



Representações Sociais do Brasil em Portugal: Visibilidade Midiática na Legitimação de Imaginário¹

Wellington Teixeira LISBOA²

Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP

RESUMO

Esta comunicação tem como objetivo explorar algumas reflexões provenientes de uma investigação desenvolvida junto à Universidade de Coimbra, no âmbito do Mestrado em Comunicação e Jornalismo. Trata-se de problematizar as representações do Brasil no imaginário português contemporâneo, salientando a participação da mídia portuguesa e das indústrias culturais brasileiras transnacionalizadas na atualização e legitimação desse universo de percepções, conhecimentos e imagens. Estruturaremos um diálogo teórico em torno da Teoria das Representações Sociais, sistematizada no campo da Psicologia Social, e da Teoria da Recepção Midiática. Complementarmente, divulgaremos os resultados de parte da pesquisa empírica desenvolvida, com vistas à análise de representações que conformam uma identidade brasileira em Portugal.

PALAVRAS-CHAVE: Brasil; história; indústrias culturais; Portugal; representações sociais.

Introdução

Nas dinâmicas da vida cotidiana, múltiplas imagens, crenças e teorias defrontam-se, atraem-se, matizam-se e/ou repelem-se quando das inter-relações dos sujeitos e grupos sociais. Nesse trânsito de conhecimentos, ou movimento de sentidos, insurgem possibilidades para intercâmbios comunicativos e culturais, concorrendo para a ativação de memórias e imaginários coletivos e para construções significativas do real (Berger & Luckmann, 2004).

Na perspectiva de certos paradigmas ascendentes no campo da Psicologia Social³, bem como na área da Sociologia e das Ciências da Comunicação⁴, há uma estreita

¹ Trabalho apresentado no DT 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

² Doutorando em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Mestre em Comunicação e Jornalismo pela Universidade de Coimbra (UC), Professor do Curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas, na Universidade Católica de Santos, e-mail: wtlisboa@yahoo.com.br

³ A Teoria das Representações Sociais foi desenvolvida no campo da Psicologia Social. Muitos dos pressupostos teóricos defendidos nesta área científica convergem com as reflexões articuladas no campo da Sociologia do Conhecimento, principalmente porque ambos os campos analisam os conhecimentos produzidos e partilhados no senso comum. Berger & Luckmann (op. cit.), por exemplo, entendem que a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos indivíduos, sendo subjetivamente dotada de sentido para eles, na medida em que lhes oferece um mundo coerente. O conhecimento do senso comum, na concepção destes autores, é o saber que os sujeitos e grupos compartilham no dia-a-dia, construindo uma realidade social.

⁴ Os estudos da recepção midiática e das mediações, estruturados no quadro dos Estudos Culturais britânico e latino-americano (Martín-Barbero, 1997, 2002; Orozco, 2001; Hall, 2003), propõem interpretações acerca da interação entre



correlação entre produção e reelaboração de conhecimentos e práticas comunicativas e culturais. Ao contemplarem diversas modalidades de saberes que, em contextos específicos, são gerados, partilhados, interpretados, apreendidos ou preteridos pelos sujeitos sociais, os estudos desenvolvidos à luz desses paradigmas têm incidido, comumente, sobre os conhecimentos transitáveis no senso comum. Atentam-se, desta forma, à pluralidade de significados que integram os conhecimentos expressos na vida de todos os dias, delineando interpretações acerca do universo simbólico que alimenta e estrutura as representações sociais.

Seguindo essas correntes de investigação, o presente estudo também recai sobre o âmbito do senso comum, objetivando compreender uma modalidade de conhecimento que, dada sua permanente atuação nas dinâmicas sociais cotidianas, tem sido valorizada pelas Ciências Sociais e Humanas como uma das mais relevantes expressões do saber: as representações sociais. Salientemos, contudo, que, ao identificarmos as representações do Brasil no imaginário português contemporâneo, objetivo central deste trabalho, refletiremos também sobre outras formas de conhecimento originadas e/ou vinculadas às representações sociais, como as estereotípias identitárias. Assim, como ponto de partida, cabe-nos problematizar os conhecimentos que têm os portugueses sobre o Brasil e os brasileiros. São conhecimentos que, de modo geral, podem ser considerados como representações sociais do Brasil em Portugal? Como e por que, atualmente, esses saberes são manifestos e propagados na vida cotidiana dos portugueses?

