



Da identificação às múltiplas alteridades: olhar o Brasil a partir das telenovelas da Rede Globo exibidas em Portugal¹

José Augusto Mendes LOBATO²
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

RESUMO

A partir de uma investigação de natureza qualitativa, focalizando o eixo da recepção, procura-se, neste artigo, discutir e avaliar algumas percepções desenvolvidas por telespectadores de Portugal em relação ao cotidiano brasileiro, tendo como ponto de referência as telenovelas da Rede Globo exibidas no país. Dois assuntos da teledramaturgia atual foram escolhidos para orientar a discussão junto a 15 telespectadores de cinco cidades: as relações familiares e a convivência de classes socioeconômicas nos espaços urbanos brasileiros. A observação geral é a de que as telenovelas, além de tradicionais fontes de entretenimento audiovisual, também são capazes de exercer influência sobre as percepções desenvolvidas pelos portugueses sobre o Brasil, o que enfatiza a relevância de se investigar os usos e apropriações da ficção nacional exportada para outros países.

PALAVRAS-CHAVE: Telenovela brasileira; recepção; representação; alteridade; identidade.

1. Introdução

Há certo consenso à hora de se afirmar que, em meio à vasta oferta de produtos midiáticos do Brasil contemporâneo, as telenovelas conseguiram conquistar papel de destaque, tanto no campo do consumo quanto no acadêmico. Isto porque, ao longo de mais de cinco décadas de exibição nas emissoras nacionais – e, também, de outros países –, estes produtos, aos poucos, configuraram-se como expressivos e rentáveis exemplares da indústria cultural brasileira, aliando produção em larga escala, concepção estética elaborada, técnicas de ficcionalização importadas de outros segmentos audiovisuais e uma relação cada vez mais próxima junto a telespectadores de diversas faixas socioeconômicas, etárias e de gênero.

O que mais chama a atenção na ficção audiovisual é sua capacidade de incorporar às narrativas elementos (tramas, personagens, cenários, ambientações) que compõem o cotidiano brasileiro, fazendo-a assumir, nas palavras de Figueiredo (2003, p. 80-81), “o papel do contador de história dos velhos tempos”; muito mais que um

¹ Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação na Contemporaneidade pela Faculdade Cásper Líbero. E-mail: gutomlobato@gmail.com.



produto de consumo, a telenovela é capaz de “penetrar no cotidiano do espectador, de forma que ele possa rever-se na própria realidade”. O resultado é uma relação de duplo fluxo entre realidade e ficção, em que a dramaturgia também acaba por inspirar o ritmo da vida social por meio de suas tramas, ao mesmo tempo em que nele se baseia (WOLTON, 2006, p. 163).

Junto à consolidação do gênero telenovela em solo nacional, também assistiu-se, na segunda metade dos anos 1900, à internacionalização da ficção brasileira e sua popularização no exterior. Emissoras como a Rede Globo conseguiram, por meio de um forte planejamento de *marketing* e promoção, comercializar telenovelas em países europeus e latino-americanos; o resultado é que, atualmente, 95% da produção audiovisual exportada pelo Brasil é de telenovelas. Além disso, mais de 120 países são compradores das telenovelas brasileiras – prioritariamente as da Rede Globo.

Se, por um lado, os dados reforçam o potencial econômico da ficção brasileira, por outro há de se considerar que sua crescente internacionalização tem acentuado o fenômeno de circulação e reformulação de identidades, de formas de “ver” ou mesmo “ser” brasileiro, no seio das representações midiáticas. Tendo em mente que todo processo de recepção é, sobretudo, um trabalho de decodificação que percorre desde a esfera da representação do real – no caso das telenovelas, ficcionalização – até o momento da apropriação do produto por parte de seus consumidores, podemos atribuir à telenovela exportada um papel fundamental: o de servir, para telespectadores dispersos em nações e contextos socioculturais distintos, como um local de acesso à realidade brasileira – ou mesmo a um recorte ou “deformação” dela; um terreno fértil para a construção de vivências ou experiências de alteridade, enfim (BHABHA, 1998; BUONANNO, 2004), e não somente de processos de identificação.

