

IDENTIDADE E DIFERENÇA NAS NARRATIVAS DE ALTERIDADE: A TELENOVELA BRASILEIRA COMO *LOCUS* DE IDENTIFICAÇÃO E ACESSO AO OUTRO

José Augusto Mendes Lobato¹

Resumo

O texto propõe uma reflexão a respeito dos processos e atribuições de que a ficção seriada se reveste à hora de tratar da alteridade. Levando em conta que, gradativamente, produtos como a telenovela transcendem sua função original de gerar processos de identificação, busca-se analisar os aspectos concernentes ao processo de ressignificação da diferença cultural com base em autores como Homi Bhabha, Stuart Hall, Zygmunt Bauman e Jesús Martín-Barbero. Percebe-se que, ao ser produzida em um contexto de crescente mundialização, a telenovela se torna um relevante espaço de convivência e interação entre o próximo e o distante, propiciando, em suas narrativas, processos de fragmentação, adaptação, homogeneização, conflito e até reformulação dos discursos pertencentes a estas categorias.

Palavras Chave

Telenovela; identidade; alteridade; diferença cultural; ficção seriada.

Abstract

This text proposes a reflection about the processes and functions that serial fiction assumes at the moment of representing alterity. Considering that, gradually, products such as the Brazilian soap opera are able of transcending its original function of creating processes of identification, the purpose is to analyze the aspects involved in the resignification of cultural difference, based on authors such as Homi Bhabha, Stuart Hall, Zygmunt Bauman and Jesús Martín-Barbero. At the end, it is concluded that, being produced in a context of globalization, Brazilian soap opera becomes a relevant space of dialogue and interaction between the close and the distant, allowing, in its narratives, processes of fragmentation, adaptation, homogenization, conflict and even reformulation of discourses which are part of these categories.

Keywords

Brazilian soap opera; identity; alterity; cultural difference; serial fiction.

Introdução

Não é difícil, ao ouvir qualquer conversa informal em que o tema telenovela seja levantado, ouvir de telespectadores – mesmo que assíduos – opiniões nada favoráveis à forma com que a ficção ressignifica o cotidiano nacional. “Novela é só Rio de Janeiro e São Paulo. Quando muito, Salvador ou alguma outra cidade do Nordeste”, dizem uns; “As histórias só falam de amor, mocinho e bandido, são todas iguais”, criticam outros; “Tudo é mostrado de um jeito artificial, forçado”, “Você acha mesmo que a vida da classe média é assim?”, apontam os mais céticos. Entender e analisar a teledramaturgia produzida em nosso País, porém, demanda um olhar mais complexo, que alie discursos críticos desta natureza a uma visão abrangente a respeito do processo de representação da realidade – e, ao que tudo indica, opiniões como as acima expostas não encontram coro nos índices de audiência e na permanência do gênero na grade televisiva brasileira.

Há, de fato, algo de muito relevante por trás dos clichês e dos jargões estilísticos que irritam – mas entretêm – tanta gente no processo de transposição do cotidiano para a ficção midiática. Por trás de tanta crítica, algum dispositivo ou estrutura de representação parece conseguir, simultaneamente, suscitar nosso *desejo natural de identificação* e alimentar nosso *fascínio pelo outro e pelo diferente* ao longo do processo de recepção ou consumo de narrativas.

É fato que, hoje, tornou-se regra geral atribuir às telenovelas brasileiras a função de representar, em suas histórias, os costumes, hábitos e demais componentes da identidade cultural do país. Alvo de estudos de vários campos científicos e de conhecimento, das teorias da comunicação à psicologia, da história à sociologia e a antropologia, esta técnica de narrativa audiovisual é capaz de condensar dizeres, fazeres e saberes que reproduziriam – em maior ou menor escala, dependendo do referencial adotado – a complexa essência cultural brasileira.

Polêmicas à parte, tal ideia merece ser levada em conta ao se observar os contextos de consumo da telenovela no Brasil: como vimos nas páginas anteriores, dificilmente algum fenômeno sociocultural recente passou em branco pelas produções de ficção televisiva. Com suas narrativas seriadas baseadas em apropriações do cotidiano, estas gradativamente se tornaram relevantes espaços de elaboração, consolidação e difusão de

elementos identitários nacionais; fato que se reflete não somente em lucros e índices de audiência, como também na repercussão de seus temas, na longevidade do formato e, inclusive, em seu sucesso fora dos limites territoriais do país. Tal funcionalidade faz com que a telenovela assuma, nas palavras de Figueiredo (2003, p.80-81), “o papel do contador de história dos velhos tempos”, servindo como um produto de consumo, mas, também, como narrativa ficcional capaz de “penetrar no cotidiano do espectador, de forma que ele possa rever-se na própria realidade”. Além de construir representações de certos temas, enfim, as narrativas audiovisuais de ficção têm a capacidade de publicizá-los e modificá-los/atualizá-los em um complexo processo intersubjetivo; processo que diz respeito não somente à telenovela, como também a todas as demais narrações desenvolvidas ao longo da história.

