

Telenovelas latinas en el área ibérica: la telenovela latinoamericana

Resumen

El drama de televisión, especialmente en su forma más conocida, la telenovela diaria, es una narración que, de una manera muy peculiar en Brasil, se convirtió en el principal y más lucrativo de los productos de televisión, desde el advenimiento de la televisión en 1950. (Mogadouro, 2007).

Para Martín-Barbero, el campo de las comunicaciones en América Latina, es una crítica a la visión elitista de la cultura, con importantes contribuciones a la teoría de la mediación, especialmente para estudios de televisión, por el punto de vista de los estudios culturales de la realidad europea

La telenovela es el producto cultural más popular y lucrativo de la televisión de Brasil, consumido por todos los sectores de la sociedad. Aunque tiene su origen esencialmente en el género melodramático, este género ha recorrido un camino muy interesante en Brasil, como deseaba su propia forma de narrativa popular, basada en las relaciones de la vida diaria, añadiendo realismo y la crítica social mediante la creación de un producto que es muy representativo de la modernidad en Brasil, por unirse a lo moderno y a lo arcaico, un producto típico de la hibridación cultural (García-Canciani, 2000). Esta producción es ahora lo que se consume en muchos países europeos, especialmente en Portugal.

Palabras Clave: Telenovelas, Iberoamericano, Teles.

Abstract

The TV drama, especially in its most familiar form, the daily soap opera, is a narrative that, in a peculiar way in Brazil, became the largest and most lucrative television products, since the advent of television in 1950. (Mogadouro, 2007).

For Martin-Barbero, the field of communications in Latin America, is a critique of the elitist view of culture, with major contributions to the theory of mediation, especially for television studios, at the point of view of cultural studies of the European reality.

The soap opera is the most popular and lucrative cultural product of television in Brazil, consumed by all sectors of society. Although it has its origin

essentially in the melodramatic genre, this genre has come a very interesting way in Brazil, as sought their own form of popular narrative, based on the relationships of daily life, adding realism and social criticism by creating a product that is very representative of modernity in Brazil, to join the modern and archaic, a typical product of cultural hybridity (García-Canclini, 2000). This production is now consumed in many European countries, especially in Portugal.

Keywords: Telenovelas, Ibero-American, Teles.

A Telenovela brasileira falada em português em Portugal

O presente estudo está contextualizado num trabalho que estamos a desenvolver no Centro de Estudos de Comunicação e Cultura (CECC) da Universidade Católica Portuguesa (UCP), dentro do programa de doutoramento daquela instituição. Aproveitamos a nossa genealogia luso-brasileira para analisar e comentar o consumo das telenovelas produzidas na América Latina, sobretudo no Brasil, pela Península Ibérica, principalmente em Portugal. Mais que observar o consumo da telenovela brasileira, buscamos conhecer a actual globalização e o fluxo das pessoas mediadas pela língua portuguesa.

O interesse crescente na abordagem de questões que dizem respeito à identidade e suas relações, em diferentes áreas do conhecimento, deve-se em boa parte, aos fenómenos relacionados com a globalização entre as quais as redução do espaço e do tempo, a “compressão espaço-tempo” (Harvey, 1989) alargou o horizonte da humanidade e intensificou a circulação de produtos e pessoas. As definições de globalização apontam para um conceito que exprime uma rede complexa de processos de interligação de práticas económicas e simbólicas a nível mundial. Nesse consenso está embutido o papel das tecnologias da comunicação e da informação. (Ferin, 2009). Também a globalização envolve um conjunto de discussões tais como a compreensão de fluxos simbólicos mundiais, nesse sentido encontramos a Lusofonia. “O início do mundo de hoje é o globo suspenso no espaço, no centro da imagem – de uma cultura feita de imagens, no centro do nosso olhar e dos homens e das mulheres que falam português por todo o mundo e de todos os outros seres humanos que por todo o planeta foram tocados pela tecnologia de informação e comunicação.” (Ilharco, 2009)

Mas, ainda antes, procurando perceber o que se entende por Lusofonia: “a Lusofonia é uma construção diaspórica, feita de fluxos e refluxos de migrações, em espaços físicos dispersos pelos cinco continentes. Ela é, por excelência, um local simbólico de encontro de identidades espirituais e culturais que têm, em algum momento, uma herança ou aproximação à cultura portuguesa.” (Ferin, 2009)

É nesse espaço Lusófono – Internacional que estamos inseridos na “cultura electrónica da televisão por cabo, do vídeo, dos videojogos, dos DVDs, da Internet, dos iPod, do MP3, dos telemóveis” cultura que “está a alterar a forma como trabalhamos, como nos relacionamos uns com os outros, como desfrutamos dos momentos de lazer, como entendemos o que nos rodeia.” (Ilharco, 2009).

Na “era da informação”, a geração de poder e de riqueza assenta na troca de fluxos informativos, na mobilidade e na capacidade de se aceder, partilhar e influenciar este novo mundo, tornado espaço global de ideias, de informação e de conhecimento.