Nesse sentido, propõe-se, neste trabalho, estudar o fenômeno da recepção de telenovelas brasileiras internacionalizadas por meio de um estudo de natureza qualitativa realizado em Portugal. Principal consumidor da ficção brasileira, o país atualmente assiste à ficção da Rede Globo por conta de um contrato assinado entre ela e o canal português SIC, que exibe as tramas diariamente. O trabalho foi realizado no período de 20 de junho a 11 de julho de 2009 nas cidades de Aveiro, Braga, Porto, Coimbra e Lisboa. Quinze telespectadores, quatro do sexo masculino e onze do sexo feminino, com idades entre 14 e 75 anos, foram entrevistados conforme o modelo semi-aberto em profundidade e apontaram algumas percepções ou visões que a ficção televisiva lhes forneceu (ou *sugeriu*) sobre as relações familiares e a convivência de



diferentes classes socioeconômicas no Brasil. A ideia não foi fornecer dados quantificáveis, mas sim apontar tendências na apropriação da telenovela brasileira por parte do telespectador português, de forma a avaliar o papel enunciativo desta em tempos de crescente internacionalização de bens e produtos culturais massivos.

2. Telenovela, representação, internacionalização

Antes de partir à apresentação e debate das percepções dos telespectadores portugueses sobre o Brasil, é importante fazer uma breve reflexão sobre o gênero telenovela e sua característica central – o fator de representação da realidade. Da mesma forma, deve-se apresentar alguns dos fatores que impulsionaram a internacionalização do gênero, com ênfase em sua penetração no segmento televisivo português.

Falar da constituição da telenovela brasileira é, de certa forma, rememorar a história da própria televisão no país. A verdade é que o gênero se disseminou e atingiu um efetivo nível de especialização ao mesmo tempo que as pequenas telas invadiam residências em solo nacional. Vários autores (FIGUEIREDO, 2003; CAMPEDELLI, 1987) analisam a evolução histórica da teledramaturgia seriada no Brasil e na América Latina, tratando-a como um fenômeno vinculado ao sucesso dos *feuilletons* e radionovelas melodramáticos que tomaram conta da América no início do século XX. É uma perspectiva interessante para que possamos reconhecer, na ficção seriada brasileira, elementos capazes de torná-la parte da cultura de massas brasileira, tais como seu caráter industrial de produção, sua estrutura dramática influenciada por outros gêneros audiovisuais e pela literatura de massas, entre outros. É daí que provêm as características fundamentais do gênero, das quais escolhemos uma para discutir de forma mais aprofundada: a da *representação*.

O estudo das representações é uma preocupação antiga das ciências sociais, sempre com vistas à compreensão dos fenômenos de simbolização da realidade nas mais variadas manifestações culturais e sociais humanas – da literatura ao teatro, do cinema à dança e à música. Nesse sentido, podemos recorrer à noção de *mimesis* trabalhada por Aristóteles (1996) na *Poética*, seu tratado sobre o discurso literário. No texto, o autor discute o caráter de representação do mundo material na *imitação* viabilizada nos gêneros artísticos. Desde aquela época, compreender a narrativização do mundo material já era um grande desafio – e, em oposição à visão platônica de que a *mimesis* artística teria um valor inferior, não passando de “cópia”, Aristóteles atribui a ela papel fundamental, “enaltecendo o valor da arte justamente pela autonomia do processo



mimético face à verdade preestabelecida” (COSTA, 1992, p. 6). As “recriações” teriam funções próprias e não seriam mera “cópia”, e sim uma reconstrução da realidade.

A explicação para a tradição humana de narrar, contar e ouvir relatos e narrativas, segundo Aristóteles, tem a ver com essa reconstrução, já que “imitar é natural ao homem desde a infância – e nisso, difere dos outros animais, em ser o mais capaz de imitar e de adquirir os primeiros conhecimentos por meio da imitação – e todos têm prazer em imitar” (1996, p. 33). O filósofo também recorre às obras e gêneros de sua época (fábulas, poesias) para argumentar que a *verossimilhança* – qualidade de sugerir, de forma convincente, determinadas versões/alternativas para os fatos e elementos da realidade palpável – é fundamental à hora da criação artística.

Tais reflexões se mostram extremamente atuais ao observamos o contexto recente de difusão em massa de produtos ficcionais. Dos gêneros literários populares à radionovela do início do século XX, do cinema à telenovela e outros gêneros televisivos, é fácil identificarmos, mesmo nas tramas de viés “escapista”, essencialmente melodramático, várias alusões ao cotidiano. É um recurso necessário, tanto no sentido de conquistar as audiências quanto no de estabelecer um terreno estratégico em que os diversos “povos” e sujeitos vejam a si mesmos e a partir do qual eles se façam reconhecíveis ao outro (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 25); afinal de contas, como também aponta Gilberto Velho (1981, p. 117), “ao se trabalhar com o universo das representações de uma sociedade específica, tende-se a buscar os elementos e princípios que permitem a reprodução e continuidade da sociedade”.