Além de um produto destinado ao entretenimento, a um consumo descompromissado e por vezes, inclusive, escapista, enfim, a telenovela pode, sim, ser uma importante plataforma de enunciação – e mais: uma fundamental informadora ou mesmo formadora de opinião, capaz de criar agendas, sustentar ou derrubar tabus e propor novos olhares e percepções para um universo social dinâmico e plural.

Se, de fato, pode-se falar na possibilidade de o discurso da ficção televisiva conter informação de relevância e servir como um instrumento de (in)formação do telespectador, quais seriam as implicações disto no eixo de sua constituição identitária? E, de forma subjacente, quais as consequências quando as narrativas propõem uma abordagem centrada em universos socioculturais e simbólicos distantes, e não mais familiares, do telespectador?

Essas questões são levantadas desde já para que possamos respondê-las, conforme raciocínios a respeito da questão da identidade, da alteridade e das várias formas de contato, conflito e troca intersubjetiva com o outro forem articulados – sempre levando em conta, para isso, o papel de predominância das representações sobre a formação de identidades culturais na contemporaneidade (Hall, 2001), as oscilações e fissuras identitárias dos grupos sociais pós-modernos ou pós-coloniais (Bhabha, 1998) e a capacidade de a ficção televisiva apresentar, analisar, observar e propor visões de mundo, olhares e participar do processo de “consumo” ou (re)conhecimento do outro protagonizado pelo telespectador brasileiro.

2. Identidades fragmentadas: entre o ser e o estar-no-mundo

Tão importante quanto discutir os elementos que caracterizam o texto de ficção, comparando-o às narrativas que o precederam e analisando sua inserção no campo das mídias, observar as possibilidades e efeitos de seu consumo no campo da configuração identitária é uma questão cuja discussão se torna imperativa para compreender a inserção e valorização do exótico na estrutura narrativa da telenovela brasileira.

Ao trabalhar com elementos e textualidades não necessariamente pertencentes ao repertório cognitivo do público, o gênero, a nosso ver, acaba por propor novas formas de (re)formular identidades e vivenciar a alteridade – a *experiência através e por meio do outro* por excelência – no processo de consumo da programação televisiva; afinal, nem só de alusões à vida diária do telespectador vive a atual ficção.

Complexa e de difícil descrição em poucas linhas, a trajetória da telenovela no Brasil está intimamente ligada à consolidação de um produto que “mimetiza e constantemente renova as imagens do cotidiano” (Hamburguer, 1998, p. 467). No cerne de suas narrativas, estão elementos familiares ao público telespectador – ligados não apenas a seu cotidiano íntimo, como também ao contexto social, cultural e político do período de produção e veiculação na TV aberta – de grande relevância no que concerne à formação de uma suposta “identidade nacional”.

Mesmo assim, um olhar mais atento aponta que a ficção seriada esbarra constantemente em eventuais investidas em novas paisagens, ambientes e culturas, em uma espécie de ensaio constante rumo à diversificação de tramas e enredos. Dos anos 1960 até 2010, ao menos 51 tramas – a maioria da Rede Globo de Televisão, líder no segmento – inseriram, em suas tramas, cenas gravadas em ambientes “externos” ou “exóticos” em relação àquilo a que o repertório simbólico do telespectador está acostumado. Destas, 23 foram exibidas entre 2000 e 2010 (Tondato, 2010) – o que aponta uma tendência recente em valorizar estas paisagens.

Há de se adiantar que a presença dos cenários internacionais na ficção televisiva atual tem objetivos e características divergentes em relação a décadas anteriores. O que,

antes, era um recurso necessário para sustentar a ambientação das tramas em países e comunidades distantes da realidade brasileira – geralmente, por força de roteiros inspirados em lendas e obras literárias – hoje se transformou em uma técnica para evidenciar os deslocamentos das personagens e tramas em diferentes espaços de socialidade, mas sem perder os elementos de proximidade básicos, conforme evidencia Tondato (2010, p.11):

Se, num primeiro momento, a inserção de cenários gravados em terras estrangeiras na telenovela advinha de uma necessidade cenográfica, hoje a locação no exterior insere o receptor no contexto mundial, levando as histórias do cotidiano mais próximo para terras estrangeiras, sem perder a estratégia da verossimilhança.

