanto cultura e sociedade. O nordeste comparado ao invés interior.



**Figura 1** - A inferiorização do Nordeste e suas categorias.



Fonte: elaboração própria

Essa dimensão está representada pelo entendimento que a **Região Nordeste é ultrapassada** (Cat1), já que apresenta grandes problemas sociais e de infraestrutura, refletido tanto em práticas socioculturais, quanto na forma como sua população é prejudicada por situações precárias. Muitos desses problemas são atribuídos a um **clima inadequado** (Cat2), principalmente na área da caatinga, popularmente conhecida como sertão nordestino, caracterizada por sensação térmica inóspita das altas temperaturas e inconstâncias do tempo. Esses dois primeiros entendimentos também estão relacionados ao conceito de que o **Nordeste é descivilizado** (Cat5), devido à falta de informação ocasiona um cenário empobrecido e desagradável, onde a civilização ainda não é alta, o que gera um desconforto social econômico no âmbito regional e cultural.

Como exemplo para o que foi descrito até o presente momento nesta dimensão, trazemos um trecho de uma entrevista realizada pela revista *ÉPOCA*, onde a repórter Isabel Clemente relata que a região Nordeste é inferiorizada pelas produções televisivas. Segundo Clemente (2013): “Nesse momento da adaptação surgiu a ideia de buscar um sertão ainda pouco retratado por produções

audiovisuais, exportador de fruta e produtor de vinho. Começava assim a imersão da dupla numa pesquisa que consumiu 3.600 quilômetros de viagem pelo interior de Pernambuco e norte da Bahia.”

A falta de civilidade, anteriormente apresentada, por sua vez, interfere diretamente nas **poucas oportunidades ao nordestino** (Cat7), com poucas informações e bastante crítica, a região se instala na mídia refletindo um cenário de pouca visibilidade e pouco conhecimento, neste aspecto as oportunidades aos atores nordestinos se limita a uma categoria não muito representada pelos demais. O que é notável na **ampliação de preconceitos** (Cat11), de pessoas da região e entre a minoria onde o homem é visto como superior, propagando aspectos inferiores da localidade para o Brasil e para o mundo. Com isso a **falta de representatividade** (Cat15), gera uma inconsistência nas mídias nacionais, por faltar representatividade de pessoas da região, aspectos e culturas nordestinas na teledramaturgia brasileira. Se soma isso as **dificuldades em produzir no Nordeste** (Cat19), seja por falta de informações, seja pelos problemas físicos, geográficos, entre outros, de que é gravar numa região tão inóspita.

Para complementar a dimensão, trazemos o trecho de um vídeo do canal do YouTube (Melodramáticos), apresentado por Rafael Trinta e Vanessa Cutrim falando sobre as poucas oportunidades ao nordestino, intitulado **O QUE ESPERAMOS de ONDE NASCEM OS FORTES**”, onde Cutrim (2018) fala:

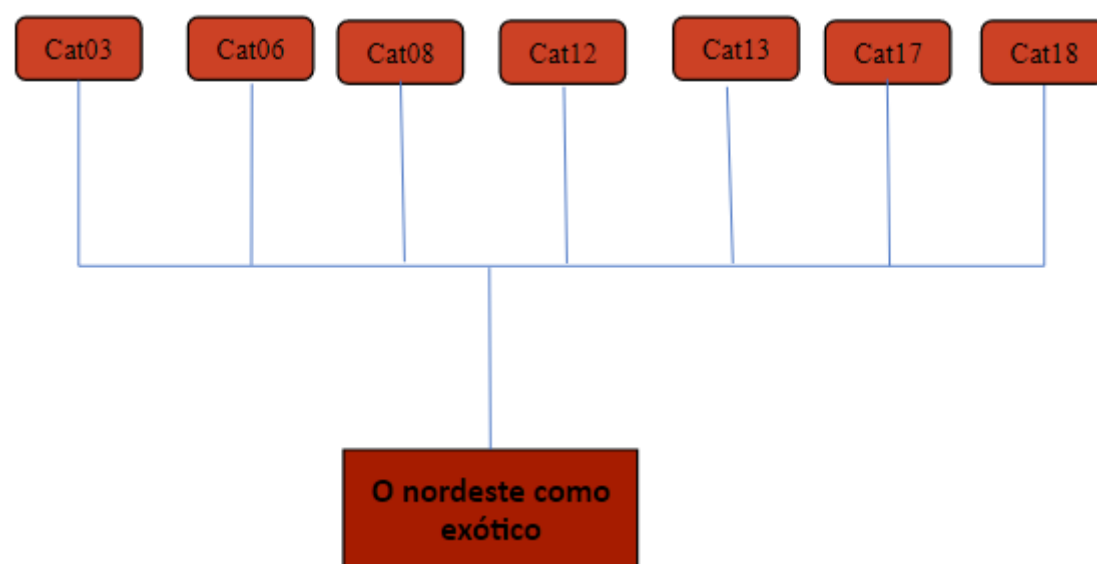
A minha única ressalva em relação a isso é porque os personagens principais não são nordestinos, não são atores nordestinos. Claro que tem ator nordestino como Jesuíta Barbosa, o Irandhir Santos, eles estão ali, mas eles não são os personagens principais, e isso me incomoda um pouco porque poderia botar realmente o pernambucano ali sendo um dos personagens principais, assim, da trama principal.

