



## Exportação da Cultura Brasileira e o Caso da Novela “O Clone”<sup>1</sup>

Bruna Luyza FORTE Lima Oliveira  
Eduarda Talicy MARTINS de Sousa  
Paulo Renato de MENESES Abreu<sup>2</sup>

Universidade Federal do Ceará  
Mônica Mourão Pereira<sup>3</sup>

**Resumo:** O presente artigo aborda estudos de hibridização cultural e das construções da identidade propostos pelos estudiosos García Canclini e Douglas Kellner. Faze-se uma análise através de produtos midiáticos, usando como elemento principal a telenovela “O Clone” e a exportação do produto cultural brasileiro. A partir da observação da apropriação de diversos públicos e da difusão da telenovela, tratamos do modo que se dá a mescla cultural e a reação do público perante aos conceitos presentes em “O Clone”.

**Palavras-chave:** O Clone; García Canclini; Douglas Kellner; exportação cultural; construção da identidade nacional.

### 1. Introdução

A exportação cultural está relacionada às novas possibilidades de relacionamento com a cultura, as quais transpõem fronteiras e difundem o processo de desterritorialização e reterritorialização, conceitos propostos pelo antropólogo argentino Néstor García Canclini. As pessoas são receptoras de novos significados culturais, a globalização e as informações simétricas fazem com que todos os países estejam interligados e que a criação de seu produto simbólico na modernidade não se restrinja ao seu espaço geográfico.

No caso da América-Latina, a desterritorialização cultural aconteceu devido às “migrações multidirecionais”. Vários países tiveram o aumento considerável de migração em consequência das investidas imperialistas dos EUA, o que resultou na criação de uma produção cultural bastante cinética no local. O Brasil teve um evidente crescimento em suas produções simbólicas, tanto a nível local, quanto internacional:

---

<sup>1</sup> Trabalho da disciplina de Teorias da Comunicação II do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC)

<sup>2</sup> Estudantes do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará

<sup>3</sup> Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense. Foi docente no curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará no ano de 2011, no qual lecionou também a disciplina Teorias da Comunicação II do curso de Comunicação Social. monicamourao@gmail.com



Músicas, livros, cinematografia e principalmente telenovelas foram bastante exportados nas últimas décadas. A novela brasileira é vista em mais de 100 países em todos os continentes e é considerada referência mundial, inclusive na Europa e nos Estados Unidos, que são reconhecidos como os maiores exportadores de “obras culturais”.

A entrada das novelas brasileiras nesses países “centrais” subverte a lógica de dominação cultural por parte dos países imperialistas. Historicamente, esses países exerceram uma dominação econômica e política realizada, inicialmente com o Colonialismo, depois com a industrialização e com a urbanização. Segundo Canclini, a modernidade organizou-se em antagonismos econômico-políticos e culturais, como, por exemplo, colonizadores versus colonizados.

Essas oposições diminuíram com o passar do tempo; houve um crescimento notável de exportação da produção cultural por parte de países “emergentes”, como o Brasil, nas últimas décadas. O Brasil se transformou no sétimo produtor mundial de televisão e publicidade.

Na Telenovela “O Clone”, da emissora Rede Globo, percebemos os diversos fatores de globalização e as formas de hibridização das culturas. Esta hibridização, proposta por Canclini, acontece quando determinado produto cultural sofre modificações por manter contato com outras culturas. Iniciamos falando da importância da função social, pois a telenovela, que conta a histórias de muçulmanos, foi exibida logo após o atentado de 11 de setembro e a imagem muçulmana estava diretamente ligada a atentados terroristas. A novela possibilitou, portanto, o conhecimento de particularidades da cultura islâmica através de estereótipos. Podemos ainda abordar os diversos ligames da mescla cultural, partindo do pressuposto de que a telenovela, que trata da cultura oriental, especificamente do Marrocos, foi escrita por uma autora brasileira, que fez diversas adaptações, como, por exemplo, a linguagem (traduções de expressões características) e a reconstrução de cenários.

Após a exibição, a telenovela foi exportada para outros 91 países. Os países que compraram a novela já se deparavam com outras duas culturas diferentes, a brasileira e a islâmica, isso possibilitava que eles conhecessem as particularidades de cada uma e possibilitava, também, o reconhecimento, ou não, em alguma delas.



