



A Etnografia Virtual na prática: uma experiência metodológica¹
A recepção internacional da telenovela *Caminho das Índias* em comunidades virtuais
mantidas por brasileiros residentes em Portugal

Denise de Oliveira Freire²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

É possível falar em identidade nacional em tempos de globalização? Tendo como problemática esta pergunta e a telenovela como *narrativa da nação*, o presente artigo dedica-se a perceber a interpretação e a construção de novos significados sociais do produto audiovisual no ciberespaço em comunidades virtuais mantidas por brasileiros residentes em Portugal – discussões essas motivadas por temas da telenovela *Caminho das Índias*, de Glória Perez, da Rede Globo, transmitida pela SIC durante o ano de 2009. Lançando mão da etnografia virtual, foi necessário a revisão de conceitos e procedimentos metodológicos, uma vez que a pesquisa no espaço virtual traz novos desafios à metodologia da pesquisa em geral e da Comunicação, em especial.

PALAVRAS-CHAVE: telenovela; recepção virtual; identidade nacional; etnografia virtual; comunidades virtuais.

Introdução

A proposta do presente artigo foi observar os deslocamentos das narrativas e da condição identitária brasileira por meio da telenovela. A ficção televisiva, em especial a telenovela, constitui-se, cada vez mais, como tema de estudos privilegiado no campo da Comunicação, sobretudo porque, sendo um produto cultural, ajuda a compreender o que é nacional hoje. Expressão maior da ficção televisiva nacional, a telenovela ganhou o mundo, sendo o nosso produto cultural mais visto e exportado. Alastrou-se rapidamente também no ciberespaço, local do qual selecionamos o comunidades virtuais no orkut e um blog para, por meio de debates com os brasileiros residentes em Portugal, verificar a questão da identidade nacional em tempos de globalização, tendo como motor desses discursos temas da telenovela. Partimos do princípio de que a telenovela, enquanto narrativa de nação, desencadeia discursos sobre a condição identitária brasileira do emigrante no país de destino. Para isso, utilizamos a telenovela global *Caminho das*

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

² Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, email: denisefreire@gmail.com



*Índias*³ (Gloria Perez, 2009), produzida pela Globo, e exibida, em Portugal, pela emissora SIC. Importante ressaltar que a eleição de Portugal como país de destino dos brasileiros da pesquisa se deu por conta do conceito de *proximidade cultural* desenvolvido por Straubhaar (2004). O autor afirma que a circulação de alguns tipos de programas, como telenovelas e programas de variedades, ocorre, primeiramente, entre *países com uma “região” definida pela linguagem e cultura*, chamada por ele de *mercados lingüístico-culturais ou geoculturais*, que podem tanto estar centrados em uma região geográfica quanto espalhados globalmente por processos de colonização, escravidão ou migração. Em Portugal, no ano de 2009, as telenovelas – portuguesas e brasileiras – foram o formato com maior *share* nas televisões de canal aberto e, na SIC, corresponderam a 42% da programação da emissora (OBITEL 2010).

Para dar conta da problemática, apoiamo-nos nos estudos de recepção, nos estudos culturais e na etnografia virtual, sendo que a recepção, como compreensão dos efeitos sociais do formato da telenovela, é trabalhada neste artigo no universo do ciberespaço – um dos lugares desta recepção –, mais especificamente, nas comunidades virtuais *da nação e da diáspora*.

Assim, em resumo, os objetivos deste artigo são: 1) discutir a questão da identidade nacional em tempos de globalização, elegendo como símbolo da nação a telenovela *Caminho das Índias* recepcionada por brasileiros residentes em Portugal, e investigada a partir das comunidades virtuais; 2) explorar metodologias para o estudo das relações no ciberespaço (dado que esse espaço é ainda pouco experimentado metodologicamente dentro dos estudos de Comunicação, especialmente no contexto latinoamericano).

1. Telenovela no ciberespaço: novas formas de circulação e interação

As telenovelas começaram a circular além de suas fronteiras nacionais uma década após seu nascimento, 1960. Este processo de internacionalização teve início de maneira tímida, tendo seu êxito nos anos 1980. Da mesma forma, a entrada da telenovela no ciberespaço deu-se de maneira lenta e gradual. Como parte da estratégia das emissoras de envolver o espectador por meio de conexões com as mais variadas mídias, começou a constar nos sites dos canais e, depois, de forma mais sofisticada, com *homepages* interativas que cada vez mais têm sido local virtual de experimentação. São

³ *Caminho das Índias*, de Gloria Perez, estreou como “novela das oito” da Rede Globo no dia 19 de janeiro de 2009, no Brasil. Na SIC, em Portugal, estreou em 16 de fevereiro de 2009.



as novas formas de circulação e interação da telenovela, de forma a seduzir o telespectador à *interação com a trama em múltiplas condições, de participante, colaborador e até de coautor das ficções por meio da ampliação das possibilidades de intervenções que a ele são apresentadas* (LOPES et al, 2009a, p.395). A esse processo de diversificação, de espalhamento do produto cultural por diversas plataformas – e de sua conseqüente manipulação –, Henry Jenkins (2008) denomina *convergência*.

Além das estratégias das emissoras, a telenovela perpetua-se no espaço virtual também por meio dos discursos de seus receptores.

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. (...) a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos (JENKINS, 2008, p.27-28).