Representações Sociais: Versões (e Aversões) do Imaginário

A vasta literatura sobre a temática das representações sociais oferece-nos um leque de abordagens que nos auxiliam na compreensão da gênese, estrutura, conteúdo e funções desses saberes do senso comum. De acordo com Sá (1998), as pilastras referenciais desses estudos estão pautadas na vertente científica *durkheimiana*, que procurava explicar os fenômenos religiosos, científicos, temporais a partir de conhecimentos inerentes às sociedades. Este autor esclarece que Durkheim (1898)

indústrias culturais e sujeitos receptores, deslocando o foco de análise para o campo da cultura e dos referentes do cotidiano. Na concepção dos autores desta corrente de estudo, a leitura processada pelos sujeitos receptores em relação aos textos midiáticos não acontece, sob nenhuma hipótese, de modo passivo, sem negociação. Valorações de classe, geração, sexo, estilos de vida, história, cultura, entre outras instâncias mediadoras, permeiam e conduzem os modos como os sentidos midiáticos são negociados na interação da vida cotidiana. No tocante a este campo de análise, Escosteguy (2001) sistematiza um importante panorama bibliográfico.



compreendia os fatos sociais como produtos de um amplo conjunto de conhecimentos originados dos mais diversos contextos. Essa multiplicidade de saberes, que inclui crenças, religiões, tradições, mitos transferidos de uma geração a outra, pode ser denominada, na perspectiva deste sociólogo francês, como *representações coletivas*. No seu entender, uma vez partilhadas por todos os sujeitos de um grupo, as representações pré-existem ao indivíduo, que sofre inevitáveis restrições face à dimensão consensual do pensamento social, tendo de conformar, passivamente, sua mentalidade e interações cotidianas.

É precisamente nesse sentido que Sá (op. cit.) classifica como limitadora a análise sociológica de Durkheim, já que este pesquisador contemplava, exclusivamente, o funcionamento desses conhecimentos na dinâmica do tecido social, negligenciando suas especificidades a nível individual. Xavier (2002) também declara que não houve uma relativização teórico-conceitual na abordagem *durkheimiana*, que se limitou a explicar as representações como mitos e tradições. Para esta autora, esse paradigma não se ateuve aos múltiplos campos de atuação das representações sociais, que também englobam a gênese, a formação e sua integração na esfera dos comportamentos pessoais. Assim, a análise de Durkheim restringiu-se, propositalmente⁵, *ao âmbito externo ("sociológico")*, *visto como ontologicamente distinto e distante do âmbito interno ("subjetivo")* (Xavier, op. cit.: s/p.).

Objetivando colmatar lacunas deixadas por estudos anteriores, Moscovici (1961) remodela o conceito defendido por Durkheim e propõe a designação de representações sociais⁶. Nesse ímpeto, este autor sistematiza um estudo que veio a se consolidar como a Teoria das Representações Sociais (TRS). Desde o reconhecimento desta teoria no meio científico, tornou-se comum a aceção das representações como um conjunto de conceitos, proposições e explicações, de caráter social, construído por meio das práticas comunicativas e culturais. No entender de Moscovici (2003), não existe um universo exterior e outro universo do indivíduo ou grupo. O que é representado (pessoa, grupo, acontecimento, objeto, temática) encontra-se contextualizado, uma vez que é concebido

⁵ Com o objetivo de consolidar a Sociologia como uma ciência autônoma, Durkheim defendeu uma disjunção entre representações individuais e representações coletivas, sugerindo que as primeiras fossem compreendidas pela Psicologia e as últimas, pela Sociologia (Sá, op. cit.; Vala, 2004).

⁶ Moscovici sugere a denominação representações sociais, alargando o conceito de representações coletivas, porque, na sua concepção, as representações coletivas restringiam-se a sociedades ditas primitivas, em que a dinâmica social era muito menos intensa do que a que se configura nas sociedades complexas contemporâneas. Deste modo, o termo social desvela o aspecto dinâmico e a bilateralidade no processo de constituição das representações sociais: por um lado, a representação como forma de conhecimento socialmente elaborado e partilhado; por outro, sua vertente psicológica, afetiva e individual (Moscovici, op. cit.).



tanto em razão dos comportamentos e do universo de afetos e de referências do sujeito, quanto pelas condições estruturais que norteiam a produção coletiva das representações. Assim, ação individual e ação coletiva não se apresentam como processos estáticos e excludentes, como certificava Durkheim, mas estão intimamente correlacionadas a fatores subjetivos e a amplos quadros contextuais, nos quais emergem interações sociais e institucionais e, inclusive, identidades pessoais e coletivas.

Este posicionamento motivou celeumas ante alguns paradigmas da Psicologia e das Ciências Sociais dominantes na época, pois a visão prevalecente entre esses campos era, por um lado, *behaviorista* e, por outro, *marxista* e determinista (Arruda, 2002). Nesse sentido, ampliando a perspectiva *durkheimiana* de representações coletivas e distanciando-se de paradigmas exclusivamente cognitivistas sobre esta temática, a teorização de Moscovici trespassa uma diversidade de áreas do saber científico.

Jodelet (2000), em suas conceitualizações acerca das representações sociais, demonstra como a TRS pode ser concebida como uma teoria holística, transversal. Na sua acepção, as representações são saberes disponíveis nas experiências cotidianas; são programas de percepção, construções com estatuto de teoria ingênua, que servem de guia para ação e instrumento de leitura da realidade. Em outras palavras, e ainda de acordo com esta autora, as representações são sistemas de significação que expressam as relações que os indivíduos e grupos mantêm com o mundo; são conhecimentos forjados nos contatos e nas interações com os discursos que circulam nos espaços públicos; são saberes que estão inscritos na linguagem e nas práticas socioculturais cotidianas. Em síntese, as representações são *uma forma de conhecimento, socialmente elaborado e partilhado, tendo um objetivo prático e concorrendo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social* (Jodelet, 1993: 5).