Independentemente do nível de “realismo” ou verossimilhança das telenovelas³, a função representativa da ficção televisiva é o elemento fundamental para a criação e sustentação de fatores identitários nacionais ou para vivências de alteridade. Sua relação com a vida social brasileira e sua estrutura dramaturgica “que mimetiza e constantemente renova as imagens do cotidiano” (HAMBURGUER, 1998, p. 467), acabam por definir seu sucesso em solo nacional e, por conseguinte, no exterior.

A internacionalização da telenovela produzida no Brasil iniciou-se à mesma época em que os argumentos dos folhetins televisivos, antes importados de autores de outros países latino-americanos, começaram a ser produzidos por brasileiros, criando,

³ Desde a primeira fase de popularização da telenovela no Brasil, entre os anos de 1960 e 1970, duas “correntes” já se delineavam aos olhos do público: de um lado, obras “insistentemente ambientadas em paisagens alienígenas, distantes, onde atuam personagens excêntricas, extravagantes, quando não esdrúxulas” (CAMPEDELLI, 1987, p. 32); de outro, obras de viés mais “cotidianizado”, com temáticas mais atuais e personagens/enredos inspirados em fatos sociais e políticos do país. Apesar de a maioria da produção atual estar centrada nesta segunda corrente, ainda é possível identificar elementos da telenovela “exótica” em produções de horários e emissoras menos nobres.



ao mesmo tempo, uma linguagem e um *know-how* próprio do país. A verdade é que foi a partir de um intenso trabalho de fortalecimento comercial do gênero, protagonizado em períodos alternados pelas três grandes emissoras dos anos 1960 – Excelsior, Tupi e Globo –, que o Brasil conseguiu deixar de importar modelos e passar a “vender” seus próprios argumentos de ficção; a princípio, para os países latino-americanos, e, pouco depois, para a Europa.

Autores como Ferin (2003a, 2003b) apontam os fatores que fizeram com que o sucesso da telenovela brasileira e a modernização tardia do setor audiovisual caminhassem juntos em Portugal. Segundo a autora, o público da TV portuguesa, “constituído por mulheres e homens de meia-idade, dos meios urbanos do interior e das grandes cidades” (2003b, p. 19), encontrou nas telenovelas uma fonte inesgotável de temáticas atualizadas e socialmente aproveitáveis, além do tradicional fator de entretenimento comum aos produtos de ficção seriada. A boa aceitação da “novela realista” e os efeitos de repercussão e agendamento constantes de seus temas nos *mass media* portugueses até hoje são provas disto, assim como o uso de alguns dos padrões estéticos brasileiros à hora da produção das telenovelas locais contemporâneas⁴. Conspiraram a favor, enfim, não só o contexto socioeconômico português como, também, a própria estrutura do folhetim eletrônico brasileiro, dotado de certo “apelo universal”, capaz de atrair as atenções de audiências dispersas, apesar de seu caráter primordial de representação do cotidiano nacional.

Mas não foi apenas disso que se fez o sucesso comercial da telenovela brasileira em Portugal e em outros países; há, no consumo deste produto cultural, um desejo, por vezes pouco considerado em estudos sobre o gênero, de conhecer o “outro” – no caso, o brasileiro –, por parte dos telespectadores-consumidores; este é, a nosso ver, um dos elementos fundamentais dos processos de recepção da contemporaneidade, junto aos processos de identificação que podem, eventualmente, se constituir entre telenovela brasileira e telespectador estrangeiro. Mas, entre reconhecer a vivência de alteridade e a identificação, há um percurso que envolve vários fatores – as necessidades e competências do público, a natureza do produto, as questões de natureza cultural que envolvem o consumo, etc. Alguns deles serão discutidos no tópico seguinte.

⁴ Atualmente, enquanto a SIC permanece investindo na exibição de telenovelas brasileiras, sua principal concorrente, a TVI, produz telenovelas com enredos, atores, autores e equipes portuguesas. A concorrência Brasil x Portugal no campo da ficção audiovisual é acirrada entre telespectadores, mas em uma coisa há consenso: os métodos e formas de levar a telenovela do papel à tela continuam sendo, em grande parte, criados no Brasil e, por influência, assimilados pelos portugueses.



3. Identificação, identidade, alteridade e questões culturais da recepção

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades [...], dentre as quais parece possível fazer uma escolha (HALL, 2001, p. 75).

