
Nordeste na televisão: percepções do público sobre a novela “Mar do Sertão”¹

Mariana Basso APOLINÁRIO²

Valquíria Michela JOHN³

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

Telenovelas são basilares para a cultura brasileira desde o seu surgimento. Como sua produção se concentra no eixo Rio-São Paulo, surge o questionamento de como as outras regiões do país são retratadas. Este texto apresenta resultados parciais de um estudo de recepção da novela “Mar do Sertão” e as representações do Nordeste na obra. A pesquisa contou com um questionário online sobre o consumo midiático do público e a novela “Mar do Sertão”, além do entendimento sobre identidade e nordestinidade. Os resultados apontam que a representação nordestina na novela ressoou positivamente com os espectadores provenientes da região, que reconheceram nela sua própria identidade. Percebe-se uma necessidade de representação sentida pelo público nordestino e contrastes entre percepções desse público e de pessoas de outras regiões.

PALAVRAS-CHAVE: telenovelas; representação; identificação; Nordeste; públicos.

Introdução

Quando assistimos a um filme, série ou telenovela produzida no Brasil, não achamos estranho ouvir o “S” com som de “X” do carioca, ou a palatalização do “T” quando um personagem chama a irmã da sua mãe de “tchia”. Quando há um sotaque que difere um pouco disso, normalmente o modo de falar do personagem é um indicativo de seu local de origem e até um fator determinante da sua personalidade.

O modo como as diferentes regiões do Brasil são retratadas na produção audiovisual podem ser consideradas reflexo da hierarquização social das múltiplas identidades regionais existentes no país e, ao mesmo tempo, algo que auxilia sua perpetuação. O eixo Rio-São Paulo concentra a maior parte da produção brasileira, e, por consequência, os sotaques e costumes cariocas e paulistas são tratados como o “normal”. O Nordeste, foco deste trabalho, possui um histórico de rebaixamento e preconceito em relação às outras regiões do país. Segundo Tamanini e Silva (2019), o

¹ Trabalho apresentado no IJ04 - Comunicação Audiovisual da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduanda em Relações Públicas pela Universidade Federal do Paraná. Email: mbassoapolinario@gmail.com

³ Doutora em Comunicação e Informação. Professora permanente do PPGCOM e dos cursos de graduação do Decom/UFPR. Email: valquiriajohn@ufpr.br

discurso unidimensional de representação do Nordeste é um que, desde o ambiente escolar até o que é veiculado nos meios de comunicação de massa, “mantém velhas relações históricas de poder (Centro-Sul versus Norte/Nordeste) e envolve procedimentos de exclusão, silenciando outros modos de dizer/mostrar a região, e apresenta um só sentido como natural e real” (TAMANINI, SILVA, 2019, p. 8).

Para o trabalho em questão, voltamos nosso olhar para a ficção seriada brasileira e seu produto mais forte: as telenovelas. Embora a produção audiovisual brasileira tenha avançado nos últimos anos, explorando histórias sobre grupos marginalizados e sub-representados, quando se fala de narrativas sobre o Nordeste a situação não mudou muito nos últimos 100 anos de indústria. As produções midiáticas continuam representando uma região rural, religiosa, patriarcal, desértica e baseada no latifúndio, o que não necessariamente corresponde ao Nordeste do século XXI (MARINHO, 2014).

O que acontece, portanto, quando uma narrativa idealizada no Sudeste tenta retratar a região? Em 2022, estreou na Rede Globo a novela “Mar do Sertão”, que leva o Nordeste no nome e na sua identidade enquanto produto. Foi criada por Mário Teixeira e teve a direção artística comandada por Allan Fiterman, e, embora nenhum dos dois seja nordestino, houve uma preocupação em trazer artistas nordestinos para a frente das câmeras: cerca de 20 atores do elenco têm origem nordestina (UOL, 2022).

