Geração à Gabriela: memória e outras mediações na construção de representações do Brasil em Portugal

Wellington Teixeira Lisboa¹

Resumo

O presente artigo 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 e imagens. Estruturaremos um diálogo teórico em torno da Teoria das Representações Sociais, sistematizada no campo da Psicologia Social, e das perspectivas sobre a recepção individual e coletiva dos textos da mídia. Divulgaremos os resultados quantitativos de parte da pesquisa empírica desenvolvida nesta investigação, com vista à análise das representações que conformam uma identidade brasileira em Portugal, em particular na percepção dos adultos portugueses. Essa geração à Gabriela partilha de um conjunto de conhecimentos cuja base inter-relaciona História, Cultura e Mídia.

Palavras-chave: Brasil, Portugal, História, Cultura, Mídia.

Abstract

This article explores some thoughts from a research conducted at the University of Coimbra, in the Master of Communication and Journalism. We question the representations of the Portuguese imagination about Brazil, highlighting the participation of the Portuguese media and Brazilian cultural industries to legitimize this universe of perceptions and images. We structured a theoretical dialogue of the Theory of Social Representations, systematized in the field of Social Psychology, and perspectives on individual and collective reception of media texts. Disclose the results of some quantitative empirical research developed in this investigation with a view to the analysis of the representations that constitute a Brazilian identity in Portugal, particularly in the perception of Portuguese adults.

Keywords: Brazil, Portugal, History, Culture, Media.

¹ Doutorando em Sociologia no Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Mestre em Comunicação e Jornalismo pela Universidade de Coimbra, com apoio do Programa de Bolsas de Alto Nível da União Europeia para América Latina (ALBAN). Docente do Centro de Comunicação e Artes da Universidade Católica de Santos, wtlisboa@yahoo.com.br.

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; Halbwachs, 1990; Hall, 2003).

Na perspectiva de certos paradigmas ascendentes no campo das Ciências da Comunicação, bem como nas áreas da Sociologia e da Psicologia Social, há uma estreita e direta 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 (Certeau, 1994; Pais, 2009), 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 artigo, refletiremos também sobre outras formas de conhecimento originadas e/ou vinculadas às representações sociais, como as estereotipias identitárias (Baptista, 2004; Vala, 2004). 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: da memória e das percepções do cotidiano

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)

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 preexistem ao indivíduo, que sofre inevitáveis restrições face à dimensão consensual do pensamento social, tendo de conformar, passivamente, sua mentalidade e as referências que conduzirão as interações cotidianas. É precisamente nesse sentido que Sá (1998) 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 ateve aos múltiplos campos de atuação das representações sociais, que também englobam a gênese, a formação e sua integração na esfera dos comportamentos pessoais, essencialmente dinâmicos e mutáveis. Assim, a análise de Durkheim restringiu-se, propositalmente², "ao âmbito externo ("sociológico"), visto como ontologicamente distinto e distante do âmbito interno ("subjetivo")" (Xavier, 2002: s/p.).

Objetivando colmatar lacunas deixadas por estudos anteriores, Moscovici (1961) remodela o conceito defendido por Durkheim e propõe a designação de representações sociais. 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 acepção 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 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,

² 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 (Vala, 2004).

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 proposições conceituais 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 imaginários construídos no decurso da História (Appadurai, 2004; Pais, 2009), conduz a formação, o funcionamento e o conteúdo das representações sociais (Cabecinhas, 2004; Doise, 2002). Ambos os fatores atuam em intersecção e concomitantemente, tanto originando quanto acolhendo essa modalidade de conhecimento. Dialogantes, comunicação e cultura são chão, berço e desaguadouro das representações sociais (Arruda, 2002).

Metodologia da pesquisa empírica: o interesse pela geração à Gabriela

Os resultados da pesquisa empírica que ora apresentamos constituem parte de uma investigação desenvolvida no âmbito do Mestrado em Comunicação e Jornalismo³ 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 (telenovela, publicidade, entretenimento, músicas, etc.) que atuam em Portugal na produção e/ou legitimação desses conhecimentos imaginários, moldando uma identidade brasileira naquele país.

Este estudo baseia-se na aplicação de um questionário, constituído por perguntas fechadas, que busca aferir os conhecimentos apreendidos quer na memória

³ Esta pesquisa de Mestrado foi supervisionada por Isabel Ferin Cunha, Diretora do Centro de Investigação Media, Imigração e Minorias Étnicas, vinculado à Universidade de Coimbra.