A reflexão acima, de Stuart Hall, é uma das principais chaves de acesso à problemática protagonizada pelas representações simbólicas num mundo cada vez mais global e conectado. O raciocínio que pretendemos levantar rapidamente – e que servirá para compreender as percepções desenvolvidas pelos portugueses sobre o Brasil – é o de que, quando inseridos no mercado mundial de bens culturais, produtos como a telenovela ganham a capacidade de atingir públicos cada vez mais diversos, cada vez mais distantes do contexto de origem de suas narrativas; assim, além de servir como um instrumento de identificação e consequente formação/reformulação de identidades – ou “comunidades imaginadas” – em âmbito nacional, a ficção seriada brasileira também é capaz de “desterritorializar” formas de representação do país, de seu povo e de seus costumes, o que insere novas questões na lógica da interação cultural via *mass media*.

É fato que, à hora em que são produzidas e veiculadas no Brasil e em outros países, as representações teledramatúrgicas tentam apresentar elementos identitários (gestos, trejeitos, costumes, linguagens) como um conjunto de “fragmentos, retalhos e restos da vida cotidiana” que “devem ser repetidamente transformados nos signos de uma cultura nacional coerente” (BHABHA, 1998, p. 207). Há, no entanto, uma tensão latente nesses “fragmentos” que, a nosso ver, está estreitamente relacionada às relações de poder e trocas viabilizadas no processo de recepção, às negociações e trocas entre culturas durante a construção do sentido por parte do público receptor. Trata-se, aqui, de uma recepção que “não é um processo redutível ao psicológico e ao cotidiano, apesar de ancorar-se nessas esferas, mas é profundamente cultural e político” (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 32).

Por um lado, é preciso reconhecer, o formato e estruturação do gênero telenovela favorecem processos de identificação mesmo entre públicos diferentes do brasileiro; mas é certo que os sucessos de audiência das novelas exportadas apontam, também, a importância e valorização do trabalho da *fantasia* e da *alteridade* no seio de suas narrativas, de forma a voltar os olhares e atenções de audiências para as “narrativas do



outro”, conforme argumentado por Buonanno (2004). As projeções e processos cognitivos que o público tende a vivenciar a partir da ficção desterritorializada, diz a autora, valorizam um forte “trabalho da imaginação”, cujas forças propulsoras:

Mobilizam, deslocam, põem em circulação tanto as pessoas físicas quanto as representações simbólicas, e elas às vezes se encontram de modos imprevisíveis. Repertórios de vida e mundos (imaginados) possíveis, fora dos perímetros dos territórios locais, oferecem visões e experimentações fantasiosas vividas pelos sujeitos, graças às imagens das mídias em movimento (BUONANNO, 2004, p. 334).

Tais “negociações” e “trocas” culturais podem resultar na formação dos olhares que pretendemos aferir no discurso do telespectador de Portugal – olhares sobre nossa identidade, nosso modo de ser, constantemente atualizados a partir da tensão entre alteridade e identificação durante a recepção. Nas palavras de Bhabha (1998, p. 85, grifo nosso), “para a identificação, a identidade nunca é um *a priori*, nem um produto acabado; ela é apenas e sempre o processo problemático de acesso a uma *imagem da totalidade*”. Ou seja, a identidade contemporânea permanece um problema na medida em que dificilmente é articulada na forma de um *corpus* homogêneo, que de fato corresponda plenamente à realidade condensada na representação. Entram em jogo, então, as questões da diferença e da proximidade culturais, que influenciam as formas de apropriação das telenovelas em contextos socioculturais como o do espectador português.

Naturalmente, em nosso caso, é fácil identificar “proximidade” nas interações culturais entre Brasil e Portugal. A noção de Straubhaar (2004, p. 91), que argumenta que “a proximidade cultural que atravessa países é altamente baseada na linguagem”, mas também em outros elementos, tais como vestimenta, gestuais, definições de humor e tradições afins, em muito sugere que os telespectadores portugueses possuem subsídios linguísticos e cognitivos para encontrar, na telenovela brasileira, elementos condizentes com seu repertório simbólico. Porém, é necessário que se considere que a vivência de alteridade, o reconhecimento do outro e o “conflito” de costumes e tradições à hora do consumo televisivo também exercem influência; o embate entre estes dois olhares fica mais evidente diante das observações que o próprio telespectador português tece sobre o Brasil que lhe é apresentado diariamente nas narrativas ficcionais seriadas.



4. O Brasil aos olhos de Portugal: percepções e tendências

Por questões de delimitação metodológica e adequação à estrutura de pesquisa, o trabalho de campo realizado em Portugal, de natureza qualitativa, contemplou dois assuntos – ou *plots*, conforme a denominação usada por autores como Comparato (apud CAMPEDELLI, 1987) – recorrentes na teledramaturgia brasileira: o das relações familiares e o da convivência de classes socioeconômicas nos espaços urbanos do país. Com base nestes “enlaces narrativos”, aplicamos aos quinze telespectadores portugueses um questionário de consumo (método quantitativo utilizado como suporte) e um roteiro pré-elaborado de entrevista, centralizado nas temáticas. A ideia fundamental foi coletar discursos onde se pudesse analisar e mensurar o potencial enunciativo da telenovela e sua penetrabilidade nas percepções dos portugueses sobre o Brasil.