É em relação a esta ficção que versa sobre o outro que levantamos os questionamentos – cada vez mais pertinentes em tempos de globalização – a respeito da formação identitária por meio do contato com as narrativas da mídia. De forma subjacente, chegaremos ao raciocínio que embasa o texto: o de que, na direção oposta, a telenovela é, também, espaço de conflito, questionamento e interação com universos socioculturais distintos – ou “outros”.

2.1. Narração e telenovela: da identidade à fragmentação

Ao se observar, de forma mais geral, a prática de narração e seu estabelecimento como fio condutor da cultura nas sociedades, percebe-se a importância que os relatos produzidos pelo homem possuem para estruturar sua *psyché*, sua cultura e sua visão de mundo – que, naturalmente, acaba perpetuada no seio das histórias narradas através dos séculos. Nesse sentido, as ideias de “narrativa da nação” e de “identidades partilhadas”, defendidas por Hall (2001, p.87), nos parecem apropriadas ao apontarem que mesmo a percepção que grupos sociais desenvolvem a respeito de si mesmos é indissociável das representações simbólicas, essas “histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas”.

Ao discutir a formação das identidades em tempos atuais, o autor desenvolve uma perspectiva construtivista da realidade – tomando-a ao mesmo tempo como matéria-prima e *objeto* das representações. Também se analisa o consumo destas como um

proceso em que a identificação é elemento-chave. Identificar-se em relação a algum tipo de produto de consumo (em nosso caso, o texto audiovisual), necessariamente, depende de um mínimo compartilhamento de experiências, vivências e saberes – *códigos culturais*, enfim – entre sujeitos receptores e produtores de conteúdo; sendo que tais códigos aludem a algum grupo ou corpo social cuja essência, se é que ela de fato existe, se deseja transmitir a partir do produto de consumo.

Levando tais raciocínios adiante, Hall (1997, p.7) postula que é necessário pensar na identidade, nesse sentido, como “o resultado de um processo de identificação que permite que nos posicionemos no interior das definições que os discursos culturais (exteriores) fornecem ou que nos subjetivemos (dentro deles)”; uma relação de duplo fluxo, enfim, em que sujeito e configuração identitária são ressignificados conforme interagem entre si e “englobam” um ao outro.

Não é difícil perceber a correspondência entre a lógica de consumo e perpetuação de mercado do gênero telenovela e os conceitos discutidos pelo autor. Qual seria a matriz de aceitação de um folhetim televisivo, afinal, caso suas histórias fossem absurdas e deslumbrantes viagens pelo mais profundo imaginário do dramaturgo? Como suas personagens e intrigas tomariam revistas, *websites* e conversas cotidianas – no Brasil e no exterior –, caso fossem incompreensíveis para a grande maioria do público telespectador? Está-se diante, portanto, da essência do ato narrativo (aqui, representado pela telenovela): lê-lo, assisti-lo, consumi-lo, enfim, é não apenas uma experiência de distração, como também um aprendizado para melhor entender a si mesmo – e, conseqüentemente, fixar-se simbolicamente na realidade. Como diz Bulhões (2009, p.105) em sua análise sobre a ficção midiática, a narrativa é “um campo poderoso de captação e inserção de nossa subjetividade”. E a telenovela é um dos gêneros que mais conseguem levar à prática esta proposição no contexto da mídia audiovisual brasileira.

Há, porém, um elemento desestabilizador neste processo: a crescente circulação, em contextos e temporalidades socioculturais os mais variados possíveis, das produções e narrações na denominada mundialização ou globalização da cultura. Este movimento simultaneamente social, cultural, político e econômico, cujas periodicidade e características já foram estudados à exaustão (Bauman, 2005b; Magalhães, 1998; Canclini, 2000; Martín-Barbero, 2004), passa a tornar questionável a existência de

identidades sociais ou individuais consistentes em contextos cada vez mais dinâmicos e fragmentários – e, refletindo tal instabilidade, a rigidez e o vínculo com a tradição originalmente atribuídos às narrativas entram em crise.

Talvez, neste momento, seja mais adequado sair, mesmo que temporariamente, do âmbito das representações para refletir, de maneira mais geral, a respeito do componente ou personagem principal desta quebra de paradigmas: a individualidade – e a *noção de si mesmo* nela contida –, que foi profundamente modificada ao ter tido parte majoritária de seu processo de constituição “assumido” pelas narrativas da mídia.