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.

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 1974 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 (telenovela, publicidade, entretenimento, música, etc.), 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 explanar sobre seus conhecimentos e opiniões acerca do Brasil e dos 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 local.

Representações no Campo Midiático: Memória Lusófona?

No tocante à primeira questão do questionário, que versa sobre os hábitos de televisionamento 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 televisionados 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 como 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 reexibidas 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 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 RTP⁴, 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 pesquisa empírica de caráter qualitativo, que integra sua investigação de mestrado, 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 semiestruturado, verificou-se que, dentre os respondentes de Coimbra que, diária ou esporadicamente, veem 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 Celebridades 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 literatos portugueses oitocentistas sobre os brasileiros e os *torna-viagens*⁵, compõem o histórico imaginário

⁴ Sigla da Rádio e Televisão de Portugal, que exibe sua programação em dois canais televisivos: RTP1 e RTP2.

⁵ Em seus estudos, Lisboa (2009b, 2009c) explora as temáticas alusivas às críticas e aos estereótipos imputados aos brasileiros de torna-viagem. Os brasileiros de torna-viagem, ou simplesmente brasileiros, eram emigrantes portugueses que, em maior expressão nos fins do século XIX e começo do XX, rumaram ao Brasil, atraídos pelo desejo de enriquecer na nova nação independente. Muitos desses emigrantes, ao retornarem a Portugal, passaram a ser ridicularizados pela população, que os acusava de adotarem hábitos e traços impróprios, "tropicalizados", adquiridos no Brasil (Lisboa, 2009b, 2009c).

português, ainda hoje difuso de imagens do brasileiro polêmico e malandro, dotado de "um vício secreto" (Queiroz & 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, 2003: 123). De fato, o futebol brasileiro, que não raramente serve como argumento para piadas portuguesas sobre o Brasil, parece simbolizar, na percepção coletiva portuguesa, as estereotipias identitárias (Baptista, 2004; Vala, 2004) alusivas ao sexo e à malandragem de um supervalorizado Brasil mestiço. Machado (2003), assim como Vitório (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, como a telenovela, publicidade, entretenimento.

Ainda relativamente às personalidades citadas pelos adultos de Coimbra e Lisboa, importa-nos também acentuar que essas referências estão intimamente ligadas à 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 fazse 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 semântico 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 (Hall, 2003) dos sujeitos receptores tendem a coadunarse aos discursos do jornalismo televisivo português. Tal perspectiva afigura-se plausível, sobretudo, se atentarmo-nos ao fato de que 92% dos adultos de Coimbra declararam haver correspondência entre as notícias percepcionadas 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, 1993; Moscovici, 2003). 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 (Appadurai, 2004; Canclini, 1997; Kellner, 2001).

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 modos de avaliar os processos comunicativos, constituem textos onde subjazem valores históricos e emergentes indicadores culturais (Martín-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 (telenovela, publicidade, entretenimento, músicas, etc.) 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.

Concluímos 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 percepcionados em Portugal, em especial entre os adultos da geração avaliada. 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 apenas criadora, de representações do Brasil no imaginário português contemporâneo.

Bibliografia

Appadurai, A. (2004) Dimensões culturais da globalização, Lisboa: Teorema.

Arruda, A. (2002) 'As representações sociais: desafios de pesquisa', *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.