O questionário, composto por perguntas objetivas, foi utilizado para coletar informações básicas – nome, idade, profissão, estado civil, naturalidade, contatos, nível de escolaridade, renda mensal – e, também, hábitos de consumo – tempo médio de assistência de televisão, número de aparelhos em casa, horários, programações, gêneros e canais preferidos, entre outros. Já o roteiro, foco principal da análise subsequente, foi baseado no método semi-aberto em profundidade de Duarte (apud BARROS; DUARTE, 2005) – que pressupõe o redirecionamento e alteração dos temas de discussão conforme o andamento da entrevista – e dividido em três etapas.

A primeira incluiu perguntas sobre o produto telenovela, para mensurar o nível de proximidade entre ela e o telespectador, o nível de confiabilidade do produto aos olhos deste, etc. A segunda explorou o tema das relações familiares em seis questões básicas, com foco nas relações entre mães e filhos, entre irmãos e entre companheiros e cônjuges; além disso, perguntava-se ao telespectador sua opinião sobre o tratamento dado ao tema família e sobre a necessidade ou não de se abordar tal assunto. Já a terceira etapa, que contemplou a convivência de classes socioeconômicas, propôs cinco questões-base sobre as relações entre patrão e empregado e a segmentação de classes dentro dos núcleos ficcionais. O telespectador também foi convidado a comparar tal abordagem na telenovela brasileira à da ficção de Portugal. Ao longo do debate, optamos por solicitar exemplos de telenovelas ao invés de impô-los, já que a memória dos telespectadores, bem como o ritmo de intimidade com as obras, variaram bastante conforme o entrevistado e o contexto ou *locus* do debate.

A partir deste método de abordagem, conseguiu-se observar algumas tendências sobre a relação mantida entre os telespectadores entrevistados e a telenovela brasileira.



É preciso reforçar que, devido ao reduzido universo de entrevistados, os apontamentos não possuem fins conclusivos, servindo, apenas, para problematizar a questão da recepção. Vejamos algumas tendências para, em seguida, partir à análise por categorias:

- A telenovela figura como um espaço enunciativo onde se estabelece um contato primordial, *porém, não exclusivo*, entre os telespectadores portugueses e o universo social brasileiro. Sobretudo entre os que nunca vieram ao país, a novela é um dos produtos que mais o “enunciam” e “apresentam” a eles;
- A proximidade e a diferença culturais se evidenciam em momentos distintos ao longo do processo de recepção dessas narrativas. Ou seja, há matrizes percebidas de forma universal – algumas estruturas, temas, personagens e/ou tramas – capazes de gerar identificação e reconhecimento, mas alguns elementos fomentam forte trabalho da imaginação em torno do “outro”;
- Tanto o enlace familiar quanto o socioeconômico foram reconhecidos e interpretados por nossos entrevistados, havendo poucas exceções de categorias que não motivaram ampla discussão (ex.: relações entre irmãos);
- A decodificação e construção do sentido das mensagens das tramas ficcionais por parte do telespectador português é, em grande parte, influenciada pelos códigos de referência de seu contexto sociocultural.

4.1. Das relações familiares

A opção pelo enlace familiar como tema de discussão é embasada por raciocínios como o de Martín-Barbero (2001, p. 305), que argumenta que “se a televisão na América Latina ainda tem a família como *unidade básica de audiência* é porque ela representa para a maioria das pessoas a *situação primordial de reconhecimento*”. É um raciocínio bastante válido, já que, mesmo após sucessivas transformações nas estruturas da ficção televisiva, com a inclusão de temas políticos e/ou sociais em suas tramas, a presença de personagens e enredos centralizados em torno de núcleos familiares é constante (FIGUEIREDO, 2003, p. 68).