Daí a importância atribuída pela TRS aos dois fatores evidenciados anteriormente, a comunicação e a cultura. A comunicação, no âmbito interpessoal e institucional, afigura-se como condição de viabilidade, difusão e partilha das representações e dos pensamentos individuais e coletivos. A cultura, como território discursivo onde irrompem memórias e imaginários⁷ construídos no decurso da História, conduz a formação, o funcionamento e o conteúdo das representações sociais (Doise, 2002). Ambos os fatores atuam em intersecção e concomitantemente, tanto originando quanto acolhendo essa modalidade de conhecimento. Dialogantes, comunicação e cultura são

⁷ As memórias e os imaginários coletivos influem decisivamente nos processos de construção, partilha e conservação de representações sociais, já que atuam diretamente no núcleo central desses saberes cotidianos (Vala, op. cit.).



chão, berço e desaguardo das representações sociais (Arruda, 2002).

Dimensões Metodológicas: Caracterização da Pesquisa Empírica

Os resultados da pesquisa empírica que ora apresentamos constituem parte de uma investigação desenvolvida no âmbito do Mestrado em Comunicação e Jornalismo da Universidade de Coimbra, Portugal, cujo objetivo geral incide sobre a identificação e problematização das representações sociais do Brasil no imaginário português contemporâneo. Especificamente, avaliamos a importância da mídia portuguesa e das indústrias culturais brasileiras que atuam em Portugal na produção e/ou legitimação desses conhecimentos imaginários, que moldam uma identidade brasileira naquele país.

Este estudo exploratório baseia-se na aplicação de um questionário, constituído por perguntas fechadas⁸, que busca aferir os conhecimentos apreendidos quer na memória social portuguesa, e nos imaginários com que se inter-relacionam, quer na memória das audiências midiáticas. A análise interpretativa das informações coligidas fundamenta-se em métodos de cunho quantitativo, recorrendo à versão 12.0 do programa informático SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Cabe-nos destacar que a parte qualitativa desta pesquisa fora publicada em ocasiões anteriores (Lisboa, 2008, 2009a).

Esta pesquisa empírica foi desenvolvida nas cidades de Coimbra e Lisboa, no período compreendido entre os meses de janeiro e maio de 2006, junto a dois grupos distintos: jovens portugueses matriculados no ensino superior, com idades entre 18 e 25 anos; adultos portugueses que frequentaram até o ensino primário, com idades entre 40 e 55 anos. A delimitação desses grupos, distribuídos em duas cidades com características marcadamente diferenciadas, atende aos objetivos e às hipóteses basilares desta investigação, que parte do pressuposto que as especificidades contextuais referentes à escolaridade e às variáveis geracional e geográfica, além das alusivas às relações de gênero, podem influir nos modos como o Brasil está simbolicamente representado no imaginário português contemporâneo.

Por questões de formatação e espaço para exposição deste trabalho, optamos por apresentar os resultados da pesquisa cujo público analisado é constituído pelos adultos portugueses. A divulgação e leitura dos dados referentes às respostas dos jovens portugueses serão tratadas em ocasião futura, numa perspectiva comparativista.

⁸ Esta pesquisa de Mestrado foi supervisionada pela Profa. Dra. Isabel Ferin Cunha, diretora do Centro de Investigação Media, Imigração e Minorias Étnicas, vinculado à Universidade de Coimbra.



Relativamente aos critérios para a delimitação do *corpus*, constituído por 40 pessoas em cada cidade, cabe-nos perspectivar que os adultos inseridos na faixa etária acima discriminada vivenciaram, em sua adolescência, juventude ou fase adulta, o processo de emancipação das colônias africanas que ainda se encontravam sob o domínio do Império Colonial Português, evento histórico-político que desencadeou o deflagrar da Revolução de Abril de 1974⁹ e legitimou a derrocada desse último poderio colonial no Ocidente. Não obstante, os portugueses dessa geração também acompanharam o advento e a difusão das indústrias culturais brasileiras em Portugal, iniciadas na década de 60 do século XX, bem como participaram dos processos de democratização deste país e de seu acelerado impulso para a modernização nacional, alavancada após a adesão de Portugal ao bloco econômico da União Europeia, em 1986 (Cunha, 2002, 2003).

Além disso, esses portugueses vêm acompanhando um momento histórico caracterizado pelo complexo de relações entre as ex-colônias e a ex-metrópole imperial. Insere-se nessa dinâmica pós-colonial a onipresente ênfase na *comunidade de sentimentos e cultura* entre Portugal e as suas antigas possessões coloniais, clarificada no atual discurso da lusofonia e na retórica da “irmandade” luso-brasileira, por exemplo (Lisboa, 2009b).