## **2. Contextualização: breve análise sobre a história da telenovela no Brasil**

Na América Latina, as telenovelas começaram a ser exibidas na década de 50 e logo ganharam destaque no horário nobre das grades das televisões, principalmente no Brasil. Na Década de 80, Livia Antola e Everett Rogers (1984, p. 186) pesquisaram o fluxo da programação televisiva entre os Estados Unidos e os países latino-americanos e, comparando aos dados das pesquisas anteriores, identificaram uma queda nas importações culturais dos EUA. Os pesquisadores perceberam também que os países latinos passaram a importar produtos culturais de outros países latinos, principalmente as novelas que compunham cerca de 70% desses produtos, diminuindo, assim, a compra de produtos dos norte-americanos.

Já nesta década, Daniël Biltereyst e Philippe Meers (2000) pesquisaram o fluxo e contra-fluxo de comunicação, analisando a produção televisiva crescente nos países latino-americanos e a participação das emissoras dessas regiões no mercado global. Biltereyst e Meers avaliaram o papel das telenovelas no centro das discussões teóricas sobre fluxo internacional de comunicação. Os pesquisadores concluíram que as novelas produzidas na América latina serviam pra preencher grades de programação das emissoras de países europeus, principalmente nos horários de baixa audiência.

José Marques de Melo (1988), ao justificar o sucesso da difusão das telenovelas brasileiras pelo mundo, explica que esse sucesso se deve à capacidade que elas têm de promover a identificação, através de uma linguagem coloquial, da presença de ascensão social dos seus personagens, das boas cenas externas, da naturalidade dos atores e do enredo com suspense. Nos focos dramáticos e no comportamento dos personagens encontram-se valores universais, como o amor pela família e crenças religiosas, que são reconhecidos pelos telespectadores estrangeiros.

Daniel Mato (2001, p.3) analisa o forte crescimento deste fenômeno de transnacionalização apontando como resultado da abertura de novos mercados: como, por exemplo, a contratação de elencos multinacionais e com as coproduções com empresas estrangeiras, aumentando, assim, o intercâmbio cultural entre os países e resultando em novelas multiculturais.

### 3. Objeto de estudo: novela “O Clone”

A telenovela “O clone”, escrita por Glória Perez, é logo lembrada quando o assunto é exportação cultural e hibridação da cultura. A novela foi exibida originalmente entre os anos de 2001 e 2002 na Rede Globo, sendo reprisada pela emissora em 2011, e conta a história de amor entre Jade e Lucas, personagens de Giovanna Antonelli e Murilo Benício, respectivamente. O romance do casal passa por inúmeros problemas, entre eles, a diferença de cultura.

Segundo o texto “Um outro olhar – o Mundo Árabe e Islã através da novela “O Clone”:

“O Clone” conta a história de amor entre Jade e Lucas, que se conhecem no Marrocos. Ela, muçulmana e órfã, voltava à casa de seu tio Ali depois de ter crescido no Brasil. Ele, carioca e gêmeo de Diogo, estava lá de férias com o irmão, o pai Leônidas, a namorada deste e o cientista Albieri. Jade e Lucas se separam por causa de diferenças culturais. Cada um se casa em seu país e tem filhos. Lucas se une a Maysa e Jade a Said. Enquanto isso, o geneticista Albieri clona Lucas, movido pela dor da morte de Diogo, seu afilhado. O clone cresce e o encontro acontece: Lucas diante de seu clone. Quem é quem? Lucas não tem mais sonhos. Leandro, sim. Mas clone tem alma? “O Clone” aborda a busca da identidade: da muçulmana em crise com sua cultura, dos gêmeos idênticos, do conflito entre clone e clonado e do homem diante de Deus (Um outro olhar – o Mundo Árabe e Islã através da novela “O Clone”, s.p. 2002). Léo

A novela foi gravada no Brasil e no Marrocos. As primeiras cenas foram filmadas em cinco cidades marroquinas, onde a equipe de produção e o elenco trabalharam por 40 dias. Foram escolhidas como locações as ruínas da *kasbah* Ait Ben Hadou, em Ouarzazate; o mercado de camelos de Marrakech; a cisterna portuguesa de El Jadida; e a medina de Fez, cidade do século VIII. As locações serviram posteriormente de referência para a construção da cidade cenográfica marroquina no Projac, situado no Rio de Janeiro.

O Clone levantou questionamentos sobre aspectos culturais e religiosos desses países e mostrou a relação entre diversos personagens desses dois “mundos”. Ao mesmo tempo, “O Clone” revelava características dos personagens que independiam da cultura ou do país, mostrando dramas considerados universais no mundo moderno, como anseios, desejos e frustrações da vida, como, por exemplo, o amor não correspondido, ética do trabalho, drogas e outras problemáticas.