A telenovela pauta temas que encontram repercussão em outras plataformas, incluindo o ciberespaço. No espaço virtual, os temas difundidos pela televisão encontram terreno fértil para serem debatidos e reconfigurados. Simultaneamente à estratégia das emissoras, com investimento na faceta virtual das tramas, os aficionados pelo gênero começaram a criar espaços on-line sobre ficções seriadas televisivas – tão ricos e diversificados quanto as próprias tramas. O receptor apropria um primeiro sentido na recepção televisiva e o leva a outros *cenários* em que costumeiramente atua, seus grupos de participação. Sendo assim, *a mensagem de telenovela é reapropriada várias vezes* e, portanto, *os espaços de circulação da telenovela devem ser metodologicamente incorporados na pesquisa* (LOPES et al, 2002, p.40).

Importante também explicitarmos a forma como entendemos o termo *comunidade virtual*. Há muitas discussões sobre a apropriação e a transposição para o ciberespaço da palavra *comunidade*, adaptada da Antropologia. O termo *comunidade virtual* foi cunhado por Howard Rheingold, em 1993, como fruto de sua experiência de convívio com um grupo de pessoas via sistema de teleconferência por computador, na rede WELL (Whole Earth 'Lectronic Link), devido ao tipo de relação emocional (comunidade) proporcionada a partir da tela (virtualidade), marcada pela não-presença física. Segundo o autor (1993, p.349), *comunidades virtuais são agregações sociais oriundas da net quando inúmeras pessoas participam com bastante sentimentos humanos formando teias de relações interpessoais no ciberespaço*. Seguindo o pensamento de Rheingold, que defende o nascimento de uma nova forma de comunidade, que reúne as pessoas on-line ao redor de valores e interesses em comum, o



presente artigo define *comunidades virtuais* como novas formas de agregação humana, fruto da sociabilidade em ambientes virtuais, podendo ser definidas também como *agrupamentos sociais on-line*.

Característica fundamental das comunidades virtuais é o transcendimento da distância a um baixo custo, o que permite a pulverização dos conectados ao redor do globo. A união prioriza as afinidades, descartando os entraves da geografia física e também a simultaneidade da comunicação, já que a interação não precisa ser imediata/simultânea/ instantânea (como no caso do telefone).

Lugares não são necessariamente comunidades, embora possam contribuir para sua formação, atesta Manuel Castells (1999, p.515), que também destaca dois tipos de membros das comunidades virtuais: os assíduos e os passageiros. Apropriando-se de suas ideias, acreditamos que os agrupamentos on-line podem ser comunidades virtuais no sentido em que se transformam em espaço de fluxos, locais de encontro e convivência para alguns internautas. Desta forma, uma mesma comunidade virtual pode se configurar, *de fato, comunidade* para o internauta que realmente faça parte dela, uma espécie de *habitante virtual* que participa ativamente das discussões, e, ao mesmo tempo, funcionar apenas como *etiqueta identitária* para os *turistas virtuais*.

Neste trabalho, chamamos de *comunidades virtuais da nação e da diáspora* os agrupamentos on-line *territorializados*, ou seja, em torno de um Estado-nação. No caso, investigamos os espaços virtuais do Brasil globalizado, do país expandido, criados por emigrantes brasileiros em Portugal.

No orkut, uma rede social que agrega pessoas de mais de 200 países, poder-se-ia perceber, então, um tipo de nacionalismo espontâneo, quando ocorre uma exaltação da pátria, do idioma, como se houvesse uma necessidade de enfatizar as disparidades culturais, as particularidades, que mundialização nenhuma é capaz de traduzir (CÔRREA, 2009, p.194).

Desterritorializado, o internauta procura no ciberespaço ambientes virtuais que remetam à sua terra natal; representações em ambientes on-line de paisagens off-line. É o caso das comunidades virtuais da nação, espaços virtuais nos quais o internauta ressalta sua faceta de emigrante, escorrendo para o ciberespaço parte física de si. *A realidade parece ser que muitos, provavelmente a maioria dos usuários sociais da CMC criam egos on-line compatíveis com sua identidade off-line*, constata Nancy Baym, que conduziu estudo etnográfico em *newsgroup* discutindo telenovelas (*apud* CASTELLS, 1999, p.447).



(...) a internet, vista como um não-lugar, de dimensão global, desterritorializante e sem fronteiras, reterritorializaria lugares, comunidades e culturas por meio de agregações virtuais que coligariam pessoas identificadas a valores tradicionais, como a identidade nacional, a pátria, o território (CÔRREA, 2009, p.192).

Distantes de sua terra natal, os emigrantes utilizam as comunidades da nação para reforçar seus hábitos sociais profundamente enraizados. *As pessoas moldam a tecnologia para adaptá-la a suas necessidades* (CASTELLS, 1999, p.449).

O denominador comum da CMC é que, de acordo com os poucos estudos existentes sobre o assunto, ela não substitui outros meios de comunicação nem cria novas redes: reforça os padrões sociais preexistentes (CASTELLS, 1999, p.449).

Trata-se de um imbricamento entre espaços e comportamentos off-line e on-line. Tomando como ponto de partida Benedict Anderson, Arjun Appadurai (2004, p.51) denomina *mundos imaginados os múltiplos universos que são constituídos por imaginações historicamente situadas de pessoas e grupos espalhados pelo globo*.

