

*Periodismo e imaginários. Brasil, más allá de lo tropical y lo sensual.*

SOUZA, Maria Badet.

Barcelona: Editora UOC, 2015.

---

Diálogos estabelecidos entre Brasil e Espanha acerca da  
representação midiática dos brasileiros e das brasileiras  
Dialogues established between Brazil and Spain about Brazilian's  
women and men media representation

Camilla Costa Rocha<sup>1</sup>

**Resumo** *A resenha apresenta uma síntese dos principais eixos da pesquisa de doutoramento realizada pela autora Maria Badet Souza que resultou na obra *Periodismo e imaginários. Brasil, más allá de lo tropical y lo sensual*. A obra colabora de maneira consistente para os estudos de recepção midiática e de coletivos de imigrantes. Partindo desses referenciais a autora adentra em questões que ganham relevo em sua pesquisa, quais sejam, a representação social do Brasil na Espanha, a percepção dos espanhóis em relação aos coletivos de imigrantes brasileiros e, ao nosso ver, de maneira ainda mais enfática e contributiva, a autora introduz a questão da recepção da figura midiática da mulher brasileira junto a 120 jovens.*

**Palavras-chave:** *Estudos de recepção; Mídia; Mulher brasileira*

**Abstract** *The review introduces the main axes of the doctoral research conducted by the authoress Maria Badet Souza wich resulted in the book *Periodismo e imaginários. Brasil, más allá de lo tropical y lo sensual*. The work contributes consistently to the media reception studies as also as to the studies of immigrants*

<sup>1</sup> Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM, São Paulo, SP, Brasil. E-mail: camilla@costarocha.com.br

*collective. From these references the authoress enters on issues that gain prominence in her research, namely, the social representation of **Brazil in Spain**, the perception of Spanish in relation to collective of Brazilian immigrants and, in our view, so even more emphatic and contributive, the authoress introduces the question of reception when it comes to the Brazilian woman, with 120 young people.*

**Keywords:** Reception studies; Media; Brazilian woman

O livro objeto da presente resenha congrega em suas páginas a pesquisa da autora Maria Badet Souza acerca da representação midiática do Brasil e “dos brasileiros e das brasileiras” nos meios de comunicação de massa da Espanha e, desde esse início, merecem ser destacados dois aspectos: a amplitude do olhar da autora para com o contexto sociocultural e a realidade midiática que permeiam sua pesquisa bem como a total aderência a uma densidade teórica e analítica ao longo de todo o seu texto.

A obra tem como escopo preencher um lapso em pesquisas sobre a recepção midiática de notícias acerca do Brasil, realizada na Espanha. Com a intenção não somente de apaziguar referida ausência, mas, também, de problematizá-la, a autora coloca a seguinte indagação: “Como os brasileiros e as brasileiras são evidenciados na Espanha pelo *mass media*?” Lançado ao vento o questionamento, colhidos são os seus frutos, como percebemos com o desenrolar da pesquisa apresentada. A autora de fato cumpre com o seu objetivo mediante uma análise rica e pormenorizada acerca da apropriação, por parte dos estudantes espanhóis, dos conteúdos midiáticos que trazem a baila “os brasileiros e as brasileiras”.

Dividido em nove capítulos, o livro instrumentaliza nossa percepção com as ferramentas necessárias para que compreendamos, mais adiante, as colocações realizadas pelos meios de comunicação e as apropriações dos estudantes. Desta forma, introduz alguns reducionismos que marcam a representação social do Brasil no exterior, como por exemplo, nuances advindas do tropicalismo, trazendo a partir de Ribeiro (1998; 2002) e Machado (2004) a mestiçagem, o samba, a maneira de dançar, o futebol.

Merece relevo, quando da leitura, dois aspectos fundamentais acerca dessa reflexão que abarca questões do Brasil sob a ótica da Espanha. O primeiro deles concerne a própria situação de imigrante “dos brasileiros e das brasileiras” que lá vivem: importa saber como eles são percebidos pelos espanhóis nos espaços sociais – e aí se incluem os meios de comunicação, as escolas, as ruas. Outro aspecto que devemos prestar atenção tange ao imaginário, ou seja, mais além da concretude dos coletivos de imigrantes de “brasileiros e brasileiras” presentes nos espaços sociais,

importa refletir acerca do papel dos meios de comunicação quando da construção das representações desses “brasileiros e brasileiras”. Essa distinção é fulcral para a compreensão da pesquisa da autora.

E aqui cabe assinalar o fato de que, mesmo tendo sido o intento da pesquisa, perquirir acerca do Brasil, “dos brasileiros e das brasileiras”, a autora nos presenteia, em especial, com uma análise profícua sobre a imagem “das brasileiras” no *mass media*. E de modo magistral adentra em uma questão importante: a forma como os meios de comunicação se valem do estereótipo da mulher brasileira para falar do Brasil. Ainda que a autora aponte para possibilidades informativas, destaca-se a abordagem midiática focada na sensualidade brasileira.

E, se do lado da produção midiática, temos evidenciada uma abordagem com marcas, prioritariamente, no senso comum, estruturado em um pensamento monotemático, reduzido, estereotipado e heterogêneo, necessário se faz que desloquemos o olhar para a apropriação de referido conteúdo. E nesse momento merece destaque a apropriação que a autora realiza dos estudos de Martín-Barbero (1987), contextualizando-os na América Latina também por meio de Cogo (2009) que enfatiza a comunicação como um processo descentralizado da mídia em si, e que tem como ponto de partida a cultura, as mediações e os sujeitos.