#### **4.2 O Nordeste como um cenário exótico referenciado pela mídia.**

A segunda dimensão que transmite o Nordeste como exótico trata de um cenário mais atualizado, cheio de inovações e tendências que expressam locações como as belas paisagens da região. Nas teledramaturgias esse cenário vem sendo mais valorizado por se tratar de algo interessante.

Essa dimensão destaca pontos do nordeste que destoam de outras cidades que são comparadas ao sudeste e ao resto do mundo, são amplificados e discutidos. Esses pontos são tanto pontos positivos, como culturas e paisagens de praias, quanto pontos negativos, como culturais e paisagens relacionadas a seca. Logo o nordeste é visto como exótico no sentido de diferente, e não necessariamente como bom ou ruim.

**Figura 2** - O Nordeste como exótico e suas categorias



Fonte: Elaboração própria

Ainda que com pouco investimento o cenário exótico do Nordeste tem sido comparado pela mídia como um cenário inovador que interliga com vários outros aspectos, como por exemplo, o cenário sociocultural. O novo, e quase nunca notado, ganhou espaço na mídia, e com isso a problematização virou um conceito de inovação da região para o mundo.

Esta dimensão está representada pela **sociabilidade nordestina** (Cat3), com a tecnologia e um novo olhar para o Nordeste a qualidade e visibilidade tem sido uma experiência vivida pela região. Com tudo os aspectos mais relevantes têm se tornado um conceito social apresentado na mídia. O **Nordeste na mídia** (Cat6), em

um cenário onde a visibilidade tem se mostrado na teledramaturgia, o Nordeste ganhou um espaço relativamente conceitual na mídia. A exibição que vem se refletindo traz uma excelente visualização para a região. Conseqüentemente este cenário regional ganhou força para o **Nordeste com ressonância mundial** (Cat17), e mais abrangente, para chegar ao mercado internacional. A mídia elevou um cenário desgastado e pequeno ao centro de um universo com informações e coerência com o resto do mundo. Nesse contexto do **Nordeste equiparável ao resto do mundo** (Cat13), mesmo com tantos cenários inferiores às demais regiões o Nordeste pode ser comparado a outros países. À medida que a região vai se modernizando, sua cultura vai sendo espalhada pelo mundo, dando um aspecto de inovação e avanço mundial.

Exemplificando o que foi abordado até este ponto, trazemos um trecho de uma entrevista, onde mostra como é o Nordeste na mídia, na discussão em mesa com Walter Carvalho, Patrícia Pillar e Nanego Lira e Zezita Matos no Fest Aruanda. Walter destacou: “Poder estar aqui, encontrar os amigos é uma honra para mim. A Paraíba é uma referência muito forte na minha vida e na vida do cinema. Um foco de resistência cultural e artística, fico muito feliz de estar de volta a minha terra. Sou agradecido”, disse o cineasta.

Isso contribuiu para a percepção do **exoticismo de aspectos culturais nordestinos** (Cat18), onde o cenário exaustivo da mídia abriu espaço para novos rumos, e um deles é a abertura para o simbolismo da região Nordeste. Os figurinos e utensílios regionais ganharam visibilidade e autonomia diante da região do país e do mundo. Onde também vai se destacar as **forças das adversidades** (Cat8), como consequência da mídia a região Nordeste ainda enfrenta aspectos como uma desvalorização da minoria num cenário onde o recurso é pouco utilizado, sendo assim a região ainda escassa de valores iguais se diferencia das demais regiões vizinhas. Outro ponto característico da região é o **misticismo sociocultural** (Cat12), os aspectos de inferiorização diante das telenovelas, as crenças e culturas locais são bem destacadas pela mídia, seja por um lado positivo ou negativo. Os povos da região que acreditam nessas crenças acabaram influenciando a mídia a revelarem aspectos e credices da região, pois faz parte da cultura do nordestino.