De fato, foi no enlace familiar que encontramos situações de reconhecimento mais intensas. A maioria dos entrevistados soube elencar exemplos de telenovelas para afirmar que o assunto é inevitável em qualquer produção ficcional. Maria Augusta de Souza Brandão, 34 anos, empregada doméstica de Aveiro, expôs isso de forma bem clara ao afirmar que “uma novela sem famílias não teria uma história de consistência”



(BRANDÃO, 2009, informação verbal); Jenny Silva, 26 anos, farmacêutica, residente em Lisboa, acredita que somente em torno da família é que “se desenvolvem as relações pessoais, as tramas, os enredos” (SILVA, J., 2009, informação verbal) na ficção. Também ouvimos opiniões mais enfáticas, como a da gerente de vendas lisboeta Isabela Almeida, 28 anos, mãe e divorciada. Ao ser questionada se uma telenovela poderia ignorar o assunto família, ela logo respondeu: “De jeito nenhum. Ao fazer novela ela seria feita à volta de quê? É preciso ter família, nem que seja uma, ao menos. Senão, em torno de que as histórias iriam girar?” (ALMEIDA, 2009, informação verbal).

Mas é nas percepções sobre o Brasil que se encontram dados surpreendentes. A grande maioria dos entrevistados disse acreditar que as relações entre pais e filhos, entre irmãos e mesmo entre cônjuges seriam mais afetuosas no Brasil que em Portugal. A doméstica Belmira Ramos, 66 anos, disse que tais relacionamentos “têm mais amor” (RAMOS, 2009, informação verbal); a estudante Vanessa Pedreiro, 20, crê que, neles, haveria “maior possibilidade de comunicação” (PEDREIRO, 2009, informação verbal); e Carlos Manoel Clara, carteiro e estudante de História, 26, chegou a afirmar que as mães “são muito mais apegadas aos filhos” (CLARA, 2009, informação verbal) no Brasil. Outro exemplo que salta aos olhos é o da dona de casa Maria Olívia Ferreira, de 59 anos, fã de novelas brasileiras desde a infância. Ao ver da entrevistada:

Nas novelas [brasileiras] mostra-se as mães muito apaixonadas pelos filhos. Mesmo as novelas que mostram mães que nunca gostaram dos filhos mostram isso como algo errado. (...) Vê-se isso em “Caminho das índias”, em que a mãe [Melissa Cadore, interpretada por Christiane Torloni] gosta do filho esquizofrênico [Tarso Cadore, interpretado por Bruno Gagliasso], não importa o que ele faça. [...] Eu pensaria, por exemplo, em “Mulheres apaixonadas”, e veria que o diálogo com os filhos é muito interessante (FERREIRA, 2009, informação verbal).

Para embasar tal prerrogativa, os entrevistados se valeram de exemplos como o de “Caminho das índias”, além de comparações entre o cotidiano familiar português e o que se apresenta do brasileiro nas telenovelas exportadas. O último recurso, constante tanto nas percepções sobre o enlace familiar quanto na questão socioeconômica, muito tem a ver com a afirmação de Bhabha (1998, p. 228) de que “as designações da diferença cultural interpelam formas de identidade que, devido à sua implicação contínua em outros sistemas simbólicos, são sempre ‘incompletas’ ou abertas à tradução cultural”. É o recurso natural de um povo que observa outro a partir de sua perspectiva e



faz “traduções” a partir de seu prisma sociocultural. Mas nem todos os entrevistados expuseram tal ponto de vista. O contador aposentado Armando Castro, 70, lançou uma perspectiva crítica sobre a abordagem familiar na ficção. Segundo ele:

Há muita fantasia. E por vezes muitos exageros. Coisas desnecessárias, descabidas, que não são a forma mais coerente para que haja educação (...). Porque a telenovela precisa, deve ou deveria ter uma face pedagógica, mostrar às pessoas uma forma correta de ser (CASTRO, 2009, informação verbal).

Essa visão não é lançada por impulso. Castro é um dos entrevistados que mais possui contato com brasileiros; parte de sua família se instalou no país, o que lhe fez manter algum contato com a cultura do Brasil. Mantém, assim, um posicionamento de que a telenovela recorre a certas distorções à hora de mostrar a família – abordando as relações entre pais e filhos de forma “fantasiosa”, mais especificamente. Questionado informalmente se pensaria diferente sobre o assunto caso não mantivesse laços com pessoas residentes no país, ele respondeu afirmativamente.

Se levarmos em conta princípios como o da verossimilhança (ARISTÓTELES, 1996) e o das problemáticas de identificação típicas do fluxo internacional de bens culturais, podemos atribuir à declaração do entrevistado uma reação “negativa” à forma de representação que as telenovelas adotam para as relações familiares. Ao afirmar que há “muita fantasia” e “muitos exageros”, Armando Castro opina que os conteúdos que vê na novela brasileira possuem pouca correspondência com a realidade. Tal dado é de fundamental importância para se compreender os subsídios paralelos utilizados na construção dos olhares dos entrevistados. Tendo em mente que boa parte deles mantém ou já manteve contato com brasileiros – e uma pequena parcela já fez viagens ao país –, pode-se aferir do processo de recepção da telenovela certa função estratégica, porém, nem sempre *única* ou *exclusiva*, na formação de concepções sobre o Brasil.

