

Telenovela brasileira

Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

*Professora titular¹ da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP); coordenadora do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP; coordenadora do CETVN – Centro de Estudos de Telenovela da ECA-USP, onde dirige o Projeto OBITEL – Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva.
E-mail: telenovela@usp.br*

DISSERTAÇÃO

PRADO, Izabelle Cristine Carbonar do. **A adaptação de A Casa das Sete Mulheres:** o processo de tradução intersemiótica de uma obra literária para a televisão. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica). São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2010.

O objeto desta pesquisa é a minissérie *A Casa das Sete Mulheres*, de Walter Negrão e Maria Adelaide Amaral, adaptação do livro homônimo da autora gaúcha Letícia Wierzchowski, apresentada pela Rede Globo de Televisão entre janeiro e abril de 2003. Parte-se da hipótese de que o processo de tradução envolve não só questões de conteúdo como também de forma na transposição da história do texto de partida, além da possibilidade deste processo de tradução tornar a trama mais densa e enredada por conta da necessidade de manter os capítulos no ar por mais tempo, devido ao sucesso de audiência. A dissertação pretende compreender como os processos tradutório-comunicativos, inscritos no repertório sociocultural das sociedades mestiças, são necessários aos desdobramentos dos procedimentos de construção das telenovelas saídas de obras literárias.

ARTIGOS

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Telenovela e direitos humanos:** a narrativa de ficção como recurso comunicativo. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom – Caxias do Sul – RS, set. 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3347-1.pdf>>. Acesso em: set. de 2010.

Trata-se de uma reflexão sobre o caso da telenovela brasileira a partir de dois eixos. O primeiro demonstra como a telenovela no Brasil se incorporou, ao longo de sua história, à cultura do país, tornando-se um de seus elementos mais distintivos e aquele que, possivelmente, melhor caracteriza hoje uma narrativa da nação. O segundo defende a hipótese de que, por ter conseguido

* Com a colaboração de Ligia Maria Prezia Lemos, mestranda em Ciências da Comunicação – ECA-USP e bolsista CNPq da equipe CETVN – Centro de Estudos de Telenovela – ECA-USP.

1. Professora das disciplinas: Teoria da Comunicação

alta credibilidade, a telenovela brasileira tornou-se um espaço público de debates de temas representativos da modernidade que se vive no país, passando a ser, assim, um recurso comunicativo que, ativado, possibilita compartilhar os direitos culturais, a diversidade étnica e a convivência social, logrando maior consciência e motivação para práticas contra os conflitos e desigualdades que marcam a sociedade brasileira.

Palavras-chave: Telenovela brasileira, narrativa da nação, recurso comunicativo, modernidade brasileira.

DESIDÉRIO, Plábio Marcos Martins. **Merchandising social e os códigos da imagem televisiva:** a construção de significados na telenovela. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom – Caxias do Sul – RS, setembro de 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2705-1.pdf>>. Acesso em: set. de 2010.

O objetivo é analisar como a imagem televisiva desempenha um papel importante na construção do merchandising social nas telenovelas contemporâneas. Com isso, utilizar-se-á a perspectiva de Martine Joly, fundamentada em Roland Barthes, as discussões proposta por John Fisk, estudioso que ressalta a televisão como um discurso e a abordagem de Stuart Hall sobre codificação e decodificação. Além disso, tem-se a intenção de perceber como o merchandising social está presente na imagem televisiva e essa constituída por códigos contribui para aproximar a prática do merchandising social e o público.

Palavras-chave: Merchandising social, códigos, televisão.

LIVROS

PROJETO MEMÓRIA GLOBO. **Guia ilustrado TV Globo:** novelas e minisséries. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

Até janeiro de 2010, a dramaturgia da TV Globo lançou 252 novelas e 66 minisséries, que consolidaram o gênero como um dos entretenimentos mais populares do país. Este livro apresenta os resumos dessas produções, acompanhados por fotos, além de histórias de bastidores, como os frequentes embates com a Censura Federal durante o regime militar. A primeira parte do guia traz informações sobre o funcionamento da dramaturgia na TV. Na segunda parte, é dividido entre novelas e minisséries que, revisitadas, mostram como os gêneros refletem o contexto sociocultural e as tendências de cada época, lançando moda e hábitos de consumo, além de levar ao ar temas relevantes. A equipe do Memória Globo – vinculada à Central Globo de Comunicação – é formada por historiadores, sociólogos, antropólogos e jornalistas, e se dedica a pesquisar a história da emissora e de suas produções.

e Metodologia da Pesquisa em Comunicação. Possui experiência na área de Comunicação, com ênfase em Epistemologia da Comunicação, Teoria da Comunicação e Metodologia da Pesquisa em Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: campo da comunicação, recepção da comunicação, ficção televisiva e sociedade da comunicação.