Com base nisso, consideramos novos procedimentos metodológicos que dessem conta das novas discussões impostas pelo contexto global neste universo da ficção televisiva nacional reconfigurado no ciberespaço por brasileiros no exterior. Daí outros questionamentos virem à tona: como pensar a etnografia no ciberespaço? De que maneira adaptá-la à pesquisa de recepção virtual?

2. Etnografia virtual

No presente artigo abordamos as novas formas de circulação e interação da telenovela no ciberespaço (*transmedia storytelling*). Para tanto, apoiamo-nos na etnografia virtual já que a recepção, como compreensão dos efeitos sociais do formato da telenovela, é trabalhada no ciberespaço, especificamente, nas comunidades virtuais criadas por brasileiros residentes em Portugal. Assim, abordamos as raízes da etnografia virtual e as metodologias de pesquisa utilizada por autores que se debruçam sobre o tema, como Christine Hine.

Metodologia de pesquisa originária da antropologia, a etnografia tem em seu cerne o estudo cultural por meio da imersão profunda em um determinado grupo a ser estudado. Através da técnica de observação participante, o pesquisador se integra nos processos sociais da comunidade estudada para obter uma informação de primeira mão a partir da perspectiva do objeto/sujeito pesquisado e com o objetivo de compreender as suas estruturas de significação, como descrevem Hammersley e Atkinson (*apud* HINE, 2004, p.55):



Em sua forma mais característica, [a etnografia] implica a participação do etnógrafo, pública ou secretamente, na vida cotidiana das pessoas, durante um período de tempo prolongado, observando o que acontece, fazendo perguntas; na verdade, coletando todos os tipos de dados disponíveis para clarear os debates pelos quais ele está interessado.

Há muito tempo a etnografia deixou de ser uma técnica para analisar culturas primitivas para ser aplicada em vários campos de estudo, como vida urbana, meios de comunicação, medicina, ciência e tecnologia. Da mesma forma que o deslocamento do campo, o modo de ver. As descrições holísticas deram lugar a estudos mais centrados em tópicos particulares, elegendo, no caso da sociologia e dos estudos culturais, uma identidade cultural. O objetivo permanece: *desenvolver uma compreensão profunda do social através da participação e da observação*. É preciso olhar não para a *tecnologia em si e sim para os usos e as construções de sentido ao redor dela* (HINE, 2004, p.55).

A etnografia é uma metodologia sem fórmulas: tanto para o pesquisador ir a campo quanto para analisar os dados coletados. Justamente por isso, é vulnerável a críticas de técnicas que possuem todo um repertório de avaliação. Por outro lado, por ser uma metodologia qualitativa, um de seus pontos fortes é a capacidade de *abordar a riqueza e a complexidade da vida social* (HINE, 2004, p.56).

O deslocamento da etnografia para o ambiente virtual implica encontrar uma maneira de lidar com problemas e dificuldades que surgem neste novo ambiente, os quais incluem a *autenticidade das interações mediadas como material para a compreensão etnográfica e a seleção de lugares [sites] adequados para estudar a Internet como cultura e como objeto cultural* (HINE, 2004, p.57). Significa também repensar muitos dos conceitos básicos e planos metodológicos, já que a própria idéia de campo e a conseqüente “entrada” no campo, assim como o conceito de observação participante e a própria identidade do pesquisador, são componentes que podem ser repensados já que apresentam diferenças consideráveis em relação às etnografias realizadas na interação face-a-face. As tecnologias da informação e da comunicação transformam as formas de relação com o mundo e também as interpessoais.

Se na etnografia tradicional a interação face a face é um elemento intrínseco, na Internet é necessário repensar o papel da presença física do pesquisador, fruto de seu deslocamento até o campo. Atualmente, *as possibilidades oferecidas pela comunicação mediada por computador nos permitem repensar o papel da presença física do etnógrafo como fundamento da etnografia* (HINE, 2004, p.58). O deslocamento físico do pesquisador até o campo tinha como objetivo fundir teoria e trabalho de campo – deixando assim de confiar nos relatos de viagens de terceiros. Essa fusão da figura do



pesquisador na do etnógrafo foi nomeado por Kuper (1983 *apud* Hine, 2005, p.59) de *revolução Malinowskiana*. Assim o deslocamento físico – a viagem – passou a ser um requisito, embora não garantisse o distanciamento conceitual. Já a etnografia na Internet não implica necessariamente deslocar-se, mover-se – não da forma física a que estamos acostumados. Ao visitar sites, blogs ou comunidades virtuais, o objetivo primordial do pesquisador – sob a ótica da etnografia virtual – é *viver a experiência do usuário* (HINE, 2004, p.60). Ainda que o pesquisador não possa conhecer *todas* as práticas dos usuários, ao menos pode viver a experiência e compreender o que significa ser *um* usuário (Hine, 2004, p.70). Desta forma, se na etnografia tradicional era a viagem – o deslocamento – que conferia a legitimidade aos relatos do pesquisador, na etnografia virtual é o entrosamento, a negociação de aceitação, a tentativa de fazer parte, que constitui o preâmbulo metodológico que sustenta a autoridade etnográfica.

O etnógrafo do ciberespaço pode bisbilhotar à vontade, o que o diferencia do etnógrafo no contexto físico, que está sempre marcado por sua diferença. Se na etnografia tradicional o pesquisador muitas vezes opta por não se manifestar nos contextos da pesquisa, no ciberespaço a atitude precisa ser inversa, já que a presença do pesquisador não é notada se ele não se manifestar.