2.2. A individualidade na mira da mundialização da cultura

Embora pareçam óbvias e simples, perguntas típicas de redes sociais do tipo “Quem sou eu?” costumam dar alguns minutos de dor de cabeça e trabalho mental ao internauta à hora de ser respondidas. Não é difícil entender por que – tão difícil quanto definir a própria identidade e assumi-la é externá-la, “narrá-la” de alguma forma, mesmo que em algumas poucas linhas ou caracteres. O motivo principal: a característica de processo contínuo, não fixo, de assimilação, interpretação e reinvenção constante que define a existência humana desde o início – e, hoje, mais do que nunca. O cenário em que tais oscilações se desenvolvem atualmente é, por natureza, propulsor dessa característica: a modernidade (ou pós-modernidade), com suas comunicações em tempo real, suas mídias de impacto global e suas infinitas insurgências identitárias que, aos poucos, redefinem formas de enxergar a realidade e se encaixar nela e ganham alguns minutos – ou segundos – de atenção por parte do público consumidor de informação.

No processo de transição dos relatos verbais e escritos para o contexto das mídias eletrônicas, protagonizado a partir da ascensão delas, sobretudo, após o início do século XX, os códigos e formatos dos novos suportes surgidos exigiram adaptações na estrutura de narração. Isso porque eles próprios são ícones de um período, por muitos classificados como “Era da informação” ou da globalização, em que a produção e a difusão de conteúdos ampliaram exponencialmente sua velocidade e eficácia técnica.

O campo da cultura e o da identidade, em especial, foram afetados duplamente: por um lado, a consolidação de uma indústria de produções midiáticas, informativas ou de

distração, passou a estimular a padronização – ou *homogeneização*, recorrendo a um termo de maior impacto – e/ou “modulação” de elementos culturais autênticos ou genuínos aos imperativos do mercado (Canclini, 2000; Martín-Barbero, 2004, p.102). Por outro, identidades e elementos culturais passaram a ter as mídias “a seu favor” para se perpetuar ou ganhar visibilidade; como caixas de ressonância, esses dispositivos enunciam e tornam conhecidas tradições e saberes antes restritos à territorialidade e a sua existência nos eixos da tradição e da ancestralidade. Diz Woodward (2000, p.21):

A globalização (...) produz diferentes resultados em termos de identidade. A homogeneidade cultural promovida pelo mercado global pode levar ao distanciamento da identidade relativamente à comunidade e à cultura local. De forma alternativa, pode levar a uma resistência que pode fortalecer e reafirmar algumas identidades nacionais e locais ou levar ao surgimento de novas posições de identidade.

Mais um ponto de relevância: é preciso reconhecer que a concepção segundo a qual “ter uma identidade seria, antes de mais nada, ter um país, uma cidade ou um bairro” (Canclini, 2000, p.190) entrou em crise com o fenômeno da globalização; destes territórios, em que “a identidade é posta em cena, celebrada nas festas e dramatizada também nos rituais cotidianos”, passou-se a uma época em que as mídias exercem o papel de enunciar ao homem quem ele é, como ele está e qual seu universo cultural. Porém, tal processo submeteu a tradição, os saberes e valores das sociedades à tensão e fragilidade naturais do mercado de bens culturais. Se for verdade que, conforme aponta Bhabha (1998), toda cultura é narrada, também pode-se afirmar que, na atualidade, a difusão de conteúdos nas mídias – em nosso caso, a audiovisual – torna as identidades culturais e sociais narradas cada vez mais frágeis e sujeitas às mudanças e fluxos.

A identificação em relação ao que se vê nos aparelhos televisores, impressos e conteúdos digitais se torna mais fácil; em contrapartida, “desconectar-se” e assumir novas identidades torna-se um processo cada vez mais corriqueiro e simples, o que gera uma sobreposição das conexões em relação aos vínculos – tanto no eixo das relações dos homens entre si quanto no da constituição da individualidade (Bauman, 2005b). Martín-Barbero (2004, p.153), ao discutir o mesmo fenômeno, afirma que as identidades mediatizadas têm “temporalidades menos ‘longas’” e são “mais precárias,

dotadas de una plasticidad que lhes permite amalgamar ingredientes que provêm de mundos culturais bem diversos, e portanto atravessadas por trechos descontínuos”.