Considerando esse contexto, este trabalho tem como objetivo geral investigar a recepção da novela “Mar do Sertão”, analisando se a representação do Nordeste na obra condiz com a realidade da região, a partir da visão do público que acompanhou a telenovela. Com base nos Estudos Culturais, este trabalho realiza um estudo de recepção sobre a obra, fazendo uso das técnicas de questionário e entrevista para explorar como produtos como a novela supracitada contribuem para a construção identitária do povo nordestino. Na perspectiva da Comunicação, o estudo proposto neste trabalho encontra sua importância na possibilidade de compreender o papel da mídia na formação identitária dos nordestinos, em um meio presente no cotidiano da maioria dos brasileiros, a televisão. Especificamente no campo das Relações Públicas, esse tipo de pesquisa pode ajudar a determinar se os meios de comunicação atuais, especialmente as produções audiovisuais para televisão, conseguem se comunicar com o público da região de forma eficaz. Além disso, explora as necessidades e desejos do público da novela em relação ao que é representado nessas produções.

Contextualizando “Mar do Sertão”

Embora boa parte das narrativas dos programas da Rede Globo sejam ambientadas na região Sudeste, eventualmente aparecem produções que retratam outras regiões do Brasil, como *Cordel Encantado* (2011), uma novela “de época” que contou com filmagens em Sergipe e Alagoas (GLOBO, 2021a), ou “Araguaia”, cuja trama gira em torno do rio homônimo que nasce em Goiás e faz a divisa natural entre Mato Grosso, Goiás, Tocantins, Maranhão e Pará (GLOBO, 2021b).

“Mar do Sertão” foi uma novela da faixa “das seis”, que teve seu primeiro capítulo exibido em 22 de agosto de 2022 na Rede Globo, após programações especiais na emissora para ativar o público e mostrar os bastidores da produção. A novela teve fim em 18 de março de 2023, totalizando 178 capítulos. Em 15 de abril de 2024, estreou na faixa das 18h a novela “No Rancho Fundo”, que faz parte do mesmo universo de “Mar do Sertão”, contando com o retorno de alguns personagens (GSHOW, 2024).

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

Allan Fiterman, responsável pela direção artística, começou a carreira em produções em Los Angeles e participa de projetos da Globo desde 2008. Para construir a ambientação de “Mar do Sertão”, a equipe viajou para Pernambuco e Alagoas, além de basear a cidade de Canta Pedra no centro histórico de Piranhas, município do interior alagoense (O FUXICO, 2022). A produção da novela teve, por outro lado, uma preocupação em incluir atores nordestinos para protagonizar a trama: boa parte dos personagens principais é proveniente da região, dentre eles paraibanos, baianos, pernambucanos e cearenses (UOL, 2022).

A novela começa com o casal principal, Candoca e Zé Paulino, noivos que vão se casar em breve. Porém Tertulinho, filho do Coronel Tertúlio e de Deodora, volta para

Canta Pedra após alguns anos morando na “capital” (não especificada) e se apaixona por Candoca. Zé Paulino trabalha para o Coronel, que o envia com Tertulinho para uma viagem. Nessa viagem, os dois jovens sofrem um acidente e Zé Paulino é dado como morto. Depois do acidente, Candoca descobre que está grávida. Tertulinho volta para casa e conquista Candoca, prometendo criar o filho dela como seu e ajudá-la a conquistar o sonho de estudar medicina. Enquanto isso, Zé Paulino estava vivo, recuperando-se do acidente, e volta para Canta Pedra no dia do casamento de sua amada com o rival. Ele decide ir embora.

Dez anos depois, Zé Paulino é um empresário bem-sucedido e volta para sua cidade natal com o objetivo de melhorar a vida do povo do sertão. Reencontra Timbó, seu amigo e sertanejo que proporciona o principal alívio cômico da trama, e tenta reconquistar Candoca. Quem também volta para a cidade é Xaviera, que tinha um caso com Tertulinho na época em que ele morava na capital, e se aproxima de Zé Paulino. Deodora, principal vilã da novela, despreza Candoca por sua origem humilde e detesta Zé Paulino por ter voltado e abalar o casamento do filho dela. Ao longo da trama, os mocinhos têm seu amor colocado à prova por armações da família do Coronel e, ao mesmo tempo, lutam por justiça social enfrentando a corrupção e o monopólio de poder que existe na política de Canta Pedra.

Cada capítulo de “Mar do Sertão” se encerrava com uma dupla de repentistas anunciando as cenas do próximo capítulo em formato de música. Palmito e Totonho foram interpretados por Lukete e Juzé, artistas paraibanos que escreveram e apresentaram 177 repentes no total (GSHOW, 2023). O sucesso da dupla foi tamanho que estão, atualmente, reprisando os papéis na novela “No Rancho Fundo”.