O campo etnográfico é cheio de surpresas e o campo virtual não é diferente. A etnografia é um método de pesquisa que não possui fórmula e a imersão promovida pelo estudo etnográfico é muito importante para o estudo das Ciências Sociais, como é o caso da Comunicação.

3. A etnografia virtual na prática: uma experiência metodológica

A seguir discorreremos sobre os procedimentos metodológicos utilizados na coleta e análise dos dados capturados nas comunidades virtuais da nação e da diáspora, os agrupamentos on-line estabelecidas em torno da identidade cultural do emigrante brasileiro em Portugal como espaços promotores da discussão de temas presentes na telenovela *Caminho das Índias*, produzida pela Globo e exibida, em Portugal, pela SIC.

Durante a pesquisa empírica, realizada entre os meses de fevereiro e outubro de 2009 – período de exibição da telenovela *Caminho das Índias*, em Portugal –, três *agentes da pesquisa*⁴ interagiram com 154 *sujeitos*⁵ em comunidades virtuais da rede

⁴ A coleta dos dados empíricos foi feita por meio de três agentes da pesquisa, Denise de Oliveira Freire, Rita Villella e Valentina Alves, conforme explicaremos a seguir.

⁵ Denominamos *sujeitos da pesquisa* os internautas que participaram das discussões promovidas.



social Orkut e no blog da pesquisa, *Caminho das Índias além mar – Portugal*, criado especialmente para a coleta de dados. Nas buscas realizadas nas redes sociais, o Orkut⁶ foi o único que apresentou resultados interessantes para o presente trabalho. Como também não encontramos blogs que pudessem servir de base para a pesquisa, optamos por sua criação para viabilizar o desenvolvimento do presente trabalho.

Primeiramente buscamos comunidades virtuais internacionalizadas de telenovela, mais especificamente, espaços no Orkut sobre a recepção de *Caminho das Índias* em Portugal. Não sendo encontradas, deslocamos nosso campo para as comunidades virtuais da nação e da diáspora, ou seja, agrupamentos on-line de imigrantes, especificamente, de brasileiros em Portugal e, em menor proporção, no exterior. O mesmo ocorreu com o blog, que se tornou um espaço virtual da nação migrante: *Caminho das Índias além mar – Portugal*. Entre as hipóteses levantadas para essa inexistência de agrupamentos de emigrantes em torno da telenovela estava a de que os emigrantes-internautas não falam espontaneamente sobre telenovela e também que eles podem estar espalhados por diversos outros terrenos virtuais – não assumindo no ciberespaço a(s) identidade(s) de “brasileiro/emigrante/noveleiro”.

Das 17 comunidades no Orkut nas quais os agentes da pesquisa postaram mensagens, 6 são *comunidades virtuais da nação*, 1 é *comunidade virtual da diáspora* 10 são *comunidades virtuais de telenovela*. Denominamos *comunidades virtuais de telenovela* aquelas que se descrevem como agrupamentos de receptores de telenovela; *comunidades virtuais da nação* aquelas que se descrevem como agrupamentos de brasileiros em Portugal, ou seja, um pedacinho do Brasil em Portugal; e *comunidades virtuais da diáspora* aquelas que se descrevem como agrupamentos de brasileiros no exterior, sem especificar a territorialidade.

Escolhidos os espaços virtuais de interação, passamos a introduzir temas da trama nas discussões dos internautas com os objetivos de observar onde e como este formato de ficção seriada televisiva estava presente, identificar o tipo de relação que essas comunidades mantêm com a telenovela e como estão sendo feitas a interpretação e a construção de novos significados sociais no ciberespaço. Buscamos também apreender o que os internautas falam nestas comunidades virtuais, os rituais envolvidos, o grau de intimidade das relações, enfim, o cotidiano virtual destas comunidades.

⁶ Criado em 2004, o orkut é a 4ª maior rede social do mundo e é a que mais comporta internautas brasileiros, respondendo por mais de 50% dos presentes.



Na coleta de dados optamos pela criação de três perfis, os *agentes da pesquisa*, decisão não foi tomada em um momento único. Os perfis foram nascendo *durante* a pesquisa, sendo o primeiro utilizado o próprio perfil da pesquisadora – Denise de Oliveira Freire –, criado em 2004, e depois os avatares Valentina Alves e Rita Villella. Juntas, as três agentes postaram 96 mensagens em 57 tópicos de fóruns de 17 comunidades mobilizando 141 sujeitos, que produziram 695 mensagens. Somando os dados coletados no blog, o total são 96 propostas de discussão, mobilizando 154 sujeitos que produziram 711 mensagens. Do total de tópicos, 48% tiveram *feedback*, sendo que, no Orkut, das 57 propostas de discussão, 34 tiveram retorno (60%), enquanto dos 39 *posts* do blog, apenas 12 foram comentados (31%).