O Clone trata dos diferentes comportamentos dos indivíduos diante das regras morais construídas socialmente. Na história, alguns personagens subvertem essa lógica, incorporando características e condutas que, segundo suas “culturas originais” não seriam aceitas. O principal exemplo é o amor entre o casal protagonista. Jade acaba tendo que casar-se com o Said, homem da sua mesma religião, enquanto continua amando Lucas e acaba traindo seu marido com ele. A traição no Marrocos é punida com castigos físicos, mas, mesmo assim, a personagem não segue os princípios e continua se encontrando com Lucas, não aderindo às regras sociais e impessoais que lhe são impostas. Outro exemplo é a garota Samira. Marroquina, mas morando no Rio de Janeiro, Samira tem vergonha de ir à escola usando o véu, alegando que seria alvo de pilhéria. O véu, que é uma tradição para as mulheres no Marrocos, passa a ser problema social pra uma mulher num país onde ele não é adotado.

Ou seja, ao tentar entender o enredo da telenovela, antes de tentar analisar num sentido macro os acontecimentos, deve partir-se da análise da “relação com outro” entre os personagens da trama para entender a história:

“Os personagens interagem uns com os outros em lugares sociais diversos, o que pode comportar condutas pautadas em princípios de hierarquia (que englobam autoritarismo, mandonismo, resistência ou submissão), igualdade ou exclusão, atos de confiança fundados em méritos pessoais ou em capacidades abstratas e relações de proximidade (que podem denotar traços originalmente característicos da instituição familiar) ou distanciamento (que pode remeter a uma maior autonomia do indivíduo no sentido de delimitar com maior clareza as fronteiras entre ele e o próximo, estando o estabelecimento de amizades subordinado a escolhas).” (A telenovela como produto sócio-cultural: refletindo sobre um processo de construção de significados, s.p. 2004)

“O Clone” foi exibida em 91 países, agradando e sendo sucesso em muitos locais diferentes. Entre os países em que a novela foi sucesso de audiência estão: Argentina, Chile, Colômbia, El Salvador, Moçambique, Peru e Romênia. A novela foi recorde de audiência no Kosovo, exibida na emissora RTV21, e sucesso na Sérvia, Rússia e Albânia.

A novela, que estreou pouco tempo depois dos atentados terroristas de 11 de Setembro, tinha o núcleo principal composto de personagens muçulmanos, o que poderia dificultar a aceitação da trama mundialmente, principalmente, nos Estados Unidos. Entretanto, “O Clone”, exibida pela Telemundo em 2002, foi o maior sucesso de audiência de todos os tempos do canal no horário das 22h.



A emissora Telemundo é voltada para a comunidade hispânica nos Estados Unidos e também para os países de língua espanhola. A emissora teve sua audiência aumentada em 60% com a exibição de *O clone (El Clon)*.

Segundo o site “Memória Globo”:

Geraldo Casé, diretor artístico da área internacional da Rede Globo, afirmou, em entrevista à revista *Isto É Dinheiro* de julho de 2003, que jamais uma novela influenciou tanto os costumes dos lugares onde foi exibida. Segundo ele, muitos bebês norte-americanos nascidos em 2002 ganharam o nome de Jade, e academias de Portugal passaram a oferecer aulas de dança do ventre. (Site Memória Globo, disponível na Internet em <http://memoriaglobo.globo.com/> . Acessado em 16 de novembro de 2011)

Em 2008, A TV Globo e a Telemundo Studios selaram um acordo de coprodução de uma versão em espanhol da novela, exclusiva para o público hispânico norte-americano. A versão foi gravada com elenco formado por atores hispânicos com gravações em seus estúdios na Colômbia e locações nos Estados Unidos. A novela rendeu, também, a publicação do livro “*Um Outro Olhar - O Mundo Árabe e o Islã Através da Novela O Clone*”, lançado pela Editora Globo, com fotografias do diretor Jayme Monjardim.

Todo esse sucesso se relaciona à chamada transnacionalização dos mercados simbólicos e a universalização de uma cultura cada vez mais homogênea. A telenovela, gravada num país latino-americano, conta uma história que acontece no extremo noroeste da África, misturando as culturas orientais e ocidentais, o Islamismo e o Cristianismo e conseguindo se tornar um produto cultural a ser consumido no mundo inteiro.

#### **4. Uma análise da exportação cultural e da construção da identidade nacional através da telenovela à luz de García Canclini e Douglas Kellner**

Em seu livro “*Culturas Híbridas- Estratégias para entrar e sair da modernidade*”, Néstor García Canclini discorre sobre as manifestações simbólicas de cultura que não estão inseridas em nenhum padrão unicamente estabelecido. Após as mudanças culturais sofridas pela sociedade devido às inovações tecnológicas, as pessoas passaram a ter um novo relacionamento com a cidade e a diversificar a sua maneira de existir nela. Além disso, a maioria das informações é pautada pela grande mídia e com o fechamento das portas e aumento das trancas, as pessoas começaram a habitar mais o interior dos lares e a internalizar os seus encontros.