Essas e outras significativas diferenças contextuais que integram a trajetória de vida e o olhar coletivo (Cunha, 2003, 2005) dos adultos portugueses parecem influir, consoante as hipóteses gerais desta investigação, nos modos como o imaginário português contemporâneo (re)produz as múltiplas representações sociais do Brasil e dos brasileiros. Importa-nos também referir que Coimbra e Lisboa foram delimitadas como as cidades onde desenvolvemos esta pesquisa empírica porque, como mencionado anteriormente, possuem características bastante diferenciadas entre si, inclusive no que toca ao tipo de contato cotidiano que propiciam entre portugueses e brasileiros em Portugal, visto que, na sua maioria, os brasileiros em Coimbra tendem a ser estudantes temporários, enquanto que, em Lisboa, são imigrantes à procura de trabalho.

Nas ruas, nas praças, nos parques, nos bares e cafés, todos os entrevistados foram instigados a explicar sobre seus conhecimentos e opiniões acerca do Brasil e dos

⁹ A Revolução dos Cravos foi um período da história de Portugal, desencadeado por um golpe de Estado militar, ocorrido a 25 de Abril de 1974, que depôs o regime ditatorial do Estado Novo, vigente desde 1933, e iniciou um processo que viria a culminar com a implantação de um regime democrático, após a legitimação de uma nova Constituição, a de 25 de Abril de 1976. Disponível em: <http://www.historiadeportugal.info>. Acesso em 15 de maio de 2007.



brasileiros. Em ambas as cidades, buscou-se uma quantidade equivalente entre homens e mulheres, sendo que a aproximação com esses portugueses sucedia-se de forma espontânea, prioritariamente, em espaços públicos, respeitando as particularidades e dinâmicas de cada local¹⁰.

Representações na Arena Midiática: Atualização, Legitimação, Memórias

No tocante à primeira questão do questionário, que versa sobre os hábitos de televisualização dos respondentes, não verificamos diferenças significativas entre os adultos das duas cidades, já que as estimativas alusivas ao número de telespectadores (da televisão aberta) chegaram a 96,7% em Coimbra e a 100%, em Lisboa. Nesta primeira cidade, os gêneros televisivos mais citados (41,4%) constituem a opção *Telejornal, Entretenimento, Publicidade, Outros*, seguida de 32,8% que mencionaram assistir a *Telejornal, Telenovela Nacional, Telenovela Brasileira, Entretenimento*. Essas também foram as opções mais indicadas em Lisboa, muito embora *Telejornal, Entretenimento, Publicidade, Outros*, que fora referida por 34,4% dos respondentes desta capital, tenha ficado pouco atrás de *Telejornal, Telenovela Nacional, Telenovela Brasileira, Entretenimento*, que alcançou 39,7%.

Relativamente a esta questão, consideramos pertinente salientar que, em ambas as cidades, houve uma expressiva menção ao gênero ficcional *telenovela brasileira*, em diversas opções de resposta, atestando a presença desse produto midiático transnacionalizado nos hábitos de audiência televisiva portuguesa, nomeadamente entre o público feminino. Exibidas há mais de trinta anos na televisão generalista portuguesa, as telenovelas brasileiras têm se caracterizado um produto midiático de forte impacto em Portugal, sendo que suas tramas, personagens, enredos e simbologias adensam os discursos do senso comum português e as concepções sociais acerca de temas variados. Em 2005, Cunha (2005) já contabilizava aproximadamente 230 telenovelas brasileiras transmitidas naquele país europeu, sendo exibidas no *prime-time* e re-exibidas em diferentes estações e horários, com elevados índices de audiência.

O êxito e a popularidade, em 1977, da transmissão de *Gabriela*, a primeira telenovela brasileira apresentada em Portugal, seriam responsáveis pela intensa difusão desse

¹⁰ Em alguns casos, as pessoas que abordávamos nos espaços públicos não aceitavam, em primeiro momento, colaborar com esta pesquisa empírica. Mesmo referindo que estávamos vinculados à Universidade de Coimbra e que o presente estudo tinha caráter eminentemente acadêmico, ouvíamos, não raramente, reclamações e até insultos relacionados à presença de imigrantes brasileiros em Portugal, não sendo possível a continuidade da conversa.



produto midiático naquele país e pela elaboração de estratégias de programação e de produção televisiva portuguesa (Costa, 2003). A inserção dessa telenovela no horário nobre da RTP¹¹, a única emissora televisiva àquela época, fez parte do processo de reestruturação desse canal público português, possibilitando a exclusividade de acordos com a Rede Globo de Televisão para a aquisição e exibição, em múltiplos horários, desses produtos culturais exportados além-mar (Cunha, 2002, 2003; Policarpo, 2005).

Na acepção de Cunha (2003), *Gabriela* e as inúmeras telenovelas brasileiras que há mais de três décadas compõem o panorama televisivo português vieram alimentar o imaginário da população do antigo império, com os *mitos, heróis, acontecimentos, paisagens, recordações e saudades, facilmente, identificados por todos os portugueses* (Cunha, 2003: 18). Lisboa (2009a), em sua pesquisa empírica de caráter qualitativo, analisa o depoimento de uma portuguesa sobre a relevância das telenovelas brasileiras no processo de formação e atualização das representações sociais do Brasil em Portugal, discurso cuja afirmação salienta que

os portugueses sabem mais do Brasil do que os brasileiros sabem de Portugal. Muitos dos nossos portugueses foram viver no Brasil, e voltaram com histórias de lá. Nós também vemos muitas telenovelas brasileiras e notícias sobre o Brasil. Pronto, o que sei do Brasil é aquilo que me dizem e o que vejo na televisão (Lisboa, 2009a: 63).