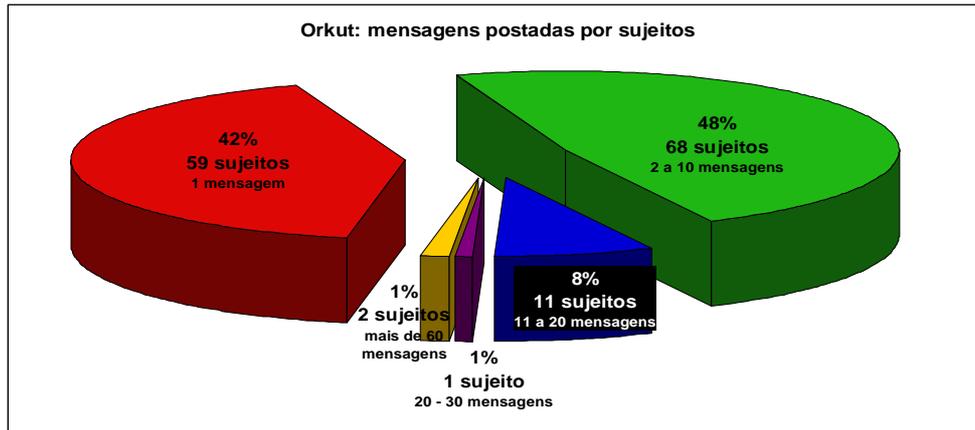
	TÓPICOS Propostas de discussões	FEEDBACK Retorno às propostas	SUJEITOS	MENSAGENS
ORKUT	57	34	141	695
BLOG	39	12	14	16
TOTAL	96	46	154⁷	711

No trabalho de campo estabelecemos contato com 154 pessoas: 140 no Orkut, 13 no blog⁸ e 1 em ambos espaços virtuais. Entre março e outubro de 2009, meses de exibição da telenovela em Portugal, foram contabilizados 9165 acessos no blog da pesquisa, sendo o mês mais agitado setembro, quando a telenovela terminou de fato, ou seja, no Brasil. Interessante notar que o dia com mais acessos, 13 de outubro de 2009, foi justamente dois após o término da telenovela em Portugal.

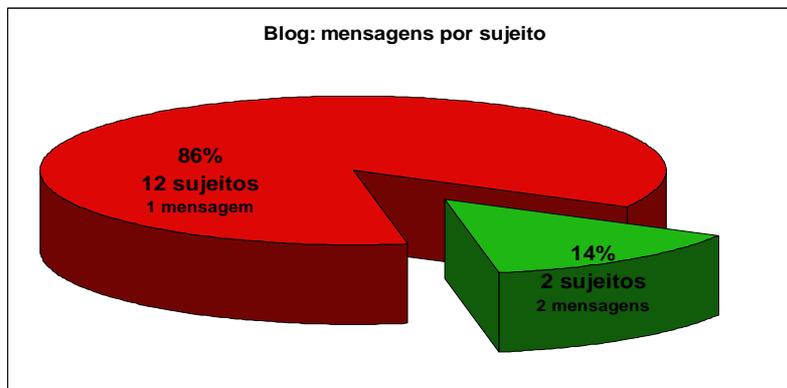
Em relação à participação dos sujeitos nas discussões promovidas nas comunidades virtuais do Orkut, dos 141 internautas, 53 responderam à estímulos (no caso, *posts*) emitidos por mais de um agente da pesquisa. Do total de internautas, 42% tiveram apenas um contato com os agentes, 48% emitiram entre 2 e 10 mensagens, 8% entre 11 e 20 mensagens, 1% entre 20 e 30 mensagens e 1% mais de 60 mensagens. Sendo assim, 10% da amostra (14 sujeitos) produziram 47% (325 mensagens) do total de dados coletados nas comunidades virtuais do Orkut.

⁷ Apenas um sujeito interagiu tanto no Orkut quanto no blog.

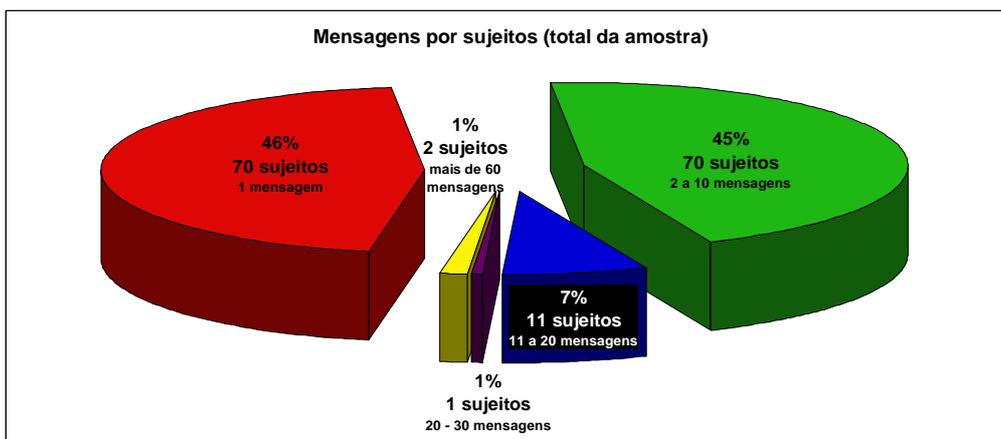
⁸ Apesar de 19 sujeitos no blog, 5 deles tiveram contato off-line com a pesquisadora antes do trabalho empírico, o que os eliminou da amostra, restando 14 internautas.



Em relação à participação dos sujeitos no blog da pesquisa, *Caminho das Índias além mar – Portugal*, 86% deixaram apenas uma mensagem, enquanto 14% emitiram 2.