Ainda no cenário de misticismo social e crenças nordestinas encontramos

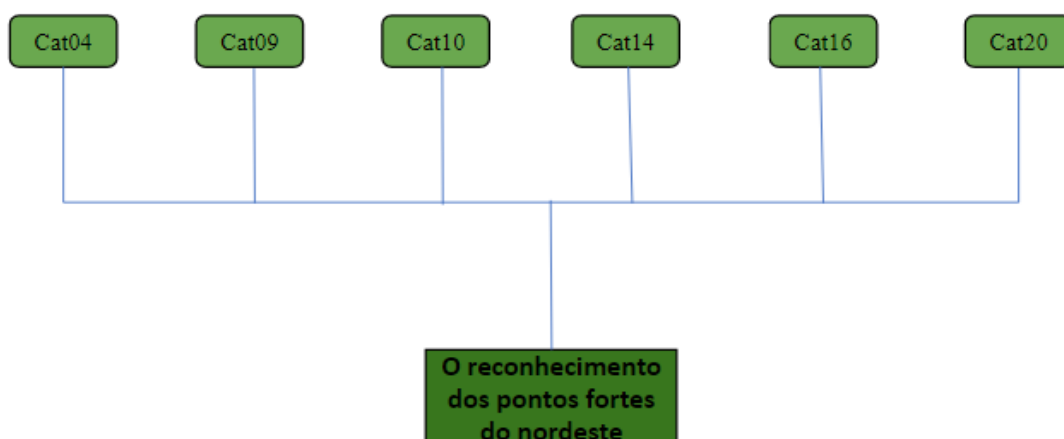
uma entrevista dirigida pela TV local e publicada no canal do YouTube por KAIROS ESCOLA FORMAÇÃO DE ATOR. No vídeo, o repórter local destaca: “A fazenda foi adaptada para a novela, recebeu pintura nova para ficar com o aspecto ainda mais rústico, além de móveis e objetos ligados a cultura e religiosidade do povo nordestino como este oratório.”

### 4.3 O reconhecimento dos pontos fortes do Nordeste

A terceira dimensão é definida pela teledramaturgia e pela mídia, onde busca no Nordeste a exaltação de suas características socioculturais mais emblemáticas, neste sentido existem vários aspectos positivos numa região que historicamente foi inferiorizada ao decorrer dos anos. Apesar dos problemas que a região enfrenta, existe um grande potencial para um crescimento, apesar da falta de valorização e investimento.

Essa dimensão é um movimento que vem do nordeste e que a mídia incorpora dizendo que o nordeste não precisa se comparar com ninguém. O nordeste é autônomo e não precisa ser comparado a nada, pois a comparação em si pode gerar uma inferiorização, ou uma superiorização que não é o interesse do exotismo.

**Figura 3** - O reconhecimento dos pontos fortes do Nordeste e suas categorias.



Fonte: Elaboração própria

Essa dimensão está representada pelas **paisagens incríveis do Nordeste** (Cat4), sendo a região bastante popular por suas belezas naturais, cada uma com sua particularidade e valor cultural que compõe esse cenário encantador. O que também acarreta o **Nordeste como turismo** (Cat14), sendo constantemente procurado para a prática de turismo, e isso o beneficia, como fruto do alcance gerado pela visibilidade da mídia, que influencia no crescimento desta prática. O que proporciona a **movimentação da economia local** (Cat20), o aquecimento da economia local é importante para valorização dos produtos e proporcionar uma chance de crescimento a quem está na região, melhorando a visibilidade e a possibilidade de captar recursos e investimentos.

Para esta dimensão trazemos trechos de uma notícia produzida pelo G1, sobre a atração de turistas ao Cânion de Xingó, na cidade de Canindé de São Francisco. Nesta, é relatado que com exibição do Nordeste nas teledramaturgias, houve um aumento de visitantes à localidade, conforme afirma o repórter:

Diariamente, cerca de 1,5 mil turistas de diversos pontos do país realizam o passeio ao Cânion de Xingó, cartão de visitas da região e que projetou o município no mapa turístico do estado e do Brasil (...) De acordo com a Associação Brasileira das Agências de Viagens, A ABAV em Sergipe, corresponde a 70% da procura por passeios no estado. Em 2014, 120 mil turistas fizeram o roteiro que custa em média R\$ 150 por pessoa.

Como reflexo é visto o **sertão em evidência** (Cat16), através das representações midiáticas sendo mostradas suas riquezas e potencialidades e não só como um ambiente seco e pobre. Já a compreensão do **feminismo como referência nordestina** (Cat9), é notada figura feminina hoje vista com coragem, força e compromisso, participando ativamente da diversidade, das lutas sociais, e busca da sua valorização. Apesar das dificuldades a vontade do seu direito e reconhecimento é motivo para continuar esse movimento. Essas **características exóticas do nordestino** (Cat10) são símbolos culturais diversificados e excêntricos de acordo com a região, a tradição ainda é preservada, porém, com certas mudanças para evolução social e proporciona a identidade cultural do povo.

Para finalizar, trazemos um trecho de uma entrevista que exemplifica os belos cenários da região Nordeste apresentados na mídia. Segundo Yamany (2016): "As cenas iniciais tiveram como pano de fundo cidades de três estados nordestinos – Rio Grande do Norte, Alagoas e Bahia –, e revelaram a beleza de lugarejos pouco conhecidos entre os viajantes, que podem ser agradáveis surpresas para quem quiser se aventurar em diferentes roteiros pelo Nordeste."