A consequência é que o impacto desta lógica cultural que prioriza a instabilidade, a velocidade e a mutação constantes sobre a individualidade é evidente – tornando-a tão “ultrapassada” e longínqua quanto indesejável, em um contexto de narrativas gradativamente mais híbridas, desterritorializadas e múltiplas em suas referências. O debate sobre os processos de hibridação é longo, mas o olhar de Canclini (2000, p.19) merece atenção. Segundo o autor, a ideia de uma prática social “pura” ou “discreta” tende a perder força na contemporaneidade, a partir dos fluxos da globalização e do maior contato entre tradições, costumes e anseios dos diferentes povos, cujo resultado são estas culturas “hibridizadas” ou simplesmente “híbridas”, resultantes de processos históricos de transformação.

Diante do contato constante com novos discursos, fica cada vez mais difícil falar de essências, autenticidades e culturas engessadas nas vidas cotidianas das sociedades. Diz Hall (2001, p.75) sobre o assunto:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (...), dentre as quais parece possível fazer uma escolha.

O resultado é uma tendência de predominância do *estar* sobre o *ser* entre os indivíduos que compartilham, produzem e conhecem cultura no contexto das mídias. As narrativas – informativas ou de entretenimento – retornam ao raciocínio neste momento, por figurarem como o veículo de base de transmissão da tradição e um dos recursos de base do processo de produção de conteúdos midiáticos. O processo de consumo – dos relatos ou de produtos a ele relacionados, como bens materiais – é outro elemento importante para compreender a fluidez identitária: por meio dele, “compram-se” ou “adquirem-se” olhares, conhecimentos, saberes e visões de mundo que reformulam a individualidade. Por outro lado, tais hábitos difundidos por meio dos *mass media* tendem a promover

uma homogeneização gradativa; e este embate torna as identidades contemporâneas tão complexas quanto conflitivas.

De forma tão ousada quanto adequada, Bauman (2005b, p.43) propõe, em seu raciocínio sobre as novas socialidades, que “entre a rápida sucessão de fichas simbólicas de identidade comumente usadas e a endêmica instabilidade das escolhas que recomendam, a busca da individualidade significa uma luta para toda a vida”. Da mesma forma, Bhabha (1998, p.76-77) afirma que a identificação, hoje, “nunca é a afirmação de uma identidade pré-dada (...) – é sempre a produção de uma imagem de identidade e a transformação do sujeito ao assumir aquela imagem” – portanto, estado efêmero e transitório por excelência. Tal “luta” por identidade e individualidade, no entanto, não precisa ser necessariamente vista sob um ponto de vista negativo; de fato, uma disseminação global de culturas pode fragilizá-las por um lado, mas não deixa de torná-las mais visíveis e contribuir para sua amplificação, por outro. No sentido de propor a insurgência das singularidades sociais nas narrativas da mídia, Martín Barbero (2006, p.63) acredita que:

Para que a pluralidade das culturas do mundo seja positivamente levada em conta, é indispensável que a diversidade de identidades nos possa ser contada. Narrada em cada um dos idiomas e, ao mesmo tempo, na linguagem multimídia em que hoje se realiza o movimento das traduções – do oral ao escrito, ao audiovisual, ao informático, e nesse outro, ainda mais complexo e ambíguo: o das apropriações e das miscigenações.

A perspectiva adotada neste texto segue no mesmo rumo: de forma geral, o fenômeno de mundialização da cultura e das identidades sociais pode trazer, também, efeitos positivos, ao menos no que concerne à possibilidade de as narrativas midiáticas servirem para a ampliação das experiências de contato com a realidade vivenciadas pelo consumidor-espectador. Conhecer a si mesmo por meio das representações simbólicas pode contribuir para sua socialização e formação da individualidade; e produtos como a telenovela, ao enunciarem em contextos variados elementos da vida social do país, são instrumentos essenciais de constituição identitária nesse sentido.

É preciso reconhecer que, como diz Canclini (2000, p.326), “nos intercâmbios da simbologia tradicional com os circuitos internacionais de comunicação, com as

indústrias culturais e as migrações, não desaparecem as perguntas pela identidade e pelo nacional”. Ao seu rol de funções, que amalgama tanto o entretenimento quanto a informação, a ficção agrega, portanto, a de formadora de identidades da nação em tempos de constante questionamento, reformulação e reafirmação delas.

Há, porém, uma questão subjacente que não pode ser deixada de lado. A inserção das produções e narrativas culturais no campo das mídias, como já argumentamos, não apenas é capaz nos apresentar aquilo que é tido como familiar. Por lidar com grande multiplicidade de elementos e textos – mesmo que unificados sob o mesmo código –, advindos dos mais diferentes universos e temporalidades sociais ao redor do globo, os dispositivos de difusão informacional são, também, mediadores entre o “Eu” e o “Ele”. E é a *alteridade*, o processo ou experiência de vivenciar o outro, conhecê-lo ou “desfrutar” de sua realidade, que figura como uma das questões-chave para compreender a inserção do exótico na ficção midiática.