Deste modo, mostra-se fulcral a imersão em campo realizada pela autora que utilizando-se de uma metodologia consistente, que embasa as diversas técnicas aplicadas, intenta desvelar os sentidos das apropriações dos imaginários construídos pela mídia. Somos então apresentados para o grupo de 121 jovens na faixa dos 14 aos 18 anos, de três centros de ensino diferentes e o questionamento que persiste é: Podemos esperar criticidade por parte dos jovens entrevistados?

No que concerne às mulheres “brasileiras”, somos surpreendidos quando duas alunas – dentre todo o grupo – atentam para o possível prejuízo atrelado ao fato de que associar o Brasil ao país do Carnaval, implica conclamar para a beleza das “brasileiras”, em suas figuras estereotipadas. Em um contato bem próximo com os jovens, a pesquisa explora (e logra demonstrar), portanto, a força desse imaginário construído pela mídia: quase não sobra espaço para uma apropriação crítica do conteúdo.

Foi o caso, por exemplo, do resultado colhido com a apresentação de imagens: duas fotos, uma modelo colombiana de biquíni na praia e uma índia com seu filho, na Amazônia. Qual imagem, nesse caso, seria apontada como a mulher “brasileira”? A disputa não chegou a ser acirrada, a colombiana “passou” como “brasileira”, para 44,6% dos adolescentes enquanto apenas 4,1% associaram a verdadeira mulher “brasileira”, índia, com seu país de origem. Como podemos concluir com a autora: fica comprovada a tendência para a reprodução, por parte dos adolescentes, dos conteúdos midiáticos construídos em torno do Brasil e da mulher “brasileira”.

São essas preciosidades escavadas no campo de pesquisa que amarram com solidez a intenção da autora em desvelar a figura da mulher “brasileira” na Espanha, tanto em sua construção quanto em sua apropriação. Sendo verdadeiro que o processo de recepção midiática contribui na criação dos imaginários sociais a respeito da identidade do outro (CHILLÓN, 2000; DUCH, 2002; MORLEY, 1996; NASH, 2008), Maria Badet Souza é muito sensível ao chamar nossa atenção, com apoio de grandes autores (AGUADED, 1999, 2000; MORLEY, 1996; MARTÍN-BARBERO, 1987; OROZCO, 1993; entre outros), para a nossa pequenez diante da pesquisa: precisamos ver cada detalhe, a partir de seu contexto. Ou seja, apreender, a partir da pesquisa, as nuances que envolvem a figura da mulher “brasileira”, já previamente envolta em um imaginário social que a pinta como sensual e bonita. Isso implica a abertura para a esperança quando somos nós os responsáveis por essas narrativas.

## Referências

- AGUADED, J. I. *Convivir con la televisión. Familia, educación y competencia televisiva en niños y jóvenes*. Barcelona: Paidós, 1999.
- AGUADED, J. I. *Televisión y telespectadores*. Huelva: Grupo Comunicar Ediciones, 2000.

- CHILLÓN, A. La urdimbre mitopoética de la cultura mediática. *Analisis, Quaderns de comunicació i cultura*, Espanha, n. 24, p. 121-159, 2000.
- COGO, D. Los Estudios de Recepción en América Latina: perspectivas teórico-metodológicas. Portal de la Comunicación. Instituto de la Comunicación (InCOM) de la UAB (Universidade Autònoma de Barcelona), Barcelona, 2009. Disponível em: [http://www.portalcomunicacion.com:80/esp/n\\_aab\\_lec\\_1.asp?id\\_llico=48](http://www.portalcomunicacion.com:80/esp/n_aab_lec_1.asp?id_llico=48). Acesso em: dez. 2015.
- DUCH, L. Antropología de la comunicación. *Analisis. Quaderns de comunicació i cultura*, Espanha, n. 29, p. 21-40, 2002.
- MACHADO, I. J. *Imigrantes brasileiros no Porto*. Aproximação à perenidade de ordens raciais e coloniais portuguesas. Portugal: Lusotopie, 2004. Disponível em: <http://www.lusotopie.sciencespobordeaux.fr/machado2004.pdf>. Acesso em: dez. 2015.
- MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones*: Comunicación, cultura y hegemonia. México: Gustavo Gilli, 1987.
- MORLEY, D. *Televisión, audiências y estudios culturales*. Argentina: Amarrortu Editores, 1996.
- NASH, M. Representaciones culturales, imaginários y comunidade imaginada en la interpretación del universo intercultural. In: *I Training Seminar de jóvenes investigadores en Dinámicas interculturales*. Barcelona: Fundación Cidob, 2008.
- OROZCO, G. Dialéctica de la mediación televisiva – estructuración de estratégias de recepción por los televidentes. *Anàlisis*, Barcelona, n. 15, p. 31-44, 1993.
- RIBEIRO, G. L. Identidade Brasileira no Espelho Interétnico. Essencialismos e Hibridismos em San Francisco. *Série Antropologia*, Brasília, v. 241, 1998. Disponível em: <http://www.unb.br/ics/dan/Serie241empdf.pdf>. Acesso em: dez. 2015.
- RIBEIRO, G. L. Tropicalismo e Europeísmo. Modos de representar o Brasil e a Argentina. In: FRIGERIO, A.; RIBEIRO, G. (Org.). *Argentinos e Brasileiros. Encontros, Imagens e Estereótipos*. Petrópolis: Vozes, 2002.

## Sobre a autora

Camilla Costa Rocha – Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5024-5853>

---

Data de submissão: 25/01/2016

Data de aceite: 20/06/2016