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir de uma análise documental de 210 notícias e 22 vídeos publicados no YouTube, nossa pesquisa conseguiu compreender a forma como o Nordeste brasileiro é apresentado nas telenovelas e minisséries brasileiras: No primeiro nível dessa representação, o Nordeste é concebido como uma região inferior. No segundo tratamento essa exotividade do Nordeste é reverenciada com alternativa para trabalhos midiáticos da rede globo. Por fim, existe também um movimento de reconhecer pontos fortes da região Nordeste como um tema a ser explorado no futuro por produções midiáticas.

A concepção que o Nordeste é inferior revela como se percebe na prática que ainda há uma desigualdade na forma como se constroem as imagens sobre a região, Barbalho (2004) afirma que as representações do Nordeste são produzidas por outras regiões. Onde a região é apresentada pela imprensa do Sudeste como "atrasada, rural, ignorante e seca". Onde é notório que a imagem retratada não condiz com a realidade da região.

Como foi visto, a inferiorização é uma comparação que parte do pressuposto de que o nordeste está abaixo do nível de outras cidades, e outras regiões do Brasil ou do mundo, onde não alcança o nível desejado do exotismo. Essa comparação parte de que o nordeste é diferente demais para ser comparado, seja pelo lado positivo, ou pelo lado negativo. Então seus pontos discrepantes são exaltados para mostrar essa diferença. O nordeste é o nordeste e existe uma autonomia que não

precisa ser comparado com outros locais.

A forma como o Nordeste é apresentado pela mídia é de uma região como distante, onde habita pessoas engraçadas, que não sabem falar direito, violentas, e que se vestem mal e não sabem se arrumar. Essa imagem generalizada da região Nordeste pode ocasionar certo desconforto na população nordestina, e também pode levar as pessoas a crer que essa é a realidade da região. (ALBUQUERQUE JR., 2001; VASCONCELOS, 2006). Assim, a concepção do Nordeste como inferior corrobora o entendimento que existem estigmas com a região nordeste. A cultura da região é composta por símbolos culturais, sendo estes, usados pela mídia para caracterizar a região, como exemplo, a seca do Sertão, a culinária regional, a pobreza, vestimentas e outros. Quando a mídia promove a região foca sempre nas belezas naturais, deixando de lado as particularidades de cada estado (BARACUHY, 2010).

A percepção do Nordeste como exótico é proporcionada devida visibilidade da mídia, sobre a região como destino turístico, rico em belas paisagens naturais. A exibição das paisagens como um destino turístico nas telenovelas proporciona um grande impacto econômico para região (LIMA; SILVA, 2019). Contudo, o Nordeste vai muito além do que é apresentado pela mídia, é uma região autônoma e possui uma rica cultura. O escritor paraibano Ariano Suassuna buscava agregar valor e crescimento à região, mostrando em suas obras os elementos característicos da cultura nordestina, por todo país. Ele sempre ressaltou que a identidade nordestina é a essência da identidade brasileira (LEÃO, 2011). Ariano Suassuna fundou o Movimento Armorial, com o intuito de criar uma arte intelectual de matrizes populares. Tendo o Sertão do Nordeste como foco, fazendo com que os artistas brasileiros utilizam de elementos que remetem a cultura do sertão, para assim mostrar a “verdadeira cara do Brasil” (BEZERRA, 2009).

Nossa pesquisa reconhece que foi limitada a análise de conteúdo de dados secundários, mas isso foi incidental. Essa escolha se deu por buscarmos entender a ressonância midiática sobre a região Nordeste brasileira em meios de comunicação, inclusive redes sociais como o YouTube. É que entendemos que a mídia tem um



papel de formação de opinião pública e é influente em hábitos de consumo em percepções sociais, sobre determinados aspectos. Neste sentido, a criação da identidade do indivíduo sofre grande influência da mídia, que afeta diretamente na cultura. Contudo, é notória a existência de estereótipos acerca da região, devido a grande incidência de imagens criadas e apresentadas de forma que não representa a total realidade local, no que pode acarretar em grandes prejuízos para o Nordeste brasileiro.

Como trabalhos futuros como agenda de pesquisa consideramos que optem por tentar entender quaisquer outras regiões brasileiras, que não hegemonia do eixo Rio de Janeiro e São Paulo, podem somar o que foi discutido aqui. Além disso, também concebemos que as notícias sobre produções cinematográficas ou quaisquer outras mídias da indústria do entretenimento que retratam a região Nordeste também podem dar continuidade ao que foi apresentado nessa pesquisa.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JR, Albuquerque Júnior; RAGO, Margareth. **A invenção do Nordeste e outras artes**. Fundação Joaquim Nabuco, 1999.

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. Consumidoras e heroínas: gênero na telenovela. **Revista Estudos Feministas**, v. 15, n. 1, p. 177-192, 2007.