4.2. Da convivência de classes socioeconômicas

Em relação à convivência de classes socioeconômicas, percebeu-se que, mais do que no caso anterior, as tensões criadas pela diferença cultural e pelas vivências de alteridade durante o contato com a telenovela orientaram boa parte das percepções dos entrevistados sobre o Brasil. Isso porque, embora conhecidos pelo português, os contrastes sociais de nosso país ainda são capazes de fomentar um intenso “trabalho da imaginação” (BUONANNO, 2004); responsável por boa parte da inserção do cotidiano



e das problemáticas vividas pelo brasileiro nas telenovelas contemporâneas, o tema socioeconômico acaba, no caso da recepção em Portugal, compondo parte do retrato “exótico” associado ao Brasil no plano internacional.

As percepções dos telespectadores entrevistados denotam forte divisão sobre a abordagem do tema na ficção brasileira: parte deles acredita que a convivência entre ricos e pobres se estabelece de forma harmônica no Brasil, enquanto outra parte – bem mais expressiva – acredita que as relações se estabelecem de forma falsa ou “meramente espacial” – ou seja, que o contato social entre pobres e ricos é reduzido, muito embora estes convivam bem perto (geograficamente) nas cidades. Ana Paula Corrêa, 48 anos, relações públicas, compartilha desta opinião. Para ela, cenas que mostram empregadas divertindo-se junto aos patrões e moradores de favelas namorando jovens da alta sociedade carioca mais parecem “uma exceção que é mostrada como regra”. Ao ver dela, “parece que o pobre e o rico convivem mais pelo trabalho do que por carinho, amizade ou mesmo uma questão social evoluída”; isso porque “os ricos são de maneira geral muito evasivos (CORRÊA, 2009, informação verbal).

Outros telespectadores, como a estudante Adriana Silva, de 14 anos, acham que, no Brasil, “os próprios pobres não gostam muito de estar junto aos ricos, de conviver com eles. Há um distanciamento, eles não se misturam” (SILVA, A., 2009, informação verbal). A dona de casa Maria Olívia Ferreira, 59, identifica, nas fardas que as empregadas usam nas novelas de Manoel Carlos, um recurso visual para mostrar a distinção de classes: “As patroas e patrões até são acessíveis, mas infelizmente essa coisa do uniforme parece que cria uma barreira” (FERREIRA, 2009, informação verbal). Mas nem todos compartilham desta visão: Isabela Almeida, 28, alega perceber, à base da comparação com seu próprio cotidiano, que “[em Portugal] a empregada não conversa com sua patroa... não fica amiga, não conquista sua intimidade... [No Brasil] há chance de aproximação espetacular” (ALMEIDA, 2009, informação verbal).

De forma geral, as percepções elencadas levam a crer que as noções de verossimilhança e realismo na telenovela brasileira, tão enfatizadas pela abordagem dos contrastes sociais e econômicos do país, podem ser questionadas pelos próprios telespectadores de Portugal. Evidencia-se, na análise dos discursos dos entrevistados, um “reconhecimento do outro” cercado de olhares críticos e influenciado pela distinção entre ficção e realidade; exemplo de que a recepção da telenovela, seja em contextos locais ou internacionais, não se resume à velha fórmula produção-emissão-consumo.



5. Considerações finais

Levar à prática um estudo que visasse à compreensão do fenômeno da recepção da ficção brasileira em Portugal acabou por revelar um panorama sugestivo, não só no sentido de mensurar a aceitação e popularidade do produto entre os portugueses, como também no de apontar uma tendência visível em tempos atuais: a de que produtos como a telenovela brasileira, cada vez mais, configuram-se como instrumentos de enunciação do universo sociocultural do país para outros povos e nações. Portanto, devem ser pensados como produtos de relevância não só dentro, como fora dos limites nacionais.

No que concerne à relação Brasil-Portugal, marcada por constantes fluxos e interações, percebe-se que, conforme disseram Motter e Malcher (2004, p. 1), “de colônia que se mirava nos modelos vindos da matriz europeia, as telenovelas brasileiras levaram para Portugal os costumes, a fala, o ritmo, o jeito próprio brasileiro”. A ficção nacional deixou de ser destinada ao consumo imediato nos limites do país, assumindo as características típicas de uma produção da indústria cultural contemporânea – tanto em seu conteúdo quanto em seu modo desterritorializado de veiculação. Porém, não se pode fechar os olhos à dinâmica de recepção e considerar que os conteúdos da ficção são apropriados de forma homogênea. Ao longo da abordagem qualitativa, os quinze entrevistados demonstraram, em avaliações críticas, que a circulação da mensagem televisiva, no caso da telenovela, não parece se reduzir ao processo de emissão e recepção massiva em Portugal. É, acima de tudo, um *continuum* que transcende a experiência de assistência da televisão e que envolve uma série de mediações culturais, sociais e históricas concernentes ao contexto de vivências de cada telespectador.