3. Viver e “experimental” o outro na ficção

A despeito de todas as críticas historicamente feitas à forma com que a mídia homogeneiza, simplifica, empobrece ou mesmo “esvazia” a realidade em suas representações (Adorno & Horkheimer, 1985; Barthes, 1980), não é possível que se negue a existência eventual de elementos de novidade ou inovação junto aos códigos comuns, aos clichês, aos padrões e às repetências que são diariamente inseridos nas narrativas da TV, do rádio, da web e dos impressos.

Um dos grandes paradoxos da pós-modernidade tecnológica, a tendência mútua/simultânea de valorização do igual e de inserção do novo – ambos os processos associados à busca por sucesso comercial e audiência dos produtos da mídia –, tem relação direta com a questão que se pretende discutir aqui: a de que, se por um lado, as estruturas midiáticas têm um “compromisso” de retratar o próximo em seu discurso, para fomentar processos de identificação, por outro também têm a ganhar à hora de fomentar experiências ou vivências de alteridade no processo de consumo de seus produtos. Discutimos anteriormente a perspectiva de que uma das funções básicas dos processos de identificação é consolidar e formalizar as identidades sociais e

individualidades. Porém, é preciso acrescentar a esta noção a de que reconhecer e vivenciar outras culturas e universos, pessoalmente ou por meio das mídias eletrônicas, também ajuda no processo de constituição identitária; como diz Lopes (2004, p.15, grifo nosso), “a afirmação de uma identidade se fortalece e se recria na comunicação – *encontro e conflito* – com o outro”.

Por conta do alcance e potencial técnico dos meios de comunicação, nenhuma época se tornou tão favorável a estes encontros e conflitos como a contemporaneidade. Paralelamente ao movimento de fragmentação identitária promovido pelo fenômeno de globalização, apresentar o novo, o diferente – o exótico, enfim – nas narrativas e enunciados se tornou um fenômeno cada vez mais corriqueiro. Discutir as qualidades e variações do exótico não está no escopo da discussão aqui empreendida; porém, o processo viabilizado por sua abordagem é aquele associado à noção de alteridade, que merece especial atenção por compor uma complexa estrutura de significação junto à percepção da identidade.

Tomando a história da telenovela brasileira como objeto, pode-se perceber que a figuração do outro em suas tramas nunca foi de todo excluída. Desde os tempos do folhetim exótico de Glória Madagan, na década de 1960, a ambientação das histórias em paisagens européias, árabes e orientais era corriqueira; embora muito diferentes das obras atuais em relação à abordagem, tais exemplos mostram que “viver” – e experimentar – a alteridade é, assim como no caso da identificação, um processo cada vez mais viabilizado e necessário para a sobrevivência comercial das mídias.

Questão delicada – no sentido de complexa e difícil de analisar em termos simplificadores – inclusive na experiência real ou cotidiana, sem quaisquer mediações tecnológicas, a alteridade pode ser entendida como a experiência do outro e/ou por meio/através do outro; ou seja, o fenômeno de vivenciar, num plano imaginal ou especulativo, situações ou contextos diferentes do que é considerado pelo indivíduo como “familiar”. Um dos recursos mais naturais para promovê-la é por meio de consumo das denominadas *narrativas de alteridade* – categoria em que podemos incluir as telenovelas que compõem nosso objeto de estudo. Tal processo possui relação direta com o deslocamento da *tradição à tradução* no campo da cultura – fenômeno, por sua vez, discutido e relacionado por Homi Bhabha (1998) à questão da diferença cultural.

Diante de representações cada vez mais difundidas em escala global – e mais simplificadoras, por conta de seu vínculo aos processos e formatos midiáticos –, o autor acredita que “as designações da diferença cultural interpelam formas de identidade que, devido à sua implicação contínua em outros sistemas simbólicos, são sempre ‘incompletas’ ou abertas à tradução cultural” (Bhabha, 1998, p.228).