BAPTISTA, Tadeu João Ribeiro; DE ARAÚJO, Danuza Rodrigues; DE BRITO, Jaqueline Cordeiro. Belíssima ou Beleza Pura: novela e modelo de beleza feminina. **Estudos**, v. 36, n. 5, p. 1073-1089, 2009.

BARACUHY, Maria Regina. 13) Análise do Discurso e Mídia: nas trilhas da identidade nordestina. **Veredas-Revista de Estudos Linguísticos**, v. 14, n. 2, 2010.

BARBALHO, Alexandre. Estado, mídia e identidade: políticas de cultura no Nordeste contemporâneo. **Revista Alceu**, v. 4, n. 8, p. 156-167, 2004.

BARDLN, Lawrence. Análise de conteúdo. **Lisboa: edições**, v. 70, p. 225, 1977.

DE MENDONÇA BERNARDES, Denis. Notas sobre a formação social do Nordeste. **Lua nova**, n. 71, p. 41-79, 2007.

BEZERRA, Amilcar Almeida. Movimento Armorial x Tropicalismo: dilemas brasileiros sobre a questão nacional na cultura contemporânea. **Enecult–Encontros de Estudos Multidisciplinares em Cultura V, Salvador**, 2009.

CARVALHO, Walter. Supersérie “**Onde Nascem os Fortes**” é discutida em mesa com **Walter Carvalho**, Patrícia Pillar e Nanego Lira e Zezita Matos no Fest Aruanda. 2018. Disponível em: <<http://www.paraibatotal.com.br/noticias/2018/12/12/23177-superserie-onde-nasc-em-os-fortes-e-discutida-em-mesa-com-walter-carvalho-patricia-pillar-e-nanego-lira-e-zezita-matos-no-fest-aruanda>> Acesso em 25/05/2020.

CLEMENTE, Isabel. **O folhetim que virou minissérie**. 2013. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/vida/noticia/2013/12/o-folhetim-que-vmirou-minisserieb.html>> Acesso em: 25/05/2020.

COSTA, Fábio. **Saiba quais foram as novelas de maior audiência da história da Globo em cada horário**. 2018. Disponível em: <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/saiba-quais-foram-as-novelas-de-maior->

[audiencia-da-historia-da-globo-em-cada-horario](#)> Acesso em 16/04/2020.

CUTRIM, Vanessa. **O QUE ESPERAMOS de ONDE NASCEM OS FORTES**. 2018. Disponível em: <<https://youtu.be/ZRDzlsz9EpY>> Acesso em 25/05/2020.

DA COSTA OLIVEIRA, Michele Araujo; DE SOUZA LEÃO, André Luiz Maranhão. A constituição da identidade metrossexual pelo consumo. **Revista de Negócios**, v. 16, n. 1, p. 87-111, 2011.

DE FARIA, Maria Cristina Brandão; DE ANDRADE FERNANDES, Danubia. Representação da identidade negra na telenovela brasileira. In: **E-Compós**. 2007.

DE LIMA, Adrielly Florêncio; DA SILVA, Michel Jairo Vieira. Telenovelas brasileiras criando imagens e imaginários turísticos: o caso do destino Rio Grande do Norte. **Turismo-Visão e Ação**, v. 21, n. 1, p. 2, 2019.

DE OLIVEIRA, Frederico Ferreira; REIS, Jarlene Rodrigues; CATRAMBY, Teresa Cristina Viveiros. Salve Jorge e a influência da telenovela nas agendas midiáticas sobre o Complexo do Alemão. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 15, n. 3, p. 290-302, 2015.

DE SIQUEIRA, Euler David; SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. Etnocentrismo e imaginário nos discursos midiáticos sobre Paris. **Conexão-Comunicação e Cultura**, v. 12, n. 23, 2014.

DE SOUZA LEÃO, André Luiz Maranhão; IANATOMI, Thiago; CAVALCANTI, Rodrigo César Tavares. Diga-me onde andas, que te direi quem és: identidades culturais na comunidade brasileira da marca Johnnie Walker. **Revista de Administração**, v. 50, n. 3, p. 369-380, 2015.

DE SOUZA MINAYO, Maria Cecília. Amostragem e saturação em pesquisa qualitativa: consensos e controvérsias. **Revista Pesquisa Qualitativa**, v. 5, n. 7, p. 1-12, 2017.

DO NASCIMENTO, Maria Eliza Freitas. Entre discurso e poesia: discutindo a identidade nordestina em Patativa do Assaré. **Revista do GELNE**, v. 10, n. 2, p. 16-19, 2008.

DURAND, Gilbert. O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: Difel, 1998. **As estruturas antropológicas do Imaginário: introdução à arquetipologia geral: Tradução Hélder Godinho.**—4<sup>o</sup>ed.—São Paulo: Editora WMF Martins fontes, 2012.

DUTRA, Larissa Fernandes; FARIA, Diomira Maria Cicci; MIRANDA, Isabela Peixoto. Cultura e Relações Internacionais: a influência das telenovelas no turismo emissor brasileiro. **Revista Turismo em Análise**, v. 26, n. 2, p. 385-402, 2015.