Em sequência aos resultados abstraídos da aplicação do questionário semi-estruturado, verificou-se que, dentre os respondentes de Coimbra que, diária ou esporadicamente, vêem televisão, 89,6% lembram-se de referências do Brasil nos programas a que assistem, sendo que o *Telejornal e Lula* (46,8%) e *Quinta das Celebidades e Alexandre Frota* (33,1%) figuram como os programas que mais têm referido o Brasil em Portugal e como as personalidades brasileiras mais vistas na televisão portuguesa. Importa-nos, contudo, acentuar que, à altura em que desenvolvíamos este estudo prospectivo, essas personalidades brasileiras eram recorrentemente veiculadas nos canais televisivos e, de modo geral, na mídia portuguesa, que noticiavam os inúmeros casos de corrupção deflagrados durante o governo do presidente do Brasil, *Lula*, bem como exibiam, comentavam e ironizavam as tramas do *reality show* em que participava um artista brasileiro bastante conhecido em Portugal, *Alexandre Frota. Lula e Frota*, naqueles contextos, pareciam inscrever-se nos sedimentados estereótipos do Brasil que, tal as caricaturas e críticas publicadas pelos

¹¹ Sigla da Rádio e Televisão de Portugal, que exibe sua programação em dois canais televisivos: RTP1 e RTP2.



literatos portugueses oitocentistas sobre os brasileiros e os *torna-viagens*¹², compõem o histórico imaginário português, ainda hoje difuso de imagens do brasileiro polêmico e malandro, dotado de *um vício secreto* (Queiroz e Ortigão, Fev. de 1872, in Mónica, 2004: 390).

Em Lisboa, *Quinta das Celebridades e Alexandre Frota* também foram a segunda opção mais citada (29,8%) pelos 93,3% dos respondentes que se lembram de referências do Brasil na televisão generalista portuguesa. O programa *5 Estrelas* e o cantor *Roberto Carlos* foram os mais mencionados (36%) pelos adultos lisboetas. Em ambas as cidades, esta pergunta do questionário recebeu uma considerável quantidade de respostas distintas. No entanto, uma vez agrupadas, verificamos que essas respostas conformam universos de sentido que, em geral, se limitam aos seguintes campos temáticos: telenovela, música, entretenimento e futebol. Como na questão anterior, esta constatação aponta para a intensa presença das indústrias culturais brasileiras no cotidiano coletivo português e, não obstante, para o reconhecido destaque do futebol brasileiro em Portugal, um dos países onde inúmeros jogadores provenientes do Brasil, contratados por clubes esportivos de médio e grande escalão, tentam consolidar uma carreira profissional.

No tocante às correlações entre o futebol brasileiro e as representações imaginárias portuguesas sobre o Brasil e seus nacionais, Machado (2003) assegura que este “esporte à brasileira” reveste-se de um cunho diferenciado em Portugal, pois os jogadores da antiga colônia são vistos como *talentosos e também sensuais, são temidos e admirados e em torno deles uma gama enorme de imagens se forma, sempre mediadas pelos estereótipos sobre o Brasil* (Machado, op. cit.: 123). De fato, o futebol brasileiro, que não raramente serve como argumento para piadas portuguesas sobre o Brasil¹³, parece simbolizar, na percepção coletiva portuguesa, as estereotípias identitárias alusivas ao sexo e à malandragem de um alegado Brasil mestiço. Machado (op. cit.), assim como Vitória (2008), conclui que essas representações reportam a tempos históricos, longínquos, sendo também validadas pelos discursos da mídia portuguesa e pelas próprias indústrias culturais brasileiras que atuam em Portugal.

Ainda relativamente às personalidades citadas pelos adultos de Coimbra e Lisboa, importa-nos também acentuar que essas referências estão intimamente ligadas à

¹² Em seus estudos, Lisboa (2009b, 2009c) explora as temáticas alusivas às críticas e aos estereótipos imputados aos *brasileiros de torna-viagem*.

¹³ Como bem notou Machado (op. cit.), são recorrentes as piadas portuguesas afirmando que, no Brasil, só há prostitutas e jogadores de futebol.



componente geracional deste grupo, isto é, resultam das transações simbólicas entre sujeitos receptores e textos midiáticos, em que as vivências de uma geração atuam como instâncias mediadoras (Martín-Barbero & Rey, 2001; Martín-Barbero, 2002), lugares de encontro (Lisboa, 2010) nos complexos processos de atribuição de sentido às leituras midiáticas. Assim, o olhar coletivo dos sujeitos pertencentes a uma mesma geração parece influir nos modos como a memória social portuguesa apreende as múltiplas representações sociais do Brasil e seus nacionais. *Antônio Fagundes, Tony Ramos, Sônia Braga, Regina Duarte, Glória Pires, Roberto Carlos, Fafá de Belém, Joana, Pelé*, personalidades citadas na questão em análise, marcam a memória e o imaginário comum desse grupo português que, há mais de trinta anos, vem “convivendo” com diversos ícones midiáticos brasileiros.