A comunicação global, quer por telefone, quer pelas viagens de avião tornadas baratas, determina a acção global. “Agimos globalmente porque pensamos globalmente e pensamos globalmente porque comunicamos globalmente.” (Ilharco, 2009).

Assim, “os Meios de comunicação lusófonos, públicos, privados e alternativos, tenderiam a promover um cidadão Lusófono, a aprofundar a democracia e a cidadania.” (Ferin, 2009).

No Estado da Arte na Lusofonia mediada e mediática observamos que “o que nos revela o mundo, como homens, é a língua. Cada língua constrói o seu próprio mundo porque escolhe, evolui e varia num tipo de distinções, subtilidades, contextos, experiências, histórias, ambições, tempos e lugares, que não são nem repetíveis, nem traduzíveis para língua nenhuma do mundo. É a língua que nos dá o mundo em que nós nos encontramos. Cada língua tem em si um mundo.” (Ilharco, 2009).

A Telenovela Brasileira

Pode-se afirmar que a novela produzida no Brasil é um produto de alto nível artístico, que se foi aprimorando no decorrer das últimas décadas e que, embora moldado industrialmente pela Rede Globo (Emissora Televisiva), passou a influenciar as produções de outras emissoras, tanto no Brasil, como no exterior. (Mogadouro, 2007)

A fidelização do público passou a exigir cada vez maior criatividade dos produtores, uma vez que se buscava uma constante renovação de roupagem para um produto que tanto sucesso comercial alavancava. Estabeleceu-se uma convenção que cada novo programa deveria trazer maiores novidades, em termos de elenco, assuntos polêmicos diferentes das novelas anteriores, além de provocar vendas de mais discos, roupas e outros produtos de consumo. O senso comum aponta esse consumo como exemplo do impacto das telenovelas na população, porém, é interessante verificar que alguns lançamentos de produtos da moda são bastante efêmeros e mal são lembrados no início da novela seguinte. É importante registar que as mudanças mais significativas e que são efetivamente incorporadas socialmente relacionam-se com temas como preconceito, igualdade da mulher em relação ao homem, entre outros (Ribeiro, 2005; Lopes, 2003).

Sobre a influência no exterior podemos encontrar a nova produção de telenovelas em Portugal. Mas antes das novas produções (a portuguesa, sobretudo pela estação TVI) a telenovela brasileira é presença constante na televisão portuguesa.

O género telenovela esteve na base das maiores transformações do mercado televisivo português. Em 1977, com a transmissão de “Gabriela, Cravo e Canela”, a estação RTP1 conseguiu com que os portugueses alterassem os seus comportamentos e rotinas (Ferin, 1999); em 1994, mediante o acordo de

exclusividade com a Rede Globo, a estação comercial recém criada, SIC, assumiu a liderança do *ranking*; em 2000/2001, a TVI, canal em grandes dificuldades, alcança o primeiro lugar, através da aposta maciça em telenovelas portuguesas. (Burnay, 2005).

Teoria das Mediações

Como contextualização teórica apresentamos sumariamente a Teoria das Mediações para tentar compreender a leitura das telenovelas em Portugal (por portugueses e brasileiros imigrantes)

A Teoria das Mediações foi desenvolvida por Jesús Martín-Barbero (1998), investigador colombiano. Tendo em conta o impacto dos media na sociedade, o autor defende que é impossível perceber qual a importância da influência dos meios sobre os indivíduos, sem o estudo sobre a relação que os indivíduos estabelecem com os próprios meios de comunicação. Neste sentido, Martín-Barbero dá o nome de “mediações” aos espaços que se encontram entre os indivíduos e os meios, espaços de crenças, medos, sonhos, espaços que caracterizam a vida quotidiana. De acordo com esta perspectiva, as análises devem abarcar não apenas um enfoque, como a audiência, mas sim um campo em constante interação constituído pela produção, pelo produto e pela recepção (Martín-Barbero, 1998: 41).

Os consumidores de telenovela “vêm telenovelas para obterem informações sobre locais que não conhecem, portuguesas e estrangeiras, ou sobre outras vidas similares à sua; por outro lado, gostam de ver telenovelas para se distraírem. Partindo destes pressupostos, os entrevistados procuram preencher as suas necessidades de “vigilância” e de “entretenimento” (McQuail, 2000), ou seja, a telenovela ajuda-os a apreender novas informações e a adoptarem uma forma de escapismo das situações do quotidiano.” (Burnay, 2005)

Assim podemos analisar as conceituadas investigações de Telenovela de duas investigadoras: uma brasileira, Cláudia de Almeida Mogadouro, da Universidade de São Paulo e uma portuguesa, Catarina Burnay, da Universidade Católica Portuguesa. A primeira demonstra a criação e o consumo das telenovelas no Brasil e a segunda procura analisar a produção de telenovelas portuguesa, que é recente, e o seu actual sucesso de recepção. Mas e os brasileiros que vivem na Península Ibérica, qual telenovela consomem? E os portugueses que vivem no Brasil, por exemplo, podem consumir as telenovelas da portuguesa TVI?