ENNE, Ana Lucia. À perplexidade, a complexidade: a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas. **Comunicação mídia e consumo**, v. 3, n. 7, p. 11-29, 2008.

FARIA, Marina Dias de; CASOTTI, Leticia Moreira. Representações e estereótipos das pessoas com deficiência como consumidoras: o drama dos personagens com deficiência em telenovelas brasileiras. **Organizações & Sociedade**, v. 21, n. 70, p. 387-404, 2014.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa-3**. Artmed editora, 2008.

FRANCO, S. M.; LEÃO, A. L. M. S. As “marcas” de uma nova fronteira vinícola: identidade cultural das marcas de vinhos do Vale do São Francisco. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 13, n. 3, p. 393-413, 2014

FREIRE, Keline Pereira. Das primeiras produções à retomada: as representações do Nordeste no cinema brasileiro. 2017.

G1 SE. Cânion de Xingó atrai turistas para Canindé de São Francisco - **notícias em Riquezas do Sertão 2015**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/se/sergipe/riquezas-do-sertao/noticia/2015/11/canion-de-xingo-atrai-turistas-para-caninde-de-sao-francisco.html>> Acesso em: 25/05/2020

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GOBBO, Sonia Maria et al. O merchandising editorial: as localidades turísticas na tela da Globo. 2006.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE-revista de administração de empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

MINAYO, Maria Cecília de Souza et al. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. In: **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 2001.

JUVELLA, Solange Benites et al. A conexão dos consumidores frente aos programas televisivos. **Revista de Administração da Unimep**, v. 15, n. 2, p. 152-178, 2017.

KAIROS ESCOLA FORMAÇÃO DE ATOR. **Gravação Velho Chico Alagoas Kairos**. 2016. Disponível em: <<https://youtu.be/zwZL4NjZBs8>> Acesso em 05/05/2020.

KRIPKA, Rosana; SCHELLER, Morgana; BONOTTO, Danusa Lara. Pesquisa documental: considerações sobre conceitos e características na pesquisa qualitativa. **CIAIQ2015**, v. 2, 2015.

LEITE, Cristiane Kerches da Silva; FONSECA, Francisco César Pinto da; HOLANDA, Bruna de Moraes. Imágenes y narrativas del Bolsa Familia: análisis de la retórica de la gran prensa. **Revista de Administración Pública**, v. 53, n. 5, p. 879-898, 2019.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Memória e identidade na telenovela brasileira. **Anais**, 2014.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. 1986.

MARCONI, Marina de Andrade et al. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

PEREIRA, Bill; AYROSA, Eduardo André Teixeira; OJIMA, Sayuri. Consumo entre gays: compreendendo a construção da identidade homossexual através do consumo. **Cadernos Ebape. br**, v. 4, n. 2, p. 01-16, 2006.

PESCE, Lucila; DE MOURA ABREU, Claudia Barcelos. Pesquisa qualitativa: considerações sobre as bases filosóficas e os princípios norteadores. **Revista da FAEBA-Educação e Contemporaneidade**, v. 22, n. 40, p. 19-29, 2019.

ROCHA, Silvia Pimenta Veloso. O homem sem qualidades: modernidade, consumo e identidade cultural. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 2, n. 3, p. 111-122, 2008.

SIFUENTES, Lirian. PERSONAGEM DE NOVELA OU MULHER DA VIDA REAL? Mediações culturais na conformação da identidade feminina. **Revista Contracampo**, n. 20, p. 64-78, 2009.

MAFFESOLI, Michel. Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade. **Revista Famecos**, v. 8, n. 15, p. 74-82, 2001.

TONDATO, Marcia Perencin. Viajando com a telenovela: o turismo ficcional como ampliação de universos simbólicos e materiais. In: **I Congresso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV)**. Málaga-Sevilla,

23-25 de mayo de 2012. Editores: Virginia Guarinos, María Jesús Ruiz (pp. 1062-1077). Sevilla: Universidad de Sevilla, Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías. 2012.

VASCONCELOS, Cláudia Pereira. A construção da imagem do nordestino/sertanejo na constituição da identidade nacional. **Anais do 2º Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**, 2006.

MELLO, Djalma. **A IMPORTÂNCIA DA IMPRENSA**. 2012. Disponível em: <<http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas/noticia.php?c=209710>> Acesso em 15/04/2020.

VARGAS, Herom. **Hibridismos musicais de Chico Science & Nação Zumbi**. Ateliê Editorial, 2007.

YAMANY, Priscila. **Locações de “Velho Chico” uma viagem pelo interior nordestino**. Disponível em: <<https://www.skyscanner.com.br/noticias/inspiracao/locacoes-de-velho-chico-uma-viagem-pelo-interior-nordestino>> Acesso em: 25/05/2020.