- Baptista, M. M. (2004) 'Estereotipia e Representação Social: uma abordagem psico-sociológica', http://sweet.ua.pt/~mbaptista/Estereotipia%20enquanto%20forma%20de%20representacao%20social.pdf (Acedido em 13 de janeiro de 2006).
- Berger, T. & Luckmann, P. (2004) A construção social da realidade: um livro sobre a sociologia do conhecimento, Lisboa: Dinalivro.
- Cabecinhas, R. (2004) 'Representações sociais, relações intergrupais e cognição social', https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/1311/1/rcabecinhas_Paideia_2004.pdf (Acedido em 13 de janeiro de 2006).
- Canclini, N. G. (1997) *Culturas Híbridas*: estratégias para entrar e sair da modernidade, tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão, São Paulo: EDUSP.
- Certeau, M. de (1994) A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer, tradução de Ephraim Ferreira Alves, Petrópolis: Vozes.
- Costa, J. P. da (2003) *Telenovela: um modo de produção*: o caso português, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Cunha, I. F. (2002) '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.
- Cunha, I. F. (2003) 'As telenovelas brasileiras em Portugal: indicadores de aceitação e mudança', *Trajecto Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, n.º 3, Lisboa.
- Cunha, I. F. (2005) 'Brasileiras em Portugal: fragmentos de uma realidade ficcionada', Comunicação apresentada no Congresso Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Rio de Janeiro, 2005.
- Cunha, I. F. & Santos, C. A. (coords.) (2004) *Media, Imigração e Minorias Étnicas*, Lisboa: Observatório da Imigração.
- Cunha, I. F & Santos, C. A. (coords.) (2006) *Media, Imigração e Minorias Étnicas II*, Lisboa: Observatório da Imigração.
- Doise, W. (2002) 'Da psicologia social à psicologia societal', Psicologia: Teoria e Pesquisa, nº 1, v. 18, Brasília.
- Durkheim, E. (1975) 'Representações individuais e representações coletivas', Filosofia e Sociologia, 2ª edição, Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Halbwachs, M. (1990) A memória coletiva, São Paulo: Vértice.
- Hall, S. (2003) Da diáspora: identidades e mediações culturais, Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Jodelet, D. (1993) 'Représentations sociales: un domaine en expansion', Les representations sociales, Paris: PUF.
- Jodelet, D. (2000) 'Representaciones sociales: contribuición a un saber sociocultural sin fronteras' in Jodelet,
 D. & Tapia, A. G. (2000) Develando la cultura. Estudios em representaciones sociales, México: Universidad Nacional Autónoma de México Faculdad de Psicologia.
- Kellner, D. (2001) A cultura da mídia: estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC.
- Lisboa, W. T. (2008) 'Reminiscências coloniais e sentidos midiáticos: a identidade brasileira em Portugal', Perspectivas de laComunicación, Universidade de laFrontera, Chile, v. 1.
- Lisboa, W. T. (2009a) 'Memória, nostalgia, midiatização: o Brasil e os brasileiros no imaginário português contemporâneo', Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2009: memória social e dinâmicas identitárias, Braga: Grácio Editor.
- Lisboa, W. T. (2009b) 'Selvagens, brutos ou heróis? Os "brasileiros de torna-viagem" e a construção identitária do Brasil em Portugal', R@U: Revista de Antropologia Social dos Alunos do PPGAS-UFSCAR, v. 1.
- Lisboa, W. T. (2009c) 'Entrelinhas da memória: o Brasil na literatura portuguesa', Revista Língua e Literatura, Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI), v. 11.
- Lisboa, W. T. (2010) '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.

- Machado, I. J. de R. (2003) 'Cárcere público: processos de exotização entre imigrantes brasileiros no Porto, Portugal', Tese de doutoramento, Universidade Estadual de Campinas, http://www.ufscar.br/~igor/public/carcere%20publico%204.pdf.
- Martín-Barbero, J. (1997) Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia, Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Martín-Barbero, J. (2002) *Ofício de cartógrafo*: travessias latino-americanas da comunicação na cultura, São Paulo: Edições Loyola.
- Martín-Barbero, J. & Rey, G. (2001) Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva, São Paulo: SENAC.
- Mónica, M. F. (org.) (2004) As Farpas: Crónica mensal da política, das letras e dos costumes, Lisboa: Principia.
- Moscovici, S. (2003) Representações sociais: investigação em psicologia social, Petrópolis: Vozes.
- Orozco, G. (2001) Televisión, Audiências y Educación, Buenos Aires: Norma.
- Pais, J. M. (2009) Sociologia da Vida Qutodidiana: teorias, métodos e estudos de caso, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Policarpo, V. (2005) Telenovela brasileira: apropriação, género e trajectória familiar, Lisboa: Livros Horizonte.
- Sá, C. P. de (1993) 'Representações sociais: o conceito e o estado atual da teoria' in Spink, M. J. (org.) (1993) O conhecimento no quotidiano: as representações sociais na perspectiva da Psicologia Social, São Paulo: Editora Brasiliense.
- Vala, J. (2004) 'Representações sociais e psicologia social do conhecimento quotidiano', in Monteiro, M. B. & Vala, J. (coords.) (2004) *Psicologia Social*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Vitório, B. da (2008) Imigração brasileira em Portugal: identidade e perspectivas, Santos: Editora Leopoldianum.
- Xavier, R. (2002) 'Representação social e ideologia: conceitos intercambiáveis?', Psicologia & Sociedade, 14 (2), Porto Alegre.