Na obra “Políticas Culturais Para o Desenvolvimento – Uma Base de Dados Para a Cultura” (UNESCO Brasil, 2003), o primeiro capítulo, “Reconstruir políticas de inclusão na América Latina”, é de Canclini. Ele observa que, a cada ano, a situação nos países emergentes da América Latina se torna mais “negativa” sob o ponto de vista de investimentos internos: empresários retiram suas aplicações, governantes privatizam o patrimônio nacional e 10% da população, transtornada, emigra. Tais nações configuram-se perante o mundo como nações detentoras de um repertório de matéria-prima com preços desvalorizados e histórias comercializáveis que se tornam telenovelas.

O antropólogo discorre sobre a globalização através dessas emigrações. “A América Latina não está completa na América Latina. Sua imagem lhe chega dos espelhos espalhados no arquipélago das migrações”, afirma Canclini (2003, p.24). Evidencia-se o redimensionamento da cultura brasileira, por exemplo, por meio da exportação de nossas músicas e telenovelas e a migração de nossos produtos culturais. Em outras palavras, isso significa que a condição de ser brasileiro não se encontra apenas observando o que está delimitado dentro do nosso próprio território geográfico.

A difusão das novelas relaciona-se diretamente ao o conceito de desterritorialização de Canclini, que seria “a perda da relação “natural” da cultura com os territórios geográficos e sociais”. Por exemplo, um cidadão canadense, ao assistir uma novela brasileira, não está acompanhando um produto cultural relacionado à “cultura original” do seu país. Há, inclusive, uma diferença geográfica considerável entre o local que produziu a novela e aquele indivíduo que a assiste.

Além da relação com o conceito de desterritorialização de Canclini (1997), a produção da novela brasileira também promove a reterritorialização, que seriam “certas recolocalizações territoriais relativas, parciais, das velhas e novas produções simbólicas”. A reterritorialização ocorre na medida em que esses produtos também são consumidos dentro do país de origem, representando um sucesso local e uma renovação simbólica dentro da nação.

Sob outro prisma, o professor Douglas Kellner, considerado um dos mais importantes autores dos estudos culturais, analisa, em sua obra “A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno” ( Bauru, SP, EDUSC, 2001, 454 pp.), a influência da mídia na construção da imagem nacional. Neste trabalho, Kellner se preocupa com a ação da mídia nas problemáticas políticas e sociais. No caso da telenovela “O Clone”, um papel que pode ser apontado é a naturalização do





estrangeiro a um novo país e a sua adaptação - ou a ausência dela- aos costumes de um povo.

Para Kellner, o papel da imagem na construção da identidade está, muitas vezes, moldado por visões fictícias de uma sociedade cada vez mais dominada pela mídia e pela informação. Na novela “O Clone” estão presentes mecanismos de indução que levam as pessoas a se identificar com certas opiniões, sentimentos, conceitos, valores. A traição de Jade ao Said, por exemplo, envolve conceitos diversos, pois ele também é casado com outra esposa, costume comum em sua religião. Jade, porém, não pode relacionar-se com outro homem por determinação desta mesma crença. O público, porém, ressalta Kellner, pode acatar ou rejeitar os valores contidos na telenovela. No âmbito dos Estudos Culturais, tenta-se demonstrar como é possível resistir à “manipulação midiática”, pois o receptor não é ingênuo.

É nesse dilema crítico que se coloca Douglas Kellner, destacando a cultura da mídia e seus mecanismos e técnicas manipulativas de impor normas de pensamento, de ser, de desejar e de se colocar frente a determinados comportamentos. É como se a população composta por fantoches incapazes de pensar ou tomar suas próprias decisões. É neste ponto que o Kellner enfatiza a existência de grupos que se opõem a essa “manipulação” da mídia.

O professor destaca também a função midiática no campo educacional, pois ela oferece informações e orientações que falam, em tese, sobre a realidade social. Essa realidade demonstrada pelos veículos midiáticos pode estar repleta de interesses opostos ao bem-estar social, mesmo que de maneira não tão explícita, podendo gerar posturas preconceituosas e reacionárias, bem como estímulos a comportamentos nocivos. Um exemplo disso é a banalização da bebida alcóolica nas telenovelas. Em “O Clone”, o bar da personagem Jurema Cordeiro, mais conhecida como Dona Jura, era muito frequentado pelos moradores de São Cristóvão, outro núcleo da novela. O bar era representado como um espaço de integração social. Cabe-nos um questionamento: a imagem familiar e benéfica de um estabelecimento de venda de bebidas não pode deturpar juízos de valores de uma criança ou adolescente?