## APÊNDICE

### APÊNDICE A - Lista de códigos obtidos através das notícias e vídeos

<b>Cód.</b>	<b>Nome</b>
Cód. 01	Modernização no sertão
Cód. 02	A receptividade é uma das características do povo nordestino
Cód. 03	A transação de barcos no Rio Capibaribe é admirável
Cód. 04	As belezas naturais do Nordeste
Cód. 05	O Sertão é um lugar cruel.
Cód. 06	O Sertão é considerado um lugar desconhecido
Cód. 07	A seca, o calor, os cactos e pedras como símbolos do sertão.
Cód. 08	A TV aberta não gera muitas oportunidades para os profissionais nordestinos.
Cód. 09	A presença da elite no sertão.
Cód. 10	A presença do machismo ainda é muito presente no Sertão nordestino.
Cód. 11	Homofobia no sertão.
Cód. 12	A falta de estrutura para comunicação no sertão.
Cód. 13	O Nordeste possui uma enorme diversidade de paisagens.
Cód. 14	A fauna nordestina.
Cód. 15	A força do sertão.
Cód. 16	A seca e as diferenças sociais.
Cód. 17	Os ritmos e sons do sertão.
Cód. 18	Recursos nada fáceis são utilizados.
Cód. 19	A dificuldade da desconstrução de gênero.

Cód. 20	A vida solitária de um viúvo no sertão.
Cód. 21	Comunidade instalada sob formação rochosa no sertão.
Cód. 22	A árida paisagem do interior nordestino.
Cód. 23	O distanciamento do ambiente urbano.
Cód. 24	Misticismo religioso.
Cód. 25	O grande número de atores da região.
Cód. 26	A paisagem real e sem filtro do sertão.
Cód. 27	As fábricas no âmbito nordestino.
Cód. 28	O sertanejo como valentão.
Cód. 29	O sertão tem acesso à informação.
Cód. 30	Mulher nordestina e sua coragem, ainda não valorizada.
Cód. 31	Sucesso do enredo da novela.
Cód. 32	Gravações em diferentes locais do nordeste.
Cód. 33	Nordeste como resistência cultural e artística.
Cód. 34	Nordeste como referência no cinema nacional.
Cód. 35	Técnicas de iluminação destaca a realidade da terra.
Cód. 36	Índice pluviométrico de Cabeceiras é baixo.
Cód. 37	O sucesso do cordel no nordeste.
Cód. 38	O artesanato de couro para figurinos nas telenovelas.
Cód. 39	Críticas ao sotaque nordestino.
Cód. 40	Aumento do turismo na região.
Cód. 41	O Nordeste como foco da teledramaturgia.
Cód. 42	O encantamento com a realeza europeia e as lendas heróicas do Nordeste
Cód. 43	O Nordeste no século XIX.



Cód. 44	O cenário dos reinos europeus no sertão do Brasil.
Cód. 45	Mistura dos contos da realeza com as crendices do nordeste.
Cód. 46	Cortes nobres europeias às lendas fantásticas do sertão.
Cód. 47	O feminismo no sertão.
Cód. 48	A crescente visualização do sertão.
Cód. 49	O amor pela cultura e pelo povo Nordestino.
Cód. 50	Novela cordel encantado considerado um enredo ousado e inventivo.
Cód. 51	Público se encanta com o mundo fantasiado da novela.
Cód. 52	Cangaço no sertão em destaque.
Cód. 53	Morte de ator na região em que gravou duas novelas.
Cód. 54	Produção gravada no sertão tem destaque de audiência em reprise.
Cód. 55	Público percebe corte de cenas em reprise de novela.
Cód. 56	Cordel encantado no top 6 das melhores audiências da última década
Cód. 57	Novela com enredo nordestino reprisada na Europa.
Cód. 58	Produção gravada no sertão tem boa de audiência em Portugal.
Cód. 59	As lendas heróicas do sertão brasileiro conquistam o público.
Cód. 60	Globoplay ganha versão original de Cordel Encantado.
Cód. 61	A presença de estereótipos sobre o nordeste.
Cód. 62	Nordeste como produtor de frutas.
Cód. 63	A sociedade recifense do fim do século 19.
Cód. 64	A mistura de atores da TV com pessoas da região.
Cód. 65	O sotaque diferente da região.
Cód. 66	O cenário entre Petrolina, sertão pernambucano e Paulo Afonso, na Bahia.
Cód. 67	Minissérie desenvolve projeto para versão espanhol.