Na sequência da análise interpretativa desta pesquisa empírica, novamente constatamos que a telenovela brasileira e o esporte, particularmente o futebol, são elementos preponderantes na constituição de uma identidade brasileira em Portugal, permeada por narrativas, símbolos, tramas e personagens veiculados pela mídia televisiva portuguesa e pelas indústrias culturais brasileiras que atuam naquele país. Quando questionados acerca dos gêneros ou temas em que frequentemente faz-se alusão ao Brasil na televisão generalista portuguesa, 55,2% dos adultos de Coimbra citaram o *gênero ficcional*, seguidos de 24,1% que mencionaram a opção *Ficção e Esporte*. Similarmente, 60% dos respondentes da capital portuguesa também indicaram a opção *Ficção*, sequenciada pela opção *Ficção, Esporte, Temas sobre Problemas Sociais*, que alcançou 26,7% das citações.

Nesta questão, portanto, também não houve expressivas diferenças entre os resultados obtidos nas duas cidades abrangidas nesta pesquisa prospectiva. As estimativas, pois, vêm tão-somente corroborar as interpretações cotejadas às questões anteriores, que desvelam a atuação do futebol e das telenovelas do Brasil como textos a partir dos quais as audiências televisivas portuguesas revisitam um antigo imaginário colonial e acedem, localmente, a distintas realidades brasileiras, se bem que fragmentadas e ficcionadas.

Para além das constatações acerca dos ícones simbólicos concernentes às indústrias culturais brasileiras e à indústria do futebol vinculada ao Brasil, as correlações entre a televisão portuguesa, na perspectiva da recepção midiática, e as representações do Brasil em Portugal estendem-se, inclusive, às notícias veiculadas pelos canais abertos. Em Coimbra, 83,3% dos adultos afirmaram que, frequentemente ou esporadicamente,



tomam conhecimento de notícias sobre o Brasil e os brasileiros, sendo que 88% desse total referiram a televisão como o meio de comunicação a partir do qual essas notícias lhes são acessíveis. Em Lisboa, 80% dos respondentes manifestaram positivamente em relação a esta questão, sendo que 79,2% desse total também mencionaram a televisão. Quando solicitados a descrever uma notícia sobre o Brasil que correspondesse à maneira como imaginam este país latino-americano, a notícia mais referida pelos adultos portugueses (Coimbra, 84%; Lisboa, 87%) foi sobre a morte de seis homens portugueses na capital do Estado do Ceará, Fortaleza, em 2001. Lisboa (2009a), em sua investigação de cunho qualitativo, analisa o expressivo depoimento de um português quanto à relação entre as representações do Brasil e o imaginário da violência naturalizada e desmedida, correlação manifesta do seguinte modo:

O Brasil é bonito, mas perigoso. Vocês lá matam as pessoas como matam animais. Todos os dias há notícias de que morreram não sei quantos. Desculpe lá, mas parece que vocês têm, no sangue, a tradição de vingança, a tradição de matar. Em qualquer coisa, até no futebol, aproveitam para se vingar com crimes. Por isso que evito muito contato com esses brasileiros daqui de Lisboa. Não, não! Não dá para confiar (Lisboa, 2009a: 62).

Nesse sentido, parece-nos que o Brasil constitui tema recorrente na agenda de produção televisiva portuguesa e nas suas rotinas jornalísticas, captando a atenção das audiências. Cunha e Santos (2004), em estudo sobre as representações dos imigrantes e das minorias étnicas na mídia de Portugal, conferiram que, em 2003, as notícias televisivas sobre a imigração abordaram, na sua grande maioria, os casos de imigrantes de nacionalidade brasileira, sobre os quais, inclusive, foram despejados atributos e valores consubstanciados na relação dicotômica Nós/Outros. No âmbito do estudo dessas autoras, também se verificou que, em geral, o crime foi o tema mais tratado quando, naquele ano, os brasileiros e outras minorias étnicas foram noticiados na televisão, sendo que a narrativa policial e o tom negativo predominaram em tais peças jornalísticas.

Sequencialmente, Cunha e Santos (2006) constataram que, em 2004, a modalidade *Vários*, alusiva a diversas comunidades de imigrantes, foi a mais mencionada nos noticiários dos meios televisivos, quando o critério analisado foi a nacionalidade do imigrante ou sua etnia. No entanto, isoladamente, os brasileiros continuaram como os mais referidos nas peças examinadas, e, muito embora tenha havido um ligeiro decréscimo de notícias associando os imigrantes ao crime, este tema continuou como o mais abordado quando da veiculação de notícias sobre os mesmos. Não foi casualmente,



portanto, que, nesse estudo das autoras supracitadas, ficou comprovado que o campo semântico¹⁴ dos assuntos mais abordados pelos telejornais em relação aos imigrantes e às minorias étnicas foi *Transgressão Social* (Crime, Exploração, Máfia, Prostituição e Violência).