Representação e Identidades

Para melhor compreender a influência da televisão e das telenovelas sobre o cotidiano brasileiro e construir esta pesquisa, a perspectiva dos Estudos Culturais é central. O modo como marcamos a diferença e classificamos as práticas, objetos, rituais e até as pessoas em uma sociedade é fortemente influenciada pela cultura na qual estamos inseridos. Quando um grupo de pessoas interpreta o mundo de maneira semelhante, ou seja, realiza o compartilhamento de significados culturais, seus membros

consideram os mesmos critérios ao dizer se algo é bom ou ruim, superior ou inferior (HALL, 2016). A cultura faz com que consigamos (e, muitas vezes, sintamos a necessidade de) definir a nossa identidade ao colocar o nosso cotidiano, nossos sentimentos e preferências pessoais em contraste com os sistemas políticos e econômicos em vigor na sociedade onde vivemos. A subjetividade, nossos pensamentos e emoções conscientes e inconscientes, permite explicar por que nos apegamos a identidades particulares (WOODWARD, 2000).

Não podemos falar de identidade sem relacioná-la às relações de poder vigentes - quem detém o privilégio de classificar grupos também possui o poder de atribuir valor a eles. Essa dinâmica traz também o processo de “normalização”, quando uma identidade é colocada como sendo a norma, e ela adquire tal força de que não é vista como *uma* identidade, mas como *a* identidade (SILVA, 2000).

A Teoria do Reconhecimento, de Axel Honneth, também auxilia no entendimento do processo de construção da identidade social:

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

Portanto, é possível dizer que a cultura de uma sociedade influencia no modo como os indivíduos se reconhecem, e, conseqüentemente, constroem sua identidade. Apesar de Honneth não a considerar um fator relevante em sua teoria, a mídia tem um papel importante nesse processo através das representações. Woodward (2000) explica que “é por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e aquilo que somos” (WOODWARD, 2000, p. 18). Sendo assim, como uma representação do Nordeste pode impactar os moradores da região?

Antes de explorar essa questão, é importante nos situar no que diz respeito à existência de uma “identidade nordestina”, com características que unem os nove estados da região. Para Durval Muniz de Albuquerque Jr. (1999), há décadas a mídia representa o Nordeste de modo a homogeneizar e estereotipar o nordestino destacando

suas características e vivências “negativas”: a pobreza, a loucura religiosa, a violência do cangaço. Por meio da repetição, essas representações são entendidas como a verdade.

Para os fins deste trabalho, é válido considerar a seção em que Albuquerque aborda a construção da ideia de Nordeste:

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

A identidade nordestina, portanto, existe e é algo que transpassa os habitantes da região, fazendo parte da memória coletiva. Trazendo a ideia de que a região Nordeste surgiu antes da própria nação brasileira, podemos pensar a identidade nordestina também como um tipo de identidade nacional (neste caso, regional). Sobre elas, Hall considera que “não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas; no interior da representação” (HALL, 2006, p. 48). Ele explica, ainda, que as identidades nacionais são como “comunidades imaginadas”, nas quais um mesmo discurso ajuda a construir um sentido comum sobre o local onde se vive e as relações lá construídas. Sendo assim, não podemos esquecer o contexto histórico, cultural e político que originou o que entendemos como Nordeste. Mas, ao mesmo tempo, as representações veiculadas desde a década de 1920 contribuíram para a construção de uma identidade: reconhecer-se como nordestino é algo que carrega simbolismo e significado

Telenovelas no Brasil

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

Com a popularização cada vez maior dos serviços de *streaming* e outras formas de entretenimento online, é natural refletir se a televisão tem realmente um impacto

significativo no cotidiano do brasileiro. O que podemos afirmar é que as novelas são um tipo de mídia totalmente singular: duram cerca de 6 meses, com capítulos diários exibidos sempre no mesmo horário. O autor da novela começa a obra sem saber exatamente como ela vai acabar, pois pesquisas de opinião, oscilações de audiência e até imprevistos ao longo da (longa) produção podem mudar totalmente o rumo da trama. Além disso, a história não pode ter uma resolução simples e rápida, mas, ao mesmo tempo, cada capítulo precisa ter um clímax.