De acordo com Bhabha, a cultura contemporânea, mediada por dispositivos tecnológicos ou transmitida oralmente, impõe à consolidação da identidade um processo de tradução – de leitura, análise e adaptação do discurso “alheio” à compreensão e à identidade própria. Existir e ter consciência de si mesmo, sob esta perspectiva, seria “ser chamado à existência em relação a uma alteridade, seu olhar ou *locus*” (Bhabha, 1998, p.75); ou melhor, como afirma Woodward (2000, p.9), em suma, “o ‘eu’ se define em relação ao ‘tu’ ou ‘ele’”. O deslocamento da tradição (rigidez, estabilidade identitária) à tradução (fragmentação, questionamento, deslocamento, mutação), portanto, proporia novas formas de experimentar a alteridade, não apenas para a satisfação de curiosidades individuais, mas sim para a consolidação de identidades e para o estabelecimento de fronteiras entre grupos sociais e suas referências.

A reflexão de Bhabha evidencia que se tornou difícil falar em identidades fixas, tampouco em “eus” que não dependem da alteridade para existir; além disso, mesmo no seio das narrativas e textos culturais, há fissuras e quebras que, por um lado, demarcam territórios culturais e, por outro, evidenciam a fragilidade de todo trabalho de representação/simbolização. Por ora, torna-se necessário pensar nas problemáticas que envolvem as formas de enunciação de culturas capazes de promover “viagens simbólicas” (Buonanno, 2004) *na e por meio da* narrativa ficcional midiática.

3.1. A telenovela como espaço de interação (e conflito) cultural

No caso aqui proposto, acredita-se na possibilidade de a telenovela brasileira, além de um produto destinado à identificação imediata do público telespectador para com o universo que lhe é apresentado, figurar, também, como uma *narrativa de alteridade* desde a produção de seu discurso e de sua narrativa – entendendo-a como um texto culturalmente produzido que promove processos imaginativos (no sentido de produção de imagens), especulativos, vivências “virtuais” e de substituição junto a seus

telespectadores consumidores à hora em que aborda, em suas tramas, universos distintos daqueles em que estes vivem.

A análise das funções da ficção midiática empreendida por Bulhões (2009) é útil para a articulação de nossa perspectiva. Segundo o autor, além de figurar como “extensão” da vida cotidiana, essas narrativas também são capazes de expor o “discordante”, o “diferente”, de forma a alimentar a imaginação mais livre do telespectador – e tal processo gera iguais ou semelhantes níveis de fruição aos de um texto cultural completamente familiar. A perspectiva é a de que a narrativa midiática convida o público a uma atitude “vicária”: “de bom grado, substituímos de maneira simbólica a nossa identidade por uma alteridade, passamo-nos por um outro para que ele execute, ‘por procuração’, o que não é possível em nossa existência cotidiana” (Bulhões, 2009, p.112). Ao mesmo tempo, portanto, em que “comportam o universo familiar e intimista que tanto favorece o reconhecimento”, os textos de ficção fornecem “situações, personagens e cenários idealizados e transfigurados o suficiente para promover a substituição” (Bulhões, 2009, p.117).

A tensão entre identidade e alteridade é, portanto, elemento-chave para se empreender uma análise significativa sobre os mecanismos de representação do exótico na ficção seriada. Até que ponto se pode ou deve ir à hora de abordá-lo? De que forma a alteridade deve ser vivenciada, para que não afaste, ao invés de atrair espectadores ávidos por um mínimo de identificação? Em suma: *como falar do estranho sem causar estranhamento?* A resposta está na adaptação dos discursos exógenos aos códigos e textos de maior familiaridade – processo a que a indústria audiovisual está acostumada, já que o movimento de globalização/mundialização em que está inserida caminha, paradoxalmente, rumo à revalorização dos elementos locais. Como diz Flusser (2008, p.20-21), as imagens, em especial, podem propor símbolos ou elementos culturais novos, “mas estes serão decifráveis apenas contra o fundo ‘redundante’ do código estabelecido. Imagem desligada da tradição seria indecifrável, seria ‘ruído’”.

Indo adiante no mesmo raciocínio, Martín-Barbero (2006, p.61) oferece uma visão interessante sobre as representações da diferença na mídia. Segundo ele, quando adaptada ao discurso dos meios de comunicação:

A identidade local é (...) conduzida para se transformar em uma representação da diferença que a faça comercializável, isto é, submetida a maquiagens que reforçam seu exotismo e a hibridações que neutralizem suas classes mais conflitivas. Que é a outra face da globalização, acelerando as operações de desenraizamento com as quais tenta inscrever as identidades nas lógicas dos fluxos.