Nas palavras de Mogadouro “agora são os brasileiros em outros países que querem ver sua “nação” no quotidiano apresentado na telenovela exportada do Brasil. (Mogadouro, 2007)

Tentaremos verificar a abordagem de ambivalência da ideia de nação de Homi K. Bhabha em *Narrando la Nación* (1990). Segundo este pensador, enquanto a historiografia tradicional identificava a ideia de nação como uma narrativa do “progresso nacional”, as grandes migrações contemporâneas puderam trazer uma reactualização desse conceito, a partir de recriações culturais e sentimentos de “nostalgias culturais”, novas “etnicidade”, novos movimentos

sociais etc., facilmente confirmados pelo sentimento de pertença nos estrangeiros que se vêem nas produções culturais ligadas à sua origem, nos outros países.

Uso de Rede Social para análise recepção da Telenovela Brasileira em Portugal

Uma possível análise de recepção poderá ser medida pelas redes sociais da Internet, por meio das comunidades de imigrantes brasileiros em Portugal. Similares tentativas estão em desenvolvimento no Brasil, porém ainda com início da rigorosidade científica, é explorada sobretudo, como um procedimento de captura de receptores tomando as comunidades como produtoras de sentido de recepção. Ou ainda como uma espécie de banco de dados segmentado.

É perceptível, enquanto investigador, *in loco*, que as diferenças e a ideia de nação podem, agora, estar presente no consumo das telenovelas. Portugueses a consumirem as produções de Portugal e Brasileiros imigrantes (maior comunidade imigrante em 2009) a consumirem as produções do Brasil na TV portuguesa. Ora ainda as produções brasileiras apareçam em destaque nas audiências, mas a atrás das produções portuguesas. É de comentar que no Brasil estão disponíveis somente a RTP internacional e a SIC internacional e que o “género” português é quase sempre retratado na telenovela brasileira.

As actuais relações mediáticas entre os países e as comunidades lusófonas podem vir a acarretar alterações nas culturas, no posicionamento global, nas populações, no desenvolvimento de instituições, nos projectos e trabalhos conjuntos, nos mercados, nas exportações, etc. O actual mundo global é caracterizado pela forte migração em massa e pela mediação electrónica, fornecendo novas maneiras de observar o padrão de consumo, o multiculturalismo e as questões de identidade (Appadurai, 1996). Assim, buscamos investigar os contornos da cultura lusófona em desenvolvimento no mundo global, mediado pelos média digitais, observando também o movimento das pessoas, as viagens internacionais, os media internacionais, o novo espaço global e as comunidade virtuais, dando atenção às culturas de cada país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APPADURAI, A. (1996). *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

BHABHA, H. K. (1990). *Nation and narration*, Londres/ Nova York: Routledge

BURNAY, C. (2005). “*Ficção Nacional: a emergência de um paradigma televisivo*”. Trabalho realizado na UCP (Portugal), apresentado no Congresso da Intercom de 2005.

FERIN, I. (1999). *Transição e Telenovela: O Ano de 1977, Actas IV LUSOCOM*, Santos: pp

FERIN, I. (2006). *Media e imaginários: estratégias de apropriação de conteúdos pelas brasileiras em Portugal*. Lisboa: Revista Media & Jornalismo

FERIN, I. (2009). *A Lusofonia face à Globalização*. SOPCOM, Lisboa: Universidade Lusófona.

GARCÍA-CANCLINI, N. (2000) *Culturas híbridas*. São Paulo: EDUSP.

ILHARCO, F. (2003). *Filosofia da Informação: Introdução à Informação como Fundação da Acção, da Comunicação e da Decisão*, Lisboa: Universidade Católica Portuguesa Editora.

ILHARCO, F. (2004), *A Questão Tecnológica: Acção e Reflexão na Sociedade Tecnológica Contemporânea*, Lisboa: Principia.

ILHARCO, F. (2009) "A Interculturalidade e as Novas Tecnologias" in Lages, Mário e Teodoro de Matos, Artur. Portugal Intercultural: Razão e Projecto, Vol.4. Lisboa: CEPCEP-UCP e Alto Comissariado para a Integração e Diálogo Intercultural

LOPES, I. (2003). «*Telenovela: uma narrativa sobre a nação*». Comunicação e Educação, nº 26, São Paulo: CCA-ECA-USP/Ed.Salesiana. pp21-33.

MARTÍN-BARBERO, J. (2001). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, Rio de Janeiro: Editora UFRJ

MOGADOURO, C. de A. (2007). "A *Telenovela Brasileira: Uma Nação Imaginada*". Eco-Pós vol 10 n2 ECA - USP, São Paulo

RIBEIRO, R. J. (2005). *O afeto autoritário*, São Paulo: Ateliê Editorial.