Nessa possível correlação entre as notícias televisivas sobre o Brasil e os brasileiros e a memória coletiva das audiências midiáticas, importa-nos salientar que as leituras descodificadoras (Certeau, 1994; Hall, op. cit.) dos sujeitos receptores tendem a coadunar-se aos discursos do jornalismo televisivo português. Tal perspectiva afigura-se plausível, sobretudo, se atentarmos ao fato de que 92% dos adultos de Coimbra declararam haver correspondência entre as notícias percebidas e os modos como pensam ou imaginam o Brasil. Significativamente, esta estimativa chegou aos 100% entre os respondentes de Lisboa, possibilitando-nos concluir que, entre os adultos inquiridos nesta pesquisa exploratória, há, independentemente da variável geográfica e do gênero (masculino ou feminino), uma relação simétrica entre, por um lado, suas opiniões e percepções sobre o Brasil e, por outro, as representações divulgadas pelo jornalismo televisivo português sobre este país e seus nacionais.

É nesse sentido que a mídia pode ser perspectivada como uma instituição legitimadora de representações sociais e como uma instância que atua, incisivamente, na conformação do senso comum e no fortalecimento de uma ideologia dominante (Jodelet, op. cit.; Moscovici, op. cit.; Berger & Luckmann, op. cit.). Como prática discursiva e articulatória que dinamiza a vida social cotidiana, a mídia, nomeadamente a televisão, inscreve-se nos complexos processos de construção psicossocial de conhecimentos e nas configurações e reconfigurações de mundos imaginados e comunidades simbólicas de sentido e partilha (Orozco, op. cit.; Appadurai, 2004).

Entretanto, as vertentes britânica e latino-americana dos Estudos Culturais consideram que, conquanto as leituras das audiências plurais sintonizem-se àquelas sugestionadas pelo enunciador, não há nesse paralelismo interpretativo qualquer relação de passividade e de alienação dos leitores. Em perspectiva inversa, há sim a convergência entre valores e interesses que, substancialmente, apresentam particularidades ideológicas e culturais comuns. Os discursos midiáticos, segundo esses

¹⁴ Cunha e Santos (2006) dividiram as temáticas nos seguintes campos semânticos: *Transgressão Social* (Crime, Exploração, Máfia, Prostituição e Violência); *Estado/Governo* (Expulsão, Legalização, Legislação, Naturalização, SEF, Segurança e Terrorismo); *Sociografia* (Clandestinidade, Condições Sociais, Desemprego, Discriminação, Educação, Economia, Família, Habitação, Trabalho, Sem Abrigo e Saúde); *Políticas Inclusivas* (Cultura, Integração, Reagrupamento e Religião); *Rotinas dos Media* (Acidentes/Incidentes, Agendas, Estatísticas e Estudos sobre Imigração).



modos de avaliar os processos comunicativos, constituem textos onde subjazem valores históricos e emergentes indicadores culturais (Martin-Barbero, 1997). Nesse sentido, as notícias do Brasil veiculadas nos telejornais portugueses podem estar correlacionadas à identidade cultural e nacional de Portugal, constituindo o *locus* privilegiado para a expressão e legitimação de antigos imaginários e históricas representações sociais.

Considerações Finais

Uma das constatações provenientes desta investigação revela que a maciça presença das indústrias culturais brasileiras no cotidiano português correlaciona-se ao universo de saudades, expectativas e recordações que estrutura a histórica identidade cultural portuguesa. Nomeadamente as telenovelas e determinados artistas do Brasil, que há mais de trinta anos vêm sendo transnacionalizados a Portugal, engendram uma dinâmica retrospectiva entre os portugueses e narrativas historicamente edificadas naquele país, suscitando o reavivar de processos de diferenciação e reafirmação identitária, que se consubstanciam no confronto dicotômico entre o *Nós* e o *Outro*.

Concluimos que é justamente essa aferição de imaginários, profusos e polissêmicos, que institui o terreno fértil onde ecoam sentidos não apenas os conteúdos das indústrias culturais brasileiras, mas, também, os discursos midiáticos locais sobre o Brasil, considerando que essas formações discursivas, situadas no espaço e no tempo (na cultura, portanto), coadunam-se aos modos como o Brasil e os brasileiros são socialmente percebidos em Portugal. A mídia, mormente a televisiva, desponta como uma plataforma simbólica de textos sócio-históricos a partir da qual as audiências portuguesas revisitam um antigo imaginário colonial e acessam distintas referências brasileiras. Deste modo, a mídia mais não é do que uma instituição legitimadora, e não criadora, de representações do Brasil no imaginário português contemporâneo.

Referências Bibliográficas

APPADURAI, A. **Dimensões culturais da globalização**. Lisboa: Teorema, 2004.

ARRUDA, A. As representações sociais: desafios de pesquisa. In **Revista das Ciências Humanas**, Série especial, Temática: Representações Sociais: Questões metodológicas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Editora da UFSC, 2002.

BERGER, P. L. & LUCKMANN, T. **A construção social da realidade. Um livro sobre a sociologia do conhecimento**. 2ª Edição. Lisboa: Dinalivro, 2004.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano**. 1. Artes de fazer. Trad. de Ephraim Ferreira



Alves. Petrópolis: Vozes, 1994.

COSTA, J. P. da. **Telenovela: um modo de produção. O caso português.** Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2003.