O grau de contato com os sujeitos da pesquisa foi, majoritariamente, único. Um fraco estabelecimento de laços. Mas houve estabelecimento de laços com 9% da amostra (14 sujeitos) que produziram 46% (325 mensagens) do total de dados coletados durante a pesquisa empírica (711 mensagens).





4. Navegando com a telenovela

A seguir analisamos os discursos⁹ dos emigrantes brasileiros em Portugal, os *sujeitos da pesquisa*, desencadeados por temas presentes em *Caminho das Índias* a fim de descobrir o lugar da telenovela nas comunidades da nação e da diáspora – tanto no sentido em que esta ajuda a compor a identidade nacional, quanto no de disseminar aspectos do país. Tendo a telenovela como motivadora de todas as falas, percebemos o lugar que o emigrante brasileiro ocupa na sociedade de acolhida, no caso, Portugal, suas relações com o país de origem, o Brasil, e também os fluxos migratórios.

As memórias aqui apresentadas e interpretadas não formam um retrato definitivo, mas um esboço dessa identidade migrante. Sendo assim, a identidade do emigrante brasileiro foi traçada a partir do legado de pessoas comuns, anônimos que deixaram suas marcas em comunidades virtuais da nação e da diáspora – discursos estes que tiveram como fertilizante a telenovela. Os discursos constituem, simultaneamente, a identidade do emigrante, a própria história do país, a memória da nação.

5. A telenovela como narrativa da nação

Só um fato hilário: trabalhei num local em que as portuguesas tinham medo dos homens brasileiros pq julgavam (ou ainda julgam) que eles são muito mentirosos, isso pq viam muita novela brasileira e acabavam por achar que se os actores mentiam tão bem nas novelas, todos os brasileiros faziam o mesmo (Ana J. Arruda, 29.5.2009, orkut)¹⁰.

Elemento de memória e cultura, a telenovela é agente central no debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país neste trabalho. Desde *Gabriela* (1975)¹¹, a primeira telenovela brasileira a migrar para as telinhas portuguesas, em 1977, nossas histórias, nossos hábitos e *nossa língua* povoam o imaginário português. Como relata Silva (2008, p.1), *a oferta e consumo da telenovela brasileira em Portugal colaboram para promover a integração do imaginário português acerca dos brasileiros*.

Se por um lado, a telenovela é bem recepcionada nas telinhas portuguesas, nos teclados já não se dá o mesmo – ao menos não aparentemente. Cabe destacar a dificuldade em fazer com que os internautas “falassem” sobre a telenovela. Seria indício de preconceito contra a telenovela, porque popular, e assim, supostamente de gosto duvidoso? *O preconceito é a categoria do pensamento e do comportamento cotidianos* (HELLER, 1989, p.43), porque são opiniões que se adquire socialmente e que,

⁹ O artigo utiliza material colhido especificamente para a pesquisa, não se interessando por falas pré-existentes nas comunidades virtuais.

¹⁰ Todos os discursos coletados foram transcritos sem correções.

¹¹ *Gabriela*, de Walter George Durst e produzida pela Rede Globo, foi transmitida em Portugal, pela RTP, em 1977, e reprisada anos mais tarde pela mesma emissora e também pela SIC, em 2004.



concebidas sem exame crítico, naturalizam-se para o sujeito. Então, muitos ocultaram a assistência da trama, deixando escapar, em outros momentos, de forma subliminar, a recepção. Diante da recusa dos internautas quando citávamos *Caminho das Índias* nos tópicos, optamos por introduzir apenas os temas, sem citar efetivamente o título da obra de Gloria Perez. A partir dos discursos produzidos analisamos não apenas o que é ser brasileiro, mas o que é ser brasileiro *fora* do Brasil. Ou seja, o brasileiro em trânsito, o imigrante latino-americano na Europa, o que implica vários fatores a que ele tem que se submeter, sendo o mais forte deles, o de ser estrangeiro.

Renunciei a "desnecessidade" de dizer sempre minha nacionalidade. Desde que mudei do Brasil tenho isso como um fantasma na minha vida, em qq lugar que vou, uma hora ou outra tenho que dizer minha nacionalidade, sendo que no Brasil isso nunca ocorria... (Willian, 14.5.2009, orkut).

Nos discursos algo notado é que dificilmente os emigrantes conseguem aliar os seus próprios talentos aos recursos existentes no país de destino. Em busca de supostas melhores oportunidades, acabam se submetendo a subempregos para, desta forma, obter benefícios para si e para a sua família mais direta. Isso quando o migrante não sustenta uma família no Brasil. Desta forma a iniciativa de deixar o Brasil em busca de melhores condições beneficia também aqueles que foram deixados para trás.

... generalizando, a maioria do brasileiro trabalha em subemprego sim. Mesmo com diploma embaixo do braço, coisa que no Brasil não faria de jeito nenhum! Se torna mais um no meio da multidão mas mts vezes conta a quem ficou no Brasil que ta vivendo mt bem, obrigada!!! Principalmente qdo esta a viver em país onde a lingua não eh a portuguesa... não fala o idioma e tem que se virar... basta dar uma olhadinha em comunidades de brasileiros no exterior... (...) eu já trabalhei em sub-emprego e sei mt bem o que eh ser "invisível" ou ser vista qdo necessaria... eh um sentimento mt ruim e a gente chora para desabagar... (Candyce Costa, 22.5.2009, orkut).