Em resumo, o raciocínio que conduzimos aponta alguns movimentos na questão da identidade que são essenciais à hora de compreender os mecanismos da ficção midiática: (a) a fragmentação das identidades ao longo do processo de globalização/mundialização da cultura; (b) o movimento dialético entre a homogeneização cultural e da individualidade e a revalorização dos localismos/regionalismos no campo da cultura; (c) a consequente inserção da alteridade como valor e recurso estético nas narrativas midiáticas; e (d) a adaptação do discurso de alteridade a elementos e códigos comuns que possibilitem a existência simultânea da identificação e da vivência do outro no processo de consumo dos textos de ficção.

Tais fenômenos são de essencial relevância à hora de observar as produções de ficção de alteridade atuais – desde obras como “O Clone” (2001) e “Caminho das Índias” (2009), de Glória Perez, até “Passione” (2010), de Sílvio de Abreu – e pensá-las como veículos estratégicos no que concerne, simultaneamente, à elaboração de uma visão de si mesmo e do outro – sendo este representado, por natureza, com base em elementos básicos capazes de fornecer um mínimo de familiaridade ao discurso exógeno que é apresentado ao telespectador.

4. Considerações finais

A produção de um raciocínio abrangente a respeito da figuração da alteridade na telenovela brasileira faz parte de um estudo que possui escopo mais amplo, cujo principal objetivo é identificar a existência ou não de uma dimensão informativa junto à tradicional função lúdica – de entretenimento ou lazer – à hora em que o discurso da ficção sai do conforto da familiaridade e mergulha nas problemáticas enunciações do outro e do distante. Nossa intenção, nas últimas páginas, foi iniciar este percurso e

establecer algunas percepções sobre a inserção da narração midiática no contexto de questionamento das identidades socioculturais; e, conseqüentemente, pensar nos produtos de ficção como expressões dos processos de fragmentação que marcam as sociedades atuais. Pensar na telenovela que versa sobre a diferença cultural, portanto, como *locus* simultâneo de formação de conhecimentos sobre si mesmo e sobre o outro.

Certamente, tais reflexões trazem à tona uma série de novas questões que devem ser trabalhadas de forma subjacente: quais são as demarcações a partir das quais se define o que é próximo/familiar e o que é distante/exótico? De que forma se dá o contato com a alteridade no processo de consumo da ficção? E, principalmente: quais tipos de exótico podem ser encontrados nas telenovelas brasileiras que, de alguma forma, vão além da enunciação do próximo reconhecível? São temas a se trabalhar para, enfim, desenvolvermos uma percepção de maior profundidade a respeito do potencial informativo do discurso da ficção contemporânea.

Referências

Adorno, Theodor; Horkheimer, Max (1985). **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

Barthes, Roland. **Mitologias** (1980). São Paulo: Bertrand Brasil.

Bauman, Zygmunt (2005a). **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Bauman, Zygmunt (2005b). **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Bhabha, Homi (1998). **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG.

Bulhões, Marcelo (2009). **A ficção nas mídias**. Um curso sobre a narrativa nos meios audiovisuais. São Paulo: Ática.

Buonanno, Milly (2004). Além da proximidade cultural: não contra a identidade, mas a favor da alteridade. Para uma nova teoria crítica dos fluxos televisivos internacionais. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Telenovela, internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Loyola.

Canclini, Nestor García (2004). **Culturas híbridas**. São Paulo: EDUSP.

Flusser, Vilém (2008). **O universo das imagens técnicas**. Elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume.

Hall, Stuart (1997). **A centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções culturais de nosso tempo. In: Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 22, nº2, p. 15-46.

Hall, Stuart (2001). **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Guaracira Lopes Louro.

Hall, Stuart (2002). Que 'negro' é esse na cultura negra?. In: **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG.

Hamburger, Esther (1998). Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: NOVAIS, Fernando. **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras.

Lopes, Maria Immacolata Vassallo de (Org.) (2004). **Telenovela, internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Loyola.

Magalhães, Fernando (2004). **Tempos pós-modernos**. São Paulo: Cortez.

Martín-Barbero, Jesús (2004). **Ofício de Cartógrafo: Travessias Latino-Americanas da Comunicação na Cultura**. São Paulo: Loyola.

Martín-Barbero, Jesús (2006). Tecnicidades, Identidades, Alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis de. (org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad.

Tondato, Marcia Perencin (2010). **Cenários Internacionais na Teleficção: (re)conhecendo se na geografia do imaginário: consumo – comunicação – identidade.** In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, RS, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1363-1.pdf> Acesso em 7 jun. 2011.

Woodward, Kathryn (2000). Identidade e diferença: uma introdução teórico e conceitual. In SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e Diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais.** Petrópolis: Vozes.

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). E-mail: gutomlobato@usp.br / gutomlobato@gmail.com Currículo na Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8321743152267223>.