Apesar dessa complexidade, a novela tem um trunfo: o de estar todos os dias na casa das pessoas. Torna-se familiar, parte do cotidiano. Permite um escape: liberta o espectador da angústia do dia a dia. Mergulhar nos conflitos causados pelas ações dos personagens, raramente por questões existenciais, traz uma catarse e libertação da ansiedade da audiência (TÁVOLA, 1996).

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

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

Metodologia

A proposta deste trabalho foi de desenvolver uma pesquisa exploratória de caráter quantitativo e qualitativo, fundamentada nos Estudos Culturais e nos Estudos de

Recepção. Para a coleta de dados, o instrumento de questionário online⁴ foi utilizado, levando em conta que “investigar a telenovela exige pensar tanto o espaço da produção como o tempo do consumo, ambos articulados pela cotidianidade (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos (gêneros) do meio televisão” (LOPES, 2000, p. 99). A partir dessa percepção, entende-se que as características da produção e veiculação de telenovelas impactam profundamente os métodos de análise das mesmas, e na recepção é fundamental levar em conta a experiência pessoal das fontes e sua relação individual e coletiva com o objeto de estudo.

O questionário online, hospedado na plataforma SurveyMonkey, foi composto de 27 perguntas, sendo 13 de múltipla escolha e 14 abertas, dividido em três seções: dados gerais do respondente; questões sobre os hábitos de consumo de telenovelas do participante; e questões acerca da novela “Mar do Sertão” e representação nordestina. Em circulação de 19 de dezembro de 2023 até 04 de abril de 2024, coletou 202 respostas, consideradas amostra não-probabilística.

Perfis dos participantes

Para os fins desta pesquisa, foram analisados apenas os dados das pessoas que responderam que assistiram a novela “Mar do Sertão”, seja parcialmente ou completa. Dessa forma, podemos entender o impacto da novela em suas percepções e visões de mundo. Inicialmente havia a intenção de filtrar essas respostas e considerar apenas as de respondentes nordestinos, porém optou-se por não descartar as demais em prol da visão mais ampla que essa análise pode gerar.

Os dados mostram perfis dominantes entre os respondentes: uma grande maioria de paraibanos (28%) e paranaenses (26,2%), o que se justifica por experiências pessoais da pesquisadora. Outro perfil que pesa nas respostas é o de mulheres heterossexuais: 70,1% dos respondentes se identificam com este gênero e sexualidade. Essa proporção coincide com os dados que indicam que as mulheres são a parcela de público que mais

⁴ O comitê de ética da Universidade Federal do Paraná entende que pesquisas de opinião pública não necessitam tramitar no comitê. O questionário online, instrumento ao qual este trabalho se refere, foi distribuído em redes e plataformas nos moldes de pesquisa de opinião pública, sem contato direto com as fontes. Desse modo, não houve a necessidade de trâmite pelo comitê de ética da Universidade.

consome telenovelas: “a existência de um grupo estável de mulheres que ‘sofrem e vivem’ os enredos novelescos garantiria o sucesso das novelas” (HAMBURGER, 2005, p.50).

O questionário também explora os hábitos de consumo midiático dos respondentes, para entender até que ponto uma produção televisiva estaria presente nos seus cotidianos. É importante mencionar que 106 dos 107 respondentes disseram que a Rede Globo é uma das emissoras em que mais assistem novelas. Isso reforça a abrangência da emissora em todas as regiões do país e reitera a importância de analisar as produções ficcionais da Globo. É a produtora que atinge o maior número de brasileiros, presente em mais de 98% dos municípios do país (GLOBO, 2023), portanto não podemos subestimar o impacto potencial do que é transmitido para o desenvolvimento, manutenção e perpetuação da cultura nacional.

Além disso, todos os respondentes da pesquisa acompanharam a novela enquanto era transmitida na Globo. Um número menor de respondentes afirmou acompanhar tanto nas transmissões diárias quanto pelo *streaming* Globoplay, mas nenhum dos participantes assistiu a novela após sua transmissão ou apenas pela plataforma. Vemos na pesquisa um protagonismo da TV aberta nos hábitos de consumo. A televisão linear, ou seja, com a programação assistida simultaneamente enquanto é transmitida, continua sendo a mais forte no Brasil. (KANTAR IBOPE MEDIA, 2024).