Além do subemprego, a jornada dupla de trabalho, ou seja, o acúmulo de dois empregos, também é uma constante no cotidiano do emigrante.

A identidade se constroi na aproximação e na diferenciação. Tanto na descrição de características próprias como na eleição das características que compõem o outro. Concordamos com Hall, que diz que usamos identidade

[...] para significar o ponto de encontro, o ponto de sutura, entre, por um lado, os discursos e as práticas que tentam nos 'interpelar', nos falar ou nos convocar para que assumamos nossos lugares como os sujeitos sociais de discursos particulares e, por outro lado, os processos que produzem subjetividades, que nos constroem como sujeitos aos quais se pode 'falar'. As identidades são, pois, pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós. (HALL, 2000, p.111-112)

Há questões da cultura global que são impostas e fazem parte do cotidiano de qualquer emigrante, tais como, sotaque, integração na sociedade, inserção no mercado de trabalho. Para o estrangeiro, a alteridade faz parte de seu cotidiano. Há a relação com



o outro enquanto estrangeiro e o confronto com o olhar dos próprios conterrâneos. Caso interessante é o da Rita do Carmo Almeida, que se define brasileira e portuguesa. Nascida em Portugal, ela foi criada no Brasil, país onde vive atualmente. *Meu marido é também brasileiro e português, como eu.... A diferença é que ele foi com a família para Portugal exatamente no ano em que eu nasci e passou a vida toda em lá* (Rita do Carmo Almeida, 27.5.2009, orkut).

O Brasil visto de fora ganha novas nuances. No tópico *Defina o Brasil com três adjetivos*, postado pela agente Rita na comunidade *Brasileiros em Portugal*, a maioria dos internautas descreveu o país de forma otimista. Das principais qualidades do Brasil, a beleza natural e a alegria foram os itens mais citados. Outras características foram a imensidão territorial, as riquezas naturais e o clima tropical. Características do povo brasileiro consideradas positivas também foram citadas, como a variedade (ou seja, a hibridização), a festividade e alegria, a afabilidade e acolhimento, a valentia e a despreocupação. Como características negativas, a desigualdade fruto da desorganização, a insegurança e violência e a corrupção. Conhecido como “país do futuro”, o slogan foi citado por três internautas.

Não apenas o nosso passaporte denuncia nossa origem, mas também outras marcas culturais, como o sotaque, incluindo as não verbais, como gestos e indumentária. São as nossas carteiras de identidades locais. Como emigrante é preciso se adaptar aos costumes de onde estamos e se portar de acordo com as tradições e normais locais. Foi justamente isso proposto para os internautas em um dos tópicos da pesquisa: que eles apontassem quais as diferenças entre os comportamentos dos brasileiros *em trânsito* e o dos portugueses, no caso, os *anfitriões*.

Os brasileiros se autodescrevem, sobretudo, como pobres, enquanto as brasileiras destacam que se acham *mais carinhosas*. Baixa auto-estima também é apontada nos discursos, além de um tipo de *submissão* do trabalhador brasileiro, especialmente em uma proposta de discussão que abordava a existência de castas na sociedade indiana e citava a pesquisa desenvolvida por Fernando Braga da Costa no Instituto de Psicologia da USP, na qual ele fala sobre *invisibilidade pública* após analisar durante anos o comportamento de garis.

A guisa de conclusão: achados e perdidos

Internet é presente; não é futuro, como nos alerta Castells (1999, p.255). Alerta este que não é gratuito, visto que muitos autores se debruçam a fazer prognósticos a



respeito do futuro, ao invés de se atentar para o presente. Hine segue na mesma corrente ao notar que *até agora se tem dedicado muito mais esforço a predizer um futuro revolucionário da Internet que a investigar, em detalhe, como se utiliza e de que modos se incorpora na vida cotidiana das pessoas* (2004, p.10). E se propõe a explorar *uma metodologia de investigação sobre a Internet para o estudo empírico sobre seus usos atuais* (2004, p.10).

A Internet está imbricada na vida das pessoas. E não é tempo de pensar sobre quando abriremos o maleiro e investigaremos nosso closet sentados confortavelmente na nossa cama via controle remoto – à la Jetsons –, e sim pensar como ela funciona no cotidiano. Não é mais também no sentido de servir como diário virtual e sim canal de comunicação – de uma cultura local, de uma situação específica, de um interesse compartilhado. Para achar iguais que discutam os mesmos interesses, basta dar uma busca por palavra-chave. E assim nos deparamos com as comunidades virtuais que agrupam pessoas por afinidade. E foi exatamente esse o propósito da pesquisa que agora resulta neste artigo: não o de discutir uma telenovela, e sim descobrir as marcas da identidade nacional presentes nos discursos dos brasileiros em Portugal pautados por *Caminho das Índias*, de Gloria Perez, elegendo a telenovela como narrativa da nação. A partir do momento que o nosso objeto de estudo não era apenas telenovela e sim a sua recepção por emigrantes brasileiros, foi preciso localizar comunidades virtuais que agrupassem esses telespectadores internautas além mar, ou seja, radicados em Portugal. Essa foi a primeira dificuldade enfrentada: a de localizar *essas* pessoas, a reunião da amostra. Não sendo encontrada nenhuma comunidade virtual especificamente sobre a recepção da obra citada em Portugal, ou ainda, por emigrantes brasileiros residentes em Portugal, conforme explicitamos no decorrer do artigo, optamos pelo deslocamento da telenovela para esses espaços virtuais da nação e da diáspora.