Cód. 68	Amores roubados conta sua história no sertão nordestino.
Cód. 69	Sensação do verão, em uma mistura de sentimentos, ação e mistério.
Cód. 70	Amores roubados é adquirida pelo grupo MBC.
Cód. 71	Ator brasileiro é escolhido para adaptação em espanhol.
Cód. 72	Colombiana é escalada para adaptação em espanhol.
Cód. 73	Adaptação em espanhol concorre à premiação.
Cód. 74	Ator nordestino com diversos trabalhos na tv aberta.
Cód. 75	Gravações realizadas em várias locações em Pernambuco.
Cód. 76	Pernambuco é bastante usado para gravações.
Cód. 77	Figurino baseado no estilo usado na região.
Cód. 78	Música regional como trilha sonora.
Cód. 79	A música como ponto forte.
Cód. 80	Os artistas regionais tiveram lugar de destaque na seleção musical do novo programa.
Cód. 81	As cores da cidade nordestina.
Cód. 82	Recife como um lugar de "pobreza".
Cód. 83	Apesar do frevo, Recife tem uma coisa de vazio, de solidão, de melancolia.
Cód. 84	O modo de falar do pernambucano virou meme.
Cód. 85	A marcante construção na arquitetura do Recife.
Cód. 86	Os 4 casos da mesma noite na cidade do Recife.
Cód. 87	Realismo da fotografia é destaque na produção.
Cód. 88	Destaque de grande audiência.
Cód. 89	Justiça é sucesso já no primeiro dia de estreia.
Cód. 90	Produção de qualidade e realidade do que se costuma ver na tv brasileira.
Cód. 91	Descuidos em detalhes de cenas não deixam de ser notado.

Cód. 92	Recife aparece como destaque importante na série.
Cód. 93	A minissérie faz o público questionar e refletir sobre a justiça em diferentes pontos.
Cód. 94	Produção gera bons frutos a capital pernambucana.
Cód. 95	Produções no Nordeste concorrem ao Emmy.
Cód. 96	Contratação de profissionais da região durante as gravações.
Cód. 97	Aumento da produtividade local devido à produção.
Cód. 98	Valorização cultural através da produção.
Cód. 99	Pesquisas locais.
Cód. 100	A estreita relação com o nordeste.
Cód. 101	Figurinos dos personagens deixam os telespectadores confusos.
Cód. 102	Mudança dos personagens confunde.
Cód. 103	Horário nobre discute a sustentabilidade.
Cód. 104	Quebra de padrões ideológicos marca a novela.
Cód. 105	Racismo presente no nordeste.
Cód. 106	História de amor emoldurada por crítica social.
Cód. 107	Baixos índices de audiência nos capítulos finais.
Cód. 108	Morte de ator em período de gravação marcou a novela.
Cód. 109	Retirada do catálogo internacional por não fazer o perfil de novela desejada.
Cód. 110	Bahia como cenário.
Cód. 111	Caatinga como cenário.
Cód. 112	Atriz estuda a cultura local.
Cód. 113	Cantora nordestina recebe críticas após anunciada como parte do elenco.
Cód. 114	A arquitetura típica local do início do século XX.
Cód. 115	Fazenda de cacau na cidade de Ilhéus.

Cód. 116	Remake com cena marcante alterada.
Cód. 117	Alteração da exibição do final, devido ao apagão do nordeste.
Cód. 118	Inspirada no livro do baiano Jorge Amado.
Cód. 119	Romance que foge do padrão de época.
Cód. 120	Estreia de atores baianos, importante para a cultura.
Cód. 121	Autor admira sua obra retratada na TV brasileira.
Cód. 122	Autora relembra cena marcante de Gabriela em novela.
Cód. 123	Baseado em obra de Nelson Motta.
Cód. 124	Carnaval baiano como cenário.
Cód. 125	Homenagem às religiões afro-brasileiras.
Cód. 126	Elenco com participações de nordestinos.
Cód. 127	Censura no enredo da minissérie.
Cód. 128	Reprisada em forma de longa-metragem.
Cód. 129	Transformação da atriz para características mais baianas.
Cód. 130	Atriz do canto da sereia volta a ter personagem inspirada em mitologia.
Cód. 131	Bahia como cenário de várias produções.
Cód. 132	Atriz relembra personagem com foto em que destaca a cultura baiana.
Cód. 133	Divergência de realidade étnica.
Cód. 134	Críticas à falsas profissões dos personagens.
Cód. 135	A trama que não deslançou no nordeste.
Cód. 136	Audiência no estado do centro-sul, e sudeste.
Cód. 137	Questões de LGBTQ+ e homossexualismo relatado na trama.
Cód. 138	Destaque de uma vilã de sucesso em novela nordestina.
Cód. 139	Nordeste em destaque na novela com bons índices de audiência.

Cód. 140	Gravada na Bahia, mostra a cultura dos cantores de Axé.
Cód. 141	Com bom desempenho novela estreia no Panamá com título alterado.
Cód. 142	Produção gera revolta na população.
Cód. 143	As famosas locações de Salvador.
Cód. 144	A falta de personagens nordestinos.
Cód. 145	A fotografia opaca da região.
Cód. 146	Mercado Internacional.
Cód. 147	A falta de negros como protagonistas.
Cód. 148	A responsabilidade social sobre o racismo.
Cód. 149	Tortura e violência.
Cód. 150	Cenas chocantes de abuso sexual.