Percebe-se, portanto, que a diferença e a proximidade culturais, em momentos distintos, bem como a identificação e o estranhamento de determinados conteúdos, são capazes de fomentar intensos processos de negociações e trocas simbólicas entre o público receptor estudado e a ficção brasileira que é exibida em Portugal. E isso somente ocorre porque temos em mãos um produto cultural de grande penetração no cotidiano dos telespectadores deste país. Mais que fonte de entretenimento, a telenovela brasileira é uma ferramenta estratégica no que concerne aos processos de identificação, formação identitária e de vivências de alteridade associadas aos telespectadores de outros universos socioculturais. Tal característica reforça a necessidade de se pensar, também, na concepção estética dos produtos, aqui não discutida, e seu papel e relevância à hora de difundir determinadas imagens do Brasil, nacional e globalmente.



É preciso reiterar, mais uma vez, que o trabalho aqui apresentado não possui caráter conclusivo – além de contemplar um universo bastante restrito de telespectadores portugueses, não foi possível levar em conta todos os aspectos concernentes ao processo de recepção durante a pesquisa de campo (o ambiente de recepção, a associação das percepções à história de vida dos entrevistados, o diálogo continuado junto a eles, etc.). Os dados coletados e analisados durante a pesquisa em Portugal são, acima de tudo, indicativos de um processo extremamente complexo de construções cognitivas de percepções sobre o Brasil transposto às narrativas de ficção.

A ampliação da abordagem para um universo mais amplo de telespectadores, a estadia prolongada nos locais em que estes residem e/ou vivenciam a experiência de recepção e o uso de outros métodos de coleta de dados – grupos de discussão, histórias de vida, observação etnográfica – poderiam superar tais limitações estruturais.

6. Referências

ARISTÓTELES. Poética. In: **Coleção os pensadores: Aristóteles**. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

BORELLI, Sílvia Helena Simões. **Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392001000300005&tlng=en&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 abr. 2009.

BUONANNO, Milly. Além da proximidade cultural: não contra a identidade, mas a favor da alteridade. Para uma nova teoria crítica dos fluxos televisivos internacionais. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Telenovela, internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004.

CAMPEDELLI, Samira Youssef. **A telenovela**. São Paulo: Ática, 1987.

COSTA, Ana Paula Silva Ladeira. **Fluxo internacional de ficção: a telenovela brasileira na Bolívia**. 2008, 242 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação, Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2000.

COSTA, Lúcia Militz da. **A poética de Aristóteles: Mímese e verossimilhança**. São Paulo: Ática, 1992.



FERIN, Isabel. **A revolução da Gabriela: o ano de 1977 em Portugal.** 2003. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/cunha-isabel-ferin-revolucao-gabriela.pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2009.

_____. **As telenovelas brasileiras em Portugal.** 2003. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/cunha-isabel-ferin-revolucao-gabriela.pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2009.

_____. (org.). **A televisão das mulheres: ensaios sobre a recepção.** Lisboa: Quimera, 2006.

FIGUEIREDO, Ana Maria C. **Teledramaturgia brasileira: arte ou espetáculo?** São Paulo: Paulus, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Guaracira Lopes Louro, 2001.

HAMBURGER, Esther. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: NOVAIS, Fernando. **História da vida privada no Brasil.** São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 4.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade.** São Paulo: Summus, 2002.

_____. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Telenovela, internacionalização e interculturalidade.** São Paulo: Loyola, 2004.

MAZZIOTTI, Nora. A força da emoção. A telenovela: negócios, audiências, histórias. In:

MOTTER, Maria Lourdes; MALCHER, Maria Ataíde. **Portugal / Brasil: a telenovela no entre-fronteiras.** 2004. Disponível em: <<http://bocc.unisinos.br/pag/motter-maria-malcher-maria-portugal-brasil-telenovela-entre-fronteiras.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2009.

STRAUBHAAR, Joseph. As múltiplas proximidades das telenovelas e das audiências. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Telenovela, internacionalização e interculturalidade.** São Paulo: Loyola, 2004.

VELHO, Gilberto. **Individualismo e cultura.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1981.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão.** São Paulo: Ática, 2006.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.