Importante ressaltar que, em nenhum momento, contamos com uma ponte off-line em Portugal, alguém que pudesse facilitar nosso relacionamento com os brasileiros fora do país. Ao deslocar a discussão das comunidades de telenovela para as comunidades de emigrantes no orkut encontramos barreiras em relação ao produto e em relação à metodologia de pesquisa. Na busca pelos dados nos deparamos com mais obstáculos do que facilidades, o que nos exigiu repensar constantemente o percurso para contornar estas barreiras. Ao lançar temáticas presentes na telenovela, citando o título *Caminho das Índias*, na maioria das vezes, encontramos relutância, entretanto quando passamos a discutir sobre os temas, as identidades afloraram por meio dos discursos



carregados de memória. E assim, nas comunidades virtuais da nação e da diáspora, o Brasil estendido, plantamos temas da telenovela, uma grande mediação do país, a narrativa da nação, que, fertilizados pela condição do emigrante (questão da diáspora), afloraram a identidade nacional. Durante os oito meses de pesquisa, período de exibição da telenovela, reunimos, por meio de 96 propostas de discussões pautadas por temas de *Caminho das Índias*, 711 referências emitidas 154 sujeitos, e, por meio desses discursos carregados de memória, percebemos como o produto cultural ajuda na construção da identidade perpassando o imaginário do emigrante brasileiro.

Agrupados no Brasil territorializado virtualmente em Portugal, uma parcela dos internautas estabelece vínculos afetivos suficientes para o estabelecimento de *comunidades virtuais da nação*, assim como aqueles que se agrupam em torno da ficção seriada televisiva, nas *comunidades de telenovela*.

No decorrer da pesquisa buscamos perceber de que modo a telenovela brasileira permeia as discussões nos fóruns das comunidades virtuais da nação e da diáspora no orkut, as interpretações dadas, os novos significados sociais construídos, os assuntos que mais repercutiam nas discussões e, concomitantemente, vimos aflorar a identidade do brasileiro migrante e a história das migrações. Por meio do deslocamento dos temas da telenovela para as discussões no ciberespaço, verificamos o imaginário brasileiro difundido por nossa narrativa máxima atuando na preservação da identidade e na manutenção das culturas nacionais e locais.

Acreditamos que, desta forma, contribuimos de maneira efetiva para os estudos de recepção de telenovela. Sendo importante destacar que o método da pesquisa, a etnografia virtual, pode ser replicado para além da telenovela como objeto, por isso a contribuição metodológica. Sendo a internet um meio de comunicação recente e as comunidades virtuais plataformas de relacionamentos on-line, fundamentamos metodologicamente toda a nossa pesquisa em bibliografia muito nova sobre como investigar *dentro* do espaço virtual. Além do mais, houve uma ruptura na questão dos agrupamentos on-line. Simplesmente não buscamos a telenovela no ciberespaço e sim caminhamos junto com ela *por dentro* das comunidades virtuais da diáspora e da nação. Ou seja, levamos na nossa mala de viajante cibernético a narrativa da nação brasileira para aqueles que estão fora do país e se agrupam por meio das novas tecnologias – uma janela do Brasil (a telenovela) em uma passagem (representação) para o Brasil em Portugal (as comunidades virtuais). O Brasil virtualmente territorializado em Portugal mediado pela telenovela e, assim, reafirmando sua identidade.



Mantemos a crença da contribuição metodológica do trabalho, uma pesquisa de explorações metodológicas para além dos resultados.

REFERÊNCIAS

- APPADURAI, A. **Dimensões culturais da globalização**. A modernidade sem peias. Lisboa (Portugal): Teorema, 2004.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CÔRREA, C. H. W. **Reterritorializações no orkut**: um olhar netnográfico sobre os “Brasileiros no Exterior”. *Discursos fotográficos*. Londrina (PR), v. 5, n. 6, jan./jun. 2009, p. 189-212.
- HALL, S. *Quem precisa de identidade*. In: SILVA, T. T. (org.); HALL, S.; WOODWARD, K. **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis (RJ): Vozes, 2000.
- HELLER, A. **O cotidiano e a história**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1989.
- HINE, C. **Etnografia virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2004.
- HINE, C. **Virtual methods**. Issues in social research on the internet. New York (EUA): Palgrave USA, 2005.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- LOPES, M. I. V.; BREDARIOLI, C.; FREIRE, D. O.; ALVES, C.. Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, M. I. V. (org.). **Ficção televisiva no Brasil**: temas e perspectivas. São Paulo: Globo, 2009.
- LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. R. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.
- RHEINGOLD, H. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1993.
- SILVA, L. A. P. Mulher e telenovela brasileiras num contexto diaspórico. *Fazendo Gênero 8 – Corpo Violência e Poder*. Florianópolis, 25 a 28 de 2008. Disponível em: http://www.fazendogenero8.ufsc.br/sts/Forum/Lourdes_Ana_Pereira_Silva_forum.pdf
- STRAUBHAAR, J. As divisões internacionais da televisão brasileira. In: LOPES, M. I. V. (Org.). **Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004.