A Recepção de “Mar do Sertão”

A partir da pergunta 16 do questionário, as questões eram direcionadas para a novela “Mar do Sertão”, opiniões sobre nordestinidade e sobre as representações presentes na novela. Foi possível entender as motivações que levaram os respondentes a assistir “Mar do Sertão”, com respostas envolvendo hábito, influência familiar, interesse pelo enredo e pela representação nordestina. Há afirmações como “Estava home office e meus pais acompanhavam a novela” (Respondente A), “Minha avó assistia e gostava, então passei a assistir com ela” (Respondente B), “Meu pai assistiu e eu via com ele” (Respondente C). Percebemos aqui a influência da família no consumo midiático, pesando na seleção do que é assistido em casa. Conforme afirma Mônica Zacarias (2005) ao estudar a relação entre televisão e núcleos familiares, “a Família desempenha

Fonte: A autora (2024).⁶

Muitos dos respondentes nordestinos que elaboraram mais suas respostas fizeram questão de destacar que cada estado tem também sua própria identidade, além da nordestina como um todo. As opiniões trazem elementos como cultura, economia, folclore, música e diversos outros para falar sobre a identidade nordestina.

Já os respondentes que não nasceram no Nordeste foram mais reticentes em dizer que existe uma identidade nordestina. Mais pessoas iniciaram suas respostas com “acho”, “acredito” e semelhantes do que aqueles que nasceram no Nordeste. Um fator também se destaca no grupo: associar a identidade nordestina à luta, sobrevivência, superação de adversidades. Houve também menções sobre a leveza, alegria e humor do povo nordestino, porém, no geral, podemos perceber que há uma visão sobre a identidade nordestina muito relacionada às dificuldades de sobrevivência; a vida como um constante esforço.

O questionário se encaminhava para o final abordando como “Mar do Sertão” se saiu ao representar o Nordeste e os nordestinos. Embora também tenha recebido a maior parte de respostas positivas, tanto considerando os resultados gerais quanto os respondentes nordestinos, as respostas a essa questão vêm com ressalvas. Enquanto acreditam que a representação de “Mar do Sertão” tenha sido bem-sucedida, muitos reconhecem que a novela fez uso de estereótipos e exageros ao retratar o Nordeste e nas atitudes, falas e sotaques dos personagens:

Mar do Sertão abriu caminho...embora tenha representado ainda um pouco de humor "exagerado", a novela mostrou uma identidade, principalmente quando respeitou o sotaque dos artistas nordestinos. (Respondente F)

Em boa parte sim. Embora o Nordeste não se resuma ao sertão que o pano de fundo dessa obra... (Respondente G)

Uma resposta que traz uma reflexão interessante é a seguinte: “Diferente das novelas ambientadas no eixo Rio-São Paulo, as cidades do Nordeste sempre são fictícias, e isso, não nos representa, como por exemplo, Canta Pedra, Brogodó (Cordel Encantado) e Vila dos Ventos (Flor do Caribe)” (Respondente F). No caso de “Mar do Sertão”, tampouco sabemos em qual estado da região Canta Pedra se localiza. Seria essa uma tentativa de homogeneizar a região e evitar uma representação mais verossímil?

⁶ Imagem elaborada com o software NVivo.

Nas novelas do eixo Rio-São Paulo, até bairros específicos dessas cidades são retratados. Essa especificidade geográfica permite representar diferentes tipos sociais sem generalizar as características do “carioca” ou do “paulista”. Em uma representação que não se localiza, economiza-se tempo e dinheiro retratando toda uma cultura como uma coisa só, distante e genérica.

Considerações Finais

Este texto traz os principais achados de uma pesquisa mais ampla, que realizou um estudo de recepção para investigar a recepção da novela “Mar do Sertão”, analisando, a partir de percepções do público, se a representação do Nordeste na obra condiz com a realidade da região. Através da base teórica dos Estudos Culturais, a pesquisa apresentou os conceitos de identidade, representação e identidade nordestina. O questionário aplicado indica que a recepção de “Mar do Sertão” enquanto novela foi majoritariamente positiva. No que tange à representação, respondentes nordestinos puderam ver na obra diversos aspectos que remetem à identidade nordestina, enquanto respondentes de outras regiões continuam associando o Nordeste à luta, dificuldades e superação de desafios.