Kellner segue, em dados momentos de sua análise, a linha de pensamento do filósofo e sociólogo alemão Walter Benjamin, apontando a cultura midiática como, futuramente, no caso deles, um importante elemento de transformação social, no qual as classes marginalizadas pela sociedade sejam ouvidas no qual





diversas culturas encontrem seus próprios meios de expressão. Nesta tarefa os estudos culturais têm papel importante na possibilidade de intervenção na cultura dominante.

A obra de Kellner, portanto, é de suma importância nos estudos culturais e nos ajuda a refletir sobre a identificação cultural que a telenovela “O Clone” causou nos países nos quais foi exibida. Douglas Kellner se dispõe a fazer uma leitura politizada da cultura contemporânea, analisando como os produtos culturais midiáticos realizam a transcodificação dos conflitos da sociedade em imagens e narrativas, como no caso da telenovela.

## **5. Conclusão**

Sobre a novela “O Clone”, em suas pesquisas de recepção o que mais chamava atenção nos públicos eram elementos culturais específicos, como a dicotomia entre o ocidental e o oriental, as danças do ventre exibidas na novela e outras manifestações culturais e os problemas causados pelos confrontos de costumes distintos, mesmo a novela tratando de temas universais como a dependência química e clonagem humana. A construção das identidades se dá tanto pela fantasia, os estereótipos de personagens, quanto pela identificação ou não do público.

Com o advento da Internet, a hibridização está cada vez maior, pois a facilidade de arquivamento possibilita uma quebra não somente do espaço, mas também do tempo. Tudo está interligado na produção cultural, nada mais é ligado somente a certa comunidade, à homogeneidade, o que provoca uma identificação pelo público cada vez maior.

Há certa homogeneização cultural em relação à formação da identidade das nações, um incentivo ao enfraquecimento das fronteiras. Os países consagrados como “exportadores” buscaram esse enfraquecimento por questões econômicas e, com o tempo, por questões culturais, o resultado dessa combinação tornou a formação da identidade social de um país mais híbrida. A televisão ajuda a construir essa identidade nacional e, a partir do momento que há a presença de produtos culturais de outros países, há a exposição dos costumes e tradições, ou seja, de conceitos de diferentes regiões e nações.

Após a globalização e facilidade de acesso a outros povos e culturas através da mídia, o mundo está cada vez mais interligado na contemporaneidade. O fenômeno da



construção da identidade cultural é constante - tudo entra em convergência e não existem mais espaços delimitados ou público prioritariamente definido.

### Referências bibliográficas

ANTOLA, Livia. ROGERS, Everett M. Television flows in Latin America. Communication Research. Londres: Sage, 1984. pp.183- 202.

BILTEREYST, Daniël; MEERS, Philippe. The international telenovela debate and the contra-flow argument: a reappraisal. In: Media, Culture & Society. Vol.22. London: Sage Publications, 2000. FADUL, Anamaria (Ed.). A Internacionalização da mídia brasileira. In: Comunicação e Sociedade, n.30. São Bernardo do Campo: Umesp, 1998.

CANCLINI, Néstor García. Culturas Híbridas- Estratégias para entrar e sair da modernidade. Trad. Heloísa P. Cintrão e Ana Regina Lessa. 2ª ed. São Paulo: EDUSP, 1998.

KELLNER, Douglas. “A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno” ( Bauru, SP, EDUSC, 2001, 454 pp.)

MARQUES DE MELO, José. As Telenovelas da Globo: produção e exportação. São Paulo: Summus, 1988.

MATO, Daniel. Transnacionalización de la industria de la telenovela, referencias territoriales, y producción de mercados y representaciones de identidades transnacionales. XXIII International Congress of the Latin American Studies Association (LASA). Washington, setembro 2001.

JUNQUEIRA, Lília e CANUTO, Mª Elizabete. O mito do personalismo na novela “O Clone” – Um estudo da interpretação de duas telespectadoras com ênfase no comportamento social feminino. Anais do 11º Encontro anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2002

GLOBO Publicações. Um outro olhar – o mundo árabe e o Islã através da novela O Clone. São Paulo, 2002.

Políticas Culturais Para o Desenvolvimento – Uma Base de Dados Para a Cultura (UNESCO Brasil, 2003) [on line] Disponível na internet em <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001318/131873por.pdf>. Acessado em 16 de novembro de 2011.