CUNHA, I. F. As «Agendas» da telenovela brasileira em Portugal. In: MIRANDA, J. A. B. de & SILVEIRA, J. F. da (orgs.). **As ciências da comunicação na viragem do século.** Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Vega: Lisboa, 2002.

_____. As telenovelas brasileiras em Portugal: indicadores de aceitação e mudança. In: **Revista Trajecto**, Revista de Comunicação, Cultura e Educação, n.º 3, Lisboa, 2003.

_____. Brasileiras em Portugal: Fragmentos de uma realidade ficcionada. Comunicação apresentada no **Congresso Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Rio de Janeiro, 2005.

_____. & SANTOS, C. A. (coords.). **Media, Imigração e Minorias Étnicas.** Lisboa: Observatório da Imigração, 2004.

_____. **Media, Imigração e Minorias Étnicas II.** Lisboa: Observatório da Imigração, 2006.

DOISE, W. Da psicologia social à psicologia societal. In: **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, n.º 1, v. 18, 2002, Brasília.

DURKHEIM, E. Representações individuais e representações coletivas. In: **Filosofia e Sociologia.** 2ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1975. pp. 15-49.

ESCOSTEGUY, A. C. D. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana.** Coleção Estudos Culturais. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais.** Organização Liv Sovik. Tradução Adelaide La Guardiã Resende et. al. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

JODELET, D. Représentations sociales: un domaine en expansion. In: JODELET, D. (ed.). **Les représentations sociales.** Paris: PUF, 1989. Tradução de Tarso Bonilha Mazzotti. Revisão Técnica: Alda Judith Alves. UFRJ – Faculdade de Educação, 1993.

_____. Representaciones sociales: contribución a un saber sociocultural sin fronteras. Traducción de Massimo Modonesi. In: JODELET, D. & TAPIA, A. G. (coords.). **Develando la cultura. Estudios en representaciones sociales.** México: Universidad Nacional Autónoma de México – Facultad de Psicología, 2000.

LISBOA, W. T. Reminiscências coloniais e sentidos midiáticos: a identidade brasileira em Portugal. In: **Perspectivas de la Comunicación**, Universidade de la Frontera, Chile, v. 1, p. 30-38, 2008.

_____. Memória, nostalgia, midiaticização: o Brasil e os brasileiros no imaginário português contemporâneo. In: LUSOCOM - Federação Lusófona de Ciências da Comunicação / SOPCOM - Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação / CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. (Org.). **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2009: memória social e dinâmicas identitárias.** Braga: Universidade do Minho / Grácio Editor, 2009a, p. 53-66.



_____ Selvagens, brutos ou heróis? Os "brasileiros de torna-viagem" e a construção identitária do Brasil em Portugal. In: **R@U: Revista de Antropologia Social dos Alunos do PPGAS-UFSCAR**, v. 1, p. 94-104, 2009b.

_____ Entrelinhas da memória: o Brasil na literatura portuguesa. In: **Revista Língua e Literatura**, Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI), v. 11, pp. 63-79, 2009c.

_____ Narrativas midiáticas e o processo da recepção simbólica: comunicação e cultura na arena do debate. In: CENTRO DE ALTOS ESTUDOS DA ESPM. (Org.). **Arenas da comunicação com o mercado: articulações entre consumo, entretenimento e cultura**. São Paulo: Alameda, 2010, pp. 337-356.

MACHADO, I. J. de R. Cárcere público: processos de exotização entre imigrantes brasileiros no Porto, Portugal. Tese de doutoramento. Universidade de Campinas. 2003. <http://www.ufscar.br/~igor/public/carcere%20publico%204.pdf>. Acesso em 15 de dezembro de 2005.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

_____ **Ofício de cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. Tradução de Fidelina González. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

_____ & REY, G. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. Trad. Jacob Gorender. São Paulo: SENAC, 2001.

MÓNICA, M. F. (org.). **As Farpas. Crónica mensal da política, das letras e dos costumes**. Lisboa: Príncipia, 2004.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigação em psicologia social**. Editado em inglês por Gerard Duveen; traduzido do inglês por Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2003.

OROZCO, G. **Televisión, Audiências y Educación**. Buenos Aires: Norma, 2001.

POLICARPO, V. **Telenovela brasileira: apropriação, género e trajetória familiar**. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

SÁ, C. P. de. Representações sociais: o conceito e o estado atual da teoria. In: SPINK, M. J. (org.). **O conhecimento no quotidiano: as representações sociais na perspectiva da Psicologia Social**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993.

VALA, J. Representações sociais e psicologia social do conhecimento quotidiano. In: MONTEIRO, M. B. & VALA, J. (coords.). **Psicologia Social**. 6ª Edição. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

VITÓRIO, B. da. **Imigração brasileira em Portugal: identidade e perspectivas**. Santos: Editora Leopoldianum, 2008.

XAVIER, R. Representação social e ideologia: conceitos intercambiáveis?. In *Psicologia & Sociedade*, nº 2, v. 14, Julho-Dezembro, Porto Alegre, 2002. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822002000200003 Acesso em 15 de dezembro de 2006).