Este trabalho abre margem para novos questionamentos e pesquisas. Há a oportunidade de realizar estudos comparativos entre as perspectivas de pessoas de todas as regiões brasileiras em relação ao Nordeste, além de trabalhos que investiguem as múltiplas identidades regionais existentes no país. Espera-se que este trabalho contribua para o panorama dos Estudos de Recepção e que, a partir de outras produções audiovisuais, pesquisas na área da Comunicação sigam investigando e instigando melhoras nas representações que chegam ao público brasileiro.

REFERÊNCIAS

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

ALBUQUERQUE Jr., Durval Muniz. **Nordestino: uma invenção do falo** – uma história do gênero masculino. Maceió: Edições Catavento, 2003.

ALMEIDA, Flavia. Mar do Sertão: Diretor artístico, Allan Fiterman começou no cinema internacional. **O Fuxico**, 2022. Disponível em: <https://www.ofuxico.com.br/novelas/mar-do-sertao/mar-do-sertao-diretor-artistico-allan-fiterman-comecou-no-cinema-internacional/>. Acesso em: 17 de dez de 2022.

BRESSAN JÚNIOR, Mario Abel. **A memória afetiva e os telespectadores: um estudo do Canal Viva**. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/7407/2/TES_MARIO_ABEL_BRESSAN_JUNIOR_COMPLETO.pdf. Acesso em: 13 de jun. 2024.

COLLINS, Patricia Hill; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade**. Tradução de Rane Souza. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2021.

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

GLOBO. **Memória Globo**, 2021a. Novelas: Cordel Encantado. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/cordel-encantado/noticia/bastidores.gh.html>. Acesso em: 1 de nov. 2023

GLOBO. **Memória Globo**, 2021b. Novelas: Araguaia. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/araguaia/noticia/trama-principal.gh.html>. Acesso em: 1 de nov. 2023

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

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

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

HONNETH, Axel. **Luta por Reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais**. 2ª ed. São Paulo: Editora 34, 2003.

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

JUZÉ e Lukete, os repentistas de Mar do Sertão, se emocionam com cena surpresa da novela. **Gshow**, 2023. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/mar-do-sertao/noticia/juze-e-lukete-os-repentistas-de-mar-do-sertao-se-emocionam-com-a-cena-final-da-novela.gh.html> Acesso em: 23 de jun. 2024.

KANTAR Ibope Media. Inside Video 2024. **Kantar Ibope Media**, 2024. Disponível em: <https://kantaribopemedia.com/inside-video-2024-2/?submissionGuid=a4fdd221-f0a4-4b51-b880-b5e987f89a6f> . Acesso em: 21 de jun. 2024.

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

LOPES, M. I. V. et al. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

MAR do Sertão: Quem é o autor da novela das 18h da Globo? **Na Telinha**, 2022. Disponível em:

<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2022/08/09/mar-do-sertao-quem-e-o-autor-da-novela-das-18h-da-globo-185784.php> Acesso em: 17 de dez de 2022.

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

PAVÃO, Felipe. Após críticas, Globo traz atores nordestinos para retratar sertão em novela. **UOL**, 2022. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2022/08/22/mar-do-sertao-novela-das-18h-estreia.htm>

Acesso em: 23 de jun. 2024.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e Diferença: A Perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

TAMANINI, Paulo Augusto; SILVA Enoch Douglas Roberto da. **O Nordeste, as imagens e o ensino: o real e o imaginário na iconografia da seca**. Revista Linhas. Florianópolis, v. 20,n. 43,p. 317-337,maio/ago.2019. Disponível em:

<https://revistas.udesc.br/index.php/linhas/article/view/1984723820432019317/pdf>. Acesso em: 2 de nov. 2023

TÁVOLA, Artur da. **A telenovela brasileira: análise, história e conteúdo**. São Paulo: Globo, 1996.

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

ZACARIAS, M. C. O.. **Família e Televisão**: Bem mais que dominação e subordinação. Observatório da Imprensa (São Paulo) , v. 352, p. 1, 2005.